



UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS

FACULTAD DE NEGOCIOS

PROGRAMA ACADÉMICO DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS

INTERNACIONALES

PROGRAMA ACADÉMICO DE ADMINISTRACIÓN Y MARKETING

Proyecto Easy Comex

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Para optar el grado de bachiller en Administración y Negocios Internacionales

Para optar el grado de bachiller en Administración y Marketing

AUTOR(ES)

Chaparro Angulo, Miguel Angel (0000-0001-8614-925X)

Curotto Canales, Danna Thais (0000-0001-9048-769X)

Espinoza Hernandez, Naomi Gabriela (0000-0002-0255-4950)

Mantilla Mendoza, Luana (0000-0002-1783-4170)

Varillas Almirco, Elder (0000-0002-1607-0949)

ASESOR

Zavala Lucar, Christian Enrique (0000-0001-5424-1334)

Lima, [4 de julio del 2022]

DEDICATORIA

Dedicamos el presente proyecto de investigación a Dios y nuestros padres, quienes nos brindaron apoyo incondicional y motivación para seguir esforzándonos hasta este último instante de nuestra carrera universitaria. Asimismo, dedicamos el proyecto a nuestros docentes, que nos dieron las herramientas necesarias para poder realizar nuestro proyecto satisfactoriamente.

AGRADECIMIENTO

Para nuestros padres por el enorme sacrificio de poder apoyarnos en este trayecto de nuestras vidas universitarias hasta culminar y, a nuestros profesores por ser parte de nuestro aprendizaje y formarnos como profesionales. Además, agradecemos a todas las personas que fueron parte de nuestros experimentos para poder validar nuestro proyecto.

RESUMEN

En la actualidad el mundo se ha globalizado y la tecnología ha estado en constante cambio. La pandemia global generó soluciones tecnológicas para todos, ya que incorporó los trabajos remotos y clases virtuales. Según IPSOS, el 92% de peruanos se encuentra en búsqueda de capacitación en cursos virtuales que permitan a los emprendedores a desarrollarse en roles que les permitan mayor productividad. La categoría de importaciones y exportaciones es uno de los cursos que más demanda tiene por parte de la población peruana (IPSOS, 2021). Por ello, nuestro proyecto Easy Comex brinda una manera detallada de enseñar a los emprendedores a realizar importaciones, lo cual ayudará a incrementar los ingresos de la población y el país.

Para la realización de nuestro proyecto se investigó el mercado meta para conocer al público objetivo y tener conocimiento de los precios y los servicios que necesiten. Para el sustento se desarrollaron diferentes experimentos que validaron el modelo de negocio e intención de compra de nuestro público objetivo. Asimismo, mostraron que nuestro proyecto es viable y brinda solución a los emprendedores.

Se calculó que el mercado meta de público objetivo de Easy Comex es de 825'707, lo que representa un monto total en el primer año de S/1,721,550. Se concluye, que el proyecto es viable y rentable en un 22%.

Palabras claves: Importaciones, emprendedores, aplicación, tecnología, aprendizaje.

ABSTRACT

Nowadays the world has become globalized and technology has been constantly changing. The global pandemic implemented technological solutions for everyone, as it incorporated remote jobs and virtual classes. According to IPSOS, 92% of Peruvians are looking for training in virtual courses that allow entrepreneurs to develop in roles that allow them to be more productive. The category of imports and exports is one of the most demanded courses by the Peruvian population (IPSOS, 2021). Therefore, our Easy Comex project provides a detailed way to teach entrepreneurs how to import. This will help increase the income of the population and the country.

For the realization of our project, we researched the target market to know the target audience and have knowledge of the prices and services to offer. Different experiments were developed to validate the business model and the purchase intention of our target public. They also showed that our project is viable and provides a solution to entrepreneurs.

It was calculated that Easy Comex's target market is 825'707, which represents a total amount in the first year of s/1,721,550. It is concluded that the project is viable and profitable in 22%.

Keywords: Imports, entrepreneurs, application, technology, startup, learning.

ÍNDICE

TABLA DE CONTENIDOS

1. FUNDAMENTOS INICIALES	14
1.1 Equipo de trabajo	14
1.1.1 Descripción de roles y funciones a asumir por integrante	14
2. VALIDACIÓN DEL PROBLEMA	16
2.1. Breve explicación del problema que se espera resolver	16
2.2. Diseño y guía de entrevistas de exploración	16
2.3. Resultados obtenidos	18
2.4. Análisis y aprendizajes	19
3. VALUE PROPOSITION CANVAS	47
3.1. Perfil del cliente	47
3.2. Mapa de valor	48
3.3. Encaje	51
3.4. Descripción de la propuesta de valor	53
3.5. Identificación de elementos diferenciales (versus competidores)	53
4. BUSINESS MODEL CANVAS	55
4.1. BMC	55
4.2. Desarrollo y sustento de cuadrantes	56
5. VALIDACIÓN DE LA SOLUCIÓN	60
5.1. Experimento N* 1 - usuarios	60
5.2 Experimento N* 2 - Usuarios	87
6. VALIDACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO	109
6.1. Supuestos a validar	109
6.2 Experimento – Actividades clave	115
6.3 Experimento - Recursos clave	124

6.4 Experimento - Relación con clientes	132
6.5 Experimento – Socios clave	135
6.6 Experimento – Canales	143
6.7 Experimento – Estructura de costos	146
7. PLAN DE EJECUCIÓN DEL CONCIERGE	152
7.1. Segmentación de mercado	152
7.2 Formulación de objetivos	155
7.3 Experimento 1	156
7.4. Experimento 2	165
7.6. Experimento 3	177
7.7 Experimento 4	188
7.8 Conclusiones del concierto:	195
8. PLAN DE MARKETING	197
8.1 OBJETIVOS	197
8.2 ESTRATEGIAS DE INTRODUCCIÓN Y DE FIDELIZACIÓN:	198
9. PLAN FINANCIERO	224
9.1 Proyección de Ventas	224
9.2 Egresos - Presupuesto	230
9.3 Flujo de caja	240
9.4 Indicadores Financieros	241
9.5 Análisis Financiero	242
9.6 Financiamiento	243
10. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	250
11. BIBLIOGRAFÍA	252
12. ANEXOS	257

ÍNDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1. Matriz de identificación de elementos diferenciales</i>	<i>53</i>
<i>Tabla 2. Bitácora de actividades de validación de la solución</i>	<i>82</i>
<i>Tabla 3. Malla receptora – Experimento 1.....</i>	<i>83</i>
<i>Tabla 4. Malla receptora – Experimento 2.....</i>	<i>105</i>
<i>Tabla 5. Supuestos para la relación con los clientes.....</i>	<i>109</i>
<i>Tabla 6. Supuestos para actividades clave</i>	<i>110</i>
<i>Tabla 7. Supuestos para socios claves.....</i>	<i>111</i>
<i>Tabla 8. Supuestos para estructura de costos</i>	<i>111</i>
<i>Tabla 9. Supuestos para canales</i>	<i>112</i>
<i>Tabla 10. Supuestos para ingresos</i>	<i>112</i>
<i>Tabla 11. Supuestos para recursos claves.....</i>	<i>112</i>
<i>Tabla 12. Bitácora de actividades de validación de negocio</i>	<i>113</i>
<i>Tabla 13. Segmento de público objetivo de Easy Comex según edades.....</i>	<i>152</i>
<i>Tabla 14. Segmento de público objetivo de Easy Comex según NSE</i>	<i>153</i>
<i>Tabla 15. Segmento de público objetivo de Easy Comex</i>	<i>154</i>
<i>Tabla 16. Precios de cursos de importación</i>	<i>155</i>
<i>Tabla 17. Estimación de mercado en soles.....</i>	<i>155</i>
<i>Tabla 18. Bitácora de actividades de experimento 1 concierge.....</i>	<i>157</i>
<i>Tabla 19. Bitácora de actividades de experimento 2 concierge.....</i>	<i>166</i>
<i>Tabla 20. Cantidad de usuarios que se registraron en el formulario</i>	<i>167</i>
<i>Tabla 21. Bitácora de actividades de experimento 3 concierge.....</i>	<i>178</i>

<i>Tabla 22. Cantidad de usuarios que solicitaron información según tipo de plan.....</i>	<i>180</i>
<i>Tabla 23. Bitácora de actividades de experimento 4 concierge.....</i>	<i>189</i>
<i>Tabla 24. Número de usuarios suscritos por tipo de plan.....</i>	<i>191</i>
<i>Tabla 25. Cantidad de usuarios suscritos por tipo de plan por semana</i>	<i>196</i>
<i>Tabla 26. Resultados de concierge por tipo de plan.....</i>	<i>196</i>
<i>Tabla 27. Objetivos y estrategias del marketing mix.....</i>	<i>200</i>
<i>Tabla 28. Estrategia de producto que se implementarán del año 1-3.....</i>	<i>204</i>
<i>Tabla 29. Estrategia a implementar de precios según año 1-3</i>	<i>207</i>
<i>Tabla 30. Precios de competidores.....</i>	<i>210</i>
<i>Tabla 31. Ganancias iniciales</i>	<i>213</i>
<i>Tabla 32. Costos a incurrir en el primer mes</i>	<i>214</i>
<i>Tabla 33. Estrategias de plaza que se implementará del año 1-3.....</i>	<i>216</i>
<i>Tabla 34. Estrategias de promoción que se implementará del año 1-3</i>	<i>218</i>
<i>Tabla 35. Presupuesto de marketing de Easy Comex – Año 1</i>	<i>221</i>
<i>Tabla 36. Presupuesto de marketing de Easy Comex – Año 2</i>	<i>222</i>
<i>Tabla 37. Presupuesto de marketing de Easy Comex – Año 3</i>	<i>223</i>
<i>Tabla 38. Número de suscripciones por tipo de plan escogido y experimento concierge... </i>	<i>224</i>
<i>Tabla 39. Tasa de crecimiento porcentual por tipo de plan.....</i>	<i>224</i>
<i>Tabla 40. Proyección de ventas totales – Año 1</i>	<i>227</i>
<i>Tabla 41. Proyección de ventas totales – Año 2</i>	<i>228</i>
<i>Tabla 42. Proyección de ventas totales – Año 3</i>	<i>229</i>
<i>Tabla 43. Gastos Preoperativos</i>	<i>230</i>
<i>Tabla 44. Activos tecnológicos Easy Comex</i>	<i>231</i>
<i>Tabla 45. Muebles y enseres.....</i>	<i>232</i>
<i>Tabla 46. Depreciación</i>	<i>232</i>
<i>Tabla 47. Porcentajes de planilla.....</i>	<i>234</i>

<i>Tabla 48. Gastos de personal</i>	<i>234</i>
<i>Tabla 49. Presupuesto de inversión del año 1</i>	<i>236</i>
<i>Tabla 50. Presupuesto de RRHH</i>	<i>237</i>
<i>Tabla 51. Personal Año 2</i>	<i>237</i>
<i>Tabla 52. Personal Año 3</i>	<i>238</i>
<i>Tabla 53. Gastos fijos de Easy Comex.....</i>	<i>239</i>
<i>Tabla 54. Flujo de caja por año</i>	<i>241</i>
<i>Tabla 55. Punto de equilibrio por plan anual en cantidad de usuarios</i>	<i>241</i>
<i>Tabla 56. Principales accionistas.....</i>	<i>243</i>
<i>Tabla 57. Financiamiento de accionistas para Easy Comex.....</i>	<i>244</i>

ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1. Encaje Value Proposition Canvas</i>	51
<i>Figura 2. Buyer, persona</i>	52
<i>Figura 3. Business Model Canvas</i>	55
<i>Figura 4. Conversación vía Instagram</i>	118
<i>Figura 5. Screenshot de publicidad de Instagram</i>	121
<i>Figura 6. Screenshot de landing page</i>	122
<i>Figura 7. Evidencias de supuesto 5</i>	123
<i>Figura 8. Información completa respecto a distintos proveedores</i>	127
<i>Figura 9. Post de Instagram</i>	133
<i>Figura 10. Portal web de Carolina Qiao</i>	137
<i>Figura 11. Conversación con Carolina Qiao</i>	138
<i>Figura 12. Página de 3R Core</i>	143
<i>Figura 13. Fan Page de Easy Comex</i>	145
<i>Figura 14. Agencia de marketing digital y contenido de redes sociales</i>	147
<i>Figura 15. Screenshot de cobro en Instagram</i>	150
<i>Figura 16. Embudo de conversión Experimento I - Concierge 1</i>	158
<i>Figura 17. Número de usuarios según el plan a elegir</i>	158
<i>Figura 18. Publicación de post en Instagram</i>	160
<i>Figura 19. Evidencia relacionada al alcance de post en Instagram</i>	160
<i>Figura 20. Evidencia de precio de promoción a Easy Comex</i>	161
<i>Figura 21. Mensajes en el DM</i>	162

<i>Figura 22. Embudo de conversión Experimento I - Concierge 2</i>	167
<i>Figura 23. Formulario para identificar al público que refirió el aplicativo</i>	169
<i>Figura 24. Publicación de post en Instagram</i>	169
<i>Figura 25. Evidencia relacionada al alcance del post en Instagram</i>	170
<i>Figura 26. Porcentaje de preferencia por cada plan</i>	170
<i>Figura 27. Mensajes de Instagram de Easy Comex</i>	171
<i>Figura 28. Correos registrados en el formulario</i>	175
<i>Figura 29. Códigos registrados en el formulario</i>	176
<i>Figura 30. Embudo de conversión - Concierge 3</i>	179
<i>Figura 31. Usuarios que desean adquirir los planes de Easy Comex</i>	182
<i>Figura 32. Publicación de Instagram con video relacionado a Easy Comex</i>	187
<i>Figura 33. Estadísticas del post</i>	188
<i>Figura 34. Embudo de conversión Experimento - Concierge 4</i>	190
<i>Figura 35. Anuncio de post en Instagram</i>	192
<i>Figura 36. Landing page</i>	193
<i>Figura 37. Suscripciones Landing page</i>	194
<i>Figura 38. Resultados Concierge por semana</i>	196
<i>Figura 39. Gráfico de niveles de producto de Easy Comex</i>	203
<i>Figura 40. Página Web del Instituto Peruano Chino</i>	208
<i>Figura 41. Página Web del Instituto Peruano Administración de Empresas</i>	208
<i>Figura 42. Conversaciones con Olivo Comex</i>	209
<i>Figura 43. Página web de Educaedu</i>	210
<i>Figura 44. De las aplicaciones de Android y iOS</i>	210
<i>Figura 45. Servicios que ofrece 3R CORE</i>	212
<i>Figura 46. AEX – EA Expoalimentaria 2022</i>	218
<i>Figura 47. Resultados Concierge</i>	225

<i>Figura 48. Inversionista Angel</i>	245
<i>Figura 49. Conversación con Osvaldo Zenteno</i>	246
<i>Figura 50. Perfies de red de contacto de Osvaldo</i>	247

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Imágenes de Prototipo 0	215
Anexo 2 Imágenes de Prototipo 1	222
Anexo 3 Imágenes de Prototipo 3	229
Anexo 4 Guía de Preguntas Focus	234
Anexo 5 Guía De Preguntas Usuarios	234
Anexo 6 Guión Entrevista A Expertos	235
Anexo 7 Guión Entrevista A Expertos - Comercio Internacional	235
Anexo 8 Guión Entrevista A Agencia De Marketing	236
Anexo 9 Fuentes de presupuesto de plan de Marketing	237
Anexo 10 Tabla de Flujo de caja año 1	239
Anexo 11 Tabla de Flujo de caja año 2	240
Anexo 12 Tabla de Flujo de caja año 3	241

1. FUNDAMENTOS INICIALES

1.1 Equipo de trabajo

El equipo de trabajo que lleva a cabo la ejecución el siguiente proyecto de investigación es multidisciplinario para obtener diferentes puntos de vista para lograr el objetivo deseado. Está conformado por dos programas académicos; Administración y Negocios Internacionales y Administración y Marketing

1.1.1 Descripción de roles y funciones a asumir por integrante

Curotto Canales, Danna Thais

Estudiante de la carrera de Administración y Negocios Internacionales en décimo ciclo. Actualmente laborando en la empresa D'Laruss S.A.C. en el área administrativo. Tiene dominio en ingles y excel avanzado.

En la presente investigación realizó distintas funciones tales como:

- Búsqueda de problemática en la Sociedad
- Entrevistas a usuarios y expertos para la validación del problema
- Experimentos para la validación de modelo de negocio
- Ejecución y cambios de funciones para la aplicación
- Desarrollo y análisis de experimentos de concierge
- Desarrollo del plan financiero

Linkedin:<https://www.linkedin.com/in/danna-curotto-canales-728807195/>

Chaparro Angulo, Miguel Angel

Estudiante de décimo ciclo de la carrera de Administración y Marketing. Actualmente, enfocado en la gestión comercial y logística de PIMP (Echeandia Trading Corporation E.I.R.L) , empresa enfocada a la comercialización de ropa y



calzado urbano con presencia en Lima y provincias como Trujillo, Piura y Chiclayo.

En el presente proyecto desarrollo el contenido de:

- Entrevista a usuarios y expertos para la validación de la solución
- Elaboración de la segmentación de mercado.
- Desarrollo y análisis de experimentos de concierge
- Desarrollo del plan financiero

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/in/miguel-angel-chaparro-angulo>

Espinoza Hernández, Naomi

Estudiante de la carrera de Administración y Negocios Internacionales en décimo ciclo. Actualmente laborando en la empresa Cencosud Retail S.A en el área de Supply Chain Innovation en la subgerencia de Abastecimiento. Intereses principales en negociación con proveedores, comercio internacional y logística. En la presente investigación realizó distintas funciones tales como:



- Búsqueda de problemática en la Sociedad
- Entrevistas a usuarios y expertos para la validación del problema
- Experimentos para la validación de modelo de negocio
- Organización y coordinación del grupo de trabajo

LINKEDIN: [HTTPS://WWW.LINKEDIN.COM/IN/NAOMI-ESPINOZA-857313160/](https://www.linkedin.com/in/naomi-espinoza-857313160/)

Varillas Almirco, Elder

Estudiante de décimo ciclo de la carrera de Administración y Negocios Internacionales, con interés en las importaciones de productos de diversos países. Trabaja actualmente recabando información estadística en la empresa Datasur que es una empresa chilena, enfocada en brindar servicio de inteligencia comercial. En el presente proyecto realizó diversas tareas como:



- Entrevista a expertos y usuarios para la validación del problema
- Análisis de los experimentos
- Desarrollo y análisis de experimentos concierge
- Desarrollo y análisis de plan financiero

Linkedin: <https://www.linkedin.com/in/elder-varillas-046614207/>

Mantilla Mendoza, Luana

Estudiante del décimo ciclo de la carrera de Administración y Marketing. En la actualidad labora en la empresa Bresdel, que pertenece al rubro minero, donde realiza diversas labores como estrategias de ventas y captación de nuevos clientes. En el presente proyecto ejecutó diversas tareas como:



- Entrevista a expertos y usuarios para la validación de la solución
- Planteamiento de objetivo a corto y largo plazo.
- Desarrollo y análisis de experimentos concierge
- Desarrollo y análisis de plan financiero

LINKEDIN: <https://www.linkedin.com/in/luana-mantilla-mendoza-8926b6174>

2. VALIDACIÓN DEL PROBLEMA

2.1. Breve explicación del problema que se espera resolver

El problema en la sociedad que se desea validar y resolver es la falta de conocimientos al comprar de manera internacional, debido a que, tienen temor y no se arriesgan a importar productos por falta de conocimientos básicos desde cómo buscar a un proveedor seguro, medios de pago, uso de plataformas web internacionales, qué tipo de incoterm usar, etc.

2.2. Diseño y guía de entrevistas de exploración

i. Guía para entrevistas a personas del público objetivo

Para las entrevistas a público objetivo, se ha tomado en consideración a personas con emprendimientos, con ganas de emprender o conocedores del tema con el fin de recopilar información y validar nuestra problemática.

Buenos días/tardes/noche, mi nombre es _____; estudiante del ____ ciclo de la carrera _____ de la UPC. En principio quiero comentarte que esta

entrevista es del curso de Emprendimiento; agradezco su participación en la investigación que estamos realizando.

Antes de comenzar, quiero comentarle que esta entrevista está siendo grabada con fines académicos.

- ¿Me comentas tu nombre y tu ocupación actual?
- ¿Nos puedes contar una situación cuando has querido importar o exportar, pero te ha limitado algún factor?
- ¿Cómo lo solucionaste o dejaste de importar?

¡Genial!, quiero comentarte que la entrevista será grabada para hacer un análisis, para ello te realizaré algunas preguntas

- ¿Alguna vez has importado o comprado algún producto ya sea por AliExpress, Shein, etc.? Cuéntanos tu experiencia
- ¿Tienes un emprendimiento propio o te gustaría tener uno? ¿Sobre qué rubro?
- ¿Cuéntame cuál crees que son tus mayores miedos a importar?
- ¿Alguna vez has imaginado importar en grandes volúmenes? Porque
- ¿Cómo te sueles informar respecto a las importaciones?
- ¿Tienes experiencia importando artículos para el propio uso? ¿Nos puedes comentar qué te ha importado y si tuviste alguna complicación con el proceso?
- ¿Conoces los medios de pago internacionales? Nos podrías mencionar algunos y quizás si tuviste algún inconveniente

i. Guía para entrevistas a expertos

Para las entrevistas a profundidad con expertos, se ha entrevistado a trabajadores de agente de carga, agente de aduanas, egresados de la carrera de negocios internacionales, entre otros. Con el fin de validar nuestra problemática y continuar con el análisis que nos pide el curso.

Buenos días/tardes/noche, mi nombre es _____; estudiante del ____ ciclo de la carrera _____ de la UPC. En principio quiero comentarte que esta entrevista es del curso de Emprendimiento; agradezco su participación en la investigación que estamos realizando.

Antes de comenzar, quiero comentarle que esta entrevista está siendo grabada con fines académicos.

- ¿Me comentas tu nombre, tu ocupación actual y la empresa en donde laboras o laboraste?
- ¿Coméntame cuál es tu experiencia?
- ¿Cuéntame una experiencia donde has tenido que explicarle a un cliente desde lo más básico, ¿cómo te sentiste, fue difícil?
- ¿Qué recomendaciones le darías a alguien que quiere importar o exportar?
- ¿Cuál fue su primera importación o exportación que realizó? ¿Y cómo fue esa experiencia?
- ¿Cuéntame cuales son las dificultades que tienen los importadores o exportadores al comenzar en este mundo de negocios internacionales?
- ¿Cómo podría ayudar a un exportador o importador que recién comienzan en este mundo?

2.3.Resultados obtenidos

Segmento de clientes

El segmento de clientes potenciales al cual nos dirigimos indicó las limitaciones y miedos al querer generar ingresos extras realizando importaciones son las siguientes:

- En primer lugar, para realizar importaciones deben informarse de manera detallada en diferentes páginas o blogs como PROMPERÚ, SIICEX, entre otros;

y a veces encuentran la información sobre los productos, proveedores, entre otros.

- En segundo lugar, se debe leer reiteradas veces porque la información tiene palabras técnicas de importación que dificulta a los emprendedores a entender rápido.
- En tercer lugar, los emprendedores tienen temor que el producto solicitado sea diferente, es decir, otro color, calidad, otras funciones, entre otros.

Segmento de expertos

Para obtener más ideas u opiniones el segmento de expertos mencionó lo siguiente:

- Es esencial investigar de manera detallada todo el proceso de importaciones desde su inicio hasta el final, sin omitir algún detalle pequeño.
- Trabajar en base a una proforma, es importante la organización, orden, tiempos y costos de la empresa.
- Es complicado encontrar a una agencia o persona que brinde la información que requiere un principiante en los negocios internacionales.
- Se debe tener un manual detallado paso a paso con respecto a los procesos administrativos y operativos hasta obtener experiencia suficiente.

2.4. Análisis y aprendizajes

Potenciales clientes

- Se pudo validar el problema en cuestión, ya que a pesar de tener noción con respecto a realizar importaciones o por la existencia de muchas páginas que brindan información, existen diversos factores que les impide realizar el proceso con éxito. Por ello, mencionas en la entrevista que necesitaron de un especialista en importaciones para que les otorgue orientación en su primera importación.
- Los emprendedores inician su negocio de importaciones sin conocimiento. Es decir, se guían de lo que dicen las páginas web y a veces es complicado. Por ende, recurren a contratar los servicios de un agente de carga para tener asesoría en todo el proceso.

- Se validó en las entrevistas realizadas a Jhonnell store y SoundA los problemas, ya que al realizar por primera vez importaciones tuvieron algunos inconvenientes, las cuales fueron: el flete, agencia de viajes e incluso la falta de contactos para poder tener una buena experiencia en sus emprendimientos.
- Se validó el miedo que tienen los emprendedores como que no llegue la mercadería, que su dinero sea robado y distintos miedos que se originan por falta de información.
- Las experiencias que han tenido los clientes potenciales al iniciar una importación no han sido exitosas en ocasiones. Por ende, es necesario tener un proceso de capacitación para tener los conocimientos necesarios sobre fletes, servicios de aduanas, métodos de pago y asesorías personalizadas.

Expertos

- El problema de los emprendedores al realizar su primera importación son sus dudas y miedos, por falta de conocimiento. Es por ello, que le otorgan seguimiento guiándose en todo el proceso de negocios internacionales. Asimismo, brindan confianza y seguridad para que el emprendedor pueda realizar solo su siguiente compra al exterior. Entonces, se puede apreciar que el problema realmente existe, puesto que necesitan una guía que les oriente a los que recién comienzan en los negocios internacionales.
- Las personas que importan actualmente tienen miedo a hacerlo por el alto costo de hacerlo, la inestabilidad política y alza excesiva del dólar. El conocimiento de cada una de las actividades que se debe realizar está en la web, pero no son fáciles de acceder a los mejores contactos o estafas. Por ende, el experto indicó que la empresa donde labora es una de las más completas.
- Se confirmó que es complicado brindarle mucha información básica al cliente, ya que retrasa su trabajo principal y corre el riesgo de no cerrar el negocio por el miedo, por lo cual se le recomienda informarse un poco antes de recurrir al agente de carga internacional para que tenga los conocimientos básicos.

- Los expertos en el área mencionaron el bajo apoyo que brinda MINCETUR a los emprendedores, dado que no brindan asesorías centradas en la importación de productos, son limitantes para que cada vez más personas se involucren en el mundo de los negocios internacionales, por lo que realmente hoy en día se necesita una fuente de información detallada.

Sustentación de la validación del problema

Entrevista: Validación del problema, número 1

Tipo de entrevistada: Potencial cliente

Nombres y Apellidos de entrevistada: Kelly García Romero

Actividad: Estudiante y emprendedora

Entrevistadora: Naomi Espinoza Hernandez

Registro y Resumen:



Se entrevistó a Kelly García Romero, 24 años, estudiante de Administración y Contabilidad. Ella ha importado productos para uso personal, su primera importación fue por la plataforma Wish, le generó un sentimiento de

miedo y desconocimiento de cómo pedir por dicha página; sin embargo, optó por pedir un producto sin mucho valor por la precaución que, si no le llegaba no perder ese dinero, también vació su tarjeta la cual pagó por prevención de que le dejaron en cero su cuenta. Luego de la espera y angustia llegó su producto a su casa, pero ese temor de importar siempre está ahí. Por otro lado, Kelly comenzará un emprendimiento joyería/bisutería dónde ha pensado importar de China dichos accesorios, dado que el costo de los productos es más barato que aquí en Perú. Decidió importar una caja llena de joyería, sin embargo, nos comenta que le causó pánico porque no sabía cómo comunicarse con su proveedor y le hubiera gustado aprender esos pequeños tips para realizar una importación más segura. Por último, se le preguntó cómo se informa respecto a importar y comentó que solo usa Google, pero no le dan una información tipo guía, no le fue útil al 100 %.

ENLACE DE LA ENTREVISTA: https://youtu.be/1vnyqt_Qsk

Entrevista: Validación del problema, número 2

Tipo de entrevistada: Potencial cliente

Nombres y Apellidos de entrevistada: Arlette García Montes

Actividad: Estudiante administración y negocios Int

Entrevistadora: Naomi Espinoza H.

Registro y Resumen:



Se entrevistó a Arlette García, 21 años, estudiante de Administración y negocios internacionales en UPC. En primer lugar, al preguntarle si alguna vez había importado algún

producto para uso personal respondió que no, fue muy inusual porque una persona joven estudiando administración y negocios internacionales y que no lo haya hecho es muy inusual, a lo que se le preguntó el porqué, comentó que tiene amigos con experiencias malas en dichas compras; suelen no llegar el pedido, se demora más de lo acordado, no le devuelven el dinero. Seguido de la entrevista, comentó que más que importar le llama la atención exportar, para ser precisa le gustaría exportar productos agrícolas, dado que su familia cultiva varios productos agrícolas, en especial espárragos. Actualmente, lo venden a acopiadoras a muy bajo precio cuando puesto en el mercado vale hasta el quíntuple, ella comenta que ve una oportunidad de negocio, pero a futuro. Por otro lado, nos comenta que a pesar de estudiar administración y negocios internacionales como seres humanos para dar el primer paso siempre necesitan una guía, no tiene en mente a quien recurrir solo a Google o asesores profesionales pero que tienen un precio elevado por cada asesoría.

ENLACE DE LA ENTREVISTA: <https://youtu.be/bgaKA75kcfA>

Entrevista: Validación del problema, número 3

Tipo de entrevistado: Experto

Nombres y Apellidos de entrevistado: Luis Castillo

Actividad: Ejecutivo de carga

Entrevistadora: Naomi Espinoza H.

Registro y Resumen:



Se entrevistó a Luis Castillo, asesor comercial en CLT, agencia de carga internacional. Sus principales funciones es cotizar a los clientes los productos que quieran importar o exportar y

tener contacto con ellos hasta que les llegue la mercadería. Se le preguntó su experiencia con primeros clientes, comentó que hay clientes que solo quieren importar, pero ni siquiera conocen términos básicos como proveedor, packing list, como negociar con sus proveedores, entre otros. Se le preguntó sobre sus experiencias con clientes inexpertos, comenta que hay clientes exigentes que a pesar de que no conocen creen que importar solo es hacer un clic, sin papeleo sin nada, él personalmente tuvo que asesorarlos desde lo más básico; sin embargo, esto lo hace porque quiere generar confianza, pero comenta que no muchos asesores lo hacen porque no es su trabajo. Este asesoramiento, no tiene costo alguno, pero hay un riesgo de que no se animen a importar o exportar, por lo que genera pérdida de tiempo en esos casos. Por otro lado, mencionó tres tips clave que daría a un importador inexperto; informarse sobre su producto es restringido, elegir bien al proveedor y hacer una pequeña investigación para que su carga llegue completa y sin fallos.

ENLACE DE LA ENTREVISTA: <https://youtu.be/-FS3axEwSpg>

Entrevista: Validación del problema, número 4

Tipo de entrevistada: Potencial cliente

Nombres y Apellidos de entrevistada: Rosa Luz Ayala Saavedra

Actividad: Estudiante

Entrevistadora: Thais Curotto

Registro y Resumen:



Se realizó la entrevista a Rosa Ayala estudiante de la carrera de Administración y Negocios Internacionales, la cual es un potencial cliente del servicio a ofrecer. Rosa indicó que ha

realizado importaciones de bajos volúmenes de joyas como aretes, pulseras entre otros. Manifestó que su limitación es el de que su producto no llegue o que la estafen, ya que son pequeños y piensa que se perderán en aduanas. Asimismo, ha tenido inconvenientes de compra cuando realizó un pedido se cobró de la tarjeta, pero nunca se registró en la página. Sus medios para realizar importaciones son Amazon y AliExpress. Indicó que en un futuro quisiera tener su propio emprendimiento de ropa y que le gustaría importar tela y para ello necesita indagar de mejor manera para realizar importaciones en grandes volúmenes. Debido a que tiene claro los conceptos de una importación, pero aplicarlo en un contexto real es complejo. Por último, indicó que le gustaría que existan tutoriales dinámicos y fáciles para entender los pasos de una importación o exportación.

ENLACE DE LA ENTREVISTA: <https://youtu.be/ghFkSR22eo8>

Entrevista: Validación del problema, número 5

Tipo de entrevistado: Potencial cliente

Nombre y Apellido entrevistado: Alejandro Menéndez Fano

Actividad: Estudiante - Emprendedor

Entrevistador: Thais Curotto

Registro y Resumen:



Se realizó la entrevista al cliente potencial Alejandro Menéndez Fano de octavo ciclo de la carrera de ingeniería civil. Indicó que ejerce un pequeño negocio de

importaciones de diferentes productos. Una de sus limitaciones es no saber el proceso adecuado para importar. Debido a que, en uno de sus pedidos de cremas aduana se lo retuvo por no contar con registro sanitario, él se puso en contacto en la aduana y le informaron toda la burocracia para poder sacar sus productos; aparte debía realizar un pago extra por no cumplir con las normas y obtenerlo. Por ende, decidió dejar el producto en la aduana por la falta de conocimiento. Asimismo, manifestó la inseguridad al comprar a un importador, antes de realizar la compra analiza las características del producto para no tener inconvenientes con respecto al precio-calidad. Asimismo, manifestó que le gustaría poder encontrar páginas que expliquen estos procesos fáciles de entender.

ENLACE DE LA ENTREVISTA: https://youtu.be/dL4Ww4_B1Z0

Entrevista: Validación del problema, número 6

Tipo de entrevistado: Experto

Nombre y Apellido entrevistado: Benjamín Zúñiga

Actividad: Abastecimiento de comercio exterior

Entrevistador: Thais Curotto

Registro y Resumen:



Se entrevistó a Benjamín Zúñiga, el cual es practicante profesional de abastecimiento y comercio exterior en la empresa Montana. Actualmente, se encarga de las compras de importaciones y

exportaciones, contacto con proveedores, seguimiento, entre otros. Uno de los principales problemas de los clientes son el flete, contenedores, tiempo, entre otros. Indicó que para un importador o exportador es esencial el conocimiento de incoterms para saber cuál utilizar al momento de realizar su gestión. Además, que los futuros importadores y exportadores trabajen en base a una proforma, que tengan orden y se planifiquen con sus tiempos, costos y posibles resultados. Recomiendo a los emprendedores que lean artículos que promociona el MINCETUR y ver temas de documentación o contactar con un agente de aduanas para poder estudiar el proceso a detalle.

ENLACE DE LA ENTREVISTA: <https://youtu.be/EvZHge4ZxGA>

Entrevista: Validación del problema, número 7

Tipo de entrevistado: Potencial cliente

Nombre y Apellido entrevistado: Katuska Salas

Actividad: Estudiante y emprendedora

Entrevistador: Elder Varillas Almirco

Registro y Resumen:



La entrevista se realizó a la estudiante universitaria Katuska Varillas Salas de décimo ciclo de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas de la carrera de Administración y Negocios

Internacionales, perteneciente al tercio superior de su carrera. Katuska nos comenta que tuvo problemas al momento de realizar una importación ante la falta de conocimiento de obtener correctamente la partida arancelaria. Así que necesariamente tuvo que recurrir a un especialista para poder solucionar este problema. A pesar de esta mala experiencia ella nos comenta que no ha dejado de importar, sino que toma capacitaciones en diferentes institutos con el fin de obtener más conocimientos. También comentó sobre su primera importación en la cual tuvo miedo de importar por falta de conocimiento, ser estafada o que su producto llegara en mal estado. Sin embargo, lo hizo a pesar del miedo y trajo por primera vez una zapatilla por AliExpress. Asimismo, la entrevistada nos menciona que le gustaría tener un emprendimiento propio en el que ella pueda gestionarla de manera exitosa en el rubro de compra y venta de productos. Del mismo modo, señaló que en un futuro le gustaría importar grandes volúmenes de mercadería con capital propio para poder llegar a ser independiente y poder aprender más sobre el mundo de los negocios internacionales.

ENLACE DE LA ENTREVISTA: <https://www.youtube.com/watch?v=Tc6LDYmvOUY>

Entrevista: Validación del problema, número 8

Tipo de entrevistado: Potencial cliente

Nombre y Apellido entrevistado: Isabel Rodríguez Canteño

Actividad: Estudiante y emprendedora

Entrevistador: Elder Varillas Almirco

Registro y Resumen:



La entrevista se realizó a Isabel Rodríguez Canteño con edad de 21 años, estudiante de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas perteneciente al octavo ciclo de la carrera de

Administración y Negocios Internacionales. Ella nos comenta durante la entrevista que uno de los factores que tuvo cuando importó en anteriores ocasiones es el miedo a ser estafado y que el producto no llegue como ella lo esperaba. Asimismo, nos comentó que trajo productos de AliExpress para su uso personal a modo de prueba en la que agarró confianza para futuras importaciones para fines comerciales. También comentó que tiene un emprendimiento con un socio en la cual están dedicados en el rubro de tecnología. De la misma manera, comenta que le gustaría importar en grandes volúmenes pero que por falta de capital no puede realizarlo, pero en un futuro cercano lo hará. La entrevistada menciona que la manera de informarse que ella realiza es investigar en internet buscando los mejores proveedores y que sean confiables. Además, tomó clases con una especialista en importación para poder traer con éxito sus importaciones en la cual se capacitó por su cuenta. Por último, nos comenta que para sus importaciones suele pagar mediante transferencia bancaria una vez que certifique que el proveedor es confiable.

ENLACE DE LA ENTREVISTA: <https://www.youtube.com/watch?v=YVYtGeO9wLs>

Entrevista: Validación del problema, número 9

Tipo de entrevistado: Experto

Nombre y Apellido entrevistado: Elita Maguiña

Actividad: Profesional Administración y Negocios Internacionales

Entrevistador: Elder Varillas Almirco

Registro y Resumen:



La entrevista se realizó a Elita Maguiña con edad de 47 años y su ocupación actual es la de Gerente de Negocios Internacionales y nos cuenta durante la entrevista que cuando

ella tuvo que explicarle a una persona sobre cómo debería realizar una importación la persona tenía miedo. Así que tenía que decirle el paso a paso. Asimismo, les recomienda a sus clientes que trabajen con el banco dado que con ellos se aseguran de que no les estafen. También nos comenta que su primera importación fue calaminas para una empresa en el rubro de construcción. De la misma manera, señala que los problemas que tienen los que recién importan son los impuestos y la falta de conocimiento de ello por lo que necesitan a una persona que les guíe respecto a eso y sobre algunos procesos que desconozcan. Por último, nos comenta que ella puede ayudar a los que recién comienzan explicándole todo el proceso de logística.

ENLACE DE LA ENTREVISTA: <https://www.youtube.com/watch?v=8XEFoNT-jNU>

Entrevista: Validación del problema, número 10

Tipo de entrevistado: Potencial cliente

Nombre y Apellido entrevistado: María Elena Peña Ángeles

Actividad: Dueña de Jhonnell Store

Entrevistador: Nathaly Valencia Paucar

Registro y Resumen:



La siguiente entrevista se realizó a la emprendedora Elena Peña, vende diversos productos para el hogar mediante un proveedor que importa al Perú, su marca

recién se ha lanzado al mercado, específicamente hace un mes. La modalidad de importación es 1 / 4 de contenedor dependerá de los productos que vengan en ese contenedor, es decir ella no escoge qué tipo de productos le vendrá. Nos comentó que al comprar por una empresa ya establecida en el mercado para importar es muy cara y no le sale a cuenta, al contrario, gasta mucho más de lo que se espera. La idea de importar nace de la pandemia por la pérdida de su principal fuente de ingreso. Como se mencionó anteriormente, está trabajando con un intermediario, pero le gustaría tener el contacto directo de la persona que exporta sus productos, para de esta manera disminuir costos y tener una mayor capacidad de venta. De la misma manera, señala algunos inconvenientes en su proceso como escoger un buen importador, tener las ganas, pero no la ayuda le está dificultando a avanzar con su negocio.

ENLACE DE LA ENTREVISTA: <https://youtu.be/DFS5TjcEkQ4>

Entrevista: Validación del problema, número 11

Tipo de entrevistado: Potencial cliente

Nombre y Apellido entrevistado: Luis Matías Ninanya

Actividad: Dueño de la empresa SoundA

Entrevistador: Nathaly Valencia Paucar

Registro y Resumen:



La siguiente entrevista se realizó a Luis Matías, vende diversos productos electrónicos como audífonos, parlantes, accesorios para grabar, entre otras cosas.

Tiene en el mercado más de dos años ha exportado una vez, por ello se ha optado por entrevistarlo para conocer porque desertó de esa idea y qué otra opción ha tomado para obtener sus productos. El desconocimiento de los procesos, el conocimiento y la información existe, pero es muy engorroso y tienen que saber de dónde sacarlo. Realizó una sola importación y quiso introducir al mercado un producto exportado con su marca, el importar a grandes volúmenes para reducir costos. Por ello, decidieron trabajar con proveedores ya que es más fácil y totalmente seguro en la calidad.

El desaduanaje fue difícil sacar la mercadería, solicitar permiso y pagar altos costos por que la mercadería se retuvo más tiempo. Los tipos de pagos son diversos lo cual ayuda a mejorar y ser más rápido en su negocio.

ENLACE DE LA ENTREVISTA: <https://youtu.be/lhcrqZCSlws>

Entrevista: Validación del problema, número 12

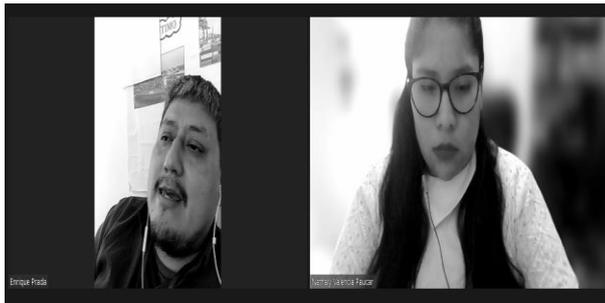
Tipo de entrevistado: Experto

Nombre y Apellido entrevistado: Enrique Prada Peña

Actividad: Gerente de Operaciones de Orbe Aduanas (World ADU-LOG)

Entrevistador: Nathaly Valencia Paucar

Registro y Resumen:



La siguiente entrevista se hizo al sr. Enrique Prada trabaja en una agencia de aduana como operador logístico internacional, para importación y exportación de

productos de diferentes categorías. Algunas de las actividades que realiza en esa empresa es agenciamiento de carga o aduana, agente de seguro de cargas internacionales, transporte y distribución local, cargas proyecto, almacenamiento y servicio Courier. En los puntos más importantes que nos comenta es que la inestabilidad política que las personas importan es que el precio siga en aumento, dado que el dólar va en aumento y muchas personas tienen miedo a seguir importando por los altos costos. Las importadoras que trabajan son de diferentes tipos de empresas desde una pequeña hasta las más grandes, por ejemplo, Redondos hacen importaciones de huevos desde Colombia. Otro punto que nos contó que el mayor problema es la falta de contenedores y altos costos en el flete. A diferencia de las exportaciones de materia prima es más fácil y tiene menores costos, pero tiene el mismo problema de contenedores, los principales productos que exportan son las menestras y frutos. En conclusión, como recomendación para todas las personas que desean exportar o importar es hacer un estudio del mercado al cual se incorporan de esta manera suprimen el riesgo que pueden tener en el mercado.

ENLACE DE LA ENTREVISTA: https://youtu.be/zArd_fCD4gg

Entrevista: Validación del problema, número 13

Tipo de entrevistado: Potencial cliente

Nombre y Apellido entrevistado: Victor Stefano Ramírez Falcon

Actividad: Estudiante de Administración y Negocios Internacionales

Entrevistador: Ronald Jesús Chapoñan Navarrete

Registro y Resumen:



Se logró entrevistas a Victor Stefano Ramirez Falcon, de 22 años, estudiante de la carrera de Administración y Negocios Internacionales. Su aporte fue de gran utilidad ya que nos mencionó

la compra de un artículo para escritorio, Silla Gamer, por el aplicativo de Wish. Él entrevistado mencionó el desconocimiento en su proceso de compra en esta conocida plataforma, sin ningún inconveniente realizó el pedido del producto, pero con el temor de que el tiempo de espera de llegada sea largo ya que por experiencias de conocidos y amigos le mencionaron que puede pasar hasta 4 meses sin tener el producto en las manos del cliente, sin embargo, se arriesgó concretando el proceso de compra. Así mismo, Victor está dispuesto a abrir su emprendimiento virtual de periféricos, pero no compraría en grandes volúmenes debido a la poca información que posee sobre los costos de aduanas. Al finalizar, nos comentó su conocimiento a nivel intermedio sobre temas de importación, tiene una base de conocimiento gracias a la UPC.

ENLACE DE LA ENTREVISTA: <https://youtu.be/BCBjn7aflkg>

Entrevista: Validación del problema, número 14

Tipo de entrevistado: Potencial cliente

Nombre y Apellido entrevistado: María Rosa Palomino Guevara

Actividad: Estudiante de Administración y Marketing - Emprendedora

Entrevistador: Ronald Jesús Chapoñan Navarrete

Registro y Resumen:



Se entrevistó a María Rosa Palomino Guevara, de 20 años, estudiante de la carrera de Administración y Marketing. Según la información recolectada que fue de gran

utilidad, nos mencionó la compra de artículos para la fabricación de pulseras (mostacillas) por la plataforma de Wish, ya que en la actualidad cuenta con un emprendimiento, sin embargo, dejó de trabajar con esta página debido a la demora en el tiempo de entrega además de lo difícil que es coordinar un punto de recojo por su lugar de residencia que es Ayacucho. Hoy en día trabaja con AliExpress por la calidad de productos que ofrece, además de la facilidad de poseer un contacto directo con los diversos proveedores que trabaja actualmente. Cabe resaltar, que a corto plazo no se ve importando en cantidades masivas por lo que sus propios productos cubren la demanda necesaria comprando al por menor. Para concluir, nos mencionó su conocimiento a nivel básico sobre temas de importación gracias a artículos visualizados en Google.

ENLACE DE LA ENTREVISTA: <https://youtu.be/BwBH4YEwRQw>

Entrevista: Validación del problema, número 15

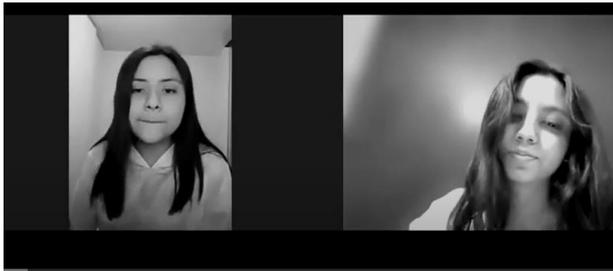
Tipo de entrevistado: Potencial cliente

Nombre y Apellido entrevistado: María Solís Hernández

Actividad: Administrativa BCP

Entrevistador: Naomi Espinoza Hernández

Registro y Resumen:



Se entrevistó a María Solís Hernández de 25 años. Actualmente labora en el BCP y tiene una hija de 2 años. En primer lugar, comentó que a ella

le encanta comprar cosas fuera de lo común para su hija, por ejemplo, cuando su menor hija comenzó a comer ella quería comprar esos baberos de silicona que aquí en Perú en ese momento era difícil de conseguir por ello entro a páginas de China donde encontró los productos que buscaba con un precio super accesible. Sin embargo, comentó que esa fue la primera vez que entraba a esa página y le daba desconfianza que le dupliquen la tarjeta o que no le llegará el producto, lo que hizo fue buscar opiniones en Google donde comentó que el 50 % de opiniones le daban confianza y el otro 50 % desconfianza, igual decidió arriesgar con productos con un menor valor y con una tarjeta de débito donde tenía solo lo necesario. Por último, manifestó que le hubiera gustado tener una guía confiable o una persona que le guíe en ese caso, pero los cursos o asesores están dirigidos para importar para negocio y no de manera personal.

ENLACE DE LA ENTREVISTA: <https://youtu.be/Dzsvo9iq4Ek>

Entrevista: Validación del problema, número 16

Tipo de entrevistada: Potencial cliente

Nombres y Apellidos de entrevistada: Ariana Ascue

Actividad: Estudiante de Derecho

Entrevistadora: Naomi Espinoza Hernández

Registro y Resumen:



Se entrevistó a Ariana Ascue de 20 años. Actualmente estudia en la facultad de Derecho en la provincia de Ica. En primer lugar, comentó que ella quería empezar con un pequeño emprendimiento

de bisutería con precios accesibles y modelos en tendencia por lo que viajó a Lima a buscar productos con calidad, precio y tendencia, sin embargo, no encontró lo que estaba buscando ya que si bien es cierto tenía precios accesibles pero los modelos eran anticuados. Luego de ello recordó que su amiga de la universidad le había comentado que se compró fundas de celulares en AliExpress y decidió entrar a curiosear en la página, le pareció los modelos en tendencia y el precio era mucho más accesible, decidió importar unos cuantos productos pero el proceso comentó que fue tedioso, dado que no tenía ni idea como empezar o hacer que solo le cobren un envío si era el mismo proveedor o si tenía la certificación por la página elegida, su experiencia se resume en acierto y error.

ENLACE DE LA ENTREVISTA: <https://youtu.be/Dzsvo9iq4Ek>

Entrevista: Validación del problema, número 17

Tipo de entrevistado: Experto

Nombre y Apellido entrevistado: Jean Pierre Ayala Boldrini

Actividad: Gerente General de Medical Healthy Lab S.A.C y asesor de importaciones

Entrevistador: Ronald Chapoñan Navarrete

Registro y Resumen:



La entrevista realizada a Jean Pierre Ayala Boldrini, de 27 años, bachiller en negocios internacionales y actual gerente general de Cuidavic, empresa del rubro de vitaminas. Es un

especialista en el tema de importaciones, brindando asesorías a jóvenes emprendedores que buscan formar un negocio hoy en día, nos comenta que es un poco complicado explicar a personas que son nuevas en este negocio, puesto que existen temas como los Incoterms que implican un conocimiento a nivel intermedio para poder elegir la opción óptima para traer sus productos de otros países. Una recomendación que mencionó en la entrevista fue que toda persona que busque incursionar en el tema de negocios internacionales debe entender que hay un máximo de compra de 200 dólares para no pagar temas de aduanas, lamentablemente existen compradores que sobrepasan esta cantidad y a futuro tienen problemas con SUNAT. El mayor problema para los importadores según su experiencia es la poca capacitación que se tiene de parte de MINCETUR, lo cual genera que se restrinja la fomentación e implementación de personas a este rubro de importaciones.

ENLACE DE LA ENTREVISTA: https://youtu.be/_NiGhGfaP

Entrevista: Validación del problema, número 18

Tipo de entrevistado: Potencial cliente

Nombre y Apellido entrevistado: Valeria Ramos Villanueva

Actividad: Administradora

Entrevistador: Luana Mantilla

Registro y Resumen:



Valeria señala que en ocasiones anteriores ha importado productos para uso personal y para su pequeña hija. Los productos más frecuentes que importaba son: carteras, aretes, entre otros. La

única plataforma que ha importado es por Wish, al principio menciona que tenía miedo por el medio de pago, dado que tenía que insertar los datos de su tarjeta y además tenía temor por el tiempo de entrega, sin embargo, conforme pasa el tiempo ya se sentía más segura al momento de comprar, ya que eran plataformas muy reconocidas que tenía un respaldo de por medio. Por otro lado, Valeria menciona que le gustaría iniciar un emprendimiento relacionado al rubro de accesorios personas o bisutería, puesto que se observó que era un negocio muy rentable, pero no tiene mucho conocimiento de cómo importar adecuadamente, además menciona que ella se informa mayormente por YouTube, dado que le parece que los videos son más didácticos y entendibles.

ENLACE DE LA ENTREVISTA: <https://youtu.be/vwDMC-x0L7k>

Entrevista: Validación del problema, número 19

Tipo de entrevistado: Potencial cliente

Nombre y Apellido entrevistado: Ronald Morales

Actividad: Estudiante de Administración de Empresas

Entrevistador: Luana Mantilla

Registro y Resumen:



La entrevista realizada a Ronald de 29 Años, estudiante de la carrera de administración de empresas, fue de mucho aporte para la investigación, ya que nos mencionó que veces anteriores ya

había importado productos para su hija por medio de la plataforma de Wish, en lo cual hizo hincapié de que el producto demoraba mucho en llegar y también había comprado accesorio para damas por AliExpress. Asimismo, menciona que uno de sus mayores miedos al momento de importar es que no le llegue el producto y no saber con qué proveedor está haciendo el pedido, además confía en los métodos de pago cuando compra en plataformas reconocidas. Uno de los medios por los que se informa al momento de importar es YouTube, ya que por ese medio los mencionan paso por paso. Por otro lado, destaca que le gustaría emprender con productos importados como zapatillas, pero no tiene mucha información en plataformas digitales.

ENLACE DE LA ENTREVISTA: <https://youtu.be/wwPilQlbVME>

Entrevista: Validación del problema, número 20

Tipo de entrevistado: Potencial cliente

Nombre y Apellido entrevistado: Jhordan Morales

Actividad: Emprendedor

Entrevistador: Elder Varillas

Registro y Resumen:



La entrevista se realizó a Jhordan Morales, de 24 años, que es un emprendedor que se dedica a la venta de filtros en el mercado nacional. Durante la entrevista nos comenta que sus ventas se han encontrado en crecimiento en los últimos años. Es por ello, que ahora ha

decidido importar filtros de China para que sea más rentable y tenga mayor utilidad. Sin embargo, menciona que tiene mucho miedo al realizar esta importación porque tiene miedo a perder el dinero. Es por ello, que se asesoró y busco mucha información para poder importar de manera segura. Asimismo, cuenta que ya está en negociaciones con una empresa para traer el producto y que el método de pago sea una transferencia bancaria. Por último, nos comenta que no ha pensado en importar en grandes volúmenes debido a que no cuenta con un gran capital.

ENLACE DE LA ENTREVISTA:

<https://www.youtube.com/watch?v=tOEwNYatwN0&t=3s>

Entrevista: Validación del problema, número 21

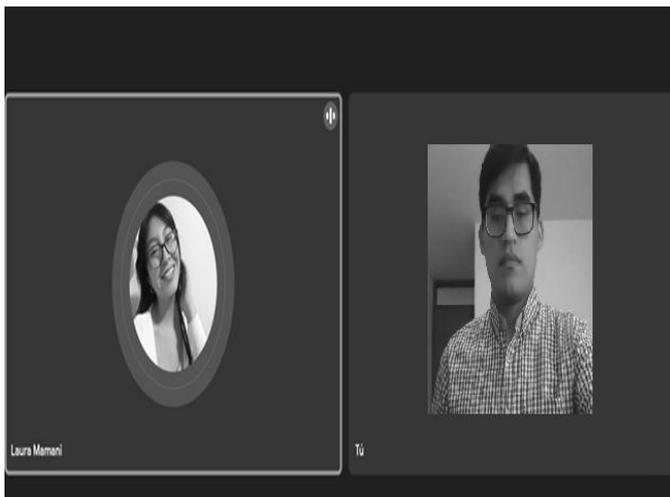
Tipo de entrevistado: Potencial cliente

Nombre y Apellido entrevistado: Laura Mamani

Actividad: Estudiante de Negocios Internacionales

Entrevistador: Elder Varillas

Registro y Resumen:



La siguiente entrevista se realizó a Laura Mamani estudiante de Negocios Internacionales en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Sus comentarios fueron de mucha utilidad, ya que menciona que si ha realizado pequeñas importaciones en plataformas

como Alibaba y AliExpress para su uso personas. Asimismo, menciona que al momento de realizar su primera importación tuvo mucho miedo puesto que tenía miedo de que su producto no le llegará. Sin embargo, se arriesgó y su producto llegó en el tiempo previsto. Por último, nos menciona que a pesar de haber estudiado negocios internacionales al principio sintió un temor por importar y que necesitaba la ayuda de un experto del sector para realizar con éxito su importación.

ENLACE DE LA ENTREVISTA: <https://www.youtube.com/watch?v=FQge-OoTvdU>

Entrevista: Validación del problema, número 22

Tipo de entrevistado: Potencial cliente

Nombre y Apellido entrevistado: Valeria León

Actividad: Estudiante de Ingeniería Industrial

Entrevistador: Miguel Chaparro

Registro y Resumen:



La entrevista se realizó a Valeria León, estudiante de Ingeniería Industrial de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Es importante resaltar los resultados, dado que menciona que sí ha

realizado importaciones para su negocio familiar de ópticas. Asimismo, señala que tiene conocimiento de plataformas como AliExpress y Wish para importaciones de productos personales. Por un lado, la primera plataforma en mención le brindó una buena experiencia de compra, aunque en su primera compra le generó desconfianza, dado que no sabía si el producto iba a llegar de acuerdo con sus expectativas. Por otro lado, la segunda plataforma no cumplió con lo establecido, por lo cual pidió un reembolso de su dinero. De igual manera, destaca que no existe la información necesaria en internet acerca de las importaciones como costos, preguntas frecuentes, entre otros. Finalmente, comenta que para conocer más sobre las importaciones acude a las personas expertas en el sector para que le brinde el soporte necesario con su pedido.

ENLACE DE LA ENTREVISTA: https://www.youtube.com/watch?v=P8nsDf3R_-o

Entrevista: Validación del problema, número 23

Tipo de entrevistado: Potencial cliente

Nombre y Apellido entrevistado: Christian Ramos

Actividad: Estudiante de Comunicaciones

Entrevistador: Miguel Chaparro

Registro y Resumen:



La entrevista se realizó a Christian Ramos, estudiante de Comunicaciones de la Universidad de Lima. El entrevistado menciona que cuenta con experiencia en el sector de importación para su uso

personal. Sin embargo, menciona que existe poca información en las plataformas de importación, señala que sus mayores temores son cómo llegarán sus productos y si cumplirá su expectativa, según las fotografías. Asimismo, cuenta con un emprendimiento enfocado a la venta de accesorios para celular y productos tecnológicos, por lo cual acude a AliExpress para buscar sus proveedores. De igual manera, enfatiza en que la mayoría de las plataformas no cuenta con un filtro necesario acerca de las fotografías, dado que la mayoría cuenta con las mismas y no ofrecen el mismo producto. Finalmente, destaca que se informa acerca de importaciones por la red social, Tik Tok, dado que puede encontrar recomendaciones y proveedores de los productos en tendencia.

ENLACE DE LA ENTREVISTA: <https://youtu.be/3dVocJhlK44>

Entrevista: Validación del problema, número 24

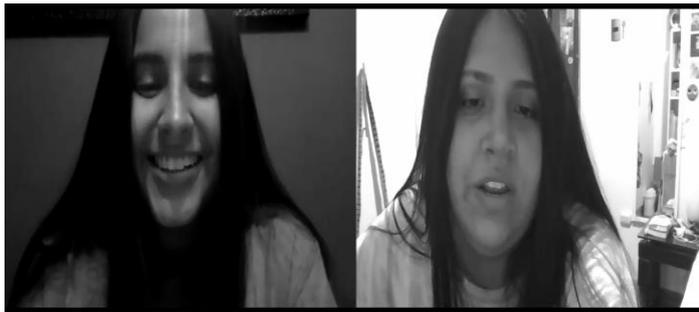
Tipo de entrevistado: Potencial cliente

Nombre y Apellido entrevistado: Jimena Gallardo

Actividad: Estudiante de Psicología

Entrevistador: Thais Curotto

Registro y Resumen:



Se entrevistó a Jimena Gallardo de 23 años, estudiante de psicología. La entrevistada informa que realiza ventas de productos para perros. A

su vez, señala que en ocasiones ha tenido el interés de realizar donde ha realizado importaciones, pero no tuvo buenas experiencias. En primer lugar, compró productos para perros porque le salía más económico. Sin embargo, no llegó a tiempo y se quejó en la página web, pero no la tomaron en cuenta. En segundo lugar, una compra de caja de herramientas para su uso personal y tampoco cumplieron con entregarle a tiempo; además no le entregaron lo que pidió y como disculpa le regalaron un gorro. Pero, no le devolvieron su dinero, lo cual la dejó insatisfecha. En la actualidad, informa que prefiere comprar a nivel nacional, le sale un poco más caro, pero puede ver el producto que está comprando. Se le preguntó cómo se informa respecto a importar y comentó que solo usa Google, es decir, no tiene una información detallada. Manifestó su insatisfacción con las importaciones y que le gustaría realizarlas en gran volumen, pero teniendo conocimiento para no perder su dinero y tiempo.

ENLACE DE LA ENTREVISTA: https://youtu.be/Fvws2s4_uNw

Entrevista: Validación del problema, número 25

Tipo de entrevistado: Potencial cliente

Nombre y Apellido entrevistado: Fabricio Sandoval

Actividad: Estudiante de ingeniería empresarial

Entrevistador: Thais Curotto



Registro y Resumen:

Se realizó la entrevista al cliente potencial Fabricio Sandoval del 7mo ciclo de la carrera de ingeniería empresarial. Trabaja en una empresa en el área de Centro De Atención Telefónica. Indicó que realizó importaciones de

gorras y que no le llegaron a tiempo. Por lo tanto, perdió a sus compradores y tuvo que rematar sus productos para que se vendieran rápido. Le gustaría hacer su emprendimiento de ropa o de skates de marca original, entre otros, ya que son solicitados por un nicho específico. Sus mayores miedos es la incertidumbre que arriesga en importar y que no cuenta con un capital para poder realizar las compras en grandes volúmenes. Asimismo, el tiempo es perjudicial si el proveedor no cumple con la fecha establecida. Indicó que se informa sobre importaciones a través de la aplicación del comercio, publicaciones en Facebook y en Tik Tok. En el 2021 realizó una compra de iPhone 11 para su uso personal a través del intermediario FedEx Express y se demoraron 3 meses en entregar su producto y le habían informado que el plazo máximo era 30 días, él pensó que lo habían estafado y no iba a llegar su producto. Los medios de pago que conoce son PayPal o las tarjetas de débito o crédito.

ENLACE DE LA ENTREVISTA: <https://youtu.be/DmV5c0mU44o>

3. VALUE PROPOSITION CANVAS

3.1. Perfil del cliente

Trabajos / tareas

Para agrupar los gustos e intereses de nuestros potenciales clientes se ha analizado las tareas y trabajos que estos tienen que realizar para decidir importar. Por ello, se analizó que desde un inicio ellos tienen que buscar información sobre los productos en tendencia en el caso que quieran importar. A su vez, realizan comparaciones en el mercado como búsqueda de página para que les ayude a obtener información verídica de cada proceso que ellos deben realizar para tener una buena importación.

Del mismo modo, se encontró otro perfil de cliente que realiza una búsqueda mediante blogs, historias de otros emprendedores, ayuda de especialistas, agencia de aduanas, organizaciones estatales que cuentan con experiencia en los procesos de importación. Es importante resaltar que cada uno de los perfiles de nuestros clientes son diversos, ya que no van a buscar lo mismo. En algunos casos, nuestro cliente solamente va a querer recibir asesorías para poder emprender y obtener toda la información necesaria, empresas que les pueden ayudar y sobre todo la orientación y guía en el proceso de búsqueda de productos idóneos para la importación. En contraste, la búsqueda de agentes que agreguen valor a la empresa que decida empezar a exportar sus bienes o servicios.

Alegrías

Es importante conocer qué les motiva a nuestros potenciales clientes. Para ello, una de las alegrías principales que hemos encontrado es el estar seguro de realizar una apropiada empresa importadora de algún producto en específico. Es satisfactorio si está le generen ingresos, estabilidad económica e incluso estabilidad emocional, dado que ante la actual coyuntura muchas familias peruanas han perdido sus trabajos, sus principales ingresos haciendo que muchos se sienten frustrados, ansiosos y preocupados. Otra consecuencia, genera alegría realizar su primera importación, para ello no es necesario que éstas tengan un estudio avanzado o tener el experto en todos los procedimientos que una importadora debe tener obteniendo un servicio agradable, una asesoría personalizada, un constante seguimiento de cómo está yendo proceso para obtener mayores alegrías. Un cliente alegre es un

cliente que va a poder obtener mayores beneficios, rentabilidad y sobre todo estabilidad emocional, puesto que va a poder solventar sus familias. Tener un aplicativo como Easy Comex va a ayudar a que cada una de las familias emprendedoras tengan un mayor acceso a toda la información que necesitan.

Frustraciones

Por último, para poder analizar cada una de las frustraciones que tiene nuestro perfil del cliente idóneo para Easy Comex dependerá de cada una de las experiencias que hayan vivido con anterioridad. Una de las mayores frustraciones que tienen los clientes es el miedo a la estafa, puesto que es un producto que aún no ven solo se dejan guiar por lo que el vendedor dice en ese caso tienen miedo a ser estafados con el precio, calidad del producto, o simplemente que no le llegue la mercancía solicitada. Por otro lado, la búsqueda de agencias con precios más accesibles nuestros agentes de carga idóneos para el producto que ellos están importando, perder la ruta de su pedido, no saber si está en proceso de envío o en proceso de empaquetado es algo que genera muchos sentimientos negativos. Además, que el vendedor no te brinde la opción de cambio devolución si en algún producto está en mal estado, o que te digo una fecha y nunca llegué en el estimado son cosas que cada uno de nuestros emprendedores peruanos cada vez toman más importancia esto causa de la inestabilidad económica política que se está viviendo. Otra de las frustraciones encontradas es no contar con suficiente información de gestores operativo-administrativos para estos procesos, altos costos de conseguir un buen agente de carga o un buen agente de aduana. Además, tiene la preocupación de obtener un buen proveedor siendo este uno de los principales actos que hacen tomar la decisión al emprendedor de hacer una importación directa.

3.2. Mapa de valor

Creadores de alegría

Para la elaboración del mapa de valor de nuestros clientes, se realizó la búsqueda de alegrías, antes, durante y después del uso de la aplicación Easy Comex, lo cual nos facilita la información a los clientes para poder realizar importaciones. En primer lugar, la aplicación ayuda a emprendedores que no cuentan con conocimientos técnicos o piensan que realizar importaciones es una tarea difícil, lo cual responde al perfil de alegrías del cliente el cual señala que busca tener acceso a

la información con palabras fáciles de entender. En segundo lugar, la aplicación es dinámica y ofrece atención personalizada, lo cual genera interés por parte del cliente de seguir aprendiendo. En tercer lugar, la burocracia de los trámites es explicada detalladamente para que el cliente entienda fácilmente y se anime a iniciar sus procesos de importación, la aplicación genera confianza e ingresos a los clientes que usan la aplicación. En cuarto lugar, la aplicación otorga asesorías las 24 horas del día para que el cliente tenga una orientación adecuada y pueda realizar su primera importación, así que el cliente con toda la información recabada en la aplicación podrá iniciar a emprender y reducir costos, ya que no será necesario pedir ayuda de un experto. Por último, el pago de la aplicación es sencillo de realizar, otorga seguridad, proveedores, agentes; los cuales son evaluados de manera regular por el usuario calificando su atención y servicio post-venta.

Productos o servicios

Otro de los factores de relevancia con respecto a la elaboración del mapa de valor para nuestros clientes incluye la facilitación de los servicios que requieren, en una sola aplicación. En primer lugar, se analizó que el cliente busca un lenguaje sencillo para poder entender la información que a veces no se encuentra completa en Google. En segundo lugar, los videos o lecturas con respecto a importar o exportar productos no son dinámicos, lo cual puede aburrir al cliente en el proceso de aprendizaje, por ello ofrecemos una manera didáctica para que el usuario tenga éxito aprendiendo y poniendo en práctica su importación o exportación. En tercer lugar, algunas páginas no están actualizadas lo cual genera desconfianza de la información que brindan, la aplicación se encuentra actualizada en incoterms, trámites, direcciones, procesos, entre otros. Por último, el cliente debe buscar información en diversas páginas o lugares, lo cual genera pérdida de tiempo y confusión, con la aplicación tienen todo lo que buscan al alcance. La aplicación Easy Comex ofrece la solución respecto a lo planteado por el cliente, ya que ofrecerá no solo información completa para los emprendedores, sino también diversas opciones para complementar el aprendizaje de manera dinámica; entre lo que se necesita para importar, conferencias, asesorías personalizadas, seguimiento del pedido, trámites, notarios, socios comerciales, entre otros. Por otra parte, para una ventaja competitiva se buscará una solución más detallada y completa, la cual va a garantizar la seguridad del emprendedor para empezar a importar de manera

correcta. Asimismo, el emprendedor puede buscar ingresos extras y reducir costos, ya que no necesita un guía porque podrá realizar de manera independiente los procesos a realizar para una importación gracias a todas las funcionalidades que otorga la aplicación. Por último, las conferencias son innovadoras, ya que incentivan a los principiantes a realizar de manera individual sus negocios de importación.

Aliviadores de frustraciones

En el sector comercial internacional es complicado poder adquirir la información en un solo lugar, las personas que desean importar productos deben buscar en diversos servidores, las gestiones administrativas y operativas no son detalladas. Otro factor, es que existen personas que te ofrecen ayuda; existen casos donde estafan por un trámite sencillo de realizar y piden a cambio de una elevada cantidad de dinero. Los emprendedores que desean iniciar a exportar o importar no pueden porque existe demasiada información que puede o no estar actualizada. Asimismo, tienen temor a realizar estos procesos por cuenta propia, ya que pueden equivocarse o no recibir sus pedidos a tiempo. Por otro lado, muchos emprendedores tienen las ganas de empezar su negocio, pero piensan que los costos pueden ser muy elevados o les resulta difícil saber cómo realizar diversos procedimientos de importación, donde conseguir proveedor, que productos están permitidos, en qué país existen tratados de libre comercio, entre otros. Por ende, la aplicación brindará la seguridad de que el cliente pueda realizar un seguimiento de su producto y empezar desde un nivel principiante su negocio. Además, el cliente podrá personalizar la aplicación según su uso. Esto quiere decir, para importar y qué tipos de productos. Así la aplicación le pondrá los ítems necesarios para su búsqueda y evitará confusiones. Por último, otorgará diversos proveedores para que el usuario evalúe que le conviene y contarán con ayuda personalizada todo el día.

Figura 2

Buyer, persona



3.4. Descripción de la propuesta de valor

La idea de negocio busca apoyar a los clientes de manera rápida sobre los negocios internacionales, para que puedan realizar sus compras con los conocimientos necesarios y el respaldo de que será un proceso de compra óptimo. Asimismo, la información está planteada de forma dinámica para que el usuario pueda comprender de manera rápida y no considere que el proceso de importar es complicado.

Además, la aplicación es personalizada, quiere decir que se le mostrará al usuario la información de su interés y según sus necesidades en el momento. Por último, se le brindará una asesoría personalizada en caso el usuario lo requiera para poder llegar al objetivo de que se realice una compra internacional segura con ayuda del portafolio brindado de proveedores, en caso sea de su interés.

3.5. Identificación de elementos diferenciales (versus competidores)

Tabla 1

Matriz de identificación de elementos diferenciales

Características	Aplicativos – Comercio Internacional				
	ITC Market Analysis Tools	Incoterms 10	Uvalue	TrackThat	Glosario & Quicking
Servicio	Facilitar acceso a los mercados	Consejos y manuales de Incoterms	Emplear Herramientas Financieras	Seguimiento de contenedores	Conocimiento o sobre exportación de productos

Segmento	Usuario & Empresas				
Medios de Comunicación	Redes Sociales				
Canal	Online	Online	Online	Online	Online
Mercado	Internacional	Internacional	Internacional	Internacional	Internacional
Precio	Gratuito	6.99 euros	Gratuita	Gratuita	2,99 dólares
App/Website	App	App	App	App	App
Store	iOS - Play	iOS	iOS	iOS	iOS

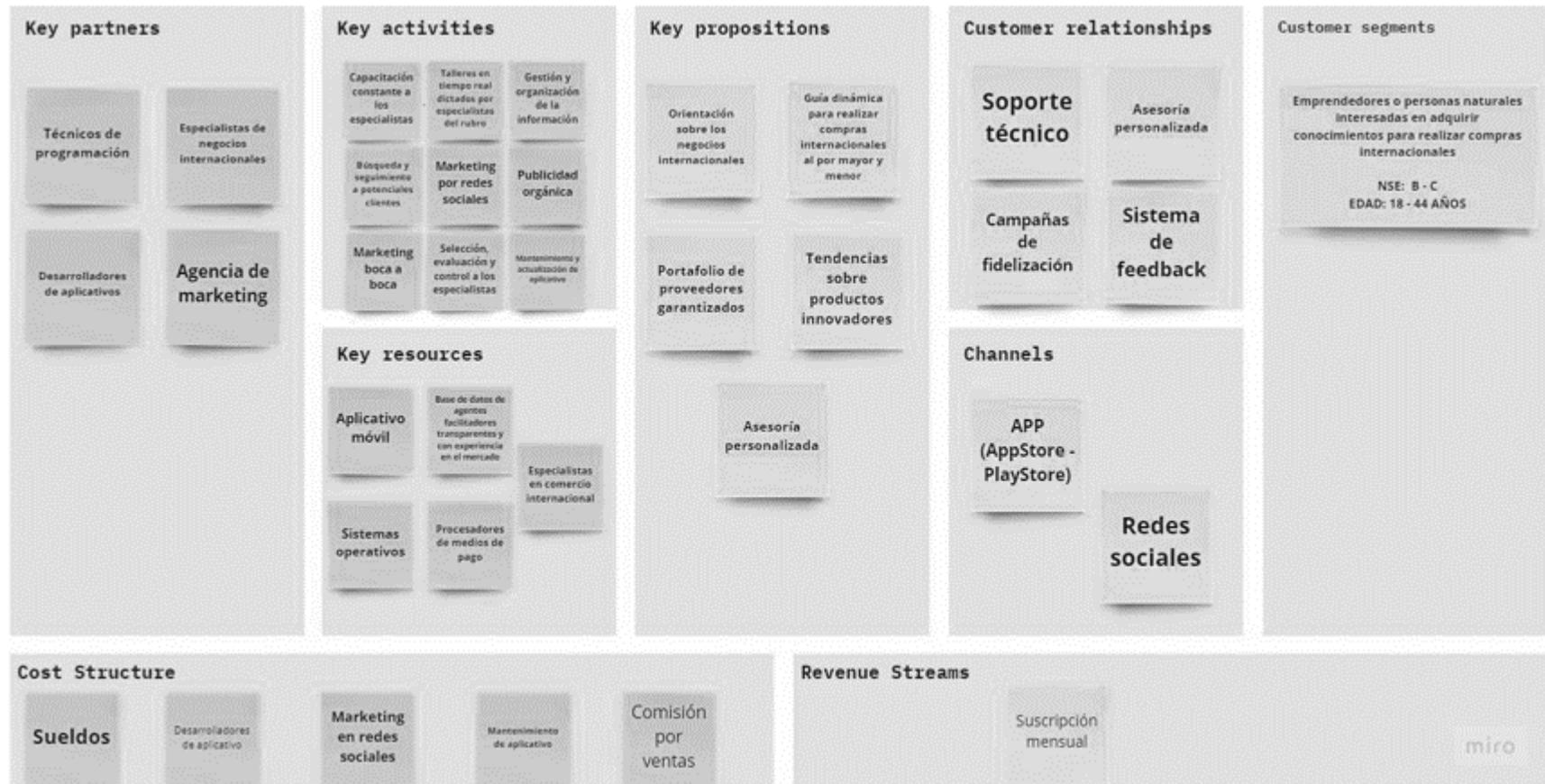
En el rubro de aplicativos de comercio internacional se tendría 5 principales rivales para “EasyComex” de los cuales el potencial sería “Glosario & Quicking”, ya que cumple con algunas funciones del aplicativo propuesto. Para detallar el primer competidor facilita el acceso a mercado como: TRADE Map, Market Access MAP, Investí MAP, Standards MAP y procurement Map; todos los datos están disponibles para todos los países, además se puede visualizar productos con barreras arancelarias según país de destino. La siguiente aplicación se considera con funciones básicas, pero llega a cumplir una función importante que son dar a conocer el significado de cada Incoterms, estas reglas son elementales para el comercio internacional. Uvalue y TrackThat se caracterizan por ser 2 aplicativos móviles gratuitos que brindan información sobre herramientas financieras para cuidar el bolsillo del posible importador, la segunda en mención ofrece el seguimiento de contenedores para poder ubicar en qué parte del globo terráqueo se encuentra la mercadería. Por último, el rival directo ayuda al usuario a manejar los diversos términos de envío de productos con las normas reglamentarias con una presentación interactiva, cubriendo las reglas de transporte y logística.

4. BUSINESS MODEL CANVAS

4.1.BMC

Figura 3

Business Model Canvas



4.2. Desarrollo y sustento de cuadrantes

Segmentos de clientes

El segmento de clientes seleccionado son personas naturales o emprendedores entre la edad de 18 a 44 años del NSE B-C que deseen emprender con productos internacionales o realizar compras personales internacionales de bienes, pero no cuentan con el conocimiento básico para realizarlo.

Relación con clientes

- Soporte técnico: El usuario podrá reportar y solucionar algún problema que presente el aplicativo móvil y así generar satisfacción al usuario con la resolución de problemas.
- Asesoría personalizada: Se conoce que el solo el uso de la aplicación puede dejar dudas al aire sobre algún tema en particular, por ello se pensó en que una persona especialista resuelve dudas en tiempo real vía llamada o chat dentro de la aplicación.
- Campañas de fidelización: Además de acompañar al aprendizaje de cada uno, se estará mandando mensajes de recordatorio y cuando el usuario indique que ya realizó su primera compra internacional se le mandará un obsequio de felicitaciones para demostrar que se acompaña en su crecimiento.
- Sistemas de feedback: Se tiene que conocer la opinión del usuario respecto al contenido y al funcionamiento para darle una mejora e innovación constante a la aplicación móvil.

Canales:

- Aplicativo móvil: Por medio de las plataformas de aplicaciones App Store y Play Store será el canal de distribución de la idea de negocio.

- Redes sociales: Se usará las principales redes sociales que usa el segmento de clientes las cuales son; Instagram, Facebook y Tik Tok, para hacer conocer la idea de negocio y captar potenciales clientes.

Propuesta de valor:

La ventaja principal que la idea de negocio aporta a los clientes es que orienta a los usuarios desde la forma más básica respecto sobre los negocios internacionales para que dichos usuarios puedan realizar sus compras internacionales. Además, la información está planteada de forma dinámica para que el usuario pueda comprender con claridad las funciones del aplicativo. Por un lado, se ofrecerá los productos en tendencia de las fechas festivas como referencia para que los usuarios tengan conocimientos de qué productos se está vendiendo más en diferentes rubros. Por otro lado, la aplicación es personalizada, quiere decir que se le mostrará al usuario la información de su interés y según sus necesidades en el momento. Por último, se le brindará una asesoría personalizada en caso el usuario lo requiera para poder llegar al objetivo de que se realice una compra internacional segura con ayuda del portafolio brindado de proveedores.

Actividades clave:

- Capacitación constante a los especialistas: Para garantizar que el usuario reciba información veraz, renovada y que sobre todo que la aplicación cumpla el propósito de la creación de esta, se debe capacitar constantemente a los creadores de contenido de la aplicación que en este caso son los especialistas en negocios internacionales para poder tener información actualizada con propuestas innovadoras o datos interesantes.
- Talleres en tiempo real: Dentro de la aplicación se organizaron talleres en tiempo real para brindar asesorías a los usuarios y atender sus dudas.

- Gestión y organización de la información: Basado en los datos que se puedan obtener por parte de los usuarios como valoración de los proveedores de servicio. Asimismo, para la recomendación de tendencias de productos y datos curiosos del aplicativo.
- Búsqueda y seguimientos a clientes potenciales: Realizaremos una búsqueda para encontrar a nuevos usuarios que tengan una necesidad por querer aprender a realizar negocios internacionales.
- Marketing por redes sociales: Se realizará marketing a través de las redes sociales con mayor frecuencia de uso para lograr un mayor alcance.
- Publicidad orgánica: Generar contenido de interés para nuestro público objetivo a través de medios digitales.
- Marketing boca a boca: Los que ya usaron la aplicación con su buena experiencia podrán recomendar el aplicativo a sus conocidos.
- Selección, evaluación y control de especialistas: Se realizará un proceso de selección, evaluación y control a los especialistas para contar con los mejores especialistas para brindar un servicio de calidad.
- Mantenimiento y actualización del aplicativo: Se realizará de manera periódica una revisión a la aplicación para validar su óptimo funcionamiento. Asimismo, se realizarán actualizaciones para corregir errores e innovar con nuevas funciones.

Socios clave:

La idea de negocio se relaciona con el comercio internacional, por lo cual es importante contar con especialistas en este rubro para que se encarguen de las conferencias y talleres. Asimismo, es fundamental contar con desarrolladores de aplicativos para la creación de la aplicación. De la misma manera, es importante contar con un técnico de programación para la

configuración y mantenimiento de la aplicación. Por último, también es de vital importancia contar con una agencia de marketing que promocióne nuestra idea de negocio.

Recursos Clave:

La idea de negocio se centra en la creación de un aplicativo móvil, por lo cual se considera el recurso clave más importante. Luego se tienen los sistemas operativos con los que va a trabajar el aplicativo. Asimismo, se tendrá que invertir en una base de datos confiable que nos proporcionará nuestros agentes con experiencia en el mercado. Por último, los especialistas en comercio internacional son importantes, debido a que, ellos se encargarán de brindar talleres y satisfacer las dudas de los usuarios cuando lo requieran.

Estructura de costo:

- Sueldos: Lo percibirán las personas que trabajen directamente en la empresa.
- Desarrolladores de aplicativos: Los encargados de desarrollar el aplicativo recibirán una remuneración por la creación de la aplicación.
- Marketing en redes sociales: En este apartado se pagará la publicidad hecha en las redes sociales tales como: Facebook, Instagram y Tik Tok.
- Mantenimiento de aplicación: En este apartado se pagará los costos de mantenimiento de la aplicación para el correcto funcionamiento.
- Comisión por ventas: Aquí se pagará una comisión por trabajar con un punto de venta o mejor conocido como POS.

Flujo de Ingreso:

- El flujo de ingreso será una suscripción mensual que se cobrará a los usuarios de manera mensual, en la cual el usuario puede elegir el plan que más se acomode a sus necesidades.

5. VALIDACIÓN DE LA SOLUCIÓN

5.1. Experimento N° 1 - usuarios

Objetivo

Presentar a los potenciales usuarios la primera versión del prototipo para conocer su experiencia utilizando el mock up.

Diseño y desarrollo

- Fechas de elaboración: del 12 al 16 de abril
- Duración: 4 días
- Método por utilizar: Entrevistas individuales a 20 potenciales clientes vía Zoom donde las personas interactúan con el prototipo. Durante la entrevista, primero se les realizó un par de preguntas para romper el hielo con su experiencia. Luego, se le compartió la pantalla con control remoto manejado por ellos donde los entrevistados tenían la oportunidad de interactuar con el prototipo. Finalmente, se les realizó una serie de preguntas abiertas sobre el prototipo y su experiencia de uso. Se debe tener en cuenta que la guía de preguntas se usó con todos los participantes, sin embargo; con tan solo una pregunta el participante podía guiar a otras preguntas que no estaban en la guía.
- Prototipo: Se usará el prototipo 1 *Ver anexo 2*

Resultados

Entrevista 1

Entrevistado: Kimberly Clemente

Edad: 26

Ocupación: Ingeniera Agroindustrial

Entrevistador: Naomi Espinoza

Kimberly comenta que nunca ha importado de ninguna página internacional como AliExpress, Wish, entre otras páginas. debido al temor que le genera el hecho de que el

producto no le llegue o no tiene conocimiento alguno de cómo hacerlo mediante dichas páginas. Luego de que interactúe con el prototipo, mencionó que se sentiría más segura si hubiera tenido esa información a la mano para poder comprar sus cosas personales, ya que están más baratas y no tendría que depender de su amiga porque su amiga conoce la forma de hacerlo, pero era engorroso ir a su casa a recogerlo ya que ella vive en provincia y su amiga en Lima. Además, le pareció muy dinámica y fácil de usar el aplicativo.

Enlace de la entrevista:

<https://youtu.be/vXjnLd7ISHU>

Entrevista 2

Entrevistado: Shanny Morales

Edad: 24

Ocupación: Licenciada Psicología

Entrevistador: Naomi Espinoza

Shanny en principio comenta que ella se arriesgó con la compra en plataforma Wish debido a que era poco dinero, 1 USD aproximadamente, por lo que le dió temor, pero como era bajo el monto se arriesgó. Comenta que sus mayores temores es que el producto no llegue, no tener conocimiento de cómo crearse una cuenta sin linkear una tarjeta de débito/crédito. Luego de interactuar con la aplicación, comentó que la sección de aliados sería principalmente para poder importar a mayor cantidad, ya que para uso personal no la ayudaría, también mencionó que sería genial que exista una opción donde indique que páginas web son las más usadas y luego como usarlas correctamente. Asimismo, le pareció de uso intuitivo y dinámico, a su vez comenta que resolvería bastantes de sus temores sin tener que pagar un taller respecto a ello que tiene un costo exorbitante solo por 2 horas máximo.

Enlace de la entrevista:

<https://youtu.be/DwORhoWv8x0>

Entrevista 3

Entrevistado: Juan Sanchez

Edad: 26

Ocupación: Estudiante de administración

Entrevistador: Naomi Espinoza

Juan comenta al principio que ha llegado a importar para uso personal en distintas páginas y que su experiencia fue grata debido a que se informó por Google, pero le tomó bastante tiempo encontrar una página fácil de entender a un usuario que tiene conocimiento nulo. Luego de mostrarle el **prototipo**, él tuvo varias recomendaciones, en primer lugar comentó que antes de poner una tarjeta para pagar se debería probar la aplicación y luego si es que quiere acceder a más información recién solicitar el pago, luego en la sección de aliados comentó que debería de tener un nombre más específico al igual que la sección ¿Qué importar?, dado que es confuso con otra sección que se llama ¿Importar?, como son muy similares a simple vista no entiende sobre qué va ese ítem hasta que entre recién entras a interactuar con los ítems. Además, también recomendó que primero salgan todos los productos que posiblemente puedan importar para que sea un gancho para que se quieran informar más de los artículos.

Enlace de la entrevista:

<https://youtu.be/pfCTmqsEjoY>

Entrevista 4

Entrevistado: Ariana Hernandez

Edad: 18

Ocupación: Estudiante de derecho

Entrevistador: Naomi Espinoza

Ariana comenta que solo una vez importó para uso personal en Shein porque le pareció económico, sin embargo, al comienzo no tenía ni idea que significaba la palabra “delivered”, por lo que se demoró más de lo esperado en comprar una simple prenda y no sabe cómo haría para comprar más. Luego de mostrarle el prototipo, ella mostró su entusiasmo, puesto que se le haría mucho más fácil comprar con una especie de guía, sin embargo, no logró comprender la función de aliados⁶, por lo cual comenta que es algo mucho más complejo y que no lo usaría. Por otro lado, mencionó que debe existir un soporte técnico donde pueda acudir si en caso hay algún problema con la aplicación y que es muy intuitivo al usar la aplicación.

[Enlace de la entrevista:](https://youtu.be/6TmazO4ddwQ)

<https://youtu.be/6TmazO4ddwQ>

Entrevista 5

Entrevistado: Dayanna Sanchez

Edad: 21

Ocupación: Estudiante de enfermería

Entrevistador: Naomi Espinoza

Dayanna Sanchez, en primer lugar, comentó que siempre le ha dado miedo el comprar cosas en el extranjero por factores como duplicado de tarjeta, no le llegue el producto, no sabe exactamente que comprar para regalarle productos innovadores a sus familiares. Luego de la interacción con el prototipo, su primera impresión fue que, si la aplicación importaba lo que tú querías, cuando fue explorando la aplicación se dió cuenta que era más informativa, al seguir interactuando le llamó la atención la asesoría personalizada que venía incluida, dado que alguna vez preguntó por un taller donde un experto la dirigía y su costo para ella es muy alto. Le pareció súper intuitivo y didáctico el aplicativo.

Enlace de la entrevista:

<https://youtu.be/abuqJMpqrTo>

Entrevista 6

Entrevistada: Ximena Yañez

Edad: 23 años

Ocupación: Bachiller en Administración y Marketing

Entrevistador: Miguel Chaparro

Ximena señala que sí ha realizado una importación de productos de belleza para su uso personal. Asimismo, menciona que realizó su compra con miedo porque antes de la pandemia no era mucho de comprar por internet, sin embargo, su primera experiencia fue positiva, dado que se cumplió con el pedido y el período de tiempo establecido. De igual manera, considera que las personas no importan por miedo a que sus datos personales sean vulnerados, además, que el pago se efectúe de manera correcta. A su vez, destaca que el aplicativo cuenta con la información necesaria para importar, señala que se pueden realizar mejoras en la parte visual de los enunciados en el aplicativo, enfocado a que sea más llamativo. Del mismo modo, demostró agrado con la combinación de colores asociados al comercio internacional y que sí es fácil de utilizar, dado que está organizado de manera intuitiva. Finalmente, le gustaría que

se puedan contactar con ella vía WhatsApp o mensaje de texto, dado que es más directa la comunicación, además, considera que sí alivia los problemas de inseguridad al momento de comprar en otros países.

Enlace de la entrevista:

<https://www.youtube.com/watch?v=w7SMgdXDNdo>

Entrevista 7

Entrevistada: Almendra Nunura

Edad: 22 años

Ocupación: Estudiante de Administración y Marketing

Entrevistador: Miguel Chaparro

Almendra comenta que sí ha realizado diversas importaciones del rubro tecnológico y de accesorios personales, su mayoría de China. Del mismo modo, la desconfianza y la apreciación de durabilidad de los productos importados son factores que limitan que las personas realicen una compra internacional. De igual manera, destaca que no ha visualizado aplicativos con el mismo formato, además, señala un agrado a la combinación de colores y a la interfaz del aplicativo, lo cual genera una experiencia de compra positiva, ya que está organizado por las funciones que se están ofreciendo. Asimismo, le gustaría que se le brindara atención por un chat en el mismo aplicativo y por llamadas de teléfono. Finalmente, menciona que se puede agregar la función de crear una comunidad en línea de importadores, con el beneficio que el costo de envío sería menor, de acuerdo con la asociación.

Enlace de la entrevista:

<https://www.youtube.com/watch?v=mJzMlohOAIQ>

Entrevista 8

Entrevistada: Kiara Díaz

Edad: 22 años

Ocupación: Practicante de Negocios Internacionales

Entrevistador: Miguel Chaparro

Kiara señala que sí ha realizado importaciones por AliExpress productos para sus mascotas, para su celular y adornos para su casa, considera que el proceso de compra es fácil. A su vez, menciona que las personas no compran en páginas internacionales por desconfianza a los medios de pago en las plataformas y la logística para que su producto llegue a su domicilio. De la misma manera, comenta que sí le agrada la interfaz y el diseño del aplicativo, además que es intuitivo y genera una buena experiencia de compra, dado que está organizado paso a paso. Asimismo, señala que le gustaría que el contacto sea vía WhatsApp, dado que es más fluida la comunicación. Finalmente, comenta agrado por la atención a detalle por parte de los asesores de Easy Comex, sin embargo, considera que se puede agregar una función para saber en qué secciones estarán disponibles los asesores y en cuáles no para que el cliente lo pueda entender de manera correcta.

Enlace de la entrevista:

<https://www.youtube.com/watch?v=J1UeFtBRJFg>

Entrevista 9

Entrevistado: Martin Minaya

Edad: 22 años

Ocupación: Estudiante de Banca y finanzas

Entrevistador: Miguel Chaparro

El entrevistado manifiesta que no ha realizado una importación de manera personal, pero sí una importación de tazas para el emprendimiento familiar. Asimismo, considera que las personas no importan productos porque desconocen el procedimiento correcto de la importación. De igual manera, señala que no le parece familiar el aplicativo, a pesar de que ha indagado en diversas plataformas. En líneas generales señala que sí le gusta el diseño del aplicativo, pero se podría mejorar realizándose con un perfil más minimalista. De igual manera, destaca que su óptima organización de las funciones genera una experiencia intuitiva en los clientes. Además, demuestra preferencia para que se contacte atención al cliente por vía correo. Finalmente, añadiría una función de reseña de los clientes que han empleado el servicio, para tomarlo como guía al momento de escoger a un actor del canal.

Enlace de la entrevista:

<https://www.youtube.com/watch?v=vk6rC3w6pIY>

Entrevista 10

Entrevistado: Marcelo Rojas

Edad: 24

Ocupación: Practicante de Marketing en una agencia

Entrevistador: Miguel Chaparro

Marcelo señala que sí ha realizado compras internacionales de Estados Unidos, sin embargo, comenta que su experiencia fue mala, dado que el seguimiento de logística no brindaba formación certera. Asimismo, menciona que la desconfianza de pago es el motivo por el cual las personas no se animan a comprar internacionalmente. De igual manera, señala que personalmente no es de su agrado el color naranja, ya que no brinda confiabilidad a los

usuarios, además, destaca que la organización de las funciones es una ventaja para generar una experiencia positiva. A su vez, considera que el desarrollo de cada función está completo, dado que es práctica y teórica. A la par, demuestra preferencia que el contacto de servicio al cliente se pueda generar por WhatsApp y correos para formalizar los acuerdos comerciales. Finalmente, agregaría una comunidad con importadores para intercambio de información, recomendaciones, entre otros, el cual se vea fortalecido en un plano económico

Enlace de la entrevista:

<https://www.youtube.com/watch?v=rEK39pooDOU>

Entrevista 11

Entrevistado: Renzo Morales

Edad: 21

Ocupación: Administración y negocios internacionales

Entrevistador: Thais Curotto

El entrevistado informó que le resultó complicado realizar importaciones por primera vez, ya que son muchos procesos los que se debe realizar. Indicó que cuando una persona es neófita desconoce la información relevante para poder importar. Informó que las personas empezaron a comprar más vía online por la pandemia. Sin embargo, antes las personas no compraban por esos medios porque el producto demoraba meses en llegar y generaba desconfianza. Con respecto al prototipo mencionó que la aplicación le gustó mucho, ya que le parece dinámica, interactiva y completa. Como recomendación, detalló que en el ítem ¿importar? el título se debería cambiar, ya que no se entiende bien el funcionamiento. Asimismo, prefiere realizar llamadas o comunicarse por WhatsApp. Por último, para el entrevistado la aplicación es muy completa y ayudará a las personas que necesiten una guía en su primera importación.

Enlace de la entrevista:

<https://youtu.be/neOtdJzQu3U>

Entrevista 12

Experto: Abraham Villegas

Edad: 25

Ocupación: Administración y Marketing

Entrevistador: Thais Curotto

El entrevistado se dedica a importar zapatillas e indicó que tiene experiencia realizando importaciones, pero que usualmente utiliza un agente de aduanas para realizar sus trámites porque considera que las palabras son muy técnicas. Tiene futuros proyectos a gran escala para importar productos ya que le sale más barato. Indicó que el servicio de Easy Comex es bastante completo y te ahorra tiempo, ya que te brinda lo que necesitas para tu proceso de importación o exportación. El entrevistado consideró que la aplicación era el intermediario entre proveedor y cliente. Con respecto al diseño, le parece genial la combinación de colores y letras, la aplicación se ve práctica e interesante.

Enlace de la entrevista:

<https://youtu.be/qEUdW1jgQm4>

Entrevista 13

Entrevistado: Robert Pando

Edad: 24

Ocupación: Despachador de la empresa bimbo

Entrevistador: Thais Curotto

El entrevistado informó que ha realizado importaciones de relojes, pero se le hizo difícil porque no sabía cómo y dónde importar; asimismo, los precios exactos de las importaciones. Indicó que las personas no se atreven a importar porque desconocen los procesos para importar y cuánto debería invertir. Con respecto al prototipo mencionó que el logo es bastante entendible por Easy por fácil o accesible para el usuario y Comex porque en este caso se refiere a importar. Asimismo, los contrastes de colores son llamativos y la aplicación es interesante. Indicó que la aplicación es muy completa porque busca darle mucha información de la manera más fácil al usuario, así que no le añadiría servicios extras. Con respecto al servicio al cliente, el usuario prefiere contactarlos cuando él los necesite. Por último, al entrevistado le gusto el servicio del asesor comercial porque podría comunicarse de manera rápida.

Enlace de la entrevista:

<https://youtu.be/b-Ux9Kzsie8>

Entrevista 14

Entrevistada: Antonella Neyra

Edad: 23

Ocupación: Psicóloga - emprendedora

Entrevistador: Thais Curotto

La entrevistada indicó que realizaba importaciones antes de la pandemia, y su pedido se demoró más de medio año. Cree que las personas tienen temor a importar por colocar las tarjetas de crédito o débito, ya que pueden ser estafados y por el tema del tiempo. Con respecto al prototipo, le parece un buen modelo, ya que indicó que el diseño, el logo, los

colores y letras hacen un buen contraste y es llamativo; además, es fácil de usar. Indicó que soluciona los problemas de las personas que han tenido inconvenientes con algún tipo de estafa, ya que la aplicación otorga confianza al cliente. No agregaría nada extra porque la aplicación está completa. Asimismo, indicó que le gustaría que la atención al cliente sea en WhatsApp, dado que es la red social más frecuente.

Enlace de la entrevista:

<https://youtu.be/dMdJtv5jTJg>

Entrevista 15

Entrevistada: Valery Castelar

Edad: 22

Ocupación: Psicóloga - emprendedora

Entrevistador: Thais Curotto

La entrevistada indicó que realizó un pedido de ropa para vender, fue fácil pero no tuvo buena experiencia. Indicó que las personas no llegan a comprar por las diferencias de la Figura referencial y el producto real, a veces el tipo de calidad y color son diferentes; además, existen personas que le temen a ser estafados por el proveedor o la página. Con respecto al prototipo que se le mostró indicó que le gusto los colores y el logo. La entrevistada nunca ha visto un aplicativo que indique cómo importar de manera práctica. Asimismo, que es didáctica y creativa, ya que nunca había visto una aplicación parecida. La entrevistada manifestó que se encuentra satisfecha con todas las funciones mostradas, ya que todas son muy detalladas y no le pondría algo adicional porque ve que es muy completa. Por último, mencionó que prefiere comunicarse con atención al cliente mediante un chat box o con un correo.

Enlace de la entrevista:

<https://youtu.be/G5Wz2II1jY8>

Entrevista 16

Entrevistada: Vanessa Olivares

Edad: 22

Ocupación: Trabajadora dependiente

Entrevistador: Elder Varillas

Se realizó la entrevista a la usuaria potencial Vanessa Olivares que en estos momentos se encuentra trabajando en una empresa de transportes. Asimismo, indica que ha realizado una importación para su uso personal. Esto se debe, a que si trae en más cantidades puede perder su dinero o su producto llegue en mal estado. Respecto a la entrevista, ella nos comenta que los colores y el diseño de la aplicación le gustaron y que a su parecer el logo se relaciona con el comercio internacional. Asimismo, nos comenta que las funciones le parecen muy intuitivas y fáciles. Sin embargo, considera que hay una parte en donde el color no está en armonía con la marca a su parecer, por lo que debería cambiarse. De la misma manera, como recomendación final menciona que deberían agrandarse un poco las letras. Por último, de un puntaje del 1 al 10 califica a la aplicación en un 9.

Enlace de la entrevista:

<https://www.youtube.com/watch?v=ENBTsl2prAg>

Entrevista 17

Entrevistada: Olenka Gamarra

Edad: 25

Ocupación: Trabajadora dependiente

Entrevistador: Elder Varillas

Se realizó la entrevista a Olenka Gamarra que en la actualidad se encuentra trabajando para el estado y nos comenta que nunca ha realizado una importación pero que le gustaría realizarlo. Sin embargo, no lo hace porque tiene miedo y desconfianza por las estafas que ella ha visto en diferentes medios sociales. Respecto a la entrevista, menciona que el diseño del prototipo le encantó y que el nombre Easy Comex se relaciona con el comercio internacional. De la misma manera, considera que es fácil de usar y que el método de pago es intuitivo. Asimismo, como usuaria opina que el color en determinado momento cambia de color. De igual manera, piensa que al comienzo se debería añadir quiénes somos y a que nos dedicamos, en otras palabras, una pequeña importación. Menciona que si en un determinado momento ella quisiera importar la aplicación se ajustaría a su necesidad. Por último, ella le da un puntaje de 9 a la aplicación porque considera que el aplicativo cuenta con oportunidades de mejora.

Enlace de la entrevista:

<https://www.youtube.com/watch?v=IzDEDbow1Z0>

Entrevista 18

Entrevistada: Carolina Ramos

Edad: 24

Ocupación: Trabajadora dependiente

Entrevistador: Elder Varillas

Se realizó la entrevista a Carolina Ramos que es una trabajadora en una empresa de transporte de carga que llega a la aduana. No obstante, por su parte nunca ella ha importado por sus propios medios porque tiene desconfianza en que su producto no llegue y resulte estafada. Ella nos comenta que la aplicación en la parte de pago debería de tener otras opciones como pagar por Plin o Yape. Además, que el fondo de pantalla no sea tan básico y que se cambie a un color algo más llamativo. Sin embargo, esto en la práctica es imposible. Asimismo, considera que el diseño es muy vistoso y que es muy fácil encontrar lo que ella quiere. Piensa que la aplicación está relacionada al comercio internacional a pesar de recién haber utilizado la aplicación. De la misma manera, si ella fuese una usuaria estaría dispuesto

a suscribirse porque le ayudaría en caso de que implemente un negocio en el futuro. Por último, ella le da un puntaje de 9 al prototipo de la aplicación.

Enlace de la entrevista:

<https://www.youtube.com/watch?v=of1AzMWgtQs>

Entrevista 19

Entrevistada: Carolina Reto

Edad: 23

Ocupación: Estudiante de Comunicaciones

Entrevistador: Elder Varillas

La entrevista se realizó a Carolina Reto que es una estudiante del séptimo ciclo de la carrera de comunicaciones. Ella en la entrevista comienza a examinar el prototipo y menciona que el diseño en general le gusta y que las funciones son fáciles de realizar. Asimismo, comenta que el prototipo se relaciona con el comercio internacional por el logotipo y el nombre. De la misma manera, comenta que la red social aparezca en la aplicación para que puedan acceder más rápido a las redes sociales. Por otro lado, menciona que el fondo de pantalla debería ser más llamativo y que el color en una sección del aplicativo cambia a un color distinto por lo que debería mejorarse. Por último, menciona, que le da un puntaje de 8 al prototipo debido a que si llegó a gustarle.

ENLACE DE LA ENTREVISTA: <https://www.youtube.com/watch?v=pJOP1v3YGYA>

ENTREVISTA 20

Entrevistado: Luigi Sifuentes

Edad: 23

Ocupación: Estudiante de Administración y Negocios

Entrevistador: Elder Varillas

La entrevista se realizó a Luigi Sifuentes que es un estudiante de negocios internacionales y está en el décimo ciclo. En la entrevista menciona que el diseño es llamativo y que contrasta con el fondo. Asimismo, el logotipo se relaciona con el comercio internacional. Menciona

también que es de fácil uso. Como puntos de mejora menciona que en la sección de pagos se debería de añadir la opción de pago con yape y plin porque es un medio de pago más cómodo para los clientes.. De la misma manera menciona, que al inicio se debe añadir una presentación para que los usuarios puedan saber de qué trata la aplicación y que es lo que ofrece. Por último, le da un puntaje de 9 porque le gustó la aplicación.

ENLACE DE LA ENTREVISTA: https://www.youtube.com/watch?v=IEsB_xftr78

Entrevista 21

Entrevistado: Rashi Santos

Edad: 25 años

Ocupación: Técnico dental

Entrevistador: Luana Mantilla

Rashi nos comenta que no existe mucha información sobre los lugares que traigan las cosas que uno desea, además no siempre se tiene la certeza de que el producto va a llegar. A su vez, menciona que la aplicación le parece muy interesante, además mencionó que le gusta el logo y es muy fácil de reconocer. Le gustaría recibir por correo el servicio de atención al cliente, además que es de su mayor uso. Por otro lado, mencionó que se podría agregar al prototipo una sección de comentarios donde las personas comenten su experiencia con el aplicativo. Finalmente, Rashi señala que se encuentra satisfecho con el prototipo y que sí estará dispuesto a usarlo.

ENLACE DE LA ENTREVISTA: https://www.youtube.com/watch?v=k_ysEJwBAo8

ENTREVISTA 22

Entrevistado: Jesús Peceros

Edad: 22 años

Ocupación: Técnico dental

Entrevistador: Luana Mantilla

Jesús nos comentó que ha importado un par de veces, importó productos para uso personal y para un negocio que abrió con su hermano. A su vez, menciona que uno de los motivos que desconfía al momento de importar es el no tener contacto con la persona que realizará el pedido, además la incertidumbre de cuánto tiempo demorará en llegar el pedido. Jesús, mencionó que le gusta el diseño del aplicativo y que le gusta la función de comunicarse con el asesor. Por otro lado, señala que una función que se podría agregar es mostrar las calificaciones del vendedor para conocer las experiencias de los demás.

ENLACE DE LA ENTREVISTA: <https://www.youtube.com/watch?v=IKTETIM3bNg>

ENTREVISTA 23

Entrevistado: Adriana Olortegui

Edad: 24 años

Ocupación: Estudiante

Entrevistador: Luana Mantilla

Adriana nos comenta que le resulta muy difícil importar, además, mucha desconfianza con los proveedores que ofrecen los productos. A su vez, señala que tuvo una mala experiencia con AliExpress. Cuando mostramos el prototipo a Adriana, se mostró satisfecha con la aplicación, ya que menciona que hay varias opciones de mucho interés, con respecto al diseño de la aplicación menciona que le gusta que se pueda personalizar el perfil de acuerdo con tus intereses. Por otro lado, menciona que una función extra que se podría agregar una opción de videollamada con las asesorías para tener una mayor confianza y que la atención sea un poco más cercana, finalmente recalcó que está satisfecha con el prototipo de Easy Comex.

ENLACE DE LA ENTREVISTA: <https://www.youtube.com/watch?v=8iTXTExLUBM>

ENTREVISTA 24

Entrevistado: Alison Vargas

Edad: 22 años

Ocupación: Estudiante

Entrevistador: Luana Mantilla

Allison nos comenta que ha importado artículos personales, pero siempre tiene temor con el tiempo de entrega del producto, una de las cosas que no le agrada al momento de importar es que muchas veces el producto no es lo que esperaba. Respecto al prototipo enseñado, le parece que es una aplicación muy completa y que se diferencia a comparación de otras páginas de importación, además le llama mucho la atención el hecho de tener contacto más cercano con el asesor, ya que puede realizar llamadas telefónicas. De la misma manera, considera que el prototipo es de fácil uso y que le gustaría recibir el servicio de atención al cliente por Gmail. Por último, Allison menciona que una opción extra que se podría agregar una sección de comentarios donde los usuarios comenten sus experiencias en el aplicativo.

ENLACE DE LA ENTREVISTA: https://www.youtube.com/watch?v=ehoW_uRs5lY

ENTREVISTA 25

Entrevistado: Melanie Marca

Edad: 26 años

Ocupación: Administradora

Entrevistador: Luana Mantilla

Melania nos comenta que suele importar productos personas por AliExpress y Wish, una de las razones por las que desconfía es que no sabe de qué calidad es el producto. De la misma manera, menciona que siempre visualiza las recomendaciones que le dan a los proveedores cuando va a comprar por una página de importación. Melanie señala que el prototipo mostrado le parece muy completo, además, nos comentó que no había visto alguna aplicación similar, pero si había visto algunas páginas, sin embargo, le parece que un aplicativo es mucho más fácil de manejar. Por último, Melanie nos menciona que si estaría dispuesta a utilizar el aplicativo.

ENLACE DE LA ENTREVISTA: https://www.youtube.com/watch?v=ehoW_uRs5lY

5.2. Experimento N* 1 - expertos

Objetivo

Presentar a los expertos desarrolladores de aplicativos móviles la primera versión del prototipo para conocer su opinión técnica de la aplicación.

Diseño y desarrollo

- Fechas de elaboración: del 12 al 16 de abril
- Duración: 4 días
- Método por utilizar: Entrevistas individuales a 5 expertos en desarrollar aplicativos móviles vía Zoom donde las personas interactúan con el prototipo. Durante la entrevista, primero se les comentó la finalidad de la aplicación y un par de preguntas sobre su experiencia en el rubro de aplicativos móviles. Luego, se le compartió la pantalla con control remoto manejado por ellos donde los entrevistados tenían la oportunidad de interactuar con el prototipo. Finalmente, se les realizó una serie de preguntas abiertas sobre el prototipo y su experiencia de uso. Se debe tener en cuenta que la guía de preguntas se usó con todos los participantes, sin embargo; con tan solo una pregunta el participante podía guiar a otras preguntas que no estaban en la guía.

Entrevista 1

Entrevistado: Angel Saenz

Edad: 22

Ocupación: Técnico de software

Entrevistador: Naomi Espinoza

Ángel se ha dedicado a la programación desde los 15 años, es técnico en software y actualmente está convalidando en la UTP ingeniería de software. Ha realizado proyectos de aplicativos móviles, chat box como Bmax y actualmente se está especializando es

desarrollador de páginas web. En primer lugar, se le brindó el mando del prototipo para que interactuara con él, sus comentarios fueron positivos dijo que el desarrollador del aplicativo móvil con el menor costo de 1000 USD estaría perfecto para la aplicación, nos recomendó adicionar el método de pago “pago en efectivo”, dado que muchas personas se sienten más seguras con dicho método por experiencia. Nos comenta que la aplicación es muy dinámica y con los comandos suficientes para no marear al usuario. Sin embargo, notó que en la opción del perfil no puede cambiar la opción que elige el rubro del producto lo cual sería ideal añadir y además poder elegir más de una opción, dado que las personas siempre suelen buscar una cosa, pero terminan interesándose en otra a lo largo que van navegando.

ENLACE DE LA ENTREVISTA: <https://youtu.be/Z6wFqODERns>

Entrevista 2

Entrevistado: Angelo Villar

Edad: 27 años

Ocupación: Ingeniero Informático

Entrevistador: Luana Mantilla

Angelo es egresado de la Carrera de Ingeniería Informática en la Universidad Ricardo Palma. En primera instancia, nos comentó que para una correcta conectividad de la aplicación depende mucho de la cantidad de usuarios que esperamos, en cuanto a mayor sea el número se tendrá que ver un servidor mucho más especializado. Por otro lado, menciona que se podría hacer mejoras mínimas en el aplicativo. De la misma manera, señala que se tendrá que dar un mantenimiento al mes, aproximadamente, al aplicativo. Angelo señala que el costo de la aplicación va a depender del tiempo en que lo queremos hacer y qué funciones queremos que salga primero, donde conforme el tiempo se puede agregar las demás funciones. Por último, Angelo nos mencionó que implementar la pasarela de pago no es complejo, el reto sería elegir el tipo de pasarela que necesitamos y cual nos convendría más.

ENLACE DE LA ENTREVISTA: <https://www.youtube.com/watch?v=IbXggFOJKo>

Entrevista 3

Entrevistado: Merly de la Cruz

Edad: 27

Ocupación: Ingeniera de Sistemas

Entrevistador: Elder Varillas

El experto en la entrevista menciona que el diseño de la aplicación es básico y que tan solo ver el logotipo lo relaciona con el comercio internacional. Indica que la aplicación debe contar con un buen respaldo para que al momento que entren personas no se ponga lento y tenga un funcionamiento óptimo. Asimismo, con respecto a la aplicación menciona que la aplicación debería estar en mantenimiento cada dos meses para realizar algunos cambios en la parte operativa o actualizar a una versión mejor. De la misma manera, considera que la arquitectura de la aplicación es simple y básica. Por consiguiente, de fácil uso. Por último, según su percepción, señala que el costo de la aplicación oscilaría entre 4000 dólares. Por último, menciona que debería de realizar alianzas estratégicas con las empresas que proporcionan los medios de pago.

ENLACE DE LA ENTREVISTA: https://www.youtube.com/watch?v=RZNShG8DF_M

Entrevista 4

Experto: Christian Choque

Edad: 25

Ocupación: Ingeniería de sistemas y administrador de servidor

Entrevistador: Thais Curotto

El entrevistado indicó que el tipo de servidor que se necesita es un servicio de hosting y subir todo el programa. Dependiendo de la inversión de la empresa dispuesta a gastar, lo más económico es una página web que se cotiza en soles, y la aplicación pago único entre 1500 a 3000 dólares. Para las actualizaciones también existe un costo extra aproximado

de 1200 soles, con respecto al mantenimiento de la aplicación va a depender de lo que se vaya actualizando, en el caso de la web los cambios se hacen de manera interna y con una aplicación móvil el usuario debe actualizar la aplicación desde su celular. Asimismo, indicó que la aplicación es dinámica, dado que muestra información y registra datos. Para la gestión y organización de la aplicación como sugerencia es poner la aplicación adaptable a cualquier pantalla como iOS, Android, entre otros. Además, para cada actualización o para que el usuario adquiriera nuestra aplicación debemos hacer publicidad. Como recomendación se debe agregar algo adicional en la parte de arriba de nuestros servicios porque la aplicación se ve estática y poner diferentes pantallas para básica y premium. Por otro lado, como mejora se podría editar el tamaño de los cuadros de ítems en servicios para que estén uniformes. Por último, según su percepción con los colores le da 8 puntos de 10 y la aplicación le parece bastante interesante.

ENLACE DE LA ENTREVISTA: <https://youtu.be/b-Ux9Kzsie8>

Entrevista 5

Experto: Jack Garcia

Edad: 23

Ocupación: Ingeniero de Sistemas

Entrevistador: Miguel Chaparro

El experto informa que sí se debe desarrollar un prototipo adicional para mejorar la visibilidad del texto. Además, para agregar una sección de configuración con variación de idioma y configuración de notificaciones. Asimismo, para el desarrollo de aplicativo, de acuerdo con su experiencia, se debe contar con un líder, un especialista en arquitectura, diseñadores y control de calidad. Además, los servidores serían los más comunes del sector, dado que la complejidad del aplicativo es media, ya que se necesita una base de datos para recopilación de información y programación de funciones. Finalmente, es importante tener verificación al momento de realizar los pagos con tarjeta por correo o por mensaje de texto, además, el tiempo estimado es de 2 meses y con un costo de 5000 dólares.

ENLACE DE LA ENTREVISTA: <https://www.youtube.com/watch?v=K9k40T7hcO8>

Tabla 2

Bitácora de actividades de validación de la solución

Actividad	Tarea
Realizar entrevistas a usuarios para los 2 experimentos	Entrevistar a 55 usuarios
Realizar entrevistas a expertos	Entrevistar a 5 expertos
Realizar guía de preguntas de usuario	Realizar una lluvia de ideas respecto a la formulación de preguntas
Realizar guía de preguntas del experto	Realizar una lluvia de ideas respecto a la formulación de preguntas
Realizar las 7 facetas de la experiencia del usuario	Análisis de resultados de los experimentos
Implementación de mejora del prototipo	Modificar el prototipo para cada experimento
Sustento de la validación	Subir videos a YouTube
Malla receptora	Recopilar información de posibles usuarios

Tabla 3

Malla receptora - Experimento 1

Cosas interesantes	Críticas constructivas
<ul style="list-style-type: none">● La aplicación es dinámica y completa● La sección de ¿Qué importar? ayuda a que los usuarios conozcan las tendencias en productos.● La parte de formatos de Excel interesante para comparar el mismo producto de distintas paginas para calcular costos.● Datos curiosos que muchos usuarios desconocen es cautivador a un nuevo usuario● Los colores van de acuerdo con el tipo de negocio que se presenta● El contacto directo con los asesores comerciales ante cualquier inconveniente.	<ul style="list-style-type: none">● Cambiar el tamaño de los ítems de nuestros servicios para que estén uniformes● Debe tener diferente refrán del inicio, ya que se confunde con una aplicación para importar directamente● Cambiar la palabra del ítem ¿importar? ya que no se entiende que es lo que va a mostrar● Deberían ser 2 paquetes; para uso personal y para emprendedores. Separar los distintos menús por cada plan que se elija● Enfatizar en la promoción “1 semana gratuita” con herramientas más visuales.● Extender las opciones en la personalización de perfil para visualizar los productos● La opción de ingresar a perfil desarrollarlo más llamativo

Preguntas	Ideas nuevas
<ul style="list-style-type: none">● ¿Por qué no tiene las páginas más usadas para compras internacionales y cómo usarlas?● ¿Es una aplicación para importar directamente?● ¿Porque usaria aliados si es para uso personal?● ¿Cuál es el tiempo demora en responder por parte de los asesores?● En la sección de ¿Qué importar?, ¿las imágenes de los productos nos llevarán directamente al portal o será referencial?	<ul style="list-style-type: none">● Hacer más dinámica el menú de nuestros servicios● Al inicio colocar una presentación de la empresa.● Poder cambiar el rubro de productos que se eligió al momento de ingresar en el lado de perfil● Instalar un soporte técnico con un chat box de preguntas frecuentes.● Prueba de meses gratis● Creación una comunidad en línea que fomenta las importaciones grupales● Reseñas de los usuarios de los proveedores y talleres.

Análisis

- De acuerdo con las entrevistas brindadas por los usuarios se pudo rescatar diversos e importantes comentarios que de alguna u otra manera van a permitir la mejora del prototipo y experiencia del usuario. Uno de los puntos más relevantes que se pudo rescatar fue el hecho de que las personas no tengan claros los conceptos básicos referente a la importación y el miedo que tienen por malas experiencias de familiares y amigos, esto hace que muchas veces dejen de importar o acudan a páginas no recomendadas. De la misma manera, los entrevistados mencionan que la mayor incomodidad al momento de importar es el tiempo de entrega en que se va a demorar el producto. Por otro lado, los entrevistados comentaron que los colores son adecuados para el tipo de negocio, ya que son colores tranquilos y serios, por lo que de alguna manera transmite transparencia.
- De acuerdo con la entrevista a los expertos, se pudo rescatar que la aplicación solo tenía pequeñas correcciones. Asimismo, que es dinámica y fácil de usar, debido a que los ítems son entendibles para dar clic en lo que el usuario desea. Los expertos mencionaron que la aplicación requiere de mantenimiento solo si hay un gran tráfico de clientes y como es nueva sería cada 3 o 4 meses, lo cual sería depende del criterio de los creadores de la aplicación Easy Comex realizar las actualizaciones. Por lo tanto, se debe tener en consideración que al ser una aplicación los usuarios deben actualizarla entrando a store. Además, manifestaron que la aplicación es innovadora e interesante, ya que no habían visto una aplicación que consista en comercio internacional. Lo cual, ayudará a las personas inexpertas en el tema a realizar importaciones para su uso personal o negocios.
- Según las entrevistas realizadas a los usuarios se puede mencionar que el logotipo del prototipo fue muy importante. Puesto que, los usuarios lo identificaron más rápido con actividades referentes al comercio internacional. Asimismo, los colores del prototipo son muy importantes porque resaltan el valor de la marca. Pues los colores naranja y azul transmiten seguridad y confianza. Asimismo, se llega a la conclusión de que el prototipo es muy fácil e intuitivo de utilizar porque las funciones son básicas.

- Según los entrevistados, se consolida que los motivos más frecuentes que las personas no compran en páginas extranjeras son por desconfianza de los productos, el cómo llegará y el medio de pago, ya que se debe realizar el pago vía tarjeta de crédito y desconfían de que sus datos estén seguros en la página receptora. Asimismo, el medio de preferencia de atención al cliente es WhatsApp y llamada telefónica, ya que es una vía directa con el asesor comercial, en algunos casos mencionan que sea por correo para la formalidad del asunto.

Aprendizajes

Uno de los aprendizajes más relevantes es que la oferta de servicio de Easy Comex debe ser ofrecida en dos diferentes servicios, para uso personal o para uso de emprendedor. Asimismo, es importante reconocer que opciones serán las más usadas por los usuarios de acuerdo con lo que dicen en las entrevistas, para de esa manera poder centrar una mayor eficacia en su funcionalidad. Además, los usuarios nos recomendaron hacer más llamativa la opción de entrar al perfil, y que se pueda personalizar la preferencia de los productos.

De la misma manera, los entrevistados mencionaron que el mensaje de promoción de “una semana de prueba gratuita” debe ser más llamativo con letras grandes, ya que es una forma de incentivar a los usuarios a vivenciar la experiencia de Easy Comex. A su vez, solicitaron que los nombres de las funciones representen lo que se puede hacer en cada sección, dado que generaba la percepción que los nombres no tenían congruencia.

Asimismo, los entrevistados mencionaron que la pantalla de bienvenida debía cambiar su frase de “importar nunca fue tan fácil”, ya que hace pensar al usuario que la aplicación será un intermediario que ayudará directamente en las importaciones. Con respecto al menú principal del aplicativo, los ítems de nuestros servicios deben

cambiar su tamaño para estar uniformes, lo cual va a permitir una mejor visibilidad para los usuarios. Además, se debe realizar un cambio en el ítem “¿Importar?”, debido a que no se entiende exactamente cuál es la función que realizará.

Por otra parte, algunos entrevistados quieren una pequeña presentación que se relacione con el rubro del aplicativo. Asimismo, consideran que debería extenderse la prueba gratuita. A su vez, los colores que sean de manera uniforme y que no cambien de manera abrupta.

5.2 Experimento N* 2 - Usuarios

Objetivo

Presentar a los posibles usuarios la segunda versión del prototipo, con las mejoras incluidas del primer prototipo para conocer su opinión UX de la aplicación.

Diseño y desarrollo

- Fechas de elaboración: del 19 al 22 de abril
- Duración: 3 días
- Método por utilizar: Entrevistas individuales a 25 usuarios y una grupal (Focus group) con 5 integrantes potenciales para que interactúen con el prototipo vía Zoom donde las personas interactúan con el prototipo sin ayuda del entrevistador. Durante la entrevista, primero se les realizó algunas preguntas sobre su experiencia con la importación. Luego, se le compartió la pantalla con control remoto manejado por ellos donde los entrevistados tenían la oportunidad de interactuar con el prototipo. Finalmente, se les realizó una serie de preguntas abiertas sobre el prototipo y su experiencia de uso. Se debe tener en cuenta que la guía de preguntas se usó con todos los participantes, sin embargo; con un participante surgieron nuevas preguntas que no estaban estipuladas en el registro.

- Prototipo: Mejora del experimento 1 <https://marvelapp.com/prototype/a88cch5> *Ver anexo 3*

Entrevista 1

Entrevistado: Neni Arceni

Edad: 24

Ocupación: Estudiante de Arquitectura

Entrevistador: Naomi Espinoza

Neni al comienzo de la entrevista comenta que ella y su hermano intentaron importar relojes de AliExpress, ya que les pareció un precio barato y de un buen diseño, sin embargo, no lograron concretar la compra debido a que se dieron cuenta que AliExpress tiene varios proveedores con el mismo producto y no sabían cuál era la diferencia. Se pasó a mostrar el prototipo para que Neni interactúe con él, luego se le preguntó una serie de preguntas donde se rescata que a ella le encantó el prototipo, le hubiera ayudado a su hermano y a ella a lograr su objetivo. La aplicación le parece muy dinámica e intuitiva/fácil de usar, dado que está todo especificado con palabras coloquiales. No tuvo recomendación alguna, le gusto a su totalidad desde la información hasta lo estético.

ENLACE DE LA ENTREVISTA: <https://www.youtube.com/watch?v=cvRjGR0z-u0>

Entrevista 2

Entrevistado: Jessica Cervantes

Edad: 22

Ocupación: Colaboradora Luz del Sur

Entrevistador: Naomi Espinoza

Yessica al comienzo de la entrevista comentó que ella nunca había importado, se notó en la entrevista que confunde términos de importar y exportar, que siempre le pedía a una compañera de la universidad que lo hiciera por ella por lo cual le pagaba una comisión, mandaba a importar accesorios de básquet con su amiga. Se le dió el control del prototipo,

interactuó con él y sus comentarios fueron; fácil de usar, aprendió en ese lapso que era importación para no confundirlo con exportación, le gustó que vinieran productos en tendencia de su interés por que siempre sacan accesorios deportivos innovadores, super llamativo y simple su distribución.

ENLACE DE LA ENTREVISTA: <https://www.youtube.com/watch?v=QniM0uwCzB0>

Entrevista 3

Entrevistado: Sebastian

Edad: 35

Ocupación: Piloto de avión

Entrevistador: Naomi Espinoza

Sebastián comentó que su primera importación fue en Amazon porque su perspectiva era que las páginas chinas estafaban, luego se animó con AliExpress, pero el proveedor escogido le falló en el tiempo de entrega y devolución de dinero. Se le dió el control del prototipo, interactuó con él y su primer comentario fue “apuntare estas páginas nuevas que no las conocía”, se refería a la sección de datos curiosos, luego que le encantaba que hubiera una sección de formatos de Excel para poder ayudarle a comparar costos de diferentes páginas y por último mencionó que con la aplicación iría aprendiendo y perdería el miedo a importar de páginas chinas ya que te recomienda proveedores confiables.

ENLACE DE LA ENTREVISTA: <https://www.youtube.com/watch?v=ftJhsYs3nZA>

Entrevista 4

Entrevistado: Jazmín Barroso

Edad: 21

Ocupación: Estudiante de administración

Entrevistador: Naomi Espinoza

Yazmin comentó que nunca ha importado por falta de conocimiento y miedo a ser estafada o que no le llegue el producto. Se le dio el control del prototipo, ella comentó que los medios de pago son los ideales, las secciones que más le interesaron fueron productos en tendencia y el paso a paso para importar para no caer en el desconocimiento y poder comprar productos de su interés. Además, comentó que los proveedores serían perfectos porque ella quería en un futuro cercano importar para vender aquí en Lima. Se le hizo la información confiable y la aplicación fácil de usar.

ENLACE DE LA ENTREVISTA: <https://www.youtube.com/watch?v=jKRoVwazMIU>

Entrevista 5

Entrevistado: Diana Veramendi

Edad: 20

Ocupación: Estudiante de Obstetricia

Entrevistador: Naomi Espinoza

Diana nos comentó que ella no tiene ningún conocimiento de compras internacionales, sin embargo; se arriesgó y compró por AliExpress, pero resultó descontenta porque nunca le llegó el producto y no tenía conocimiento como realizar el reembolso de dicho producto. Ella interactuó con el prototipo, comentó que le hubiera gustado tener la asesoría personalizada en ese momento de su compra, puesto que perdió dinero al no conocer el procedimiento, le gustó que explicaran paso a paso y quizás algunos datos que pocos conocen le serviría mucho. Además, comentó que le gustaría tener la aplicación para poder comprar cosas del extranjero. Le pareció super confiable la información y dinámica.

ENLACE DE LA ENTREVISTA: <https://www.youtube.com/watch?v=NpFptHN5-pI>

Entrevista 6

Entrevistado: Sadith Ventocilla

Edad: 23

Ocupación: Estudiante de Administración y Negocios

Entrevistador: Elder Varillas

El entrevistado al momento de analizar el prototipo se dió cuenta que estaba relacionado al comercio exterior por el logotipo y las palabras. Asimismo, menciona que existe una buena funcionalidad y que tiene información verídica para las personas que quieran empezar a importar. En la serie de preguntas menciona que el servicio de atención al cliente sería por email porque es más formal y porque utiliza más esa red social. Por último, califica de un 9 al prototipo porque le gusto en general.

ENLACE DE LA ENTREVISTA: <https://www.youtube.com/watch?v=bjXOJjQMbMw>

Entrevista 7

Entrevistado: Brenda Ramirez

Edad: 24

Ocupación: Estudiante de Marketing

Entrevistador: Elder Varillas

La entrevistada al momento de la entrevista menciona que el logotipo lo relaciona con el comercio. Menciona que el azul es comercial y le gusta para la aplicación. Asimismo, menciona que ve bastante seguridad e información en la aplicación. En las preguntas ella explica que el prototipo es sencillo, interesante y completo. A su vez, menciona que si fuese una usuaria le gustaría recibir atención al cliente por el mismo aplicativo. Por último, le da un puntaje de 9 porque es muy útil.

ENLACE DE LA ENTREVISTA: <https://www.youtube.com/watch?v=w7R8MkpcyhU>

Entrevista 8

Entrevistado: Milenka Morales

Edad: 23

Ocupación: Estudiante de Contabilidad

Entrevistador: Elder Varillas

La entrevistada menciona de entrada que le gustan los colores de la aplicación azul y naranja, porque transmite al usuario sensaciones de no temas porque le brinda seguridad. De igual manera, señala también que las funciones le parecen correctas y fáciles. En las preguntas menciona que los colores le hacen recordar a los aplicativos chinos de compra por lo que lo relaciona con el negocio internacional. Asimismo, en caso sea una posible usuaria le gustaría recibirlo por llamada. Por último, ella considera que es una buena aplicación para las personas que desean importar o ya lo están haciendo.

ENLACE DE LA ENTREVISTA: <https://www.youtube.com/watch?v=4vgbB1IDYKw>

Entrevista 9

Entrevistado: Miguel Angel Rodriguez

Edad: 25

Ocupación: Estudiante de Diseño

Entrevistador: Elder Varillas

El entrevistado menciona que el prototipo pueda cambiar el fondo de alguna manera a su parecer. Asimismo, respecto a la semana de prueba menciona que le gustaría aumentar a dos semanas. De la misma manera, a la atención al cliente le gustaría recibirlo dentro del chat. Asimismo, considera que es intuitivo y de fácil uso. Sin embargo, no debería de añadirse funciones, sino mejorar el lado estético del aplicativo. Por último, le da un puntaje de 8 porque le gustó el diseño.

ENLACE DE LA ENTREVISTA: <https://www.youtube.com/watch?v=YnpGIsp70Vg>

Entrevista 10

Entrevistado: Sonia Canteño

Edad: 24

Ocupación: Estudiante de Arquitectura

Entrevistador: Elder Varillas

La entrevistada menciona que es una aplicación de importación y pertenece al sector de comercio internacional. Asimismo, señala que le gusta la semana gratis porque engancha a que los usuarios se suscriban. De la misma manera, considera que es moderno y que el prototipo asesora de manera muy personalizada, ordenada y moderna. De igual manera, destaca que es fácil de usar y muy intuitivo. El servicio de atención al cliente le gustaría recibirlo por WhatsApp. un punto importante para mencionar que le parece bien por ahora el prototipo. Por último, está satisfecho con el prototipo porque considera que es muy ordenado y fácil de usar.

ENLACE DE LA ENTREVISTA: <https://www.youtube.com/watch?v=of1AzMWgtQs>

Entrevista 11

Entrevistado: Enrique Santiago

Edad: 23

Ocupación: Estudiante de Ingeniería Industrial

Entrevistador: Miguel Chaparro

El entrevistado señala que sí ha realizado compras en líneas, y ha presentado el temor de que el producto no llegue de acuerdo con lo esperado. Asimismo, destaca que las personas no compran en páginas extranjeras de que el producto no va a llegar en la fecha y que el término “importar” se asemeja a grandes volúmenes. Del mismo modo, comenta que sí le agrada el aplicativo, ya que es dinámico y brinda una ayuda muy personalizada por los asesores comerciales. De igual manera, la opción de contactar a un asesor comercial en cualquier momento es interesante, además, le gustaría que le contacten por WhatsApp y si es factura por correo. A su vez, señala que sí alivia los problemas de las personas. Finalmente, le gustaría que la aplicación tenga un chatbots con las dudas más comunes para que se puedan responder de manera automática.

ENLACE DE LA ENTREVISTA: <https://youtu.be/6Y2DD6Rc2ac>

Entrevista 12

Entrevistado: Katherine Galindo

Edad: 22

Ocupación: En el área administrativa de una botica

Entrevistador: Miguel Chaparro

La entrevistada comenta que sí ha importado y ha tenido diversas experiencias positivas. Asimismo, considera que las personas no compran porque les puede resultar difícil el acceso a la información. De igual manera, considera que Easy Comex sí se asemeja a un aplicativo de comercio internacional. Asimismo, considera que la experiencia de usuario es fácil por su distribución, sin embargo, considera que el fondo del aplicativo se pueda mejorar. Del mismo modo, señala que le envíen toda la información por su correo, dado que es el medio más común para la entrevistada. Finalmente, agregaría la opción de preguntas frecuentes para simplificar la experiencia de usuario.

ENLACE DE LA ENTREVISTA: <https://youtu.be/6D8P1EanzYE>

Entrevista 13

Entrevistado: Grover Monteverde

Edad: 30

Ocupación: jefe de logística

Entrevistador: Miguel Chaparro

El entrevistado Grover Monteverde menciona que sí ha importado por AliExpress de productos para mascotas, el proceso fue tedioso, por lo cual buscó un agente que le apoye con la importación. De igual manera, la desconfianza y la falta de importación son los problemas para que la persona no compre en páginas exteriores. Del mismo modo, señala que sí le agrada el diseño, dado que es fácil manejar la aplicación, ya que cuenta con una óptima distribución. Asimismo, le gustaría que le contactaran por WhatsApp para tener una comunicación más directa. Finalmente, señala que encontrar toda la información en un solo aplicativo generará que las personas se arriesguen a importar a través de Easy Comex. A su vez, la aplicación está desarrollada y organizada enfocado en hacer el proceso de compra más sencillo.

ENLACE DE LA ENTREVISTA: <https://youtu.be/146UvXBW7oQ>

Entrevista 14

Entrevistado: Francisco Ruiz

Edad: 24

Ocupación: Estudiante de Administración y Negocios Internacionales

Entrevistador: Miguel Chaparro

El entrevistado Francisco Ruiz comenta que ha realizado diversas compras extranjeras de productos para su uso. Asimismo, considera que el servicio es óptimo de las páginas virtuales. De igual manera, señala que la desconfianza para no comprar es por la tarjeta, dado que los clientes no quieren poner miedo a que puedan sufrir una aniquilación. Del mismo modo, señala que el prototipo sí guarda relación con el Comercio Internacional. Además, muestran agrado por las tiendas, dado que está ordenado con fotografías y una descripción de la función. Francisco prefiere que sea el contacto por una llamada telefónica para comprender diversos intereses. A su vez, comenta que sí cubre la problemática de desconfianza a través del prototipo. Finalmente, señala que todo el contacto le gustaría que sea en persona y no con chat Bot, dado que el asesor debe comprender de manera subjetiva el interés del entrevistado.

ENLACE DE LA ENTREVISTA: <https://youtu.be/Fz8dqbaJ0tA>

Entrevista 15

Entrevistado: Maritza Moreno

Edad: 27

Ocupación: Administradora de tiendas

Entrevistador: Miguel Chaparro

La entrevistada Maritza Moreno no ha realizado una importación, pero sí ha hecho pequeñas compras de uso personal en AliExpress. De igual manera, manifiesta que el desconocimiento, la desconfianza y el tiempo de entrega, dado que tienen el temor que no llegue el producto a Perú. Del mismo modo, señala que el aplicativo sí se asemeja al comercio internacional, y

también muestra un agrado por el aplicativo. Sin embargo, se podría mejorar la categorización de la función “pasos para importar”, ya que se tiene mucho material educativo. Asimismo, le gustaría que sea por correo su contacto directo de parte del asesor. Además, muestra agrado a funciones como productos frecuentes y pasos importantes, ya que pueden realizarlo desde su celular y estará con información actualizada. Sin embargo, la categorización del apartado de proveedores debe mejorarse, especificando el grado de experto, según la agenda que aparezca. Finalmente, la entrevistada dijo que le gustaría que le agreguen una reunión presencial para poder capacitar a las personas que realmente estén interesadas en importar.

ENLACE DE LA ENTREVISTA: <https://youtu.be/sytm8qQPofs>

Entrevista 16

Entrevistado: Aldair Salsavilca

Edad: 21

Ocupación: Estudiante de Administración

Entrevistador: Luana Mantilla

Aldair nos comenta que ha importado en algunas ocasiones, pero le ha resultado un poco difícil. A su vez, considera que las personas no confían en páginas extranjeras por la poca confianza con los proveedores y el tiempo de demora. Respecto al prototipo, a Aldair le transmite confianza y le gusta la combinación que se usó, además nos mencionó que no agregaría alguna función extra a la aplicación porque en su interacción se dió cuenta que tiene lo que se necesita para aprender a importar. Por otro lado, a los servicios de atención al cliente les gustaría recibirlo por WhatsApp porque es uno de sus medios con mayor frecuencia de uso.

ENLACE DE LA ENTREVISTA: https://youtu.be/UCmx_BmIDt0

Entrevista 17

Entrevistado: Rafael Lucero

Edad: 22

Ocupación: Estudiante de Administración y Marketing

Entrevistador: Luana Mantilla

Rafael nos cuenta que ha importado una sola vez, pero le resultó difícil porque no manejaba los términos de importación. Asimismo, señala que las personas no confían en páginas extranjeras por el desconocimiento, ya que nos manejan los términos especiales del comercial, por lo que finalmente terminan comprando en Perú. Rafael, menciona que le parece muy interesante la aplicación, ya que su diseño es muy intuitivo y que a simple vista se ve que cumple diversas funciones. Por otro lado, le gustaría recibir soporte al cliente por WhatsApp pero que no se vea muy robotizado las conversaciones como es frecuente en páginas del rubro.

ENLACE DE LA ENTREVISTA: <https://youtu.be/RsHJjaPnFPO>

Entrevista 18

Entrevistado: Miguel Chauca

Ocupación: Egresado de la carrera de administración y marketing

Edad: 29

Entrevistador: Luana Mantilla

Miguel nos cuenta que actualmente se encuentra trabajando en el área de marketing digital en una empresa, menciona que, si ha importado en diversas ocasiones, sin embargo, muchas veces tiene dificultades con el tiempo de entrega y en la búsqueda de proveedores adecuados para lo que desea importar. Por otro lado, señala que muchas veces las personas tienen desconfianza en páginas extranjeras por los medios de pago, sobre todo en personas mayores. Por otro lado, respecto al prototipo menciona que le agrada el diseño de la aplicación y que le llamó mucho la atención el logo. Asimismo, recomienda que la atención al cliente lo reciba por WhatsApp, dado que es lo que más maneja y es más accesible. Finalmente, recomienda que haya una sección donde los usuarios califiquen a los proveedores de acuerdo con el sector.

ENLACE DE LA ENTREVISTA: <https://youtu.be/dPEkANssVQY>

Entrevista 19

Entrevistado: Fiorella Mamani

Edad: 25

Ocupación: Emprendedora

Entrevistador: Luana Mantilla

Fiorella menciona que es emprendedora de un pequeño negocio de ropa, nos comenta que muchas veces las personas tienen desconfianza en proveedores del exterior por el tiempo de demora de sus productos. Por otro lado, respecto al prototipo señala que le transmite confianza y le resultó fácil de usar, nos comentó que le agrada los servicios que ofrece y las diversas opciones con las que cuenta, ya que sería de mucha ayuda sobre todo para personas que recién están empezando a importar. Finalmente, menciona que se diferencia a otros aplicativos y que si cuenta con disposición de uso.

ENLACE DE LA ENTREVISTA: <https://youtu.be/dl37PS5g5hE>

Entrevista 20

Entrevistado: Francisco Huaman

Edad: 25

Ocupación: Egresado de la carrera de Administración y Marketing

Entrevistador: Luana Mantilla

Francisco menciona que ha importado un par de veces y que le ha resultado un poco difícil. Con respecto al prototipo, nos comentó que le agrada y que sus colores transmiten confianza a simple vista. De la misma manera, le gustaría que el aplicativo brinde la atención de servicio al cliente por medio de WhatsApp o Gmail, dado que es lo más accesible en su día a día.

ENLACE DE LA ENTREVISTA: <https://youtu.be/CE3jRPbVI6g>

Entrevista 21

Entrevistado: Maria Gracia Gutierrez Gallardo

Edad: 22

Ocupación: Administración y Marketing - Ejecutiva de marca

Entrevistador: Thais Curotto

La entrevistada ha importado maquillaje y le resultó complicado, debido a que no tenía conocimiento sobre aduanas, le retuvieron su pedido porque excede los 200 dólares y no contaba con permisos. Asimismo, indicó que algunas personas tienen temor a perder su dinero en páginas extranjeras, ya que no tienen conocimiento para importar. Con respecto a la pantalla de bienvenida se entiende cuál es el servicio que ofrecen, en este caso de enseñar a las personas a importar, nos comentó que le agrada los colores de la aplicación y se ve dinámico porque no tiene mucho texto. Por último, indicó que el único cambio que se debe realizar es el tamaño de las letras en la parte de los planes que ofrece.

ENLACE DE LA ENTREVISTA: <https://youtu.be/FexupdQ3orQ>

Entrevista 22

Entrevista: Franco Escobar

Edad: 23

Ocupación: Administración y negocios internacionales

Entrevistador: Thais Curotto

El entrevistado ha realizado importaciones para él y ha sido fácil en un inicio, debido a que, empezó importando pocos productos y luego tenía que importar mayores cantidades. Sin embargo, no sabía cómo sacar los permisos. Con respecto, al aplicativo indicó que no había visto una aplicación igual antes, le pareció muy innovador. Además, los colores y las letras son dinámicas. Por último, el menú principal es didáctico y fácil de usar, ya que tiene ítems con imágenes así que visualmente no se ve aburrido.

ENLACE DE LA ENTREVISTA: <https://youtu.be/FwyGUfu0fa8>

Entrevista 23

Entrevistado: Alexander Regalado

Edad: 23

Ocupación: Analista digital - Experto en Ecommerce

Entrevistador: Thais Curotto

El entrevistado indicó que, si ha realizado importaciones en pequeñas cantidades, y quiere realizar pedidos en grandes cantidades. Sin embargo, menciona que los riesgos son de que el pedido no le llegue, ya que no confía en los proveedores. Además, señala que el aplicativo tiene colores armoniosos y se ve sencillo de usar. A su vez, mencionó que no ha visto un aplicativo similar antes, le gusta la idea de que acepte todo tipo de tarjetas y la frase “lo único imposible es aquello que no intentas”. Por último, prefiere que sea una aplicación para poder importar productos porque siempre utiliza su celular, si fuera una página web no estaría al pendiente de aprender a importar.

ENLACE DE LA ENTREVISTA: <https://www.youtube.com/watch?v=ZRGJCPBYHpQ>

Entrevista 24

Entrevistado: Axl Calderón

Edad: 22

Ocupación: Negocio propio

Entrevistador: Thais Curotto

El entrevistado no ha realizado importaciones porque se le hace confuso realizarlo, ya que no conoce los requisitos y el producto será igual a la Figura referencial. En el diseño del aplicativo los colores representan tranquilidad. El prototipo no se le hace familiar, ya que usualmente toda la información está en Google, Sunat, entre otros; pero el proceso es largo y las palabras prácticas son complicadas de entender, lo cual es innovador y práctico de entender para realizar importaciones.

ENLACE DE LA ENTREVISTA: <https://www.youtube.com/watch?v=4eI68MTuXuI>

Entrevista 25

Entrevistado: Andres Nancay

Edad: 22

Ocupación: Administración y negocios internacionales

Entrevistador: Thais Curotto

El entrevistado mencionó que realizar importaciones para él no fue tan difícil, pero el proceso le pareció complicado y su producto no era igual a la Figura referencial. El diseño del prototipo no le resultó similar a otros aplicativos o páginas web, le pareció muy llamativo y entendible con el logotipo de EasyComex porque indica comercio internacional. Además, el servicio de atención al cliente le gustaría que sea por WhatsApp.

ENLACE DE LA ENTREVISTA: <https://youtu.be/IXY66Bg2hvw>

Entrevista a expertos

Entrevista 1

Entrevistada: Daniela de la Madrid

Edad: 24

Ocupación: Asistente - Operador logístico

Entrevistador: Miguel Chaparro

La entrevistada comenta que el sector de comercio internacional se ha encontrado en crecimiento, considerando que el país afrontaba la pandemia generada por el COVID-19. De la misma manera, menciona que dicha problemática ha generado problemas de un lado positivo y negativo. Por un lado, considerando el incremento de precios de los fletes por la poca oferta generada en el sector, lo cual se manifestó en el incremento de precios de diferentes productos. Por otro lado, señala que estimuló que las personas estén interesadas en

importar y exportar como otra medida de ingreso para su economía. Asimismo, los talleres más comunes son de cómo importar, potencial de países de exportación, acerca de la documentación necesaria, desarrollada por diferentes entidades de comercio exterior como ADEX y SIICEX. Finalmente, la consulta con mayor frecuencia es cómo importar/exportar, lo cual menciona que la segunda es más complicada por la documentación que se necesita, a su vez, destaca que los talleres son accesibles, dado que se ofrecen a un precio moderado de 100-200 soles. Es importante destacar que señaló su experiencia en desarrollo de misiones de comercio internacional y la feria de Expo alimentaria, la cual es relevante para conocer en su totalidad el proceso del comercio internacional.

ENLACE DE LA ENTREVISTA: <https://www.youtube.com/watch?v=rpTcErl4UQg>

Entrevista 2

Entrevistada: William Ríos

Edad: 25

Ocupación: Asesor comercial 3R Core

Entrevistador: Miguel Chaparro

El entrevistado comenta que el sector de marketing digital se encuentra en crecimiento, dado que optan por estrategias comerciales desde un punto de vista rentable. Asimismo, señala que la pandemia ha impactado de manera positiva en el sector, ya que al no salir de sus casas han optado por medios digitales. De igual manera, manifiesta que las estrategias más comunes son promociones, puntos acumulativos para beneficios, descuentos por combos, descuentos para fechas festivas que se registren de manera online, las cuales han generado resultados positivos para las marcas. Del mismo modo, señala que los emprendimientos se enfocan en la propuesta de valor para la relación con sus precios como atención al cliente, productos diferenciados y servicios postventa. Finalmente, menciona que la mayoría de emprendimientos no cuenta con un presupuesto de marketing digital, sin embargo, ésta tendencia se encuentra en variación, dado que han tomado en cuenta que las estrategias comerciales en digitales generan rentabilidad a bajo costos operativos, a su vez, recomienda que los emprendimientos deben definir un óptimo de plan de marketing digital, su propuesta

de valor y una correcta segmentación de mercado en base a la necesidad que satisface su producto/servicio.

ENLACE DE LA ENTREVISTA: <https://www.youtube.com/watch?v=Q8aOTpZHUw0>

FOCUS

Día: 21 de abril del 2022

Participantes:

- Marcelo Silva
- Luisa Carranza
- Maria Roca
- Leydi Gomez
- Alonso Peña

En el focus realizado el jueves 21 de abril, se pudo rescatar diversos comentarios de los usuarios que son fundamentales para el mejor desarrollo del experimento. En primer lugar, los diversos participantes mencionaron que existe mucha desconfianza al momento de importar productos ya sea de uso personal o para un emprendimiento, ya que existen diversos proveedores que no generan confianza y además en páginas reconocidas como Alibaba, el tiempo de entrega del producto es muy extenso y en ocasiones no recibes respuesta alguna del seguimiento de tu pedido. En segundo lugar, los entrevistados destacaron que el principal problema que tienen es el método de pago y que su producto no llegue en buen estado, dado que tienen miedo perder el dinero y al realizar compras en otros países que no son el suyo no están desprotegidos. Asimismo, mencionan que los medios de información que usan para saber importar es el internet, además buscan de importadores logísticos para que les facilite el proceso de su importación.

Por otro lado, mencionan respecto al prototipo que les agrada el color y que les hace sentir confiados y seguros para realizar importaciones. De la misma manera, les resulta fácil e intuitivo manejar, puesto que los pasos a seguir desde que se registran hasta que escogen el servicio es simple.

Finalmente, en conclusión, los usuarios mencionan que la información si transmite confianza resolviendo los problemas que tienen. Además, el aplicativo llegaría a más personas usando

la estrategia de marketing digital y además usar el marketing a boca a boca, para una mejor relación con los clientes.

ENLACE DEL FOCUS: <https://www.youtube.com/watch?v=yDOiWwi37g>

Tabla 4

Malla receptora - Experimento 2

<p>Cosas interesantes</p> <ul style="list-style-type: none">● La aplicación es dinámica y fácil de usar● Tiene productos en tendencia que es una buena guía para lo que no tienen claro que importar● Asesoría personalizada si aún quedan dudas adicionales● Logotipo llamativo● Colores que resulta de confianza al usuario● Tiene los servicios adecuados para que principiantes aprendan a importar correctamente.● El logo se entiende fácilmente y el nombre va muy de acorde con el rubro del negocio.● La información presentada se ve muy confiable	<p>Críticas constructivas</p> <ul style="list-style-type: none">● Deberían promocionarlo mediante las redes sociales para tener alcance porque es muy bueno el aplicativo.● La atención al cliente se debería de dar por medio de WhatsApp ya que es a lo que más tienen acceso.● Agrandar un poco las letras de los planes, ya que puede ser un poco pequeño● Se debería aumentar otros medios de pago
<p>Preguntas</p> <ul style="list-style-type: none">● ¿La aplicación es para informar sobre importación?● ¿Si quiero cancelar la suscripción cobrarán algún monto?● ¿Será un proyecto real? para poder usarlo	<p>Ideas nuevas</p> <ul style="list-style-type: none">● Cambiar colores por uno más vivos● En un futuro cuando tenga acogida la aplicación puede implementarse la función que lo importen por ti a bajo costo

	<ul style="list-style-type: none">● Podría llegar a otros países
--	--

Análisis

- De acuerdo con los entrevistados, se destaca que los usuarios muestran agrado que el servicio de atención al cliente se efectúe por WhatsApp, dado que es un aplicativo que están con frecuencia y la respuesta puede ser más directa. Del mismo modo, señalan que este tipo de soporte al cliente no sea muy robotizado, sino que también se cuenta con una persona asesora que te pueda brindar soluciones integrales. De la misma manera, el orden de las funciones genera que la experiencia de usuario sea positiva, dado que pueden navegar por el aplicativo con rapidez.
- Los usuarios en la otra etapa del experimento 2 mencionan que el prototipo está muy detallado y que al interactuar les resultó muy fácil, además les llama la atención los servicios que ofrecen y cada herramienta que usan en estos. Además, será de gran ayuda sobre todo para principiantes. Por otro lado, los colores que se empleó en el prototipo generan confianza y les resulta una aplicación amigable, asimismo señala que la fuente utilizada de sus colores les recuerda a páginas conocidas como AliExpress o Alibaba. De la misma manera, el hecho de que se pueda contar con un asesor personalizado es un valor agregado a comparación de otros aplicativos

- Los usuarios entrevistados mencionan que el prototipo mejorado les gusta, dado que les resulta fácil de utilizar. Asimismo, las letras ya no están pequeñas para que pueda ser vista con mayor facilidad. De la misma manera, recalcan que la atención es muy importante que sea personalizada y se pueda agendar con anticipación. A su vez, consideran que con tan solo ver el logotipo supieron que se trataba de una aplicación que se relacionaba al comercio internacional.
- Los usuarios entrevistados mencionaron que los colores de la aplicación transmiten transparencia y confianza, lo cual convierte a la aplicación en segura para realizar comercio internacional. Además, que al ver la primera pantalla se entiende que la aplicación te enseñará a importar, más no será un intermediario. Asimismo, los planes que ofrece son entendibles y en nuestros servicios otorgan de manera completa lo que se ofrece al pagar uno de los planes. Por otro lado, en la sección de proveedores les agrado la idea de poder escoger a su proveedor y calificarlos o ver qué calificación tiene según sus clientes. Por último, indicaron que la aplicación está muy completa y no hay nada adicional que agregar.

De acuerdo con los resultados obtenidos en los experimentos, se analizará si cumple las 7 facetas de la UX.

En primer lugar, la faceta “Útil” se evidencia en el prototipo de Easy Comex, debido a que en las entrevistas comentan los potenciales clientes que resolvería el problema de falta de conocimiento para realizar una compra internacional de manera correcta sin caer en el error y estar seguro de que tu pedido llegará de acuerdo con lo esperado.

En segundo lugar, cumple con la faceta “Utilizable”, ya que todos los usuarios mencionaron que es muy intuitiva de usar, fácil de manejar, no hay ningún inconveniente en navegar entre las distintas opciones del prototipo.

En tercer lugar, cumple con la etapa “Deseable” el prototipo es atractivo, dado que sus colores son relacionados con la importación o comercio internacional, el logo les pareció muy claro y comunica de manera efectiva para lo que se emplea el aplicativo.

En cuarto lugar, cumple con la etapa “Encontrable”, debido a que los 6 ítems principales son claros los temas a tocar en cada uno, el perfil es sencillo de personalizar y los usuarios comentaron que el prototipo tenía una forma natural de navegar en ella.

En quinto lugar, cumple con la faceta “Accesible” debido a que se encuentra en ambos sistemas operativos “IOS y Android”, además comentaron que como es 1 semana gratis una persona que no tiene los recursos puede aprovechar esa semana para poder adquirir un conocimiento limitado.

En sexto lugar, cumple con la faceta de “Creíble” ya que los usuarios comentaron que se evidencia que la información presentada es 100 % verídica por el nivel de detalle que se muestra y tienen como garantía realizar la consulta de un especialista mediante la aplicación.

Por último, la séptima etapa “Valioso” cumple con el prototipo, puesto que los usuarios sintieron que el valor agregado es que tenían todo en un solo lugar, desde talleres en vivo que suelen costar más de 100 soles solo un taller hasta los especialistas para asesorarte personalmente.

Aprendizajes

Uno de los aprendizajes más relevantes es que la atención al cliente se debería de dar por medio de WhatsApp, ya que este medio es el más usado por los usuarios y al que más le prestan atención en su día a día, de la misma manera sería más viable que el chat no sea muy

sistematizado y que realmente lo responda un asesor, para que sus dudas o consultas sean mejor atendidas.

Asimismo, el aplicativo debería de actualizarse regularmente para que se pueda ofrecer un óptimo servicio al cliente. Asimismo, aumentar los días de suscripción para que los usuarios puedan ver con mayor tiempo las funciones del aplicativo, lo cual les permite familiarizarse con Easy Comex.

De la misma manera, nos recomiendan que se pueda interactuar con otros usuarios dentro del aplicativo con un chat que permita saber si están interesados en importar los mismos productos y poder aliarse para reducir el precio del flete. De igual manera, para incrementar el grado de familiarización con Easy Comex y pueda crearse una comunidad como respaldo para potenciales usuarios.

Otro de los aprendizajes con respecto al diseño de la aplicación, es que las letras en la sección de los planes se deberían agrandar un poco más para su visibilidad correcta. Asimismo, aumentar otros medios de pago, ya que solo acepta tarjetas.

Por último, el aplicativo al ingresar al mercado debe invertir para ser promocionado mediante redes sociales, así tendrá tenga mayor alcance de usuarios que deseen realizar importaciones, lo cual genera que la aplicación tenga suscriptores en los planes que ofrece.

6. VALIDACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

6.1. Supuestos a validar

Tabla 5

Supuestos para la relación con los clientes

SUPUESTO	EXPERIMENTO
Los usuarios están interesados en que el aplicativo brinde un soporte técnico y una asesoría fidelizada.	Entrevista a usuarios
Los clientes estarán interesados en que se les ofrezca campaña de fidelización	Anuncio en redes sociales

Los usuarios estarán a la espera de un sistema de feedback como mejora para la experiencia de compra	Entrevista a usuarios
--	-----------------------

Tabla 6

Supuestos para actividades clave

SUPUESTO	EXPERIMENTO
Los especialistas serán capacitados constantemente para que puedan subir información a la aplicación actualizada	Fuente secundaria
Se dictará talleres en vivo por especialistas a los usuarios de la aplicación que deseen ingresar	Fuente secundaria (Consulta a especialista)
Se organizará la información encontrada para poder subirla correctamente a la aplicación	Entrevista a experto desarrollador de aplicación
Se realizará búsqueda constante de posibles clientes para invitarlos a probar la aplicación	Anuncio en redes sociales
Se establecerán diversas actividades de marketing para dar a conocer la aplicación	Cotización a agencia de marketing
Se reclutará y controlarán a los especialistas que cumplan con el perfil apto para las diversas funciones	Anuncio en portal de empleo
Se realizará el mantenimiento de la plataforma periódicamente.	Entrevista a desarrollador de aplicación

Tabla 7*Supuestos para socios claves*

SUPUESTO	EXPERIMENTO
Podremos trabajar con un técnico de programación para el desarrollo del software del aplicativo	Entrevista a experto
Podremos trabajar con especialistas en negocios internacionales, ya que serán los encargados de dictar las conferencias y talleres	Entrevista a experto y fuente secundaria
Podremos trabajar con desarrolladores de aplicativos para la gestión, control y mantenimiento de la aplicación.	Entrevista a experto
Podremos trabajar con una agencia de marketing para el desarrollo de estrategias comerciales.	Consultoría con agencia de marketing

Tabla 8*Supuestos para estructura de costos*

SUPUESTO	EXPERIMENTO
Tendremos conocimiento al respecto de las remuneraciones de los trabajadores.	Entrevista a expertos
Sabremos cuál es el costo del desarrollo de la aplicación y el mantenimiento de la aplicación	Entrevista a expertos
Podremos pagar el presupuesto el marketing en redes sociales para promocionar la aplicación	Anuncio en Instagram
Sabremos el monto de comisión por la venta online de	Fuente secundaria

suscripciones de la aplicación	
--------------------------------	--

Tabla 9

Supuestos para canales

SUPUESTO	EXPERIMENTO
La aplicación estará disponible en tiendas virtuales.	Fuentes secundarias
La aplicación se dará a conocer a través de las redes sociales.	Anuncios en redes sociales

Tabla 10

Supuestos para ingresos

SUPUESTO	EXPERIMENTO
Los usuarios pagarán por opciones exclusivas del servicio que vamos a ofrecer.	Experimento Concierge

Tabla 11

Supuestos para recursos claves

SUPUESTO	EXPERIMENTO
Contaremos con un aplicativo que permita que los usuarios encuentren la información que necesitan.	Entrevista a experto

Contaremos con una base de datos altamente especializada para una mejor recaudación de información.	Fuentes secundarias
Tendremos un eficaz sistema de operación para una mejor experiencia del usuario.	Entrevista a experto
Podremos trabajar con procesadores de medio de pago con un respaldo de garantía de seguridad para una mejor confianza de los clientes.	Entrevista a experto
Contaremos con especialistas en el rubro de importaciones.	Entrevista a experto

Tabla 12

Bitácora de actividades validación modelo de negocio

Actividad	Tarea
Determinar funcionalidades de la aplicación	Elección de potenciales usuarios.
	Entrevistas a usuarios
	Recaudación de datos, sugerencias y recomendaciones con entrevista a usuarios
	Desarrollar mejoras al aplicativo con el feedback recibido.
Determinar características de la aplicación	Entrevistas a expertos desarrolladores de aplicativo
	Lista de atributos de la aplicación
Formulación de la guía de	Realizar un listado de preguntas que ayude en el desarrollo de

preguntas	las entrevistas
Desarrollo de entrevistas	Realizar entrevistas virtuales grabadas vía Zoom a usuarios y expertos
Ajuste de marca de APP	Propuesta para posibles cambios dentro de la marca
Ajuste de interfaz del usuario	Modificar arquitectura de prototipo
	Retocar la interacción y diseño visual
Determinar costos del aplicativo	Realizar búsqueda de la información necesaria para tener conocimiento al respecto de los costos.
	Entrevista a especialistas
Determinar los especialistas	Entrevista a expertos
	Lista de requisitos necesarios para trabajar
Determinar los ingresos	Benchmarking con servicios similares
Búsqueda de proveedores confiables	Elaborar listado de posibles proveedores
	Filtro del listado
Determinar los canales	Utilizar información de fuentes reconocidas.
Diseño de publicidad	Corroborar que ofrece una agencia de marketing

6.2 Experimento – Actividades clave

Objetivo: Validar que los especialistas sean capacitados para poder brindar información de calidad a la aplicación

Diseño y desarrollo:

Fechas de elaboración: 13 de abril

Duración: 1 día

Método por utilizar: En este caso se validará mediante fuentes secundarias; una de las fuentes es el artículo de ESAN, el cual indica cada cuánto capacitar al colaborador y la otra fuente secundaria son cursos online de la plataforma Netzun para conocer el costo de ello.

Resultados:

Se debe conocer qué tipo de capacitación necesitaría y cada cuanto tiempo se debe capacitar al personal para poder tener información innovadora para poder subirlo al servidor del aplicativo móvil. En este caso sería capacitación netamente en conocimientos y lo mínimo del rubro es por lo menos 1 vez al año, por ejemplo; capacitaciones online mediante la plataforma Netzun sobre curso de importación para mantenerse en aprendizaje su costo es de 30 soles. Por otro lado, informarse sobre las nuevas tendencias de productos por lo menos 1 vez cada 15 días, dado que los productos innovadores fluctúan rápidamente eso se dará por investigación independiente de cada especialista.

Análisis:

Según los resultados, los especialistas en negocios internacionales sí serán capacitados, pero por lo menos 1 vez al año. Además, dentro de sus funciones laborales será mantenerse actualizados sobre los productos en tendencias, eventos inesperados ocurridos con impacto negativo (Nave atascada en Canal de Suez) con relación a las importaciones, entre otros. Los cursos de la plataforma Netzun ayudarán a mantenerse actualizados temas teóricos y nuevas formas de importar más fácil para que esa información sea útil para el aplicativo.

Aprendizaje:

Se esperaba tener que capacitar a los especialistas una vez al mes, sin embargo, las fuentes confirman que no es necesario, ya que el rubro es variable a corto plazo. Actualmente, se tiene en cuenta que la información actualizada en el aplicativo serán una de las funciones principales de los especialistas

Evidencia: <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/como-saber-en-que-debemos-capacitar-al-personal>

<https://netzun.com/cursos-online/empieza-importar-china>

6.3 Experimento 2 - Actividades Clave

Objetivo: Validar que los talleres dictados en vivo que estén en la aplicación sean atractivos y deseables para los usuarios

Diseño y desarrollo:

Fechas de elaboración: 14 de abril

Duración: 1 día

Método por utilizar: En este caso se validará mediante una fuente secundaria que es consultarle a la experta respecto a los talleres mediante la plataforma de Instagram y adicional una entrevista con un usuario donde se conversó de los temas de interés del usuario.

Resultados:

En primer lugar, se contactó con Carolina Qiao que será la encargada de dictar los talleres, se decidió trabajar con Carolina por la manera didáctica de enseñar y su nivel de experiencia a lo largo de los años (En 2013 ganó una beca para estudiar en China, donde aprendió a

profundidad el tema de comercio exterior adquiriendo datos que muy pocos conocen). En segundo lugar, una entrevista al usuario para conocer si está interesado en este tipo de talleres. El entrevistado es Juan Gerardo que comenta que los talleres evidenciados en la aplicación es una propuesta interesante, dado que no solo se está brindando información plasmada en la aplicación si no que se refuerza con los talleres en vivo donde se tiene la oportunidad de interactuar tanto con otros participantes y el expositor para resolver dudas puntuales. Cabe resaltar que los talleres serán dictados por Carolina Qiao con talleres como; Cómo reconocer proveedores confiables en Alibaba; Importa Pequeñas Cantidades de Diferentes Proveedores; Diferencia entre Importar con RUC 10 o RUC 20, etc. Estos serán programados durante diferentes días y horas previamente coordinadas con el equipo.

Análisis:

Luego de los resultados se puede evidenciar que la persona elegida para realizar los talleres concuerda con la entrevista del usuario, dado que Carolina tiene la experiencia para brindar talleres de temas de interés mencionados líneas arriba. Son temas de interés para el usuario lo cual lo hace atractivo y bueno para la aplicación.

Aprendizajes:

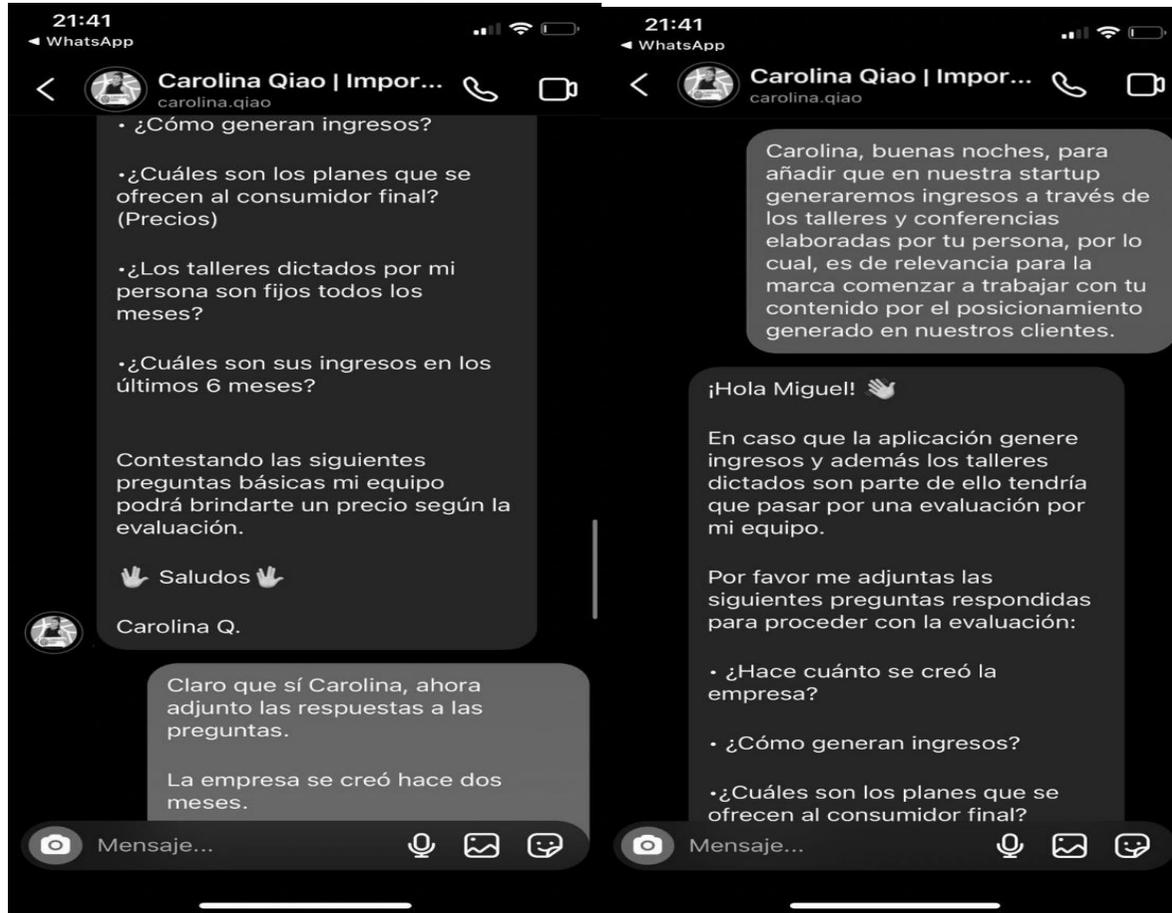
Los talleres dictados tienen que ser del interés del usuario y dinámico, ya que la persona entrevistada mencionó que el valor agregado es que se puede preguntar directamente, tener una participación en la conferencia con personas con los mismos intereses.

Evidencia:

Enlace entrevista: <https://www.youtube.com/watch?v=pfCTmqsEjoY&t=1s>

Figura 4

Conversación vía Instagram



Nota. Conversación por mensaje con la experta en importaciones Carolina Quiao, por Instagram, 2022.

6.4 Experimento 3 - Actividades Clave

Objetivo: Validar cómo se organizará la información para poder subir a la aplicación y cada cuánto se realizará el mantenimiento de ella.

Diseño y desarrollo:

Fechas de elaboración: 14 de abril

Duración: 1 día

Método por utilizar: En este caso se validará mediante una entrevista con un desarrollador de aplicaciones para conocer el flujo de la aplicación.

Resultados:

El experto es Angel Saenz con experiencia en el rubro de desarrollador tanto de página web y aplicativos móviles. En primer lugar, se le preguntó cómo es el proceso para que la información recopilada puede llegar a la aplicación el experto comentó que el servidor funciona como una carpeta que se sube la información en formato TXT, lo cual es sencillo guardarlo desde un word solo se da clic en la opción TXT delimitado por tabulaciones y el mismo servidor organiza la información. Por otro lado, respecto al mantenimiento de la aplicación por el tráfico de clientes solo es necesario un mantenimiento cada 3 meses, cada vez que se obtenga más clientes se hará más frecuente.

Análisis:

El desarrollador de aplicativo afirmó que organizar la información es sencillo ya que luego de que se encargue de establecer las rutas necesarias es similar a un word el cual se dividirá como se establecieron las rutas. Respecto al mantenimiento por el poco tráfico de la aplicación no es necesario dentro de los primeros meses.

Aprendizaje:

Se tiene como aprendizaje que no es necesario realizar un mantenimiento seguido a la aplicación y es sencillo la subida de información a la aplicación no como se pensaba.

Enlace entrevista: <https://www.youtube.com/watch?v=Z6wFqODERns>

6.5 Experimento 4- Actividades Clave

Objetivo: Validar que por anuncios en redes sociales se pueden encontrar potenciales clientes.

Diseño y desarrollo:

Fechas de elaboración: 14 de abril

Duración: 1 día

Método por utilizar: En este caso se validará mediante un anuncio pagado en la plataforma Instagram

Resultados:

Se elaboró un post en Instagram promocionado re direccionando al enlace de la landing page para poder tener información de potenciales clientes y así invitarlos a probar la aplicación por una semana gratuita. En la landing page se tuvieron 175 usuarios únicos que entraron a la página y dejaron sus datos para probar la semana gratis.

Figura 5

Screenshot de publicidad de Instagram



Nota. Encontrado en <https://www.instagram.com/easycomex.pe/>, 2022.

Análisis: Existen potenciales clientes que se interesaron con el post de Instagram redirigidos a la landing page en solo un día de experimento se logró 175 visitantes con la mínima inversión

Aprendizajes:

Se puede anunciar con mayor inversión y número de días en próximos experimentos para tener mayor alcance e interacción con la landing page, dado que se obtuvieron un número de interacciones con el post buenas para estar un solo día

Figura 6

Screenshot de landing page



Nota. Encontrado en <https://tacyan3012.wixsite.com/easycomex>, 2023.

Experimento Cotización Agencia de Marketing - Actividades Clave

Objetivo: Validar que actividades se pueden realizar en conjunto con la agencia de marketing para poder dar a conocer la aplicación

Diseño y desarrollo:

Fechas de elaboración: 14 de abril

Duración: 1 día

Método por utilizar: En este caso se validará mediante la búsqueda y cotización de agencias de marketing

Resultados:

Se buscó diferentes agencias de marketing para poder revisar los servicios a ofrecer. Luego de la cotización con las distintas agencias se eligió 3R CORE, ya que nos ofrece el

performance marketing y el content marketing, el cual se encarga tanto del manejo de las redes sociales de manera orgánica y publicitaria. Sin embargo, cabe resaltar que el pago de las publicaciones realizadas mediante la plataforma Instagram es aparte del servicio brindado. El costo es de 400 USD por mes el servicio de performance marketing y content marketing.

Figura 7

Evidencias de supuesto 5



Análisis: Los supuestos mencionados anteriormente llevan a que las actividades clave estén guiadas al soporte de la propuesta de valor. En primer lugar, no es necesario que sean capacitaciones seguidas si no que los especialistas se informen de manera seguida sobre nuevas tendencias de productos para poder subirlo a la aplicación. En segundo lugar, los talleres en vivo dan soporte a toda la información brindada dentro de la aplicación por lo que el usuario entrevistado confirma que los talleres son una muy buena opción. En tercer lugar, respecto al desarrollador de la aplicación comentó que se tendría que recurrir al mantenimiento de manera seguida en caso se tenga gran tráfico de clientes. En cuarto lugar, la publicación de Instagram ayudó a reconocer nuevos potenciales clientes que podemos invitarle a mostrar la aplicación. Por último, se necesita la agencia de marketing para contratar dos servicios esenciales para el despegue de la aplicación de manera adecuada.

Aprendizajes: Respecto a los aprendizajes, se debe tener en cuenta que tanto el servidor y mantenimiento dependerá de la cantidad de clientes que se tenga, por lo cual el precio también varía de acuerdo con ello. Por otro lado, el alcance en la publicidad publicada no ha tenido tanto alcance o no ha sido el esperado por lo que se debe invertir más presupuesto en promoción y, a su vez, contratar una agencia de marketing para el manejo de dichos puntos.

6.3 Experimento - Recursos clave

Supuesto 1:

Experimento: Entrevista a experto

Objetivo: En el experimento a realizar lo que se quiere lograr es validar el recurso clave para que los usuarios encuentren la información que necesitan en el aplicativo.

Diseño y desarrollo:

Fechas de elaboración: del 13 al 18 de abril

Duración: 4 días

Método por utilizar: En este caso se utilizará el experimento de entrevista a experto

Resultados: Se realizó entrevistas a expertos con el fin de validar el supuesto de que los usuarios encuentren información que necesitan en el aplicativo. En la entrevista realizada al ingeniero Ángel se formuló diversas preguntas con el fin de obtener resultados eficaces y que sirvan de mucha ayuda para el correcto desarrollo del aplicativo. En la entrevista se pudo rescatar que los beneficios que ofrece el aplicativo son favorables y atractivos para el público que nos queremos dirigir, pero hay cosas que se pueden seguir mejorando como algunas opciones para la interacción y adecuada experiencia del usuario.

Análisis: Este supuesto se validará mediante entrevista a un experto. En este caso el entrevistado es Angello Villar, ingeniero informático, menciona que la aplicación cuenta con los requisitos adecuados para que los usuarios tengan una adecuada experiencia, sin embargo, menciona que se debería de mejorar algunos aspectos mínimos para que se pueda cumplir con las expectativas de los usuarios. Por otro lado, el ingeniero menciona que la aplicación necesitará de diversos especialistas para ejecutar las correcciones funcionalidades de la aplicativo.

Enlace entrevista: <https://www.youtube.com/watch?v=IibxggFOJKo>

Aprendizajes: El experimento nos permitió validar el cuadrante de recursos claves. La entrevista con el experto nos facilita validar mucha información y darnos cuenta de que para un correcto funcionamiento de la aplicación es necesario un buen servicio del aplicativo. De la misma manera, esta entrevista a experto no ha permitido evidenciar que es fundamental manejar un correcto equipo de trabajo para lograr conseguir información veraz para los usuarios y se pueda cumplir sus expectativas.

Supuesto 2:

Experimento: Fuentes secundarias

Objetivo: En el experimento a realizar lo que se quiere lograr es conocer con qué tipos de proveedores vamos a trabajar y contar con una base de datos altamente especializada para una mejor recaudación de información

Diseño y desarrollo:

Fechas de elaboración: del 10 al 18 de abril

Duración: 1 semana

Método por utilizar: En este caso se utilizará el experimento de fuentes secundarias, el cual es consultar la página oficial de SUNAT para recaudación de información para la base de datos.

Resultados: Con el fin de validar el conocimiento con el tipo de proveedores con los que trabajaremos y contar con la base de datos para una mejor recaudación de información se realizó por medio de fuentes secundarias una investigación y se pudo conocer que la página de SUNAT brinda una amplia información respecto a los proveedores de grandes empresas en distintos rubros. Es de aquí donde se podrá extraer información para trabajarla con nuestros proveedores y manejar correctos datos.

Análisis: Los supuestos mencionados anteriormente llevan a que se realice correctamente las actividades claves. En primer lugar, para la correcta funcionalidad de la aplicación se debe de tomar en cuenta diversos aspectos, donde el primordial es la cantidad de usuarios, aproximadamente, que usarán el aplicativo, esto con el fin de que el aplicativo no se cuelgue

y contraiga problemas en la experiencia del usuario. Por otro lado, una correcta manera de encontrar proveedores confiables es por medio de la entidad de SUNAT, donde de aquí filtramos para construir nuestra base de datos con proveedores altamente calificados y expertos en el rubro.

A continuación, se evidencia imágenes donde muestra que SUNAT te brinda la información completa respecto a distintos proveedores.

Figura 8

Información completa respecto a distintos proveedores.

10 - Importación Definitiva					IMPRIMIR
Aduana	Código	DECLARACION UNICA DE ADUANAS (A)			2 REGISTRO DE ADUANA
PAITA	046				
Nº Orden	Destinación	Modalidad	Tipo Despacho	Nº DUA Prov.	Nº Declaración: 001185 Fecha Numeración: 29/04/2022
032116	10	1	ANTICIPADO		
1 IDENTIFICACION	1.1 Importador/Exportador				Sujeto a: VERDE
	HOMECENTERS PERUANOS S.A. OEA - Operador Económico Autorizado				
1.2 Código y Documento de Identificación		1.3 Dirección de Importador/Exportador		1.4 Cod.Ubi.Geo.	
4 - 20536557858		AV. AVIACION NRO. 2405 (PISO 5) LIMA - LIMA - SAN BORJA			
3 TRANSPORTE	3.1 Empresa Transporte Código		3.2 Nº Manifiesto	3.3 Vía Transporte Código	
	- 5030		2022 - 242	1 - MARITIMO	
3.4 Fecha Termino Desc/Embar		3.5 Empresa Transporte (T/R) Código	3.6 Unidad Transporte (T/R)	3.7 Aduana D/S Código	
		-			
4 ALMACEN	4.1 Depósito Temporal Código		4.2 Depósito A.Autorizado Código		4.3 Plazo Solicitado
	- 3511				0
5 TRANSACCION	5.1 Entidad Financiera Código			5.2 Modalidad Código	
	OTROS - 099			PAGO A CREDITO - 2	
6 VALOR ADUANA	6.1 FOB/Valor Clausula venta	6.2 Flete/Comisión Exterior	6.3 Seguro/Otros Gastos Deducibles	6.4 Total Ajustes	6.5 Valor Aduana/ Valor Neto Entrega
	98354.1	15140	29.2	0	113,523.3
8.1 Declarante (Tipo - Nro. de documento - Razón Social)					

PERIODO: TODO EL AÑO 2022

ADUANA: TODAS LAS ADUANAS

1 a 10 de 143
Siguiente

Páginas: 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |

LISTAR DUAS	IMPORTADOR	MES	AGENTE	ADUANA	PAÍS	FOB \$	CIF \$	ADV \$	IMP. ARANCEL \$
LISTAR	20536557858-HOMECENTERS PERUANOS S.A.	Abril 2022	BEAGLE AGENTES DE ADUANA S.A	PAITA	CHINA	763,814.99	1,119,187.47	0.00	201,453.72
LISTAR	20536557858-HOMECENTERS PERUANOS S.A.	Abril 2022	BEAGLE AGENTES DE ADUANA S.A	MARITIMA DEL CALLAO	BRAZIL	205,342.43	233,480.88	0.00	42,026.59
LISTAR	20536557858-HOMECENTERS PERUANOS S.A.	Abril 2022	BEAGLE AGENTES DE ADUANA S.A	MARITIMA DEL CALLAO	CHINA	4,931,180.53	6,284,446.94	16,938.37	1,127,789.98
LISTAR	20536557858-HOMECENTERS PERUANOS S.A.	Abril 2022	BEAGLE AGENTES DE ADUANA S.A	MARITIMA DEL CALLAO	CZECH REPUBLIC	118,193.82	158,607.94	0.00	28,549.43
LISTAR	20536557858-HOMECENTERS PERUANOS S.A.	Abril 2022	BEAGLE AGENTES DE ADUANA S.A	MARITIMA DEL CALLAO	EGYPT	203,401.93	234,782.31	14,086.94	58,883.38
LISTAR	20536557858-HOMECENTERS PERUANOS S.A.	Abril 2022	BEAGLE AGENTES DE ADUANA S.A	MARITIMA DEL CALLAO	SPAIN	48,071.62	77,908.12	0.00	14,023.44
LISTAR	20536557858-HOMECENTERS PERUANOS S.A.	Abril 2022	BEAGLE AGENTES DE ADUANA S.A	MARITIMA DEL CALLAO	INDIA	191,416.28	285,686.12	24,644.79	80,504.71
LISTAR	20536557858-HOMECENTERS PERUANOS S.A.	Abril 2022	BEAGLE AGENTES DE ADUANA S.A	MARITIMA DEL CALLAO	ITALY	4,224.00	5,552.11	333.13	1,392.47
LISTAR	20536557858-HOMECENTERS PERUANOS S.A.	Abril 2022	CLI GESTIONES ADUANERAS S.A.	PAITA	BRAZIL	276,393.60	303,325.25	0.00	54,598.51
LISTAR	20536557858-HOMECENTERS PERUANOS S.A.	Abril 2022	CLI GESTIONES ADUANERAS S.A.	PAITA	CHINA	143,044.30	165,310.82	9,918.64	41,459.94

Puerto	Número	Conocimiento	B/L Master/Directo	Detalle	Código de Terminal	Peso Orig.	Bultos Orig.	Peso Manif.	Bultos Manif.	Peso Recib. Dep.Temp.	Bultos Recib. Dep.Temp.	Saldo Peso	Saldo Bultos	Consignatario	Embarcador	Fecha de transmisión del ICA	Puerto Destino	Fecha de Nota de Tarja del Transportista
USRCH	1	01	01	1	4060	0.00	0	1,313,419.00	1,313,419	1,315,834.00	1,315,834	0.00	0	PETROLEOS DEL PERU PETROPERU SA	CHEVRON PRODUCTS COMPANY	14/02/2022	PECLL	07/02/2022
USRCH	2	TRANSIT3	TRANSIT3	2		0.00	0	10,875,733.00	10,875,733	0.00	0	0.00	0	PETROLEOS DEL PERU PETROPERU SA	CHEVRON PRODUCTS COMPANY		PEZZD	--
USRCH	3	02	02	3	4060	0.00	0	12,673,159.00	12,673,159	13,899,200.00	13,899,200	0.00	0	PETROLEOS DEL PERU PETROPERU SA	CHEVRON PRODUCTS COMPANY	14/02/2022	PECLL	07/02/2022

Nota. Encontrado en <https://www.sunat.gob.pe/>, 2022.

Aprendizajes: Respecto a los aprendizajes se debe de tener en cuenta que existe una amplia variedad de servicios de nube de datos para diversas necesidades, además es fundamental usar un servidor que se encuentre familiarizado el programador.

Supuesto 3

Experimento: Entrevista a experto

Objetivo: En el experimento realizar lo que se quiere validar si el aplicativo contará con un eficaz sistema de operación para una mejor experiencia del usuario.

Diseño y desarrollo

Fechas de elaboración: del 13 al 18 de abril

Duración: 4 días

Método por utilizar: En este caso se utilizará el experimento de entrevista a expertos

Resultados: Para validar si el aplicativo contará con un eficaz sistema de operación para una adecuada experiencia del usuario se realizó una entrevista a un experto con el fin de evaluar la correcta funcionalidad de la aplicación, lo que se rescató en la entrevista dada por el especialista es que esto dependerá mucho de la cantidad de usuarios, ya que si el número es elevado se tendrá que ejecutar un servidor más especializado, por lo tanto, es más costoso.

Análisis: El experto en la entrevista menciona que para una correcta conectividad de la aplicación depende mucho de la cantidad de usuarios que esperamos, en cuanto a mayor sea el número se tendrá que ver un servidor mucho más especializado. De la misma manera, el aplicativo debe de contar con un adecuado servidor para que funcione de la manera correcta y resulte agradable para los usuarios.

Enlace entrevista: <https://www.youtube.com/watch?v=IibxggFOJKo>

Aprendizaje: La entrevista con el experto facilitó poder reunir diversas recomendaciones y sugerencias para el correcto funcionamiento de la aplicación, se obtuvo un adecuado feedback de parte del entrevistado y se pudo tener claro diversos puntos, como sistema de operación del aplicativo.

Supuesto 4

Experimento: Entrevista a Ingeniero Angel Mendoza / Ingeniero de Sistemas

Objetivo: En el experimento realizar lo que se quiere validar es que si podremos trabajar con procesadores de medio de pago con un respaldo de garantía de seguridad para manifestar mayor confianza a los clientes

Diseño y desarrollo

Fechas de elaboración: del 13 al 18 de abril

Duración: 4 días

Método por utilizar: En este caso se utilizará el experimento de entrevista a expertos

Resultados: Con el fin de validar con qué medios de pago se podría trabajar se entrevistó a un experto para dar a conocer sus comentarios respecto a lo que están ofreciendo al usuario, el ingeniero mencionó que se tiene que analizar de manera detallada, ya que existen diversos tipos de pasarelas donde unas tienen el precio menor a comparación de las más conocidas y que ofrecen garantía.

Análisis: El experto mencionó que, respecto a la implementación del medio de pago, no es complejo de implementar, sin embargo, la dificultad al implementar la pasarela de pago es el tipo de pasarelas queremos ofrecer, como por ejemplo los billetes de Google cobra un 30% por cada transacción que se realiza, en el cual no se genera un costo productivo, por lo que recomienda que para un aplicativo pequeño implementar una pasarela con un menor costo en las transacciones.

Enlace entrevista: <https://www.youtube.com/watch?v=IbxxggFOJKo>

Aprendizaje: Este experimento nos permitió ver que para implementar una adecuada pasarela de pago es necesario conocer el presupuesto.

Supuesto 5

Experimento: Entrevista a Ingeniero Angel Mendoza / Ingeniero de Sistemas

Objetivo: En el experimento realizar lo que se quiere validar es que si podremos trabajar con especialistas en el rubro de importaciones.

Diseño y desarrollo

Fechas de elaboración: del 13 al 18 de abril

Duración: 4 días

Método por utilizar: En este caso se utilizará el experimento de entrevista a expertos

Resultados: Con el fin de validar con qué tipo de especialistas se trabajará en lo que es el rubro de importaciones, se realizó una entrevista a un experto donde se pudo evidenciar diversos puntos importantes. El entrevistado menciona que se tiene que ejecutar un riguroso filtro para elegir correctamente a los proveedores importadores para garantizar las garantías de los productos.

Análisis: En la entrevista se pudo rescatar diversos puntos. El ingeniero mencionó que la aplicación necesitará de diversos especialistas para ejecutar las correcciones funcionalidades del aplicativo. A su vez, respecto a la validación de contar con especialistas en el rubro de importaciones, se tendrá que pasar por diversos filtros para que puedan ser seleccionados los mejores importadores que tengan características que se adecuen con el negocio.

Aprendizaje: El feedback del experto permitió dar una amplia visión de los especialistas con lo que podríamos trabajar, además se pudo validar el experimento realizado. De igual manera, se pudo rescatar que para contratar a un especialista en el rubro de importaciones este deberá de pasar por diversos filtros debido a su complejidad.

Sustentación de la validación (enlaces, videos, audios, emails, métricas, etc).

ENLACE DE ENTREVISTA: <https://www.youtube.com/watch?v=IbXggFOJKo>

6.4 Experimento - Relación con clientes

Supuesto 1

Experimento: Entrevista a usuarios

Objetivo: En este experimento se busca validar la relación con clientes para que los usuarios encuentren un grado de familiarización con el aplicativo

Diseño y desarrollo:

Fechas de elaboración: Del 13 al 18 de abril.

Duración: 4 días

Método por utilizar: En este caso se utilizará el experimento de entrevista a usuarios

Resultado:

Este supuesto se validará mediante entrevista al usuario. En este caso los entrevistados Dayanna Sanchez y Robert Pando destacan la asesoría personalizada en el aplicativo. Por un lado, la entrevistada menciona que además de contar con la información necesaria se puede contactar de manera directa con un asesor, lo cual puede solventar sus dudas. Por otro lado, el entrevistado le agradó el contacto directo a través de llamada telefónica y por el chat del aplicativo.

Enlaces de las entrevistas:

<https://youtu.be/abuqJMpqrTo> (Dayanna Sanchez),

<https://youtu.be/pfCTmqsEjoY> (Robert Pando)

Análisis: Como se mencionó con anterioridad, los supuestos de relación con los clientes serán de suma importancia para la fidelización con el aplicativo. En primer lugar, se analiza que los usuarios aprecian el valor agregado de la asesoría personalizada, dado que recibirán el apoyo necesario para su importación de manera constante. Asimismo, el medio de contacto será por vía telefónica y por chat de la aplicación.

Aprendizajes: De acuerdo con los aprendizajes, se considera que se debe fortalecer el soporte técnico a través del chat del aplicativo ante cualquier falla y/o inconveniente con una función de Easy Comex.

Supuesto 2

Objetivo: En este experimento se busca validar si nuestro segmento objetivo manifiesta interés en campañas de fidelización a través de beneficios.

Diseño y desarrollo:

Fechas de elaboración: Del 13 al 18 de abril.

Duración: 4 días

Método por utilizar: En este caso se utilizará el experimento de anuncio en redes sociales

Resultado:

Para este caso se validará mediante un anuncio en redes sociales. Se desarrolló un post enfocado a la promoción de membresía gratuita para cualquier contacto recomendado de nuestros clientes que ya han optado por el servicio de Easy Comex.

Figura 9

Post de Instagram



Nota. Encontrado en <https://www.instagram.com/easycomex.pe/>, 2022.

Análisis: Easy Comex fortalecerá el vínculo con sus clientes a través de promociones y descuentos que serán fomentadas por redes sociales, basadas en los meses de suscripción aplicando términos y condiciones.

Aprendizajes: Se observa que la publicación generó interés en los clientes, dado que está basado en un descuento por la suscripción, lo cual se valida que las campañas de fidelización se deben desarrollar por redes sociales y WhatsApp.

Supuesto 3

Objetivo: En este experimento se busca indagar en el interés en un sistema de feedback enfocado en la mejora continua del servicio.

Diseño y desarrollo:

Fechas de elaboración: Del 13 al 18 de abril.

Duración: 4 días

Método por utilizar: En este caso se utilizará el experimento de entrevistas a usuarios

Resultado:

En este supuesto se validará con la entrevista a un usuario. El entrevistado, Juan Sanchez, menciona que le gustaría que el sistema de feedback sea por redes sociales, ya que si es la misma aplicación perjudica la experiencia de compra. Además, que se pueda recompensar la valoración del aplicativo.

Enlace de la entrevista:<https://youtu.be/pfCTmqsEjoY>

Análisis: El público objetivo espera un sistema de feedback para valorar la experiencia en el aplicativo, la cual debe ser desarrollada por redes sociales con un premio que incentive la retroalimentación, es decir, que sea recompensada, lo cual permitirá conocer la perspectiva de los clientes en su totalidad.

Aprendizajes: El sistema de feedback debe contar con premios relacionados a la membresía del aplicativo para que el cliente esté interesado en realizarlo y lo desarrolle de manera concisa.

6.5 Experimento – Socios clave

Supuesto 1

Objetivo: En este experimento se busca el desarrollo del aplicativo a través de un técnico de programación.

Diseño y desarrollo:

Fechas de elaboración: Del 13 al 18 de abril.

Duración: 4 días

Método por utilizar: En este caso se utilizará el experimento de entrevistas a expertos.

Resultados:

Este supuesto se validará con entrevista a experto. El ingeniero informático, Angel Villar, señala que el aplicativo está en óptimas condiciones de ser desarrollado, y su programación no es compleja, dado que las funciones están organizadas. De igual manera, se debe contar con un servidor especializado si es que se conectan muchos usuarios a la vez para ofrecer un óptimo servicio.

Enlace de la entrevista:

<https://www.youtube.com/watch?v=I1bxggFOJKo>

Análisis: De acuerdo con la entrevista, se puede analizar que el desarrollo del aplicativo Easy Comex es viable, dado que sus funciones principales y secundarias cuentan con una organización que facilita su programación en un aplicativo.

Aprendizaje: Es de suma relevancia la actualización constante del aplicativo a medida que se vayan aumentando la capacidad máxima de los usuarios y contenido de funciones para que el servidor soporte la demanda del servicio.

Supuesto 2:

Objetivo: En este experimento se busca validar la información de los encargados de las conferencias y talleres.

Diseño y desarrollo:

Fechas de elaboración: Del 13 al 18 de abril.

Duración: 4 días

Método por utilizar: En este caso se utilizará el experimento de entrevista a expertos.

Resultados:

Este supuesto se validará con la experta del sector. Se emplea a una especialista en negocios internacionales, Carolina Qiao, la cual será la encargada para dictar la conferencia y talleres

que se ofrecerá en el aplicativo de Easy Comex. De igual manera, en su portal se puede verificar que ofrece diversas promociones, de acuerdo con tu necesidad como importación personal, emprendedor y el servicio completo. Asimismo, cuenta con el respaldo de 250 mil seguidores en Instagram, el cual es un indicador de engagement y 6000 personas capacitadas en sus programas. Finalmente, la experta señala que su taller cuenta con una duración de 45 minutos, en el cual comparte a los participantes el contenido de la clase a través de formato PDF y, a su vez, la clase grabada para que puedan utilizar el contenido en su metodología, por un costo de S/. 3,499 por 8 talleres, de acuerdo con el especialista.

Figura 10

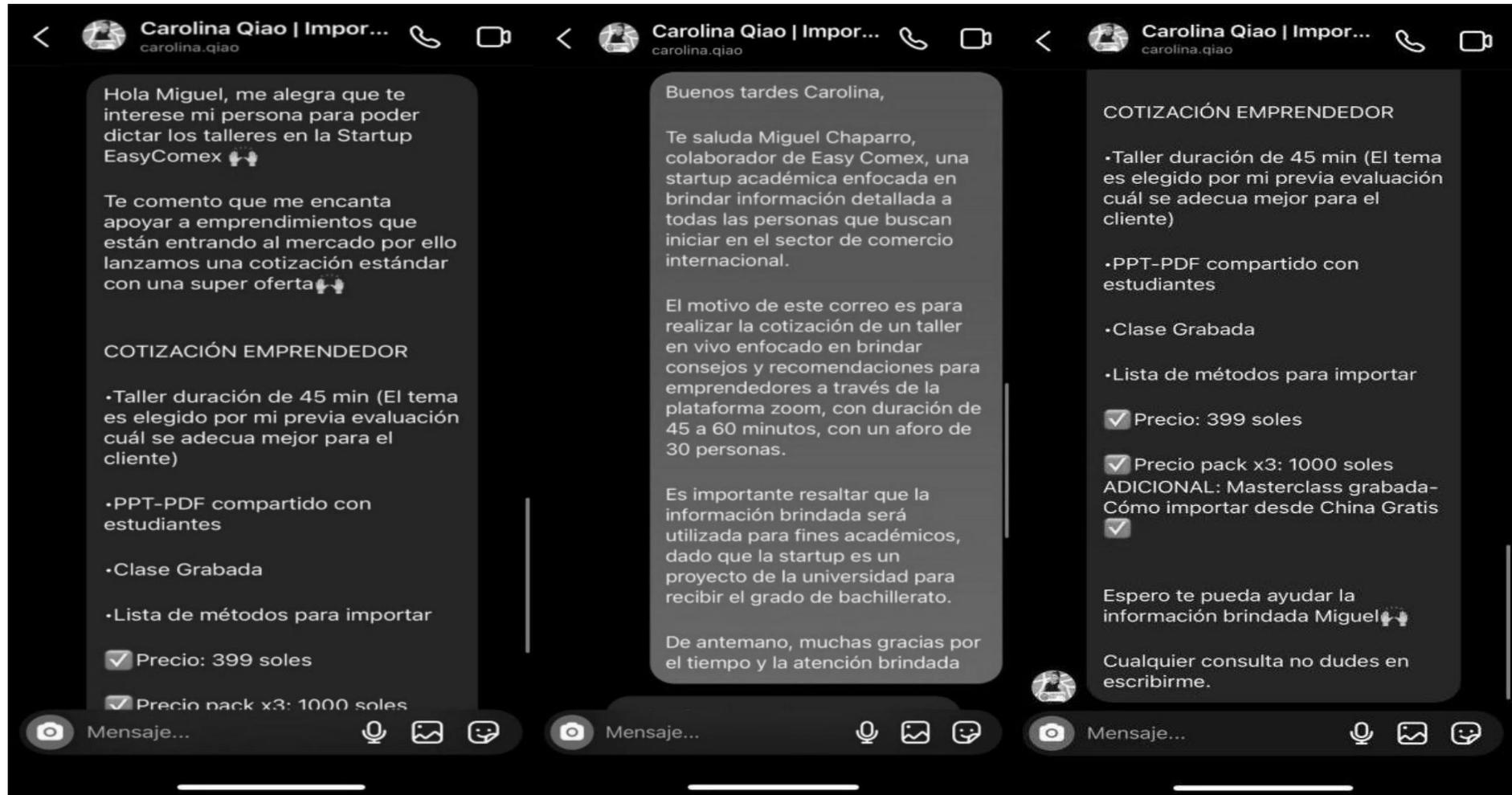
Portal web de Carolina Qiao

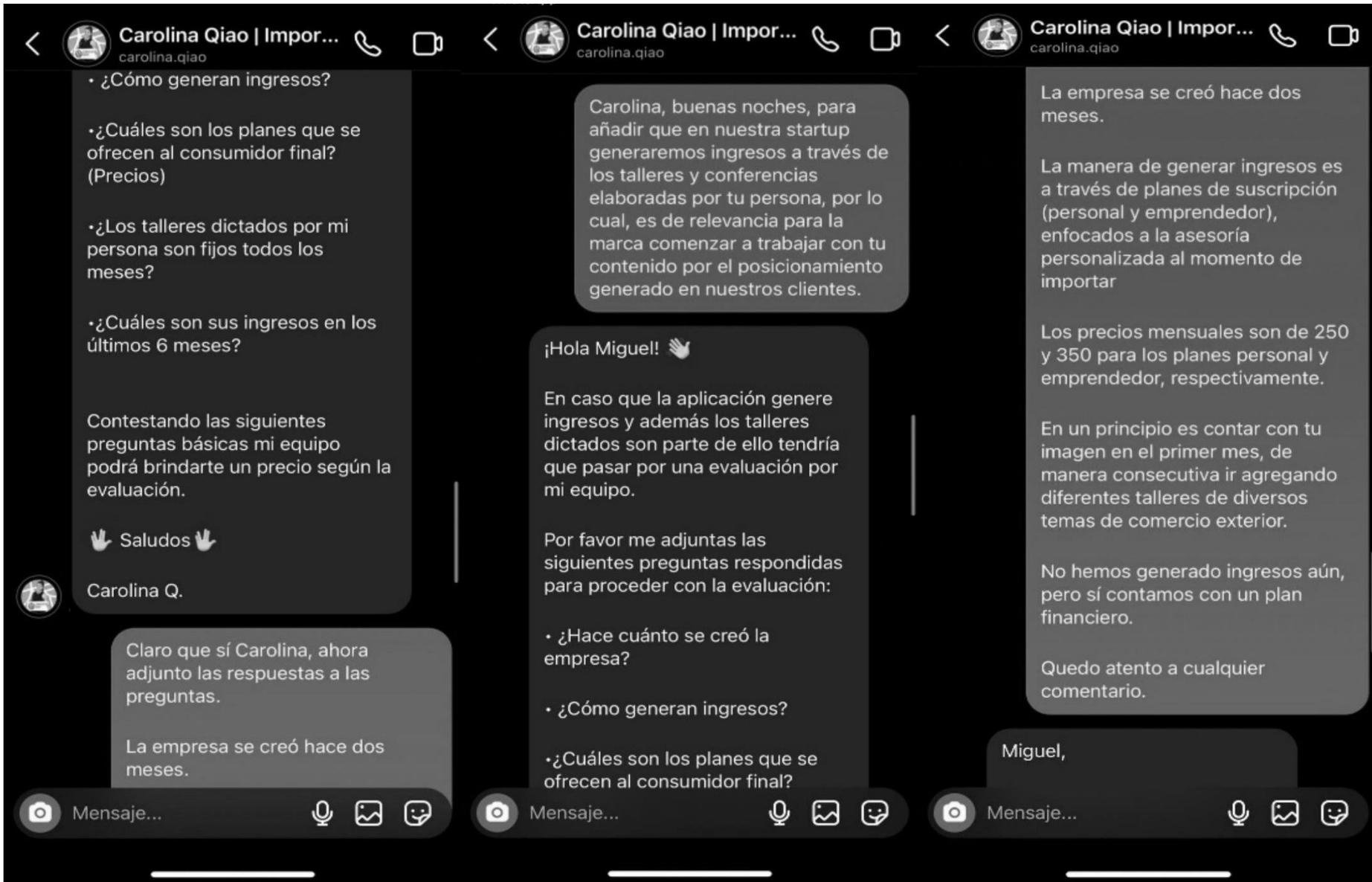


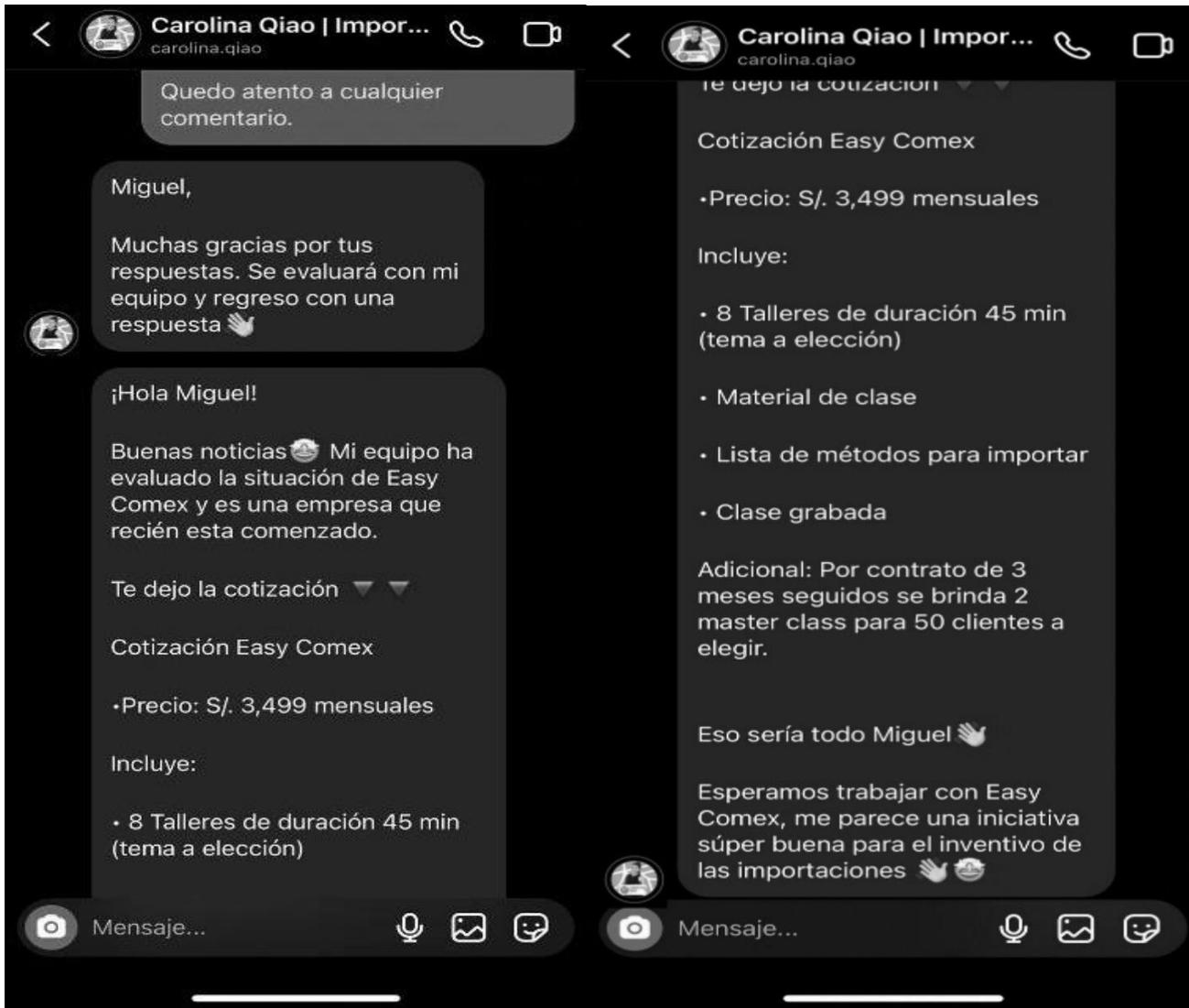
Nota. Encontrado en <https://carolinaqiao.com/>, 2022.

Figura 11

Conversación con Carolina Qiao







Asimismo, de acuerdo con la entrevista realizada a Daniela de la Madrid, señala su expertis en ferias de alta demanda como la expoalimentaria y misiones de comercio internacional elaboradas por ADEX. Además, la experta enfatiza en su asistencia a diversos talleres y conferencias, por lo cual cuenta con el perfil adecuado para ser partícipe como parte del staff de las conferencias de Easy Comex.

Análisis: Asimismo, las conferencias y talleres estarán a cargo de una especialista del sector, Carolina Qiao, la cual cuenta con óptimos indicadores de respaldo que sostienen su nivel de enseñanza en el sector de importaciones, además, de reconocimiento por parte de nuestro público objetivo. Asimismo, se contará con una experta, la cual cuenta con amplia experiencia basada en su gestión en ferias de comercio internacional y participación a diferentes charlas con exponentes reconocidos del medio.

Aprendizaje: En síntesis, la importancia de nuestras redes sociales para fomentar a las personas a ingresar a los talleres y conferencias, dado que se contará con un exponente que cuenta con óptimos indicadores en el rubro. De igual manera, brindar información adicional acerca de las instituciones a cargo de la gestión de ferias, talleres y conferencias para nuestros potenciales clientes.

Supuesto 3

Objetivo: En este experimento se busca validar el óptimo desarrollo del aplicativo a través de control y mantenimiento.

Diseño y desarrollo:

Fechas de elaboración: Del 13 al 18 de abril.

Duración: 4 días

Método por utilizar: En este caso se utilizará el experimento de entrevista a experto.

Resultados:

De la misma manera, Angel Villar, ingeniero informático señala que el control y mantenimiento de la aplicación se tendría que realizar de manera periódica cada un mes,

dependiendo de las mejoras que realice el equipo de Easy Comex, a cargo de un desarrollador de aplicativo.

Enlace de la entrevista:

<https://www.youtube.com/watch?v=IbxxggFOJKo>

Análisis: Asimismo, se gestionará y direccionará de manera correcta con el apoyo de un desarrollador de aplicativo, dado que se debe buscar el mantenimiento cada mes por el contenido de las funciones.

Aprendizaje: Es importante que el contenido que se adicione en las funciones esté relacionado a la cantidad de usuarios y apoyado con mantenimiento de manera periódica para la óptima funcionalidad del aplicativo.

Supuesto 4

Objetivo: En este experimento se busca conocer las estrategias comerciales por parte de la agencia de marketing digital.

Diseño y desarrollo:

Fechas de elaboración: Del 13 al 18 de abril.

Duración: 4 días

Método por utilizar: En este caso se utilizará el experimento de consultoría con agencia de marketing.

Resultados:

Este supuesto se validará con una agencia de marketing. Se emplea a la agencia 3R CORE, la cual es una agencia de marketing especializada en diversos servicios integrados, específicamente por marketing digital. Ello es de relevancia para nuestro contenido en redes sociales, las cuales serán nuestras herramientas de comunicación de promociones, nuevos

servicios, entre otros. Por ello, su servicio de Content Marketing será el adecuado para Easy Comex, ya que se encargan de generar toda la publicaciones y descripciones de cada post.

Figura 12

Página de 3R Core



Nota. Encontrado en <https://3rcore.com/>, 2022.

Análisis: El desarrollo de estrategias comerciales en el sector digital a través de nuestras redes sociales a cargo de una empresa especializada en Content Marketing, enfocándonos en dar a conocer el servicio Easy Comex.

Aprendizaje: La relevancia de implementar estrategias digitales con la finalidad de posicionarnos en la mente de los usuarios interesados en importar como una organización que ofrece un servicio personalizado de atención al cliente.

6.6 Experimento – Canales

Supuestos 1

Objetivo: Validar si los usuarios utilizan las tiendas virtuales de aplicaciones como canal.

Diseño y desarrollo:

Fechas de elaboración: del 13 al 18 de abril

Duración: 4 días

Método por utilizar: En este caso se hará experimentos para poder validar dicho cuadrante. Se usarán fuentes secundarias.

Resultados:

En este supuesto se validará con una fuente secundaria dado que se debe de conocer en qué tiendas virtuales se podría disponer la aplicación. En este caso la aplicación estaría en IOS y Android para que pueda ser descargada para los usuarios que utilizan este sistema operativo porque es el que tiene mayor frecuencia de uso.

Fuente:

<https://es.statista.com/grafico/18920/cuota-de-mercado-mundial-de-smartphones-por-sistema-operativo/>

Análisis: Según la fuente citada, los sistemas operativos más utilizados en el mundo son el IOS y Android, por lo que Easy Comex eligió estos sistemas para que el mayor público posible tenga al alcance la aplicación. Asimismo, a medida que los recursos aumenten se podrá abarcar más sistemas operativos con el fin de llegar a más clientes potenciales.

Aprendizajes: En este punto, en caso fracase el crear una app para darse a conocer al público objetivo, se tiene como posible cambiar o crear una página web que implemente e incluso mejore ciertos aspectos que solo se puede utilizar a través de una página web.

Supuesto 2

Objetivo: Validar si los usuarios utilizarán las redes sociales como canal.

Diseño y desarrollo:

Fechas de elaboración: del 13 al 18 de abril

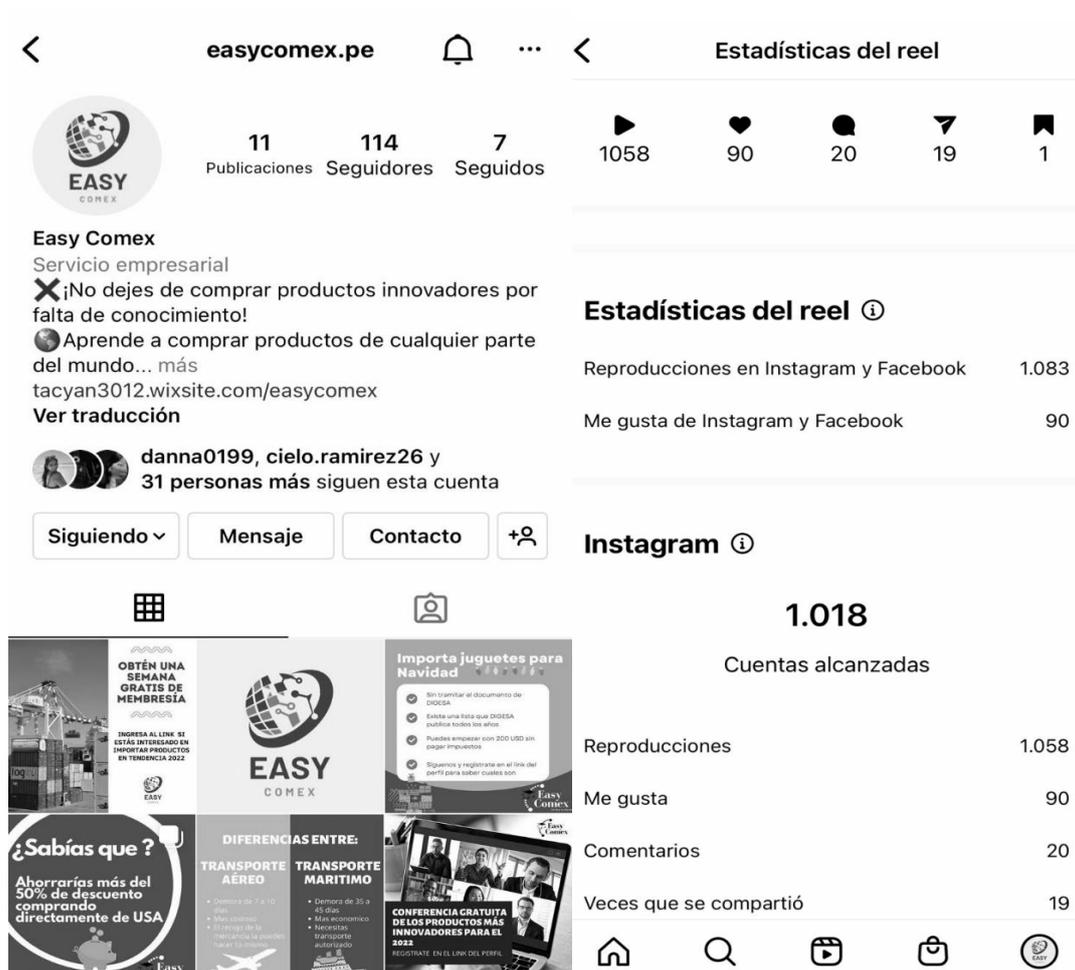
Duración: 4 días

Método por utilizar: En este caso se hará experimentos para poder validar dicho cuadrante. Se usarán anuncios en redes sociales.

En este supuesto se validará con anuncios en las redes sociales si se dará a conocer o no la aplicación por estos medios.

Figura 13

Fan Page Easy Comex



Nota. Encontrado en <https://www.instagram.com/easycomex.pe/>, 2022.

Análisis: Este supuesto es de suma importancia debido a que por estos cuadrantes podremos dar a conocer nuestro servicio. Es por ello, que nuestra página de Instagram se encuentra en constante crecimiento de seguidores lo cual se traduce a posibles usuarios. Por lo que, ayudará a Easy Comex a poder darse a conocer entre los usuarios y ser una aplicación exitosa que se dedica al comercio internacional.

Aprendizajes: De acuerdo con los aprendizajes, el canal es muy importante porque es el medio por donde se comunica Easy Comex con público objetivo. Es por ello, que se publicará de manera continua en la red social para dar a conocer las ventajas de nuestra aplicación. Asimismo, es importante explorar más canales para poder llegar a más usuarios.

6.7 Experimento – Estructura de costos

Supuesto 1

Objetivo: En el experimento a realizar se quiere validar el monto de remuneración a pagar a los trabajadores de Easy Comex.

Diseño y desarrollo:

Fechas de elaboración: del 13 al 18 de abril

Duración: 4 días

Método por utilizar: En este caso se hará una entrevista vía zoom a expertos y se utilizará fuentes secundarias.

Resultados:

En este supuesto se validará las remuneraciones de los trabajadores, los expertos entrevistados mencionaron que un desarrollador de aplicaciones cobraría desde mil hasta cinco mil dólares como pago único; y por el mantenimiento sería de aproximadamente 1200 soles mensuales. Con respecto a los trabajadores que se encargan del área de marketing

digital y el contenido de redes sociales la remuneración es de 400 dólares. Si se necesita trabajadores extras para el tema administrativo se evaluó el pago mínimo de S/ 1025 según el Decreto Supremo N.º 003-2022-TR.

Figura 14

Agencia de marketing digital y contenido de redes sociales



Nota. Encontrado en Agencia de marketing 3R CORE, 2022.

Evidencia:<https://laley.pe/art/13162/que-consecuencias-traera-el-aumento-del-sueldo-minimo-a-1025-soles#:~:text=Mediante%20el%20Decreto%20Supremo%20N%C2%BA,930%20soles%20a%201025%20soles.>

<https://www.youtube.com/watch?v=K9k40T7hcO8>

https://www.youtube.com/watch?v=RZNSHG8DF_M

<https://youtu.be/Z6wFqODERns>

Análisis: Respecto a los trabajadores se tendrá equipo de trabajo y área de marketing para el movimiento de contenido en redes sociales. Asimismo, se respetará el salario mínimo vital decretado por el gobierno.

Aprendizajes: Se evaluó que al iniciar el proyecto de la aplicación los trabajadores de Easy Comex serán los miembros del equipo; para así realizar el pago de sueldo mínimo. Adicionalmente, se trabajará con la empresa de marketing digital 3R CORE.

Supuesto 2

Objetivo: En el experimento a realizar se quiere validar el costo del desarrollo de la aplicación y el mantenimiento de la aplicación para la creación de la aplicación y su actualización.

Diseño y desarrollo:

Fechas de elaboración: del 13 al 18 de abril

Duración: 4 días

Método por utilizar: En este caso se hará una entrevista vía zoom a expertos.

Resultados:

En este supuesto se validará cuál es el costo del desarrollo de la aplicación y el mantenimiento de la aplicación mediante una entrevista al experto de desarrollador de aplicativos. El entrevistado es Christian Choque estudiante de Ingeniería de sistemas y administrador de servidor, el cual tiene experiencia en el rubro de desarrollador tanto de página web y aplicativos móviles. Se le preguntó el costo de la creación de la aplicación, mencionó un pago único entre 1500 a 3000 dólares. Con respecto al mantenimiento de la aplicación va a depender de las actualizaciones que los creadores realicen el precio oscila en 1200 soles.

Evidencia:

- <https://youtu.be/b-Ux9Kzsie8>

Análisis: Con respecto a la inversión para la aplicación es un monto alto en dólares, pero es un pago único. Asimismo, es importante realizar las actualizaciones pertinentes para una mejora del aplicativo.

Aprendizajes: El desarrollo de la aplicación y sus actualizaciones, se podría evaluar que se haga mantenimiento de manera semestral para recortar gastos.

Supuesto 3

Objetivo: En este experimento se validará el presupuesto del marketing en redes sociales para promocionar la aplicación Easy Comex.

Diseño y desarrollo:

Fechas de elaboración: del 13 al 18 de abril

Duración: 4 días

Método por utilizar: En este caso se utilizará Instagram.

Resultados:

En este supuesto se validará si podremos pagar el presupuesto del marketing en redes sociales para promocionar la aplicación mediante un anuncio en redes sociales. Se elaboró un post en Instagram promocionando la aplicación redireccionando al usuario al enlace de la landing page para que se registren y poder tener información de potenciales clientes. Los montos para promocionar una Figura o videos son desde S/ 4 por día.

Figura 15

Screenshot de cobro en Instagram

The screenshot shows the 'Presupuesto y duración' (Budget and duration) screen in the Instagram advertising interface. At the top, the time is 10:58, and there are icons for signal strength, Wi-Fi, and battery. Below the title bar, the selected budget is 'S/ 30 durante 3 días'. The total cost is listed as 'Gasto total 2,500 - 6,500' with 'Alcance estimado' (Estimated reach) below it. There are two sliders: 'Presupuesto' (Budget) set to 'S/ 10 por día' and 'Duración' (Duration) set to '3 días'. A 'Siguiente' (Next) button is at the bottom.

Nota. Instagram/EasyComex, 2022.

Análisis: Se evaluó si se podrá pagar los anuncios publicitarios y los precios, así que dependiendo del acuerdo de la empresa se pagará los anuncios en redes sociales.

Aprendizajes: De acuerdo con los aprendizajes, se considera que se debe evaluar un monto fijo a gastar con respecto a la publicidad, ya que es un aspecto muy importante para dar a conocer la página. Además, si se realiza un anuncio que sea difundido en muchas cuentas, se obtendrá mayor cantidad de usuarios. Por ende, la inversión en anuncios debe ser alta.

Supuesto 4

Objetivo: En este experimento se validará el monto de comisión de la pasarela de pagos por la venta online de suscripciones de la aplicación, para que los clientes tengan accesibilidad a todos los medios de pagos.

Diseño y desarrollo:

Fechas de elaboración: del 13 al 18 de abril

Duración: 4 días

Método por utilizar: En este caso se utilizarán fuentes secundarias.

Resultados:

En este supuesto se validará el monto de comisión por la venta online de suscripciones de la aplicación. Se evaluó diversas pasarelas de pago y la más completa es mercado pago, ya que acepta todas las tarjetas, es decir, Visa, MasterCard, American Express y Diners. Además, cuenta con la opción de pago efectivo, el cual consiste en otorgar un código al cliente y este puede realizar su pago desde su cuenta. La pasarela de pagos tiene dos opciones de comisión. Si Easy Comex quiere recibir su pago inmediato es 3.99 % + S/ 1.00 + IGV, si es en 15 días es 3.79 % + S/ 1.00 + IGV; además, indican que el monto aproximado es de S/30.00 mensual.

Evidencia: Fuente secundaria

https://www.mercadopago.com.pe/link-de-pago-plugins-y-plataformas-checkout?matt_tool=64594914&matt_word=MPE_Sellers_Search&gclid=Cj0KCQjwpImTBhCmARIsAKr58cxMg71Ix5msqVGx7Cf20Bttzv8pdYQ4-zLVumPCcn3yLYqGMaJLw0QaAgnnEALw_wcB#benefits-plugin

Análisis: Con respecto a la pasarela de pagos se optó por la opción más completa para otorgar más facilidades de pago al usuario.

Aprendizajes: Es óptimo elegir una pasarela de pagos que ofrezca servicio de lectura de todas las tarjetas y comisión mínima.

7. PLAN DE EJECUCIÓN DEL CONCIERGE

7.1. Segmentación de mercado

Para la definición de nuestro mercado meta, de acuerdo con el perfil de usuario mencionado anteriormente, se debe estimar la población en base a las cifras recaudadas en proyecciones en el 2021 por Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) por el Bicentenario del Perú, el informe indica que población es de 33'035,304 de peruanos, considerando que Easy Comex al ser un aplicativo estará disponible a nivel nacional en el rango de edades de 18 - 44 años la cifra es de 13 779 000. Con respecto al nivel socioeconómico según IPSOS (2021), la población peruana se encuentra dividida de la siguiente manera: NSE A (1 %), NSE B (9 %), NSE C (28.5 %), NSE D (26.2 %) y NSE E (35.3 %). Por lo tanto, se realizó el cálculo porcentual del segmento socioeconómico B y C, al cual la app de Easy Comex está dirigido con respecto al total de la población obteniendo como resultado total de 5' 167,125.

Tabla 13

Segmentación de público objetivo de Easy Comex según las edades

Edades	Cantidad
18-29	6378300
30-44	7400700
Total	13'779,000

Tabla 14

Segmentación de público objetivo de Easy Comex según NSE.

Distribución Socioeconómica de hogares		
NSE	2021	
A	1.0 %	
B	9.0 %	1240110
C	28.5 %	3927015
D	26.2 %	
E	35.3 %	
Total		5'167,125

Por otro lado, se optó por este segmento de mercado, dado el aplicativo Easy Comex al ser una herramienta de apoyo para todas las personas interesadas en importar de manera personal o comercial, es frecuente que se encuentre en las personas en el rango de 18 - 44 años, puesto que, al finalizar la etapa escolar recurren a realizar diversos emprendimientos para obtener ingresos extras. Tal y como menciona, M. Oscar & R. Jorge, el rango de 18-40 años manifiesta interés en exportar e importar en un 34 % en los sectores con mayor demanda como agroindustria, agronegocios e industrial. Por ello, necesitarán instalar Easy Comex en sus teléfonos, ya que otorgará información detallada para realizar su primera importación de manera correcta. De la misma manera, se encuentran interesados los peruanos en el rango de 26 - 44 años, ya que la pandemia generó inestabilidad laboral en diversas organizaciones por la incertidumbre de un proceso médico que contrarreste la problemática. Por tal motivo,

consideramos la tendencia de interés del rubro de comercio internacional, el cual nos resulta una cifra de 1'756,823 personas como segmento de mercado.

Asimismo, Easy Comex al ser un aplicativo en línea que busca capacitar a las personas interesadas en el sector de comercio internacional, debe contar con un óptimo sistema operativo para cumplir con las expectativas del servicio por parte de los usuarios, dado que el público objetivo ha optado por el aprendizaje en línea con mayor frecuencia. Tal y como menciona, Andina, agencia de noticias, el 47 % de estudiantes manifiesta interés en aprender en herramientas digitales, por lo cual, aplicando el dato de dicha fuente, nuestro público objetivo en el país es de 825'707 personas.

Tabla 15

Segmentación del público objetivo de Easy Comex

Población	Porcentaje	Público objetivo
Población peruana	-	33'035,304
Población de 18-44 años	-	13'779,000
NSE B y C	37.5 %	5'167,125
Interés en comercio internacional	34 %	1'756,823
Aprendizaje en línea	47 %	825'707

Finalmente, es de relevancia estimar el tamaño del mercado en el sector de importación y el aprendizaje en línea, dado que Easy Comex se desarrolla en un medio digital. Para calcular el mercado en soles es necesario estimar el costo promedio de cursos de importación en medios digitales, el cual es de S/ 246,75. Se realizó el cálculo de precio promedio con la data de instituciones que participan en el mercado de cursos digitales de importación como Instituto Peruano Chino (IPCH), Instituto Peruano de Administración de Empresas (IPAE), Olivo

Comex y EducaEdu. Con ello, se estima que el tamaño de mercado anual del rubro es de S/ 203 743 098 soles, considerando que el tamaño de mercado objetivo es de 825 707 personas.

Tabla 16

Precios de cursos de importación

Cursos de importación	Precio
IPCH	s/250
IPAE	s/237
OLIVO COMEX	s/200
Educaedu	s/300
Precio promedio	s/.246.75

Tabla 17

Estimación de mercado en soles

Concepto	Datos
Tamaño de mercado objetivo	825' 707
Valor de precio de cursos virtual	S/ 246.75
Tamaño de mercado anual	S/ 203'743,099
Tamaño de mercado por mes	S/ 16'978,591

7.2 Formulación de objetivos

Para esta etapa de la investigación se usará el método concierge, en la cual se realizarán 4 importantes experimentos. La finalidad de estos experimentos es validar la intención de compra de nuestro público meta a través de marketing digital y los formularios de la landing page.

Objetivos del concierge:

- Determinar qué plan genera más interés en el público objetivo durante las próximas 4 semanas.
- Identificar el tipo de publicación que resulte más eficiente y la disposición a pagar del servicio.
- Confirmar la intención de compra de los emprendedores importadores por los planes.
- Conseguir al menos una intención de compra por cada plan que tenemos.

7.3 Experimento 1

Objetivo

El propósito es comprobar si las personas y emprendedores importadores tienen interés de compra en nuestros planes publicando un post en una red social.

Diseño y desarrollo:

Fechas: 30 de mayo al 02 de junio

Duración: 3 días

Método utilizado: En la plataforma de Instagram se publicará una Figura referencial a los planes que maneja la aplicación Easy Comex. Asimismo, en la descripción de la misma se especificarán los detalles de los planes con sus respectivos planes anuales. Este experimento se orienta en dar a conocer nuestros planes con sus respectivos costos, con el propósito de conocer la intención de compra de los usuarios.

Segmentación: El anuncio se realizó para Lima, hombres y mujeres mayores a 18 años, que se interesan por emprender en el rubro de las importaciones.

Canal: Plataforma de Instagram

Métricas: Número de personas alcanzadas / Número de personas interesadas en comprar los planes.

Descripción:

- El post se publicará en la página de Instagram de Easy Comex.
- El post consiste en una Figura en la que hace referencia a los planes y sus respectivos precios.
- El anuncio fue publicado en la plataforma de Instagram, en la cual las personas al hacer click al anuncio lo redirige para enviar un mensaje directo al DM de Easy Comex
- El anuncio en Instagram tiene un precio de 30 soles.

Tabla 18

Bitácora de actividades de experimento 1 concierge

Actividad	Tarea
Obtener intenciones de compra de los planes que tiene Easy Comex	Diseñar el post en Canvas
	Crear un post con la información de los planes que tiene Easy Comex
Publicación de post	Crear la descripción del post y publicarlo con las palabras adecuadas
Promocionar el post	Analizar los datos y estadísticas

Resultados:

Figura 16

Embudo de conversión Experimento I - Concierto 1

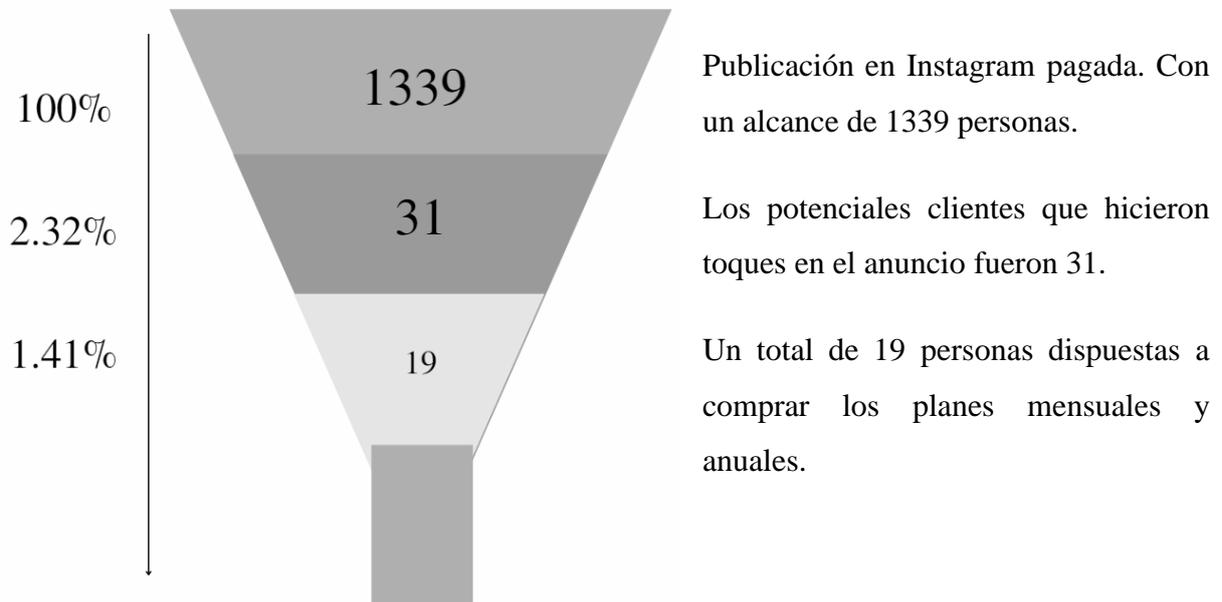


Figura 17

Número de usuarios según el plan a elegir

Tipo de Plan	#Usuarios
Emprendedor Mensual	9
Emprendedor Anual	2
Personal Mensual	7
Personal Anual	1
Total	19

De la misma manera, como resultado final se consiguió 1339 personas de alcance en función de la segmentación que se realizó. En la cual 31 potenciales clientes realizaron toques en el anuncio y 19 de estas personas solicitaron adquirir los planes a través de la mensajería de Instagram. Cabe resaltar, que luego de analizar el ratio de interés de compra el resultado fue de 1.41%.

Por otro lado, se obtuvo 9 usuarios interesados en el plan de emprendedor mensual, 2 en emprendedor anual, 7 en personal mensual y 1 en persona anual dando un total de 19 personas interesadas en total.

Análisis:

El primer experimento realizado tuvo buenos resultados, dado que se mostró los planes mensuales a través de un post en Instagram y en su descripción los planes anuales (*Figura 18*). Asimismo, en la descripción se detalla los servicios que incluye el plan personal y emprendedor. Las personas dispuestas en adquirir un plan mandaron un mensaje vía Instagram escogiendo el plan de su preferencia que en total fueron 19. Cabe destacar, que el precio de publicidad que se pagó fue de 30 soles por 3 días. En la cual se obtuvo un alcance de más de 1000 usuarios lo que resultó muy satisfactorio para este experimento.

Aprendizajes:

Un aprendizaje que nos deja este experimento es que se obtuvo un resultado deseado a partir de la publicación pagada, puesto que se obtuvo un gran alcance de personas. De la misma manera, se obtuvieron personas interesadas en los planes. Asimismo, los precios que se mostraron en los planes mensuales tuvieron una gran aceptación por parte de los potenciales clientes. A diferencia de los planes anuales que tuvieron una menor acogida por parte de las personas. Por último, una mejora que se puede añadir a futuro es tener una respuesta automatizada para las preguntas que tengan los potenciales clientes.

Sustentación de validación

En este apartado se evidenciará el post pagado a través de la plataforma de Instagram y sus resultados. A continuación, se mostrarán las evidencias.

Figura 18

Publicación de post en Instagram



EASY COMEX

Personal
¡Desde 250 mensual!

Emprendedor
¡Desde 350 mensual!

¡SUSCRIBETE YA!

Enviar mensaje Instagram Direct >

Les gusta a migu.chaparro y 69 más

easycomex.pe EASYCOMEX tu aliado en la importación te brinda diversos servicios para que puedas importar de forma segura. 🌍

El plan personal incluye:

- ✓ Manual de importación
- ✓ Talleres en vivo
- ✓ Productos en tendencia
- ✓ Datos curiosos

Puedes adquirir el plan personal de forma anual con un precio de S/ 2000.00

El plan emprendedor incluye:

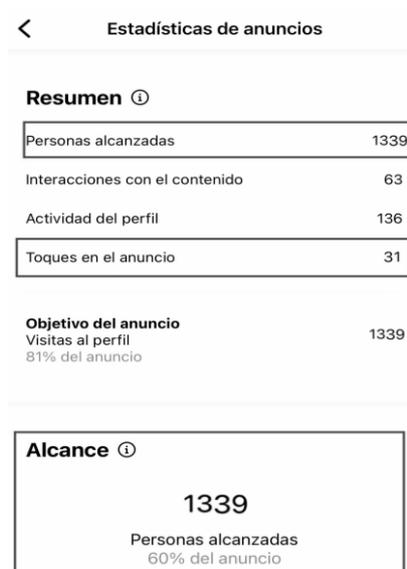
- ✓ Manual de Importación
- ✓ Talleres en vivo
- ✓ Productos en tendencia
- ✓ Datos curiosos
- ✓ Asesorías personalizadas
- ✓ Contacto de proveedores

Puedes adquirir el plan emprendedor de forma anual con un precio de S/ 3000.00

Nota. Encontrado en https://www.instagram.com/p/Cekq11_g3eJ/, 2022.

Figura 19

Evidencia relacionada a alcance de post en Instagram



Nota. Instagram/EasyComex, 2022.

Figura 20

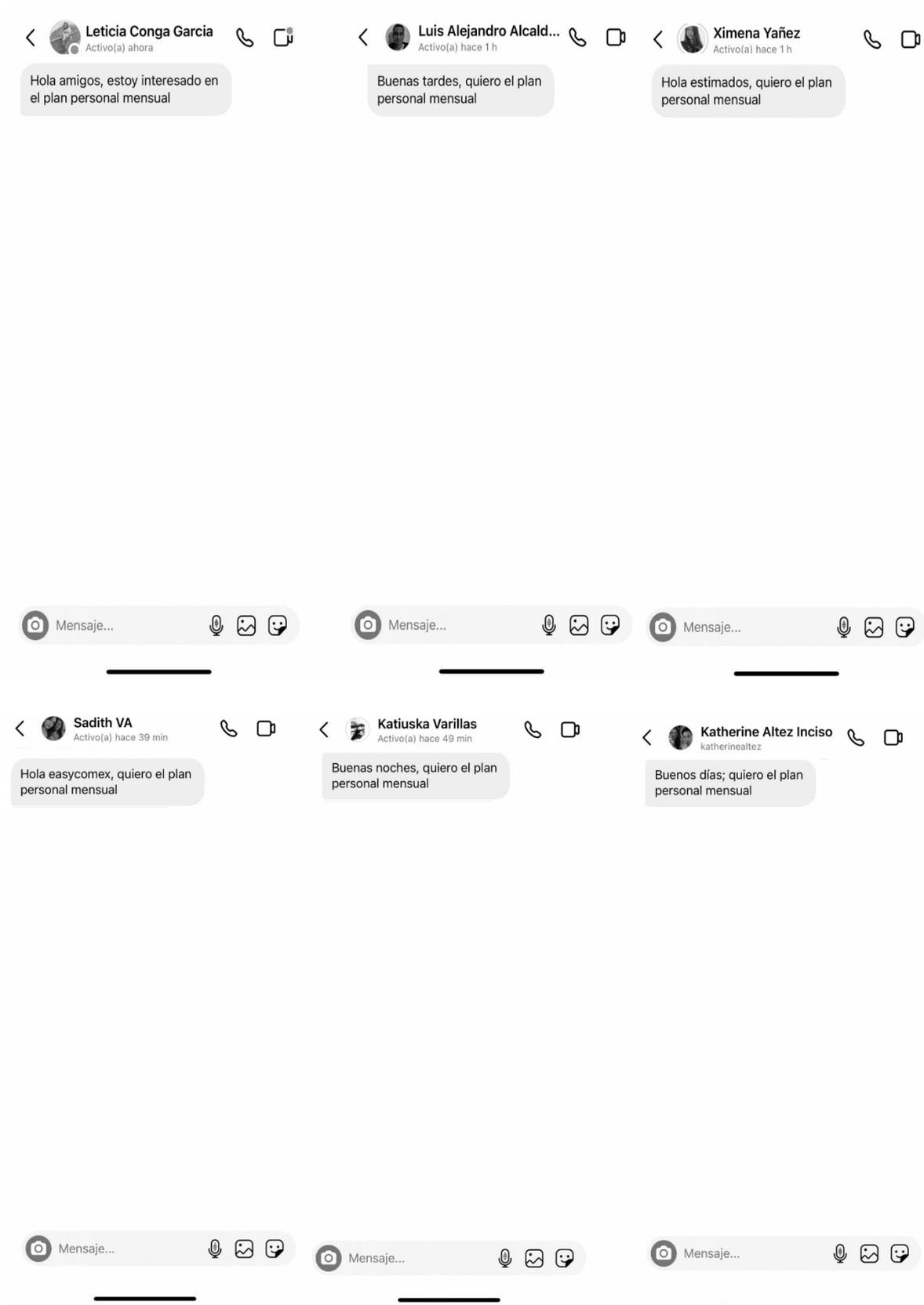
Evidencia de precio de promoción a Easy Comex



Nota. Encontrado en Instagram/EasyComex, 2022.

Figura 21

Mensajes en el DM



<  **alessandra.nif**   <  **Lu** 
angielucianamatos   <  **Daniela Vargas**
Activo(a) ayer  

Buenas tardes, quiero el plan emprendedor mensual

Holaa, deseo comprar el plan emprendedor mensual

Buenasss, quiero comprar el plan emprendedor mensual

 Mensaje...     Mensaje...     Mensaje...   

<  **Ana Paula Dupeyrat**   <  **Carolina Ramos**
Activo(a) hace 1 h   <  **Franco Escobar Agui...**
Activo(a) hace 17 min  

Hola estimados estoy interesado en adquirir el plan emprendedor anual

Buenos días, quiero comprar el plan emprendedor anual

Hola EasyComex, quiero comprar el plan personal anual

 Mensaje...     Mensaje...     Mensaje...   

<  **Yanire Velasquez**
Activo(a) hace 3 h  

Buenas quiero comprar el plan emprendedor mensual

<  **vanesa olivares li**
vane_oli15  

Hola quiero adquirir el plan emprendedor mensual

<  **LLELLA**
Activo(a) hace 2 h  

Buenas noches, estoy dispuesto a comprar el plan emprendedor mensual

 Mensaje...   

 Mensaje...   

 Mensaje...   

<  **Alfredo Andonaire**
Activo(a) hace 6 h  

Buen día, quiero el plan emprendedor mensual

<  **Camila Espinoza**
cami.esh  

Holaa, estoy dispuesto a adquirir el plan emprendedor mensual

<  **Isa**
Activo(a) hace 2 h  

Holaa, deseo adquirir el plan emprendedor mensual para mi negocio

 Mensaje...   

 Mensaje...   

 Mensaje...   



Nota. Instagram / EasyComex, 2022.

7.4. Experimento 2

Objetivo

Conseguir que 24 nuevos usuarios se registren en la plataforma EasyComex que hayan recibido el código de invitación de algún amigo referencial por la campaña promocional de descuentos.

Diseño y desarrollo

Fecha de experimento: Del 06 de junio al 10 de junio del 2022

Duración: 5 días

Método utilizado: Instagram y formulario Google Forms. El experimento fue realizado con post publicitado de Instagram que invita a enviar un mensaje directo para que Easy Comex le pueda enviar el link de formulario de google donde se solicita datos como una simulación de compra pero que han sido recomendados por un amigo.

Segmentación: El formulario Forms se realizó para Lima, hombres y mujeres mayores de 18 años referidos por parte de amigos y que estén interesados en acceder a los descuentos promocionales.

Canal: Red Social Instagram y Google Forms.

Métricas: Determinar el % de usuarios que refirió su código a un amigo para que pueda acceder al descuento de la campaña realizada.

Descripción:

- En esta etapa para el desarrollo del concierto 2 se desarrolló una campaña promocional el cual consistía en brindar un 20% de descuento en las suscripciones disponibles para los usuarios que compartan sus códigos con amigos que aún no descarguen la aplicación y de la misma manera al usuario que compartía su código obtenía un descuento, convirtiéndolos de esta manera a usuarios del aplicativo.
- El fin de esta promoción era llegar a un mayor número de público objetivo y a la vez fidelizar a los actuales clientes por medio del descuento que se ofrecía.

Bitácora de actividades

Tabla 19

Bitácora de actividades de experimento 2 concierto

Actividad	Tarea
Identificar cuántos clientes se suscribieron por medio de la referencia de un amigo.	Crear un formulario para poder reconocer que usuarios llegaron por medio de la referencia de un amigo.
Publicación en Instagram	Crear un post en Instagram publicitado que invite a pedir el link de google forms

Análisis de datos

Revisar datos registrados y analizar el porcentaje de simulación de suscripción por tipo de plan

Resultados:

Figura 22

Embudo de conversión Experimento I - Concierge 2



Tabla 20

Cantidad de usuarios que se registraron en el formulario.

Tipo de Plan	#Usuarios
Emprendedor Mensual	13
Emprendedor Annual	1
Personal Mensual	10
Personal Annual	0
Total	24

El post alcanzó 1606 cuentas de usuarios de instagram. Se evidencia que se obtuvo un total de 99 potenciales clientes hicieron toques en el anuncio, lo cual representa 6.16%. Por otro lado, el 1.49% representan a las personas referidas por amigos que accedieron al cuestionario para ganarse el descuento que se ofrecía.

De acuerdo con el formulario realizado en Google Forms, se obtuvo un número de 24 personas referidas que llenaron el cuestionario, siendo de esta manera que en el plan de emprendedor mensual se obtuvo un porcentaje de 54.2% de preferencia, en el plan de emprendedor anual se obtuvo un porcentaje de 4.2% de preferencia, en el plan de personal mensual se obtuvo un porcentaje de 41.7% de preferencia, mientras que en el plan personal anual se obtuvo un porcentaje de 0%.

Por otro lado, el plan más deseado para acceder al descuento fue el plan emprendedor mensual, mientras que el menos deseado fue el plan personal anual con un precio de S/. 2000. De la misma manera, el medio de pago que tuvo más preferencia fue el de tarjeta visa, mastercard y american express y el que tuvo menos preferencia el medio de pago plin.

Análisis

Se logró el objetivo de que 24 personas se suscribieron en la plataforma Easy Comex por referencia de un amigo, ya que se obtuvo un resultado de 24 personas inscritas. De la misma manera, esto se pudo constatar mediante los códigos de sus amigos que mencionaron en el formulario para acceder a los descuentos de las 4 suscripciones que se ofrecen al usuario. El código era válido si se escribía con las primeras iniciales del emprendimiento (EC) y sucesivamente las primeras iniciales del cliente. *Ver imagen 30.*

Aprendizajes:

Después de haber realizado el experimento y analizado los resultados, se logró identificar que al ofrecer descuentos en promoción motiva al usuario a compartir la aplicación con sus amigos o conocidos. La estrategia que se planteó de brindar un descuento ya sea para la persona que invita a sus amigos o para las personas invitadas fue efectiva, dado que se logró

tener un mayor alcance de público y así poder llegar a nuestro público objetivo. De la misma manera, esta estrategia aumenta la fidelización con el usuario y motiva a seguir compartiendo la aplicación para poder disfrutar de todos los beneficios que te puede ofrecer Easy Comex.

Sustentación de validación

Figura 23

Formulario para identificar al público que refirió el aplicativo

EASY COMEX

¿Conociste Easy Comex por medio de un amigo? ¡Genial! Al utilizar el código de tu amigo recibirás un 20% de descuento en tu suscripción mensual o anual y tu amigo recibirá un descuento del 40%. ¿Deseas un mayor descuento? Lo único que tienes que hacer es solicitar tu código de invitación y compartirlo con tus amigos.

Acceder a Google para guardar el progreso. Más información
*Obligatorio

Menciona el código de tu amigo

Tu respuesta

Elige tu plan que deseas con descuento (20%)

- Emprendedor Mensual - de S/ 350 a S/280
- Emprendedor Anual - de S/ 3000 a S/ 2400
- Personal Mensual - de S/ 200 a S/ 160
- Personal Anual - de S/2000 a S/ 1600

Elige tu medio de pago

- Banca por internet
- Tarjeta Visa, Mastercard, American Express
- Yape
- Plin

Enviar Borrar formulario

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

Figura 24

Publicación de post en Instagram



Nota. Instagram/EasyComex, 2022.

Enlace: <https://www.instagram.com/p/Cekomx6MLqZ/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>

Figura 25

Evidencia relacionada a alcance de post en Instagram



Nota. Las figuras evidencian los resultados de la campaña de referidos en el concierto 2.

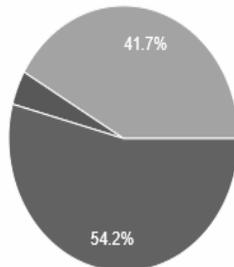
Figura 26

Porcentaje de preferencia por cada plan

Elige tu plan que desearías con descuento (20%)

 Copiar

24 respuestas



- Emprendedor Mensual - de S/ 350 a S/ 280
- Emprendedor Anual - de S/ 3000 a S/ 2400
- Personal Mensual - de S/ 200 a S/ 160
- Personal Anual - de S/2000 a S/ 1600

Nota. Se evidencia la disminución de precios cuando se aplica el descuento del 20%. Por ejemplo en el plan emprendedor mensual, el precio normal es s/ 350 pero con el descuento es de s/ 280.

Figura 27

Mensajes de Instagram de Easy Comex

Jessica Marcos (@jessicamarcos.6) - 23:16
 Estimados pueden enviarme el link de formulario para acceder al descuento por fa
 Toca dos veces para ❤️

Kevin Velasquez (@kevin.velasquez.pach...) - 23:00
 Necesito infoo 📌, quiero aplicsr mi descuento tengo un codigo, me responden si?
 Toca dos veces para ❤️

KeyJuliette (@keyjuliettemz) - 23:00
 Buenas noches,pls enviame el formulario para acceder al descuento con el código de mi amigo
 Toca dos veces para ❤️

Response 1:
 Hola! 😊 Gracias por tu preferencia, te envío el link del formulario para que puedas acceder al descuento con el código de tu amigo 😊
https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScFDOb20jIz-_NmaXBVSL8YG76FVQVAPxLShU-eCqd_MF2w0g/viewform?usp=sf_link

EASY COMEX
 ¿Conociste Easy Comex por medio de un amigo? ¡Genial! Al utilizar el código de tu amigo recibirás un 20% de descuento en tu...

Response 2:
 Hola! 😊 Gracias por tu preferencia, te envío el link del formulario para que puedas acceder al descuento con el código de tu amigo 😊
https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScFDOb20jIz-_NmaXBVSL8YG76FVQVAPxLShU-eCqd_MF2w0g/viewform?usp=sf_link

EASY COMEX
 ¿Conociste Easy Comex por medio de un amigo? ¡Genial! Al utilizar el código de tu amigo recibirás un 20% de descuento en tu...

Response 3:
 Hola! 😊 Gracias por tu preferencia, te envío el link del formulario para que puedas acceder al descuento con el código de tu amigo 😊
https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScFDOb20jIz-_NmaXBVSL8YG76FVQVAPxLShU-eCqd_MF2w0g/viewform?usp=sf_link

EASY COMEX
 ¿Conociste Easy Comex por medio de un amigo? ¡Genial! Al utilizar el código de tu amigo recibirás un 20% de descuento en tu...

Shakira Romero
shakiraromerofranco

22:46

Holaaaa por fa enviame el link del formulario para acceder al descuento con el codigo 😊

Toca dos veces para ❤️

Hola! 😊 Gracias por tu preferencia, te envío el link del formulario para que puedas acceder al descuento con el código de tu amigo 😊

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScFDOb20jIz-_NmaXBVSL8YG76FVQVAPxLShU-eCqd_MF2w0g/viewform?usp=sf_link



EASY COMEX

¿Conociste Easy Comex por medio de un amigo? ¡Genial! Al utilizar el código de tu amigo recibirás un 20% de descuento en tu...

Mensaje...

Cesar Manco...
cesar.mm3

23:29

Vengo del post de ig, podrían enviarme el link del formulario para acceder al descuento por favor, tengo un codigo de un amigo

Toca dos veces para ❤️

Hola! 😊 Gracias por tu preferencia, te envío el link del formulario para que puedas acceder al descuento con el código de tu amigo 😊

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScFDOb20jIz-_NmaXBVSL8YG76FVQVAPxLShU-eCqd_MF2w0g/viewform?usp=sf_link



EASY COMEX

¿Conociste Easy Comex por medio de un amigo? ¡Genial! Al utilizar el código de tu amigo recibirás un 20% de descuento en tu...

Mensaje...

Rafael Lucero...
rafaellucero.04

23:31

Buenos dias 😊 podrían enviarme el link del formulario para acceder al descuento por favor, tengo un codigo de un amigo

Toca dos veces para ❤️

Hola! 😊 Gracias por tu preferencia, te envío el link del formulario para que puedas acceder al descuento con el código de tu amigo 😊

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScFDOb20jIz-_NmaXBVSL8YG76FVQVAPxLShU-eCqd_MF2w0g/viewform?usp=sf_link



EASY COMEX

¿Conociste Easy Comex por medio de un amigo? ¡Genial! Al utilizar el código de tu amigo recibirás un 20% de descuento en tu...

Mensaje...

JIMENA BUST...
jimena_b_c

22:42

Hola por fa enviame el link de formulario para acceder al descuento con el codigo

Toca dos veces para ❤️

Hola! 😊 Gracias por tu preferencia, te envío el link del formulario para que puedas acceder al descuento con el código de tu amigo 😊

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScFDOb20jIz-_NmaXBVSL8YG76FVQVAPxLShU-eCqd_MF2w0g/viewform?usp=sf_link



EASY COMEX

¿Conociste Easy Comex por medio de un amigo? ¡Genial! Al utilizar el código de tu amigo recibirás un 20% de descuento en tu...

Mensaje...

karen Porto...
karenportocarrero

22:25

Hi, por fa enviarme el formulario para acceder al descuento con el código de mi amigo

Toca dos veces para ❤️

Hola! 😊 Gracias por tu preferencia, te envío el link del formulario para que puedas acceder al descuento con el código de tu amigo 😊

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScFDOb20jIz-_NmaXBVSL8YG76FVQVAPxLShU-eCqd_MF2w0g/viewform?usp=sf_link



EASY COMEX

¿Conociste Easy Comex por medio de un amigo? ¡Genial! Al utilizar el código de tu amigo recibirás un 20% de descuento en tu...

Mensaje...

Yorville Cerna...
yorvilcarnapinto

22:25

Hola! Podrían enviarme el link de formulario para acceder al descuento con el código de mi amigo por favor

Toca dos veces para ❤️

Hola! 😊 Gracias por tu preferencia, te envío el link del formulario para que puedas acceder al descuento con el código de tu amigo 😊

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScFDOb20jIz-_NmaXBVSL8YG76FVQVAPxLShU-eCqd_MF2w0g/viewform?usp=sf_link



EASY COMEX

¿Conociste Easy Comex por medio de un amigo? ¡Genial! Al utilizar el código de tu amigo recibirás un 20% de descuento en tu...

Mensaje...

22:28

Buenas noches!! Por fa pueden enviarme el link del formulario para acceder a la promoción con el código de mi amigo

Toca dos veces para

Hola! 😊 Gracias por tu preferencia, te envío el link del formulario para que puedas acceder al descuento con el código de tu amigo 😊

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScFDOb20jIz-_NmaXBVSL8YG76FVQVAPxLShU-eCqd_MF2w0g/viewform?usp=sf_link



EASY COMEX

¿Conociste Easy Comex por medio de un amigo? ¡Genial! Al utilizar el código de tu amigo recibirás un 20% de descuento en tu...

Hola,puedes enviarme el link del formulario para acceder al descuento con el código de mi amigo

Toca dos veces para

Hola! 😊 Gracias por tu preferencia, te envío el link del formulario para que puedas acceder al descuento con el código de tu amigo 😊

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScFDOb20jIz-_NmaXBVSL8YG76FVQVAPxLShU-eCqd_MF2w0g/viewform?usp=sf_link



EASY COMEX

¿Conociste Easy Comex por medio de un amigo? ¡Genial! Al utilizar el código de tu amigo recibirás un 20% de descuento en tu...

23:31

Buenas noches!! 😊 😊 podrían enviarme el link del formulario para acceder al descuento por favor,tengo un código de un amigo

Toca dos veces para

Hola! 😊 Gracias por tu preferencia, te envío el link del formulario para que puedas acceder al descuento con el código de tu amigo 😊

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScFDOb20jIz-_NmaXBVSL8YG76FVQVAPxLShU-eCqd_MF2w0g/viewform?usp=sf_link



EASY COMEX

¿Conociste Easy Comex por medio de un amigo? ¡Genial! Al utilizar el código de tu amigo recibirás un 20% de descuento en tu...

23:32

Por favor podrían enviarme el link del formulario para acceder al descuento por favor,tengo un código de un amigo

Toca dos veces para

Hola! 😊 Gracias por tu preferencia, te envío el link del formulario para que puedas acceder al descuento con el código de tu amigo 😊

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScFDOb20jIz-_NmaXBVSL8YG76FVQVAPxLShU-eCqd_MF2w0g/viewform?usp=sf_link



EASY COMEX

¿Conociste Easy Comex por medio de un amigo? ¡Genial! Al utilizar el código de tu amigo recibirás un 20% de descuento en tu...

23:25

Hola,podrían enviarme el link del formulario para acceder al descuento por favor,tengo un código referencial

Toca dos veces para

Hola! 😊 Gracias por tu preferencia, te envío el link del formulario para que puedas acceder al descuento con el código de tu amigo 😊

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScFDOb20jIz-_NmaXBVSL8YG76FVQVAPxLShU-eCqd_MF2w0g/viewform?usp=sf_link



EASY COMEX

¿Conociste Easy Comex por medio de un amigo? ¡Genial! Al utilizar el código de tu amigo recibirás un 20% de descuento en tu...

23:31

Buenos días 😊 podrían enviarme el link del formulario para acceder al descuento por favor,tengo un código de un amigo

Toca dos veces para

Hola! 😊 Gracias por tu preferencia, te envío el link del formulario para que puedas acceder al descuento con el código de tu amigo 😊

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScFDOb20jIz-_NmaXBVSL8YG76FVQVAPxLShU-eCqd_MF2w0g/viewform?usp=sf_link



EASY COMEX

¿Conociste Easy Comex por medio de un amigo? ¡Genial! Al utilizar el código de tu amigo recibirás un 20% de descuento en tu...

Bruno Cortega...
brunocortegana

22:28

Buenas noches!! Por fa pueden enviarme el link del formulario para acceder a la promoción con el código de mi amigo

Toca dos veces para

Hola! 😊 Gracias por tu preferencia, te envío el link del formulario para que puedas acceder al descuento con el código de tu amigo 😊

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScFDOb20jIz-_NmaXBVSL8YG76FVQVAPxLShU-eCqd_MF2w0g/viewform?usp=sf_link



EASY COMEX
¿Conociste Easy Comex por medio de un amigo? ¡Genial! Al utilizar el código de tu amigo recibirás un 20% de descuento en tu...

kimberlylazo

22:25

Holaaa! Podrían enviarme el link de formulario para acceder al descuento con el código de mi amigo por favor

Toca dos veces para

Hola! 😊 Gracias por tu preferencia, te envío el link del formulario para que puedas acceder al descuento con el código de tu amigo 😊

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScFDOb20jIz-_NmaXBVSL8YG76FVQVAPxLShU-eCqd_MF2w0g/viewform?usp=sf_link



EASY COMEX
¿Conociste Easy Comex por medio de un amigo? ¡Genial! Al utilizar el código de tu amigo recibirás un 20% de descuento en tu...

Marck Antony...
marckant04

Hola, puedes enviarme el link del formulario para acceder al descuento con el código de mi amigo

Hola! 😊 Gracias por tu preferencia, te envío el link del formulario para que puedas acceder al descuento con el código de tu amigo 😊

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScFDOb20jIz-_NmaXBVSL8YG76FVQVAPxLShU-eCqd_MF2w0g/viewform?usp=sf_link



EASY COMEX
¿Conociste Easy Comex por medio de un amigo? ¡Genial! Al utilizar el código de tu amigo recibirás un 20% de descuento en tu...

Yerli Alcantara
yerlialcantara

Buenas noches, pls enviame el formulario para acceder al descuento con el código de mi amigo

Toca dos veces para

Hola! 😊 Gracias por tu preferencia, te envío el link del formulario para que puedas acceder al descuento con el código de tu amigo 😊

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScFDOb20jIz-_NmaXBVSL8YG76FVQVAPxLShU-eCqd_MF2w0g/viewform?usp=sf_link



EASY COMEX
¿Conociste Easy Comex por medio de un amigo? ¡Genial! Al utilizar el código de tu amigo recibirás un 20% de descuento en tu...

Huapaya Vasq...
alvaro_huapaya

22:44

Holaaa! Podrías enviarme el link del formu para acceder al descuento con el código referencial por fa

Toca dos veces para

Hola! 😊 Gracias por tu preferencia, te envío el link del formulario para que puedas acceder al descuento con el código de tu amigo 😊

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScFDOb20jIz-_NmaXBVSL8YG76FVQVAPxLShU-eCqd_MF2w0g/viewform?usp=sf_link



EASY COMEX
¿Conociste Easy Comex por medio de un amigo? ¡Genial! Al utilizar el código de tu amigo recibirás un 20% de descuento en tu...

Flavia
flabarrientos

22:44

Holaaa! Podrías enviarme el link del formu para acceder al descuento con el código referencial por fa

Toca dos veces para

Hola! 😊 Gracias por tu preferencia, te envío el link del formulario para que puedas acceder al descuento con el código de tu amigo 😊

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScFDOb20jIz-_NmaXBVSL8YG76FVQVAPxLShU-eCqd_MF2w0g/viewform?usp=sf_link



EASY COMEX
¿Conociste Easy Comex por medio de un amigo? ¡Genial! Al utilizar el código de tu amigo recibirás un 20% de descuento en tu...



Figura 28

Correos registrados en el formulario

Correo electrónico

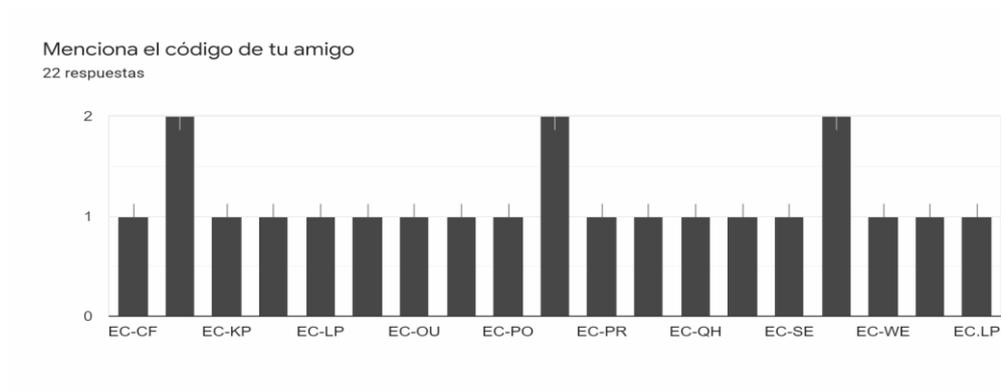
24 respuestas

- mendozaluciana2@gmail.com
- rodriotarola44@gmail.com
- romerofrancoshak
- perezsiñvia2@gmail.com
- silvamarcelo2@gmail.com
- ramosedgar99@gmail.com
- riluis33@gmail.com
- llanoslu55@gmail.com
- alvarocordova88@gmail.com

maygomez99@gmail.com
claudygreca8@gmail.com
evacampos33@gmail.com
vargasedu22@gmail.com
julychavez11@gmail.com
orteagaerne33@gmail.com
estermoscol39@gmail.com
adrianacorbett99@gmail.com
luacianamendoza22@gmail.com
herrerافلavi@gmail.com
delosrioslu22@gmail.com
ramosara998@gmail.com
madebecerra19@gmail.com
silvaronald39@gmail.com
baitonyvo77@gmail.com

Figura 29

Códigos registrados en el formulario



Nota. Evidencia de los códigos que registraron los usuarios, 2022.

7.6. Experimento 3

Objetivo

El propósito es aumentar la iniciativa de compra informando a los clientes potenciales sobre los beneficios de Easy Comex.

Diseño y desarrollo:

Fechas: 11 al 13 de junio de 2022.

Duración: 3 días.

Método: Se publicará un reels sobre los beneficios y los planes de suscripción, el cual detallará los planes con sus respectivos precios que ofrece Easy Comex, en el cual la cofundadora, Naomi Espinoza, indica la propuesta de valor del startup enfocándose en la asesoría personalizada que se brinda, la guía dinámica para empezar a emprender y los tipos de planes y precios que se ofrecen. Este método busca medir la interacción e interés de compra de los usuarios a través del anuncio publicitado. De igual manera, se realizó en la plataforma de Instagram a través de reels para el comparativo con otro formato de publicación.

Segmentación: La publicación se realizará para hombres y mujeres mayores de 18 años que estén interesados en realizar importaciones y el uso de aplicativos con fines educativos, en la región de Lima.

Canal: Plataforma de Instagram (reels).

Métricas: Cantidad de personas alcanzadas / Cantidad de personas interesadas en adquirir el servicio.

Descripción:

- Por un lado, el reels se publicará en Instagram de Easy Comex y se realizará una inversión para publicidad de 12 soles por día, totalizando un monto de 36 soles.
- El contenido del video será elaborado por la cofundadora, Naomi Espinoza, basándose en la propuesta de valor del startup, con la siguiente descripción del post:

“¿Te gustaría realizar importaciones de manera fácil?, EasyComex será tu aliado estratégico en esta nueva aventura. Comenta el post con el plan de tu elección o envíanos un DM para otorgarte mayor información” (utilizando #EasyComex #importación #comerciointernacional #startup #aplicativo #asesoría personalizada)

Bitácora de actividades

Tabla 21

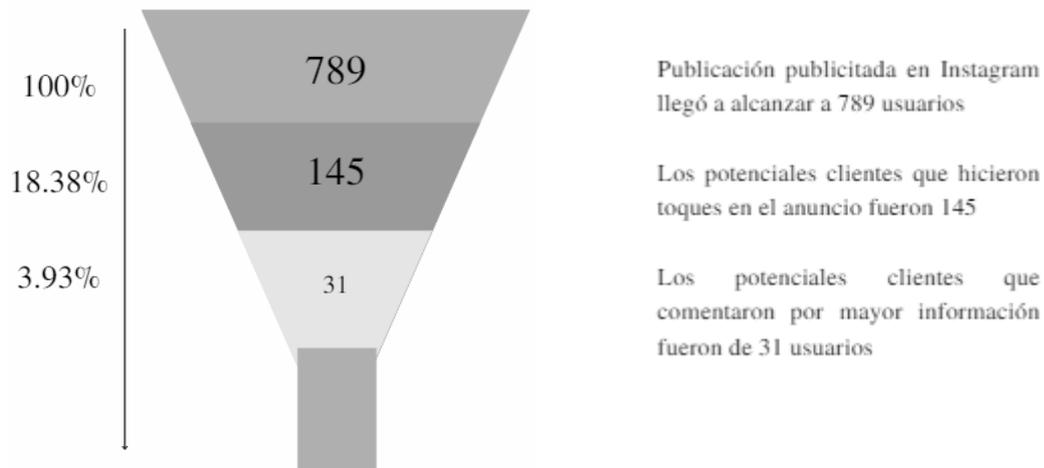
Bitácora de actividades de experimento 3 concierge

Actividad	Tarea
Identificar si el reel generan toques de manera publicitada con potenciales clientes	Crear reels con información sobre los beneficios y planes de la aplicación
Publicación de contenido	Crear la descripción de reel con los hashtags estratégicos.
Evaluación de las estadísticas obtenidas de Instagram	Analizar las estadísticas obtenidas en el reels.
Atención a los clientes	Brindarle información sobre los planes a los clientes que solicitaron vía DM

Resultados:

Figura 30

Embudo de conversión - Concierge 3



De acuerdo con las estadísticas generadas por el contenido de Instagram, basándonos en nuestro público objetivo a través de la segmentación se presentó el contenido de los beneficios y los planes de suscripción de Easy Comex. La finalidad es aumentar la iniciativa de compra de los clientes potenciales. Por lo cual, el experimento desarrollado en Instagram generó cifras de relevancia para Easy Comex, dado que logró un alcance de 789 cuentas de la plataforma, las cuales 145 usuarios le dieron click al anuncio publicitado que los redirige para enviar un mensaje a Easy Comex pero solo 31 solicitaron mayor información de los planes de su interés.

Tabla 22

Cantidad de usuarios que solicitaron información según tipo de plan.

Tipo de Plan	#Usuarios
Emprendedor Mensual	12
Emprendedor Anual	2
Personal Mensual	16
Personal Anual	1
Total	31

De igual manera, de acuerdo con las 31 personas que comentaron en ambos experimentos, se obtuvo que 16 personas están interesadas en el plan personal mensual, 1 en el plan personal anual, 12 en el emprendedor mensual y 2 en el emprendedor anual, con lo cual se consolida que el plan personal es el que cuenta mayor acogida por nuestro público objetivo.

Análisis:

El experimento presentó resultados positivos para la startup, ya que el contenido realizado en la plataforma de Instagram recibió respuesta de click en el anuncio de los usuarios alcanzados, lo cual representa un incremento de interés de los clientes potenciales en ser parte de la comunidad Easy Comex. Asimismo, en el contenido del reels sobre qué tipo de plan que elegiría el cliente genera mayor interés en personas que desean realizar importaciones, dado que está elaborado de manera más dinámica.

Aprendizajes:

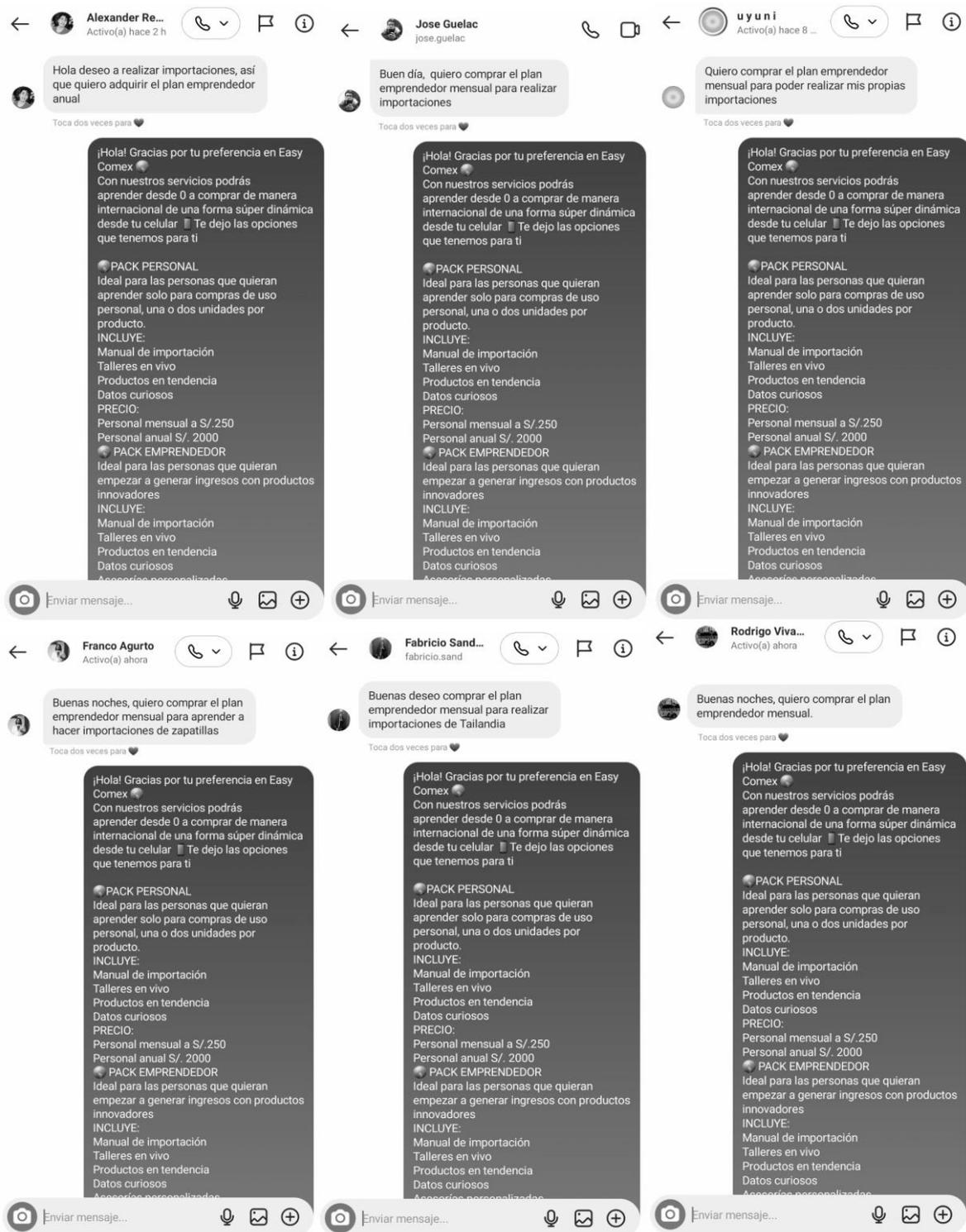
Con las estadísticas de los experimentos se puede destacar que los resultados obtenidos generan alto niveles de alcance, dado que son publicitados. Es decir, la estrategia de publicar un reels enfocado a los beneficios y planes de Easy Comex tiene mayor impacto en los clientes potenciales, ya que aparecerá en cuentas que busquen temas relacionados a la importación. Asimismo, genera intriga en los usuarios por saber más respecto a la aplicación, lo cual se ve reflejado en los comentarios, en cual solicitan información del servicio de Easy

Comex y, a su vez, genera motivación de que los usuarios interactúen con la página a través de su contenido en historias y feed, dado que desean estar pendientes de las novedades del startup.

Sustentación de la validación:

Figura 31

Usuarios que desean adquirir los planes de Easy Comex.



← Alejandro Me... 99aldo09 (call icon) (flag icon) (info icon) ← Franco Escobar Aguirre franco_y2] (call icon) ← Andrea Masias Guzman andreamasias241 (call icon)

Hola soy Alejandro Menendez, quiero adquirir el plan emprendedor mensual

Toca dos veces para ❤️

¡Hola! Gracias por tu preferencia en Easy Comex 🇨🇺
Con nuestros servicios podrás aprender desde 0 a comprar de manera internacional de una forma súper dinámica desde tu celular 📱 Te dejo las opciones que tenemos para ti

📍 **PACK PERSONAL**

Ideal para las personas que quieran aprender solo para compras de uso personal, una o dos unidades por producto.

INCLUYE:

Manual de importación
Talleres en vivo
Productos en tendencia
Datos curiosos

PRECIO:

Personal mensual a S/. 250
Personal anual S/. 2000

📍 **PACK EMPRENDEDOR**

Ideal para las personas que quieran empezar a generar ingresos con productos innovadores

INCLUYE:

Manual de importación
Talleres en vivo
Productos en tendencia
Datos curiosos

Asesoría personalizada

Enviar mensaje... (voice icon) (image icon) (+ icon)

Buenas tardes, quiero comprar el plan emprendedor mensual

¡Hola! Gracias por tu preferencia en Easy Comex 🇨🇺
Con nuestros servicios podrás aprender desde 0 a comprar de manera internacional de una forma súper dinámica desde tu celular 📱 Te dejo las opciones que tenemos para ti

📍 **PACK PERSONAL**

Ideal para las personas que quieran aprender solo para compras de uso personal, una o dos unidades por producto.

INCLUYE:

Manual de importación
Talleres en vivo
Productos en tendencia
Datos curiosos

PRECIO:

Personal mensual a S/. 250
Personal anual S/. 2000

📍 **PACK EMPRENDEDOR**

Ideal para las personas que quieran empezar a generar ingresos con productos innovadores

INCLUYE:

Manual de importación
Talleres en vivo
Productos en tendencia
Datos curiosos

Asesoría personalizada

Enviar mensaje... (voice icon) (image icon) (+ icon)

Buenas quiero comprar el plan emprendedor mensual

¡Hola! Gracias por tu preferencia en Easy Comex 🇨🇺
Con nuestros servicios podrás aprender desde 0 a comprar de manera internacional de una forma súper dinámica desde tu celular 📱 Te dejo las opciones que tenemos para ti

📍 **PACK PERSONAL**

Ideal para las personas que quieran aprender solo para compras de uso personal, una o dos unidades por producto.

INCLUYE:

Manual de importación
Talleres en vivo
Productos en tendencia
Datos curiosos

PRECIO:

Personal mensual a S/. 250
Personal anual S/. 2000

📍 **PACK EMPRENDEDOR**

Ideal para las personas que quieran empezar a generar ingresos con productos innovadores

INCLUYE:

Manual de importación
Talleres en vivo
Productos en tendencia
Datos curiosos

Asesoría personalizada

Enviar mensaje... (voice icon) (image icon) (+ icon)

← Jesus Portill... Activo(a) hace 9 ... (call icon) (flag icon) (info icon)

Holaaa quisiera comprar el plan emprendedor mensual porfavor

¡Hola! Gracias por tu preferencia en Easy Comex 🇨🇺
Con nuestros servicios podrás aprender desde 0 a comprar de manera internacional de una forma súper dinámica desde tu celular 📱 Te dejo las opciones que tenemos para ti

📍 **PACK PERSONAL**

Ideal para las personas que quieran aprender solo para compras de uso personal, una o dos unidades por producto.

INCLUYE:

Manual de importación
Talleres en vivo
Productos en tendencia
Datos curiosos

PRECIO:

Personal mensual a S/. 250
Personal anual S/. 2000

📍 **PACK EMPRENDEDOR**

Ideal para las personas que quieran empezar a generar ingresos con productos innovadores

INCLUYE:

Manual de importación
Talleres en vivo
Productos en tendencia
Datos curiosos

Asesoría personalizada

Enviar mensaje... (voice icon) (image icon) (+ icon)

← Renzo Morales renzomoraes_ (call icon) (flag icon) (info icon)

Buenos días quiero adquirir el plan emprendedor mensual

¡Hola! Gracias por tu preferencia en Easy Comex 🇨🇺
Con nuestros servicios podrás aprender desde 0 a comprar de manera internacional de una forma súper dinámica desde tu celular 📱 Te dejo las opciones que tenemos para ti

📍 **PACK PERSONAL**

Ideal para las personas que quieran aprender solo para compras de uso personal, una o dos unidades por producto.

INCLUYE:

Manual de importación
Talleres en vivo
Productos en tendencia
Datos curiosos

PRECIO:

Personal mensual a S/. 250
Personal anual S/. 2000

📍 **PACK EMPRENDEDOR**

Ideal para las personas que quieran empezar a generar ingresos con productos innovadores

INCLUYE:

Manual de importación
Talleres en vivo
Productos en tendencia
Datos curiosos

Asesoría personalizada

Enviar mensaje... (voice icon) (image icon) (+ icon)

← Christopher chris231199 (call icon) (flag icon) (info icon)

Buenas, deseo subscribirme al plan personal mensual (el de su reels a 250 soles). Graciass!!!

¡Hola! Gracias por tu preferencia en Easy Comex 🇨🇺
Con nuestros servicios podrás aprender desde 0 a comprar de manera internacional de una forma súper dinámica desde tu celular 📱 Te dejo las opciones que tenemos para ti

📍 **PACK PERSONAL**

Ideal para las personas que quieran aprender solo para compras de uso personal, una o dos unidades por producto.

INCLUYE:

Manual de importación
Talleres en vivo
Productos en tendencia
Datos curiosos

PRECIO:

Personal mensual a S/. 250
Personal anual S/. 2000

📍 **PACK EMPRENDEDOR**

Ideal para las personas que quieran empezar a generar ingresos con productos innovadores

INCLUYE:

Manual de importación
Talleres en vivo
Productos en tendencia
Datos curiosos

Asesoría personalizada

Enviar mensaje... (voice icon) (image icon) (+ icon)



← **Valeria Anglas**
valeriaanglas

Buenos días, quiero suscribirme al plan personal mensual pls, info de cómo proceder

¡Hola! Gracias por tu preferencia en Easy Comex 🌟
 Con nuestros servicios podrás aprender desde 0 a comprar de manera internacional de una forma súper dinámica desde tu celular 📱 Te dejo las opciones que tenemos para ti

📦 **PACK PERSONAL**
 Ideal para las personas que quieran aprender solo para compras de uso personal, una o dos unidades por producto.
INCLUYE:
 Manual de importación
 Talleres en vivo
 Productos en tendencia
 Datos curiosos
PRECIO:
 Personal mensual a S/ 250
 Personal anual S/ 2000

📦 **PACK EMPRENDEDOR**
 Ideal para las personas que quieran empezar a generar ingresos con productos innovadores
INCLUYE:
 Manual de importación
 Talleres en vivo
 Productos en tendencia
 Datos curiosos
 Asesorías personalizadas

Enviar mensaje...

← **Jack Garcia**
garcia_ja05

Buenas noches, vi su reels y luego entre a su perfil. Quisiera suscribirme al plan personal mensual pero vi que había una semana gratis, también aplicaría no?

¡Hola! Gracias por tu preferencia en Easy Comex 🌟
 Con nuestros servicios podrás aprender desde 0 a comprar de manera internacional de una forma súper dinámica desde tu celular 📱 Te dejo las opciones que tenemos para ti

📦 **PACK PERSONAL**
 Ideal para las personas que quieran aprender solo para compras de uso personal, una o dos unidades por producto.
INCLUYE:
 Manual de importación
 Talleres en vivo
 Productos en tendencia
 Datos curiosos
PRECIO:
 Personal mensual a S/ 250
 Personal anual S/ 2000

📦 **PACK EMPRENDEDOR**
 Ideal para las personas que quieran empezar a generar ingresos con productos innovadores
INCLUYE:
 Manual de importación
 Talleres en vivo
 Productos en tendencia
 Datos curiosos
 Asesorías personalizadas

Enviar mensaje...

← **Francisco Ruiz**
franruizsanchez07

¡Hola! Me encantó su reels👍 quiero suscribirme al plan personal mensual 🙏

¡Hola! Gracias por tu preferencia en Easy Comex 🌟
 Con nuestros servicios podrás aprender desde 0 a comprar de manera internacional de una forma súper dinámica desde tu celular 📱 Te dejo las opciones que tenemos para ti

📦 **PACK PERSONAL**
 Ideal para las personas que quieran aprender solo para compras de uso personal, una o dos unidades por producto.
INCLUYE:
 Manual de importación
 Talleres en vivo
 Productos en tendencia
 Datos curiosos
PRECIO:
 Personal mensual a S/ 250
 Personal anual S/ 2000

📦 **PACK EMPRENDEDOR**
 Ideal para las personas que quieran empezar a generar ingresos con productos innovadores
INCLUYE:
 Manual de importación
 Talleres en vivo
 Productos en tendencia
 Datos curiosos
 Asesorías personalizadas

Enviar mensaje...

← **Stephanie Calmet Bautista**
dra.stephaniecalmet

Buenas noches, vi su reels y luego entre a su perfil. Quisiera suscribirme al plan personal mensual pero vi que había una semana gratis, también aplicaría no?

¡Hola! Gracias por tu preferencia en Easy Comex 🌟
 Con nuestros servicios podrás aprender desde 0 a comprar de manera internacional de una forma súper dinámica desde tu celular 📱 Te dejo las opciones que tenemos para ti

📦 **PACK PERSONAL**
 Ideal para las personas que quieran aprender solo para compras de uso personal, una o dos unidades por producto.
INCLUYE:
 Manual de importación
 Talleres en vivo
 Productos en tendencia
 Datos curiosos
PRECIO:
 Personal mensual a S/ 250
 Personal anual S/ 2000

📦 **PACK EMPRENDEDOR**
 Ideal para las personas que quieran empezar a generar ingresos con productos innovadores
INCLUYE:
 Manual de importación
 Talleres en vivo
 Productos en tendencia
 Datos curiosos
 Asesorías personalizadas

Enviar mensaje...

← **Ronald Silva**
_ronald_silva

Cómo puedo suscribirme el plan personal mensual que aparece en el reels 🙏🙏🙏

¡Hola! Gracias por tu preferencia en Easy Comex 🌟
 Con nuestros servicios podrás aprender desde 0 a comprar de manera internacional de una forma súper dinámica desde tu celular 📱 Te dejo las opciones que tenemos para ti

📦 **PACK PERSONAL**
 Ideal para las personas que quieran aprender solo para compras de uso personal, una o dos unidades por producto.
INCLUYE:
 Manual de importación
 Talleres en vivo
 Productos en tendencia
 Datos curiosos
PRECIO:
 Personal mensual a S/ 250
 Personal anual S/ 2000

📦 **PACK EMPRENDEDOR**
 Ideal para las personas que quieran empezar a generar ingresos con productos innovadores
INCLUYE:
 Manual de importación
 Talleres en vivo
 Productos en tendencia
 Datos curiosos
 Asesorías personalizadas

Enviar mensaje...

← **Wachy**
wahidym

Buenas tardes, deseo suscribir a mi hija que vio su reels y quiere aprender a comprar maquillaje de Estados Unidos a su plan mensual personal

¡Hola! Gracias por tu preferencia en Easy Comex 🌟
 Con nuestros servicios podrás aprender desde 0 a comprar de manera internacional de una forma súper dinámica desde tu celular 📱 Te dejo las opciones que tenemos para ti

📦 **PACK PERSONAL**
 Ideal para las personas que quieran aprender solo para compras de uso personal, una o dos unidades por producto.
INCLUYE:
 Manual de importación
 Talleres en vivo
 Productos en tendencia
 Datos curiosos
PRECIO:
 Personal mensual a S/ 250
 Personal anual S/ 2000

📦 **PACK EMPRENDEDOR**
 Ideal para las personas que quieran empezar a generar ingresos con productos innovadores
INCLUYE:
 Manual de importación
 Talleres en vivo
 Productos en tendencia
 Datos curiosos
 Asesorías personalizadas

Enviar mensaje...

Carolline Reto
kcaroliina24

Buenas noches, me quiero suscribir al plan personal mensual. Ahí aprenderé si quiero comprar juguetes no?

Camila Espinoza
cami.esh

Hola, es cierto que en el extranjero venden más barato (lo vi en su reels) y quisiera aprender a hacerlo suscribiendome a su plan personal mensual por favor.

Salvatore Si...
Activot(a) hace 4 h

Buenas noches, vengo de su reels y quiero adquirir el plan personal mensual. Mi pregunta es si puedo adquirirlo esta semana y desde cuando corre el mes?

¡Hola! Gracias por tu preferencia en Easy Comex
Con nuestros servicios podrás aprender desde 0 a comprar de manera internacional de una forma súper dinámica desde tu celular 📱 Te dejo las opciones que tenemos para ti

PACK PERSONAL
Ideal para las personas que quieran aprender solo para compras de uso personal, una o dos unidades por producto.
INCLUYE:
Manual de importación
Talleres en vivo
Productos en tendencia
Datos curiosos
PRECIO:
Personal mensual a S/ 250
Personal anual S/ 2000

PACK EMPRENDEDOR
Ideal para las personas que quieran empezar a generar ingresos con productos innovadores
INCLUYE:
Manual de importación
Talleres en vivo
Productos en tendencia
Datos curiosos
Accesorios personalizados

CHAMI
finstachami

Hola, vi su reels y me gustaría aprender con ustedes. Para empezar quisiera el plan personal mensual para probarlo porfa

Nicolle Arbizu
arbi_nicolle

Buenos dias, quisiera adquirir su suscripcion personal mensual por favor porque vi en su reels que incluye varios items a bajo costo

Yazmin Barroso
yazminnbl_

Buenas noches, deseo suscribirme en el plan personal anual debido a que quiero aprender a comprar cosas de mi hogar más baratas y misma calidad que las tienda por departamento. Me confirma cómo puedo hacerlo. Gracias

¡Hola! Gracias por tu preferencia en Easy Comex
Con nuestros servicios podrás aprender desde 0 a comprar de manera internacional de una forma súper dinámica desde tu celular 📱 Te dejo las opciones que tenemos para ti

PACK PERSONAL
Ideal para las personas que quieran aprender solo para compras de uso personal, una o dos unidades por producto.
INCLUYE:
Manual de importación
Talleres en vivo
Productos en tendencia
Datos curiosos
PRECIO:
Personal mensual a S/ 250
Personal anual S/ 2000

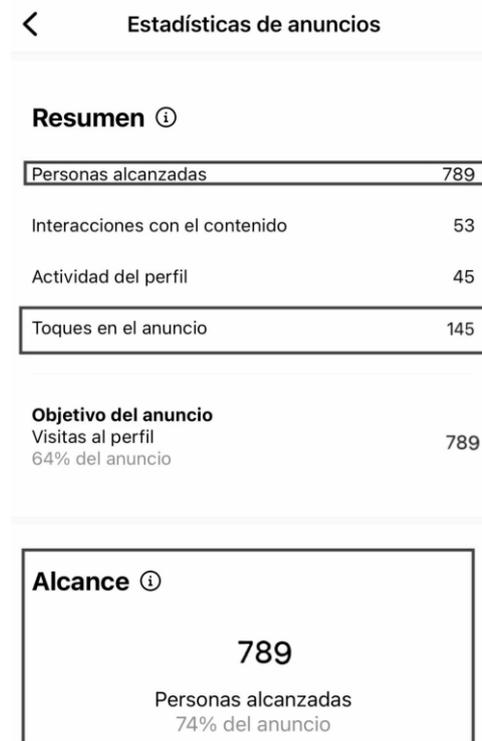
PACK EMPRENDEDOR
Ideal para las personas que quieran empezar a generar ingresos con productos innovadores
INCLUYE:
Manual de importación
Talleres en vivo
Productos en tendencia
Datos curiosos
Accesorios personalizados

Nota. Encontrado en <https://www.instagram.com/p/CfNywQMAqHO/>, 2022.

Enlace: <https://www.instagram.com/p/CfNywQMAqHO/>

Figura 33

Estadísticas del post



Nota. Fan page Easy Comex (Instagram)

7.7 Experimento 4

Objetivo: Dar a conocer y obtener la aceptación del precio establecido de los potenciales clientes con una intención de compra mayor del 3% del total de usuarios alcanzado en un plazo de una semana.

Diseño y desarrollo:

Fechas: 14 de junio al 17 de junio

Duración: 4 días

Método utilizado: La principal herramienta será la landing page que se publicará en la página de Instagram con un anuncio donde la inversión fue de 15 soles, este post es una Figura informando que ya pueden adquirir la aplicación. La landing page simulará una suscripción si en caso el usuario se encuentre interesado en realizar la compra de ello, estarán disponible los dos planes en sus presentaciones mensuales y anuales.

Segmentación: El post publicitado se realizó para Lima, hombres y mujeres mayores a 18 años, que se interesan por emprender en el rubro de las importaciones.

Canal: Red social; Instagram

Métricas: Número de personas alcanzadas / Número de personas que se suscriben en los planes.

Descripción:

- Se dispuso que los servicios a ofrecer serán el plan emprendedor y personal con las modalidades de pago a elegir mensual o anual.
- En la página principal de la landing page se mostrará los beneficios de Easy Comex y lo que incluye cada plan.
- En el post de Instagram publicitado tendrá un “Call to action” donde al hacer click es un enlace que se redirige a la landing page. Los potenciales clientes podrán revisar la información y los que estén interesados en adquirirla se podrán suscribir.

Bitácora de actividades

Tabla 23

Bitácora de actividades de experimento 4 concierge

Actividad	Tarea
Realizar simulación de suscripciones	Crear la landing page con opción a suscripción para los planes de Easy Comex
	Crear post en Instagram con call action de entrar a la landing page

	Publicitar el enlace de la landing page en el post de Instagram
Analizar las suscripciones	Revisar el tráfico de la landing page y las métricas de Instagram
	Descargar excel con las suscripciones y revisar qué plan tiene mayor número de suscripciones

Presentaciones y canales por utilizar: Se presentarán los dos planes que cuenta Easy Comex; emprendedor y personal en sus dos modalidades de adquisición; mensual y anual. Los canales por usar son la red social Instagram y la landing page creada en la plataforma Wix.

Resultados:

Figura 34

Embudo de conversión Experimento Concierge 4



Tabla 24*Número de usuarios suscritos por tipo de plan*

Tipo de Plan	#Usuarios
Emprendedor Mensual	17
Emprendedor Anual	1
Personal Mensual	15
Personal Anual	1
Total	34

La publicación fue segmentada con la finalidad de alcanzar a nuestro público objetivo para que así puedan simular una compra en la landing page creada que contiene los campos necesarios para la simulación; Nombres, email, teléfono, plan a elegir, medio de pago y aceptación de términos y condiciones. En los resultados del anuncio se obtuvo que 2504 usuarios llegaron a ver el anuncio, sin embargo, solo 299 (11.9%) llegó a interactuar con el “call to action” que lo redirige a la landing page para su posible suscripción. Por último, como clientes se obtuvo a solo 34 usuarios (1.36%) que simularon la suscripción de la aplicación en alguno de los planes que brinda Easy Comex.

Análisis:

El experimento realizado ha tenido buenos resultados ya que para el presupuesto invertido que fue 15 soles se logró un alcance superior a los 2 mil con una intención de compra final del 1.36%. Es correcto afirmar que no se cumplió con el objetivo planteado de tener por lo menos el 3% de suscripciones del total alcance del post de Instagram, pero no está lejos. Con las suscripciones no solo obtuvimos el número de clientes dispuestos a pagar la aplicación si no el plan que eligieron pagar en la simulación, en este caso el plan con mayor intención de compra fue el emprendedor mensual con 17 suscripciones con un costo de 350 soles, siguiendo personal mensual con 15 suscripciones con un costo de 250 soles. Se puede afirmar que son suscripciones con diferente contenido por lo que podemos afirmar que hay personas

que primero quieren probar la aplicación en su forma más básica y otras que apuestan por Easy Comex pagando una suscripción con todo el contenido.

Aprendizajes:

Como se mencionó líneas arriba no se llegó al objetivo de alcanzar al 3% de las personas alcanzadas por lo que afirma que puede ayudar a mejorar las suscripciones con una mayor inversión ya que 15 soles tienen un alcance limitado. Por otro lado, no todas las personas que ingresen al enlace se van a suscribir y se busca que esa brecha de usuarios potencial a usuarios suscritos se reduzca lo más posible, en este caso la brecha es mínima con 0.61% pero se busca llegar a superar el objetivo. Por último, después de desarrollar el primer experimento se confirma que hay usuarios interesados en adquirir la aplicación con el precio determinado en cada plan, ya que cada plan de Easy Comex tiene por lo menos un suscriptor en este experimento.

Sustentación:

Figura 35

Anuncio post Instagram



Figura 36

Landing page

Esta página web se diseñó con la plataforma **WIX.com**. Crea tu página web hoy. [Comienza ya](#)

Inicio

EASY COMEX

APRENDE A IMPORTAR

No te quedes sin comprar productos del extranjero por falta de conocimiento. Te regalamos 1 semana de prueba para que tengas el mundo en tus manos

[OBTÉN LA APP](#) >



LA ÚNICA APP QUE NECESITAS
Te ayudará a aprender desde lo más básico sobre las importaciones para poder comprar productos internacionales a un mejor precio que en tu país.

UNICA APP EN EL MERCADO
Es la primera aplicación que cuenta con talleres, asesores, guías, manuales, etc sobre importación

DISEÑO SOBRESALIENTE
Es muy sencilla de usar, no necesitas ser un experto pero si te volverás un experto cuando uses EasyComex

EXPERTOS EN NEGOCIOS INTERNACIONALES
 Toda la información en la aplicación es filtrada por expertos de negocios internacionales

PACK PERSONAL

Ideal para las personas que quieran aprender solo para compras de uso personal, una o dos unidades por producto.

INCLUYE:

- Manual de importación
- Talleres en vivo
- Productos en tendencia
- Datos curiosos

[OBTÉN LA APP](#) >

PACK EMPRENDEDOR

Ideal para las personas que quieran empezar a generar ingresos con productos innovadores

INCLUYE:

- Manual de importación
- Talleres en vivo
- Productos en tendencia
- Datos curiosos
- Asesorías personalizadas
- Contactos de proveedores

OBTÉN LA APP

EASY COMEX

Nombre

Nombre

Email *

Email

Teléfono

Teléfono

Elige el mejor plan:

Elige una opción

Elige tu medio de pago *

- Banca por Internet
- Tarjeta Visa/Mastercard/AmericanExpress
- Yape
- Plin

Acepto los términos y condiciones

Suscribirse

Link Landing Page: <https://tacyan3012.wixsite.com/easycomex12>

Figura 37

Suscripciones Landing Page

<input type="checkbox"/>	T Nombre	T Email	T Teléfono	T Elige el mejor plan:	🔗 Elige tu medio de pago	<input checked="" type="checkbox"/> Acepto
1	Jefferson Ramirez	jeffersonramirez.mh@gm...	980876987	Personal - Mensual - S/.200	Tarjeta Visa/Masterc...	✓
2	Luigi Bellido	Luigi.bell90@gmail.com	978342567	Personal - Mensual - S/.200	Tarjeta Visa/Masterc...	✓
3	Jesus Llamoca	jesusll.oca@gmail.com	908782343	Emprendedor - Anual - S/.3,000	Banca por Internet	✓
4	Milagros Ramirez	milliram90@gmail.com	956768987	Personal - Mensual - S/.200	Tarjeta Visa/Masterc...	✓
5	Milagros Palomino	Milypal18@gmail.com	987678987	Personal - Anual - S/.2000	Banca por Internet	✓
6	Mia Echevarria	miaech.rria@gmail.com	987562780	Emprendedor - Mensual - S/.350 soles	Tarjeta Visa/Masterc...	✓
7	Sebastian roca	sebas@gmail.com	893674589	Emprendedor - Mensual - S/.350 soles	Banca por Internet	✓
<input type="checkbox"/>	T Nombre	T Email	T Teléfono	T Elige el mejor plan:	🔗 Elige tu medio de pago	<input checked="" type="checkbox"/> Ace
8	Aldair castillo	aldaircas@gmail.com	978346784	Emprendedor - Anual - S/.3,000	Tarjeta Visa/Masterc...	✓
9	Fiorella fernandez	fioferna11@gmail.com	982376542	Emprendedor - Anual - S/.3,000	Tarjeta Visa/Masterc...	✓
10	Arias Farol	ariasfar@gmail.com	903478652	Emprendedor - Anual - S/.3,000	Tarjeta Visa/Masterc...	✓
11	Edison Ramirez	edisonramirez@gmail.com	947862345	Emprendedor - Anual - S/.3,000	Tarjeta Visa/Masterc...	✓
12	Anderson vaca	andervaca@gmail.com	978345765	Emprendedor - Anual - S/.3,000	Tarjeta Visa/Masterc...	✓
13	Raysa Quizoz	raysaquiros@gamil.com	934789076	Emprendedor - Anual - S/.3,000	Tarjeta Visa/Masterc...	✓
14	Gisela Fernandez	Giselafer@gamil.com	908346782	Emprendedor - Anual - S/.3,000	Tarjeta Visa/Masterc...	✓
15	Fiorella Fernandez	fioferna@gamil.com	987345672	Emprendedor - Anual - S/.3,000	Tarjeta Visa/Masterc...	✓

<input type="checkbox"/>	T Nombre	T Email	T Teléfono	T Elige el mejor plan:	Elige tu medio de pago	Acepto los t
16	Antonella	Antogar@gmail.com	987234654	Emprendedor - Anual - S/.3,000	Tarjeta Visa/Masterc...	✓
17	Roger Garcia	rogergarcia@gmail.com	908756345	Emprendedor - Anual - S/.3,000	Tarjeta Visa/Masterc...	✓
18	milenka flores	mileflo@gmail.com	967345673	Emprendedor - Anual - S/.3,000	Tarjeta Visa/Masterc...	✓
19	sebastian flores	sebasflo@gmail.com	987654567	Emprendedor - Anual - S/.3,000	Tarjeta Visa/Masterc...	✓
20	alex ramos	alexramo@gmail.com	908783432	Emprendedor - Anual - S/.3,000	Banca por Internet Tarj	✓
21	Eduardo prada	eduardopraad@gmail.com	908976345	Emprendedor - Anual - S/.3,000	Tarjeta Visa/Masterc...	✓
22	oscar	oscarram@gmail.com	967846734	Emprendedor - Anual - S/.3,000	Tarjeta Visa/Masterc...	✓
23	Lucia ramos	Luciaram@gmail.com	987634678	Personal - Mensual - S/.200	Tarjeta Visa/Masterc...	✓
24	Andres Vargas	andresar@gmail.com	987213222	Emprendedor - Anual - S/.3,000	Tarjeta Visa/Masterc...	✓
25	Antonella Flores	antoflo@gmail.com	908678435	Emprendedor - Anual - S/.3,000	Tarjeta Visa/Masterc...	✓
26	noa flores	noaflores@gmail.com	908765678	Emprendedor - Anual - S/.3,000	Banca por Internet Tarj	✓
<input type="checkbox"/>	T Nombre	T Email	T Teléfono	T Elige el mejor plan:	Elige tu medio de pago	Acepto los t
27	Martina torres	martinatorre@gmail.com	987898763	Emprendedor - Anual - S/.3,000	Tarjeta Visa/Masterc...	✓
28	Daniel	danielcasti@gmail.com	987678655	Emprendedor - Anual - S/.3,000	Tarjeta Visa/Masterc...	✓
29	Andres Cartas	andrecar@gmail.com	908346578	Personal - Mensual - S/.200	Tarjeta Visa/Masterc...	✓
30	bastian gonzales	bastiangonza@gmail.com	967876534	Personal - Mensual - S/.200	Tarjeta Visa/Masterc...	✓
31	Mateo carhuancho	mateocarh@gmail.com	956787652	Emprendedor - Anual - S/.3,000	Banca por Internet Tarj	✓
32	Lucas	lucasfra@gmail.com	963456754	Emprendedor - Anual - S/.3,000	Tarjeta Visa/Masterc...	✓
33	pablo flores	pabloflo@gmail.com	989765467	Emprendedor - Anual - S/.3,000	Tarjeta Visa/Masterc...	✓
34	Martin	martinprad@gmail.com	908976856	Emprendedor - Anual - S/.3,000	Tarjeta Visa/Masterc...	✓

7.8 Conclusiones del concierge:

Luego de realizar los 4 experimentos concierge se halló las suscripciones totales semanales. Se analizó que los usuarios tienen mayor preferencia en el tipo de plan “emprendedor mensual” con 51 suscripciones y personal mensual con 48 suscriptores. Ambos planes tienen un formato de pago cada mes. Por ende, se evidencia que el usuario toma precauciones de pago, ya que Easy Comex es una empresa nueva y poco conocida. Por otro lado, los planes de pago anual tienen una brecha de 45 suscripciones en comparación a la mensual comprobando lo mencionado líneas arriba. Adicional, se halló el porcentaje de crecimiento que a nivel general es 22%, por tipo de plan la mayor tasa de crecimiento es de 32% del plan personal mensual y se tiene una tasa negativa del plan personal anual de -33%, sin embargo, se decidió mantener el plan ya que se debe a falta de confianza por parte del usuario a invertir un monto mayor sin conocer el aplicativo.

En los experimentos, se realizó un post mostrando los precios que tiene en cada plan, en la cual el emprendedor mensual tiene más personas interesadas como se menciona líneas arriba, lo que nos hace pensar que podríamos centrarnos brindando más promociones en este plan. Por otro lado, el reels tiene mayor interacción con potenciales clientes por los comentarios, ya que la forma en la que se busca comunicar la propuesta de valor es una manera más entretenida de posicionar a la marca en el sector de comercio internacional. Por último, se

pudo evidenciar que las campañas promocionales generan un interés de compra en los clientes y permite tener un mayor alcance en el público objetivo, gracias a la campaña promocional que se realizó se pudo ver que el plan que genera mayor interés de compra es el plan mensual emprendedor con descuento.

Tabla 25

Cantidad de usuarios suscritos por tipo de plan por semana

Tipo de Plan	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Total
Emprendedor Mensual	9	13	12	17	51
Emprendedor Anual	2	1	2	1	6
Personal Mensual	7	10	16	15	48
Personal Anual	1	0	1	1	3
Total	19	24	31	34	108

Figura 38

Resultados Concierge por semana

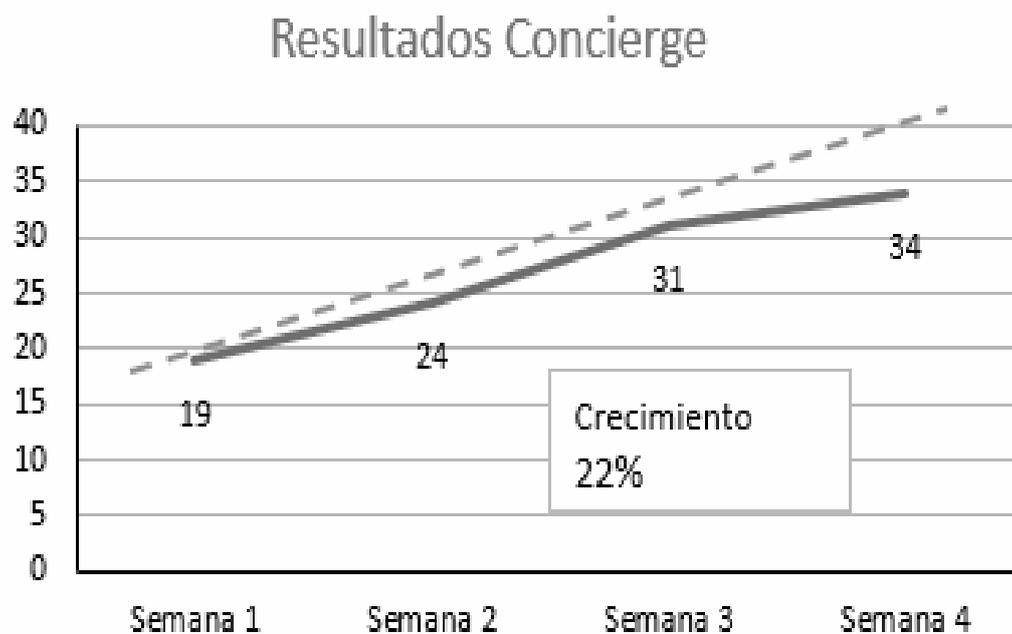


Tabla 26

Resultados de concierge por tipo de plan

Tipo de Plan	C2/C1	C3/C2	C4/C3	Total
Emprendedor Mensual	44%	-8%	42%	26%
Emprendedor Anual	-50%	100%	-50%	0%
Personal Mensual	43%	60%	-6%	32%
Personal Anual	-100%	0%	0%	-33%
Total	26%	29%	10%	22%

8. PLAN DE MARKETING

8.1 OBJETIVOS

8.1.1 Objetivos para la etapa de introducción (año 1)

Objetivo 1: Conseguir que el 20 % de nuestro público tenga interacción con los posts publicados en las redes sociales y que posteriormente descarguen la aplicación Easy Comex hasta el último mes de diciembre del año 2022, el cual se medirá por medio de las métricas de Meta Business Facebook.

Objetivo 2: Obtener más de 500 suscripciones por parte de los usuarios a finales del 2022, por medio de la tasa de crecimiento.

Objetivo 3: Lograr más del 50 % de aceptación y disposición a pagar de acuerdo con el precio propuesto con las 2 suscripciones vigentes al término del 2022, el cual se medirá por medio de encuestas para poder analizar las experiencias del público.

8.1.2 Objetivos para la etapa de crecimiento

Etapa de Crecimiento- Objetivos Segundo Año

Objetivo 1: Conseguir que el 50 % de nuestro público tenga interacción con los posts publicados en las redes sociales y que posteriormente descarguen la aplicación Easy Comex hasta el último mes de diciembre del año 2023, esto se medirá por medio de las métricas de Meta Business Facebook.

Objetivo 2: Obtener más de 1500 suscripciones por parte de los usuarios a finales del 2023, por medio de la tasa de crecimiento.

Objetivo 3: Lograr más del 15 % en participación del mercado del rubro de enseñanza de importación en el 2023, por medio de Market Share.

8.1.3 Objetivos para la etapa de fidelización

Etapa de fidelización – Objetivos Tercer Año

Objetivo 1: Conseguir que el 70 % de nuestro público ya tenga descargada la aplicación Easy Comex hasta el último mes de diciembre del año 2024, esto se medirá por medio del número de descargas que tenga el aplicativo.

Objetivo 2: Obtener más de 3000 suscripciones por parte de los usuarios a finales del 2024, por medio de la tasa de crecimiento.

Objetivo 3: Posicionarnos como una de las mejores aplicaciones del rubro de importaciones, donde el público nos tenga como una de sus primeras opciones al momento de buscar información a fines del año 2024.

8.2 ESTRATEGIAS DE INTRODUCCIÓN Y DE FIDELIZACIÓN:

Easy Comex viene realizando su estrategia en redes sociales, principalmente en Instagram, ya que este es el medio donde se encuentra nuestro mayor público objetivo. Se considera invertir en publicidad en Instagram en unos de sus posts, para de esta manera lograr un mayor alcance haciendo nuestro público meta. Como principal estrategia de introducción se publicará en Instagram diverso post, en los cuales se le informará al público todos los beneficios que la aplicación puede ofrecer y los beneficios que ofrece para sus emprendimientos o vida personal relacionada al rubro de importaciones. A su vez, se desarrollará una estrategia de marketing basada en influencers para poder tener más llegada al público y generar una mayor confianza.

Estrategia de omnicanalidad

Easy Comex se enfocará en ofrecer una óptima experiencia al usuario con una aplicación dinámica y fácil de usar. De igual manera, se brindará una atención a los clientes por WhatsApp y Messenger. Asimismo, al suscribirte en uno de los paquetes que brinda la aplicación se enviará por WhatsApp la confirmación de la compra, de ser necesario se brindará una frecuente conversación al cliente ante cualquier modificación que pueda perjudicar la perspectiva de su afiliación. Finalmente, la

aplicación brindará recomendaciones personalizadas de acuerdo con las búsquedas o intereses de los usuarios y mostrará por medio de una sección de comentarios la experiencia de otros usuarios.

Tabla 27

Objetivos y estrategias del marketing mix

Marketing Mix/Año	INTRODUCCIÓN	CRECIMIENTO	FIDELIZACIÓN
	Año 1	Año 2	Año 3
Producto	<p>Objetivo: Aumentar el número de clientes dispuestos a utilizar la aplicación en un 45 % comparado con el primer semestre del año 2023.</p> <p>Estrategia: Establecer una comunicación clara del producto a través de los canales digitales.</p>	<p>Objetivo: Diferenciar el servicio de los demás que se encuentran en el mercado.</p> <p>Estrategia: Establecer un buen servicio de atención al cliente agilizando procesos y tiempo de servicios.</p>	<p>Objetivo: Aumentar el valor de la aplicación estableciendo alianzas con proveedores extranjeros.</p> <p>Estrategia: Realizar alianzas con proveedores extranjeros.</p>
Precio	<p>Objetivo: Establecer el precio con el fin obtener ganancias y recuperar la inversión inicial el 22 de mayo del 2023.</p>	<p>Objetivo: Incrementar los ingresos a través de las ventas en un 25 % de Easy Comex para obtener mayor utilidad</p>	<p>Objetivo: Establecer precios competitivos en el mercado para mayo 2025.</p>

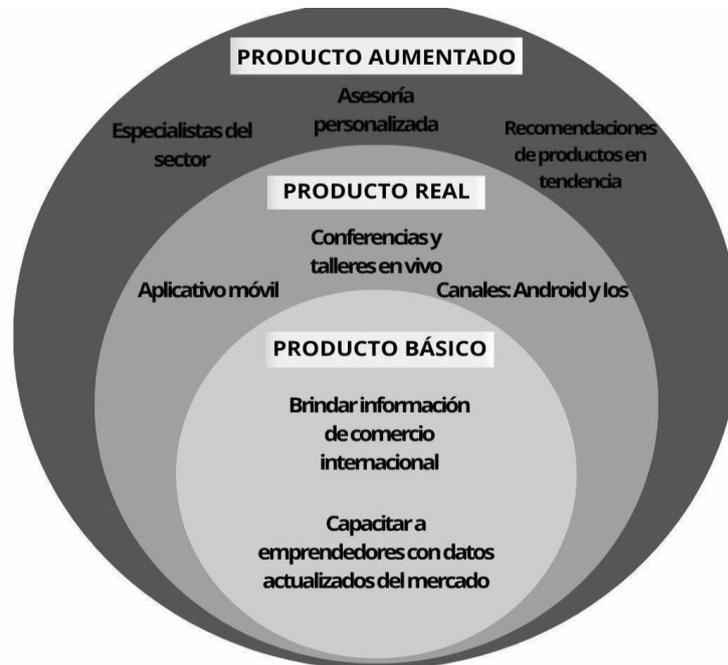
	<p>Estrategia:</p> <p>Penetración de mercado.</p>	<p>respecto al año anterior.</p> <p>Estrategia:</p> <p>Precios dinámicos Ofrecer precios promocionales con descuentos.</p>	<p>Estrategia:</p> <p>Precio en relación con la competencia.</p>
<p>Plaza</p>	<p>Objetivo: Incrementar en 20 % el número de afiliaciones en el aplicativo, respecto al trimestre anterior.</p> <p>Estrategia:</p> <p>Optimización y mejora del aplicativo en cada sistema operativo.</p> <p>Gestión y distribución de información acerca del aplicativo en medios físicos.</p>	<p>Objetivo:</p> <p>Aumentar en un 15 % el tiempo de visita en el aplicativo, respecto al trimestre anterior.</p> <p>Estrategia: Desarrollo y control de recursos en el aplicativo.</p>	<p>Objetivo:</p> <p>Incrementar en 10 % la cantidad de terceros en el aplicativo, respecto al trimestre anterior.</p> <p>Estrategia:</p> <p>Ingresar a las ferias con mayor público espectador relacionadas al comercio internacional.</p>

<p>Promoción</p>	<p>Objetivo: Dar a conocer la marca en el mercado de importaciones</p> <p>Estrategia: Creación de post orgánicos y pagados en Instagram con las características y beneficios para que exista intención de descarga</p>	<p>Objetivo: Aumentar en un 30 % las descargas y suscripciones</p> <p>Estrategia: Apoyo de influencers para el impulso de la app en conjunto de post/historias pagadas en la plataforma de Instagram</p>	<p>Objetivo: Fidelizar a los clientes generando una nueva suscripción</p> <p>Estrategia: Realizar el envío de promociones y descuentos debido a que fueron clientes anteriores vía email</p>
-------------------------	--	--	--

De la misma manera, se detalla los niveles de producto para el aplicativo Easy Comex con la finalidad de dar a conocer las funciones básicas y diferenciadas hacía su público objetivo:

Figura 39

Gráfico de Niveles de producto de EasyComex



En el primer nivel, producto básico, Easy Comex es un aplicativo enfocado en brindar información de comercio internacional con la finalidad de capacitar a las personas interesadas en el sector y a los emprendedores con datos actualizados del mercado.

En el segundo nivel, producto real, será desarrollada en aplicativo móvil en el sistema operativo de Android y iOS. De la misma manera, una de sus funciones principales serán las conferencias y talleres en vivo para nuestro público objetivo.

En el tercer nivel, producto aumentado, Easy Comex ofrece como propuesta de valor una asesoría personalizada para sus clientes, a su vez, el contenido publicado en el aplicativo generado por un especialista del sector. Finalmente, como función distintiva la recomendación de productos con mayor aceptación de compra en un período específico.

Objetivo de Producto

Primer año: Introducción

Objetivo: Aumentar el número de clientes dispuestos a utilizar la aplicación en un 45 % comparado con el primer semestre del año 2023.

Segundo Año: Crecimiento

Objetivo: Diferenciar el producto de los demás que se encuentran en el mercado.

Tercer año: Consolidación

Objetivo: Aumentar el valor de la aplicación estableciendo alianzas con proveedores extranjeros.

Estrategia de Producto

Tabla 28

Estrategia de producto que se implementarán del año 1-3

Variable/Año	Año 1 - Introducción	Año 2 - Crecimiento	Año 3 - Consolidación
Objetivo	Aumentar el número de clientes dispuestos a utilizar la aplicación en un 45 % comparado con el primer semestre del año 2023.	Diferenciar el servicio de los demás que se encuentran en el mercado.	Aumentar el valor de la aplicación estableciendo alianzas con proveedores extranjeros.
Estrategia	Establecer una comunicación clara del	Establecer un buen servicio de atención al	Realizar alianzas con proveedores

producto a través de los canales digitales. cliente agilizando procesos y tiempo de servicios. extranjeros.

Primer año: Estrategia de establecer una buena comunicación del producto

A lo largo del primer año que se insertará en el mercado, el objetivo en este caso es que los diversos emprendedores conozcan la aplicación como los servicios que se ofrece y, de acuerdo con ello, lo que consideren de suma importancia para su emprendimiento.

Para insertar nuestra aplicación en el mercado se empezará publicando en los medios digitales sobre el servicio que se brinda e información relevante sobre el comercio exterior para despertar el interés de las personas, en la cual se espera que ellos nos consulten por información mediante las redes, que nos comenten y que nos sigan para lograr un mejor reconocimiento de marca. De esta manera, cumplir con el objetivo que es brindar información de manera transparente y clara. Por lo que, se formaría un lazo de buena relación con el cliente porque existe confianza y seguridad al tener las cosas claras desde un comienzo. Asimismo, de manera adicional brindar información de interés que se relacione con el rubro de comercio exterior y que capte la atención del cliente para obtener mayor captación de posibles clientes y cumplir con el objetivo de aumentar el número de clientes dispuestos a utilizar la aplicación para el segundo semestre del año 2022.

Segundo año: Estrategia de mejora de proceso y servicios

En este período se espera que Easy Comex aplique un buen servicio de atención al cliente agilizándolo procesos y tiempo de servicios para alcanzar la meta de diferenciar el producto a comparación de sus competidores. Esto se hará formando lazos con el cliente a través de una atención de forma personalizada, mejorando su experiencia y considerando sus opiniones para oportunidades de mejora del aplicativo.

Con ello, se espera que los clientes que usen la aplicación tengan una buena percepción de la marca, generando recomendaciones a su entorno. De esta manera, se captará a clientes con el fin de crecer en el mercado. Un ejemplo de formar lazos con el cliente es una vez que se suscriban con su correo electrónico dentro de la aplicación mandarle información de su

interés de acuerdo su necesidad, ofertas por ser un cliente recurrente e incluso una pequeña encuesta de qué se debería de mejorar o implementar para que la aplicación sea más eficaz.

Tercer año: Estrategia de alianzas con proveedores

En este año se espera que Easy Comex se consolide en el mercado, para lograr esta meta se debe fidelizar a los clientes, con ello se busca que los clientes que hayan utilizado la aplicación sigan empleando el aplicativo. Se debe trabajar en la consolidación de los clientes, esto surge en la primera interacción entre nosotros y el cliente. Para alcanzar este objetivo en este tercer año se va a aumentar el valor de la aplicación realizando alianzas con diversos proveedores extranjeros y brindándole a los clientes proveedores confiables y seguros. Los usuarios podrán escoger el proveedor que deseen según el rubro en el que se especialicen. Con esto, el cliente logrará una mejor experiencia en la aplicación y, por ende, crecerá el valor de percepción de Easy Comex.

Objetivo Precio

Primer año: Introducción

Objetivo: Establecer el precio con el fin obtener ganancias y recuperar la inversión inicial el 22 de mayo del 2023.

Segundo Año: Crecimiento

Objetivo Incrementar los ingresos a través de las ventas en un 25 % de Easy Comex para obtener mayor utilidad respecto al año anterior.

Tercer año: Consolidación

Objetivo: Actualizar los servicios, añadir más ítems si se requiere y establecer precios competitivos en el mercado para mayo 2025.

Estrategia de Precio

Tabla 29

Estrategia a implementar de precios según año 1-3

Variable/Año	Año 1 - Introducción	Año 2 - Crecimiento	Año 3 - Consolidación
Objetivo	Establecer el precio con el fin obtener ganancias y recuperar la inversión inicial el 22 de mayo del 2023.	Incrementar los ingresos a través de las ventas en un 25 % de Easy Comex para obtener mayor utilidad respecto al año anterior.	Establecer precios competitivos en el mercado para mayo 2025.
Estrategia	Precio descreme	Precios dinámicos Ofrecer precios promocionales con descuentos.	Precio en relación con la competencia.

Precio de competencia

Para determinar el precio inicial de nuestros servicios se considerará a los competidores. En primer lugar, se evaluó el precio de los competidores de las siguientes paginas Instituto Peruano Chino (IPCH) tiene un costo de S/ 250.00, Instituto Peruano de Administración de Empresas (IPAE) con un costo de S/ 237.00, Olivo Comex con un costo de S/ 200.00 y Educaedu con un costo de S/ 300.00. Los cuales, ofrecen el mismo servicio y tienen el mismo objetivo que Easy Comex, enseñar a importar productos. Luego, se buscó aplicaciones Android e iOS que ayuden a los emprendedores a poder importar productos, pero no hubo resultados de similitud. Es decir, no hay competencia en aplicaciones de importación.

Servicios que ofrece la competencia:

- **Instituto Peruano Chino:**

Enseña a realizar importaciones desde China, Estados Unidos, Panamá y Europa. El curso en vivo y online. Asimismo, otorga información respecto a cuáles son los productos más rentables en tendencia en Perú, los conceptos esenciales para realizar importaciones, proveedores confiables recomendados de diversos rubros, y asesoría gratuita.

Segmento: Emprendedores, importadores, estudiantes universitarios, inversionistas y personas en busca de una oportunidad de negocio.

Figura 40

Página Web del Instituto Peruano Chino.



- **Instituto Peruano de Administración de Empresas:**

El curso de comercio internacional para realizar importaciones en IPAE enseña el proceso de tributación y operatividad de las importaciones de manera completa y detallada.

Figura 41

Página Web del Instituto Peruano Administración de Empresas.

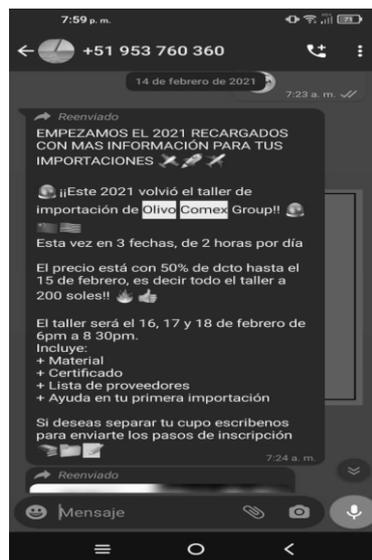


- **Olivo Comex:**

La empresa enseña a como realizar importaciones, casos reales, otorga páginas confiables de USA para realizar compras, acceso ilimitado y clases mediante Zoom.

Figura 42

Conversación con Olivo Comex.



- **Educaedu**

Ofrecen un seminario dónde se entregarán las herramientas necesarias para importar productos en cualquier país. La empresa garantiza que el emprendedor podrá aprender casos prácticos para la búsqueda de proveedores confiables, documentación para importar e información de los competidores.

Figura 43

Página web de Educaedu

educaedu ¿Quieres saber más sobre este curso? [SOLICITAR INFORMACIÓN](#)

Contenido
EL Seminario TALLER "Como Hacer Negocios con China: Importación y Búsqueda de Proveedores Confiables" se dicta de 5pm a 9pm, Ud., los días Jueves.

La Inversión es de S/. 250.00 sin embargo, si asiste con otro participante, el costo por cada uno será de S/. 200.00 nuevos soles

Es un Seminario Taller **100% practico**, donde se le hará entrega de Todas las Herramientas para que Ud., pueda importar de China o cualquier país del Mundo hasta la puerta de su casa o Negocio.

El **Método es Efectivo**, por lo que Garantizamos que aprenderá Casos Practicos de Búsqueda de Proveedores Confiables, Investigación de la Competencia, Documentos Necesarios para la Importacion, Costos Reales de Importacion, entre otros detalles importantes para que su importacion sea un éxito.

Los Cupos son Limitados, maximo 10 participantes por sesion, de tal manera que la clase es **PERSONALIZADA**.

El **Objetivo** al culminar el Curso, es Aprender Todas las Tecnicas y Herramientas de Importacion de China y Desarrollar una Idea de Negocio Propia que le garantice un incremento en sus Ingresos.

El Método de Como Importar de China es muy Sencillo.

Los Interesados en Aprender a Importar de China, pueden contactarnos.

Favor realizar sus inscripciones con tiempo a fin de poder reservar su vacante.

Si desea conocer la sumilla del curso, consúltenos.

[Solicitar Información](#)

Otra formación relacionada con Comercio Internacional

Tabla 30

Precios de competidores

Cursos de importación	Precio
IPCH	s/250
IPAE	s/237
OLIVO COMEX	s/200
Educaedu	s/300

Figura 44

De las aplicaciones de Android y iOS.



Con respecto a las aplicaciones en Android y iOS no se encontró ninguna que ofrezca los servicios de Easy Comex.

Costos por incurrir

En este factor se detallarán los costos a incurrir para la fundación de la empresa. En primer lugar, se realizará un pago de S/360.00 para la constitución de la empresa, se realizará asesoría legal con un costo de S/1,190.00 y en INDECOPI para la creación de la marca “Easy Comex” tiene un costo de S/ 534.99.

En segundo lugar, para el proceso de creación de la aplicación se necesitará realizar un pago único de \$2,000 a un programador y mensualmente realizar un mantenimiento que tiene un valor de S/ 1,200.00.

En tercer lugar, la inversión en marketing y publicidad será de S/10,000.00 para publicitar el lanzamiento del aplicativo. Asimismo, se le pagará \$400 a la empresa 3RCore, la cual se encargará de otorgar los siguientes servicios: branding, performance marketing, content marketing, Tech Innovation.

En cuarto lugar, como gastos adicionales es un total de S/ 930.00 para promocionar la página en redes sociales y realizar pago a influencers conocidos para que Easy Comex llegue a los potenciales clientes, lo cual es importante que sean relacionados con el rubro de importaciones para que así puedan recomendar la aplicación ofreciendo promociones y contando su experiencia. Los gastos administrativos por incurrir con respecto a las remuneraciones mensuales para los especialistas, programador y administrador serán entre S/ 1,200 a s/2,000; la cual aumentará en 10 % cada año, por política de empresa Easy Comex ya que los ingresos de la empresa aumentan en un porcentaje creciente.

En quinto lugar, se realizará una inversión en local para tener un espacio de trabajo con agua, luz, internet y teléfono fijo con un monto aproximado de S/2,887.00. Por último, se realizará inversión en muebles y enseres tecnológicos de S/37,418.00.

Figura 45

Servicios que ofrece 3R CORE.

3R CORE
Agencia de Marketing

/ Agencia Digital

/ www.3rcore.com

NUESTROS SERVICIOS

BRANDING

- Creación de Identidad de Marca
- Manual de Marca Corporativo
- Diseño de Packaging y Papelería
- Reforma del Modelo de Negocio
- Proceso Interno de Digitalización
- Merchandising

PERFORMANCE MARKETING

- Análisis SEO | SEM
- Estrategia e inversión publicitaria
- Estudio de comportamiento de usuarios
- Campañas publicitarias
- Optimización de campañas publicitarias
- Control ROI de inversión publicitaria
- Píxeles y seguimiento
- Informes y Dashboards

CONTENT MARKETING

- Contenido Digital y Creatividad
- Estrategia de Contenido
- Diseño de Contenido
- Experiencias hechas a la medida
- Posicionamiento de Marca
- Identidad de Marca
- Manual de Marca
- Ideas y Planificación
- Análisis de Tendencias
- Innovación en Contenido

TECH & INNOVATION

- E-Commerce
- Desarrollo Web
- Desarrollo Mobile (Android + iOS)
- Desarrollos y Plataformas hechas a la medida
- Marketing Automation
- Integración analítica
- Informes y reportes
- Gamificación

Por último, según los clientes potenciales y objetivos eligieron la opción de precio o paquete con respecto a sus necesidades, promociones, recomendados, percepción, experiencias, entre otros. Los precios que dispone Easy Comex fueron en base a la investigación realizada a sus

competidores directos. Además, tienen ventaja competitiva de ser una aplicación que se puede descargar y la puedes usar en cualquier momento, a veces la memoria es ágil y se necesita leer la información reiteradas veces. Asimismo, otorga asesoramiento personalizado, talleres y conferencias. Por ende, Easy Comex ofrece sus servicios con un precio más alto del que la competencia para su introducción, en un escenario de largo plazo disminuirá para otorgar promociones y descuentos.

Margen deseado a ganar

Los servicios que ofrecerá Easy Comex son dos paquetes el personal con un precio de S/ 250.00 y el emprendedor con un precio de S/350.00. Se estimó el margen deseado con los costos a incurrir iniciales del primer mes. La empresa incurrirá en costos de creación de la aplicación, activos, personal, marketing y publicidad. Así que el servicio a ofrecer deberá tener un mínimo de 150 clientes en cada paquete para cubrir sus gastos y obtener un margen de ganancia esperado de 30.78 %.

Margen de ganancia

$$90,000 - 62,298.19 = 27,701.81$$

$$(27,701.81 / 90,000) \times 100 = \mathbf{30.78 \%}$$

Tabla 31

Ganancias iniciales

Paquete	Precio	Cantidad	Total
Personal	S/250.00	150	S/ 37,500.00
Emprendedor	S/350.00	150	S/ 52,500.00
Total, ganancia			S/ 90,000.00

Tabla 32*Costos a incurrir el primer mes*

Primer mes	
Activos tecnológicos y muebles	S/37,418.00
Gastos fijos	S/2,887.00
Gastos preoperativos	S/19,834.19
Plan de MKT	S/939.00
Remuneraciones	S/1,220.00
Total, Costos	S/ 62,298.19

Validaciones realizadas a diferentes clientes potenciales y percepción de valor del cliente

Primer año:

Diversas empresas ofrecen servicios de importación similares a la aplicación Easy Comex, el precio es según la opción a elegir del cliente. Por lo cual, los clientes potenciales y objetivos tienen la posibilidad de seleccionar la opción que prefieran según sus necesidades. Los precios de Easy Comex han sido fijados en base a los competidores. En este caso, se introducirá al mercado con un precio alto para a futuro disminuirlo con promociones llamativas.

Segundo año:

Para el aumento de las ventas en un 25% se espera que en el 2024 más personas se encuentren interesadas en emprender e importar productos, ya que el objetivo es el recupero de inversión y obtener ganancias, Debido a que así se podrá seguir realizando publicidad y promociones de paquetes que ofrece la aplicación, para llegar a más clientes potenciales que

busquen adquirir nuestros servicios. Asimismo, se espera incrementar las intenciones de compra del público.

Tercer año:

Para establecer precios competitivos, se analizará el mercado de los rivales de Easy Comex que ofrezcan los mismos servicios, dado que será un indicador del precio para disminuir o aumentar los montos a cobrar por paquete.

Objetivos de plaza

Primer año: Lanzamiento

Objetivo: Incrementar en 20 % el número de afiliaciones en el aplicativo, respecto al trimestre anterior.

Segundo año: Crecimiento

Objetivo: Aumentar en un 15 % el tiempo de visita en el aplicativo, respecto al trimestre anterior.

Tercer año: Fidelización

Objetivo: Incrementar en 10 % la cantidad de terceros en el aplicativo, respecto al trimestre anterior.

Estrategia de Plaza

Tabla 33

Estrategias de plaza que se implementará del año 1-3

Variable/Año	Año 1 - Introducción	Año 2 - Crecimiento	Año 3 - Fidelización
Objetivo	Incrementar en 20 % el número de afiliaciones en el aplicativo, respecto al trimestre anterior.	Aumentar en 15 % el tiempo de visita en el aplicativo, respecto al trimestre anterior.	Incrementar en 10 % la cantidad de terceros en el aplicativo, respecto al trimestre anterior.
Estrategia	Gestión y distribución de información acerca del aplicativo.	Desarrollo y control de recursos en el aplicativo.	Ingresar a las ferias con mayor público espectador relacionadas al comercio internacional.

Gestión y distribución de información

En esta estrategia se buscará brindar información de Easy Comex a nuestro segmento de mercado, enfatizando en nuestra propuesta de valor con la asesoría personalizada y las conferencias en vivo. De igual manera, la estrategia se basará en redes sociales de la marca

con la finalidad de comunicar de manera orgánica y publicitaria para contar con un mayor alcance.

Desarrollo y control de recursos

El objetivo de Easy Comex es lograr que los usuarios permanezcan con un mayor tiempo de visita en el aplicativo como indicador de la óptima experiencia que se le está brindando, por lo cual es de suma relevancia que estos datos se encuentren en crecimiento a través de la optimización de las funciones del aplicativo.

De la misma manera, la estrategia nos permitirá comunicar la cantidad de usuarios que utilizan y su tiempo promedio de visita, con lo cual se busca fomentar que potenciales clientes se unan a la comunidad de Easy Comex.

Ingresar a las ferias de comercio internacional

Con esta estrategia se busca que Easy Comex aumente su cantidad de terceros en su aplicativo, logrando un mayor reconocimiento de marca por parte de los proveedores interesados en ingresar a la cartera de la marca.

De igual manera, para esta estrategia se buscará ingresar a ferias con mayor reconocimiento en la industria como la Expoalimentaria, una feria que se realiza de manera anual, la cual está basada en diversos sectores del comercio como alimentos, maquinarias, envases y embalajes. Asimismo, se busca estar presente con un stand y herramientas publicitarias para lograr el mayor alcance de usuarios que deseen información acerca de Easy Comex, para aumentar de manera progresiva nuestra tasa de conversión.

Figura 46

ADEX - EA Expoalimentaria 2022



Nota Página de ADEX, 2922.

Estrategias de Promoción

Tabla 34

Estrategias de promoción que se implementará del año 1-3

Variable/ Año	Año 1 - Introducción	Año 2 - Crecimiento	Año 3 - Fidelización
Objetivo	Objetivo: Dar a conocer la marca en el mercado de importaciones	Objetivo: Aumentar en 30 % las descargas y suscripciones	Objetivo: Fidelizar a los clientes generando una nueva suscripción
Estrategia	Estrategia: Creación de post orgánicos y pagados en Instagram con las características y beneficios para que exista	Estrategia: Apoyo de influencers para el impulso de la aplicación en conjunto de post/historias pagadas en	Estrategia: Realizar el envío de promociones y descuentos debido a que fueron clientes anteriores vía

intención de descarga la plataforma de email
Instagram

Año 1: Lanzamiento

La plataforma donde se subirá toda la información será Instagram, ya que para el público objetivo elegido es la mejor opción. El primer año es fundamental para dar a conocer la marca y la aplicación, sus funciones principales, cómo puede ayudar a las personas a dejar esa desconfianza al importar, beneficios, entre otros. En este caso existirán dos tipos de post, los orgánicos que no es necesario el pago y el otro es pagado que se necesita un presupuesto, el presupuesto asignado para esta primera etapa son de S/ 12,000.00 para todo el año a través de los post pagados más personas tendrán conocimiento que existe una aplicación para lo que se ofrece y si están interesados de conocer más podrán entrar al perfil de Instagram. Asimismo, los post orgánicos darán soporte para que el posible cliente pueda conocer un poco más a detalle a Easy Comex, adicional si el potencial cliente está interesado en descargar el aplicativo podrá acceder a la landing page que se encuentra en el perfil donde podrá dejar sus datos para invitarlo por email a descargar la aplicación con 1 semana de prueba gratuita.

Por el lado tradicional, se le pagará publicidad a la plataforma digital del Diario El Comercio para poder tener alcance y posicionar Easy Comex en la mente del consumidor. Adicionalmente, se generarán videos por Tik Tok dando a conocer la aplicación con tendencias del momento, dado que el alcance orgánico de Tik Tok es alto a diferencia de otras redes sociales.

Año 2: Crecimiento

En el año de 2023 se mantendrán los post orgánicos y pagados informativos de la aplicación. En este caso el presupuesto disminuirá a S/ 7,812.00 soles para todo el año. Además de contratar a personas que den su testimonio de cómo Easy Comex los ayudó a perder el miedo y actualmente compran de manera exitosa productos del extranjero, se contratará a un influencer que prueba productos innovadores llamado Philipp Chu Joy para que pueda

recomendar la aplicación en sus redes sociales por lo que habrá un costo de S/ 500.00 por sus servicios. Por el lado de la publicidad en el diario El Comercio bajará de frecuencia.

Año 3: Fidelización

Este año se enfoca en la retención de clientes que ya han usado la aplicación anteriormente por lo que sí se mantendrán los posts de Instagram orgánicos y publicitados, sorteos de planes, pago de publicidad a influencers y todo lo revisado años anteriores. Este año se tendrá un presupuesto de S/ 5,604.00, se añadirá la táctica de email marketing para la fidelización de clientes mediante descuentos y promociones personalizados, se realizará con la empresa Sendinblue que por enviar 20 000 emails el costo es de S/ 185.00 mensual y se puede usar en cualquier momento del mes. Es necesario tener la estrategia de email marketing ya que es más difícil conseguir un nuevo cliente que retener uno que ya conoce el aplicativo y la calidad de información que se brinda.

PRESUPUESTO DE PLAN DE MARKETING

Respecto al presupuesto de plan de marketing como monto inicial en el primer año se invertirá una cantidad de S/11,808.00, ya que este año será fundamental para dar a conocer la aplicación y todos los beneficios que puede ofrecer el público, es aquí donde se pondrá mayor concentración y estrategias para que se pueda obtener resultados favorables y captar la mayor acogida de nuestro público objetivo. Posteriormente, en el segundo año que es la etapa de crecimiento para el aplicativo se invertirá un monto de S/ 7,812.00. Por último, en el tercer año, para la fidelización del cliente se invertirá un monto menor de S/ 5,604.72, disminuyendo un 52.54 % a comparación del monto del primer año. Todos los sustentos de los costos incurridos se detallan en el **Anexo 6**.

Tabla 35

Presupuesto de marketing de Easy Comex - Año 1

ACTIVIDADES - PRESUPUESTO DE PLAN DE MARKETING									PRIMER AÑO 2022												Total						
Estrategia	Tipo (Push / Pull)	Tactica	Tipo de publicidad (BTL / ATL / TTL)	Requerimiento para actividad	Unidad de medida	Frecuencia	Cantidad por vez	Costo Unitario	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic							
Marketing Digital	Estrategia de contenido	PUSH	Video storytelling de testimonio	BTL	Pago de anuncios en RRSS	Soles	1 vez al año	1	S/ 150.00						S/ 150.00							S/ 150.00					
					Testimonio		1 vez al año	1	S/ 100.00					S/ 100.00											S/ 100.00		
					Pago de anuncios en RRSS		1 vez al mes	12	S/ 480.00	S/ 480.00	S/ 480.00	S/ 480.00	S/ 480.00	S/ 480.00	S/ 480.00	S/ 480.00	S/ 480.00	S/ 480.00	S/ 480.00	S/ 480.00	S/ 480.00	S/ 480.00	S/ 480.00	S/ 480.00	S/ 480.00	S/ 480.00	S/ 5,760.00
					Pago de anuncios en RRSS		1 vez al año	1	S/ 40.00																	S/ 40.00	S/ 40.00
					Costo Servicio		Soles	1 vez al año	1	S/ 250.00																	S/ 250.00
Reconocimiento de marca	PUSH	Anuncio por Google Ads	BTL	Pago anuncio Google Ads	Soles	1 vez al mes	12	S/ 359.00	S/ 359.00	S/ 359.00	S/ 359.00	S/ 359.00	S/ 359.00	S/ 359.00	S/ 359.00	S/ 359.00	S/ 359.00	S/ 359.00	S/ 359.00	S/ 359.00	S/ 359.00	S/ 359.00	S/ 359.00	S/ 4,308.00			
				Descripción de EasyComex en plataforma del diario El Comercio	ATL	Pago de anuncio en plataforma	Soles	1 vez al mes	12	S/ 100.00	S/ 100.00	S/ 100.00	S/ 100.00	S/ 100.00	S/ 100.00	S/ 100.00	S/ 100.00	S/ 100.00	S/ 100.00	S/ 100.00	S/ 1,200.00						
Tradicional									S/ 939.00	S/ 939.00	S/ 939.00	S/ 939.00	S/ 939.00	S/ 1,189.00	S/ 939.00	S/ 1,229.00	S/ 11,808.00										

Tabla 36

Presupuesto de marketing de EasyComex - Año 2

ACTIVIDADES - PRESUPUESTO DE PLAN DE MARKETING									SEGUNDO AÑO 2023											Total				
Estrategia	Tipo (Push / Pull)	Tactica	Tipo de publicidad (BTL / ATL / TTL)	Requerimiento para actividad	Unidad de medida	Frecuencia	Cantidad por vez	Costo Unitario	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov		Dic			
Marketing Digital	Estrategia de contenido	PUSH	Video storytelling de testimonio	Pago de anuncios en RRSS	Soles	1 vez al año	1	S/ 150.00											S/ 150.00		S/ 150.00			
				Testimonio		1 vez al año	1	S/ 50.00													S/ 100.00		S/ 100.00	
			Post's informativos promocionales	Pago de anuncios en RRSS	Soles	1 vez al mes	12	S/ 300.00	S/ 300.00	S/ 300.00	S/ 300.00	S/ 300.00	S/ 300.00	S/ 300.00	S/ 300.00	S/ 300.00	S/ 300.00	S/ 300.00	S/ 300.00	S/ 300.00	S/ 300.00	S/ 300.00	S/ 300.00	S/ 3,600.00
				Pago de anuncios en RRSS		1 vez al año	1	S/ 40.00															S/ 40.00	
			Sorteo de plan gratis por un mes	Costo Plan - EasyComex	Soles	1 vez al año	1	S/ 250.00															S/ 250.00	
	Historias/Post mediante Influencer	Costo Servicio - Influencer	Soles	1 vez al año	3	S/ 500.00			S/ 500.00							S/ 500.00					S/ 500.00		S/ 1,500.00	
	Reconocimiento de marca	PUSH	Anuncio por Google Ads	Pago anuncio Google Ads	Soles	1 vez al mes	12	S/ 131.00	S/ 131.00	S/ 131.00	S/ 131.00	S/ 131.00	S/ 131.00	S/ 131.00	S/ 131.00	S/ 131.00	S/ 131.00	S/ 131.00	S/ 131.00	S/ 131.00	S/ 131.00	S/ 131.00	S/ 1,572.00	
Tradicional			Descripción de EasyComex en plataforma del diario El Comercio	Pago de anuncio en plataforma	Soles	1 vez al mes	6	S/ 100.00		S/ 100.00		S/ 100.00		S/ 100.00		S/ 100.00		S/ 100.00		S/ 100.00		S/ 600.00		
									S/ 431.00	S/ 1,031.00	S/ 431.00	S/ 531.00	S/ 431.00	S/ 531.00	S/ 931.00	S/ 531.00	S/ 431.00	S/ 531.00	S/ 1,181.00	S/ 821.00	S/ 7,812.00			

Tabla 37

Presupuesto de marketing de EasyComex - Año 3

ACTIVIDADES - PRESUPUESTO DE PLAN DE MARKETING										TERCER AÑO 2024										Total				
Estrategia	Tipo (Push / Pull)	Tactica	Tipo de publicidad (BTL / ATL / TTL)	Requerimiento para actividad	Unidad de medida	Frecuencia	Cantidad por vez	Costo Unitario	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov		Dic			
Marketing Digital	Estrategia de contenido	PUSH	Video storytelling de testimonio	Pago de anuncios en RRSS	Soles	1 vez al año	1	S/ 150.00											S/ 150.00		S/ 150.00			
				Testimonio		1 vez al año	1	S/ 50.00													S/ 100.00		S/ 100.00	
			Post's informativos promocionales	Pago de anuncios en RRSS	Soles	1 vez al mes	12	S/ 120.00	S/ 120.00	S/ 120.00	S/ 120.00	S/ 120.00	S/ 120.00	S/ 120.00	S/ 120.00	S/ 120.00	S/ 120.00	S/ 120.00	S/ 120.00	S/ 120.00	S/ 120.00	S/ 120.00	S/ 120.00	S/ 1,440.00
				Pago de anuncios en RRSS		1 vez al año	1	S/ 40.00															S/ 40.00	
			Sorteo de plan gratis por un mes	BTL	Costo Plan - EasyComex	Soles	1 vez al año	1	S/ 250.00														S/ 250.00	S/ 250.00
	Historias/Post mediante Influencer	Costo Servicio - Influencer	Soles		1 vez al año	3	S/ 500.00		S/ 500.00						S/ 500.00					S/ 500.00		S/ 1,500.00		
	Reconocimiento de marca	PUSH	Anuncio por Google Ads	BTL	Pago anuncio Google Ads	Soles	1 vez al mes	12	S/ 131.00	S/ 131.00	S/ 131.00	S/ 131.00	S/ 131.00	S/ 131.00	S/ 131.00	S/ 131.00	S/ 131.00	S/ 131.00	S/ 131.00	S/ 131.00	S/ 131.00	S/ 131.00	S/ 1,572.00	
Tradicional		Email Marketing	Pago en plataforma		Soles	1 vez al mes	4	S/ 184.24				S/ 184.24				S/ 184.24					S/ 184.24	S/ 552.72		
									S/ 251.00	S/ 751.00	S/ 251.00	S/ 435.24	S/ 251.00	S/ 251.00	S/ 751.00	S/ 435.24	S/ 251.00	S/ 251.00	S/ 1,001.00	S/ 725.24	S/ 5,604.72			

9. PLAN FINANCIERO

9.1 Proyección de Ventas

Se realizó la proyección de ventas del primer año con los datos obtenidos en los experimentos concierge que da como resultado la tasa de crecimiento mensual por tipo de plan. Para el segundo año y el tercer año, según el estudio del portal PQS (portal del emprendedor) la tasa anual de crecimiento es del 14% para aplicaciones móviles.

Además, se tendrá en cuenta para las tres proyecciones la tasa de abandono que según TechCrunch, blog sobre iniciativas empresariales, productos y sitios web, indica que es un 24% para tener una aproximación real de la cantidad vendida.

Tabla 38

Número de suscripciones por tipo de plan escogido y experimento concierge

Tipo de Plan	Concierge 1	Concierge 2	Concierge 3	Concierge 4	Total
Emprendedor Mensual	9	13	12	17	51
Emprendedor Anual	2	1	2	1	6
Personal Mensual	7	10	16	15	48
Personal Anual	1	0	1	1	3
Total	19	24	31	34	108

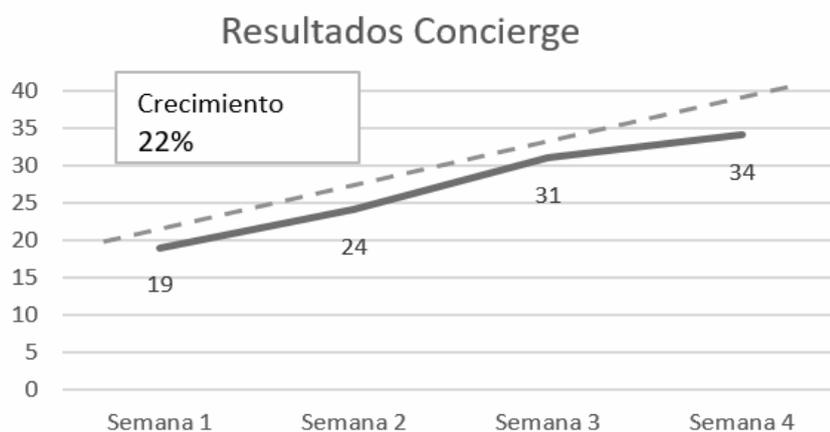
Tabla 39

Tasa de crecimiento porcentual por tipo de plan

Tipo de Plan	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Total
Emprendedor Mensual	9	13	12	17	51
Emprendedor Anual	2	1	2	1	6
Personal Mensual	7	10	16	15	48
Personal Anual	1	0	1	1	3
Total	19	24	31	34	108

Figura 47

Resultados Concierge



El cálculo de crecimiento mensual se ha detallado por tipo de plan a elegir, se tiene cuatro tipos de planes distintos los cuales dos de ellos (Emprendedor Mensual - Personal Mensual) resultaron con tasas de crecimiento positiva, uno de ellos con una tasa de crecimiento nulo (Emprendedor Anual) y el último con una tasa de crecimiento negativa (Personal Anual). Se puede deducir que las personas aún no confían en la suscripción anual, ya que la empresa es pequeña y con poco tiempo en el mercado.

La proyección de ventas del primer año se realiza considerando los siguientes porcentajes:

- Emprendedor Mensual: 26%
- Emprendedor Anual: 0%
- Personal Mensual: 32%
- Personal Anual: -33%

Se tomó en cuenta para la proyección mensual que cuando se aplique el porcentaje y el resultado sea en decimales se redondeará hacia abajo. Ejemplo; En caso el resultado sea 1.2 se redondeará a 1 debido a que no se puede suscribirse a 1.2 planes. Adicional no se está considerando para el segundo y tercer año una recompra del año anterior debido a que es depende del usuario si quiere volver a suscribirse a la aplicación terminando el plazo del plan elegido, existen diferentes variables cómo; aprendizaje suficiente, logro de

objetivo personal, encontraron otra opción mejor, inversión, etc. Por lo que no podemos considerar que el usuario si o si se volverá a suscribir.

Tabla 40

Proyección de ventas totales - Año 1

PROYECCIÓN AÑO 1			MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
Emprendedor Mensual	Cantidad Vendida	Unidad	51	64	80	100	126	158	199	251	316	398	502	633
	Abandono	Unidad	12	15	19	24	30	37	47	60	75	95	120	151
	Cantidad Vendida Real	Unidad	39	49	61	76	96	121	152	191	241	303	382	482
	Precio	Soles S/	350.00	S/ 350.00	S/ 350.00	S/ 350.00	S/ 350.00	S/ 350.00	S/ 350.00	S/ 350.00	S/ 350.00	S/ 350.00	S/ 350.00	S/ 350.00
Total Venta	Soles S/	13,650	S/ 17,150	S/ 21,350	S/ 26,600	S/ 33,600	S/ 42,350	S/ 53,200	S/ 66,850	S/ 84,350	S/ 106,050	S/ 133,700	S/ 168,700	
Emprendedor Anual	Cantidad Vendida	Unidad	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
	Abandono	Unidad	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	Cantidad Vendida Real	Unidad	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
	Precio	Soles S/	3,000.00	S/ 3,000.00	S/ 3,000.00	S/ 3,000.00	S/ 3,000.00	S/ 3,000.00	S/ 3,000.00	S/ 3,000.00	S/ 3,000.00	S/ 3,000.00	S/ 3,000.00	S/ 3,000.00
Total Venta	Soles S/	15,000	S/ 15,000	S/ 15,000	S/ 15,000	S/ 15,000	S/ 15,000	S/ 15,000						
Personal Mensual	Cantidad Vendida	Unidad	48	63	83	109	144	190	251	331	437	577	762	1007
	Abandono	Unidad	11	15	19	26	34	45	60	79	104	138	182	241
	Cantidad Vendida Real	Unidad	37	48	64	83	110	145	191	252	333	439	580	766
	Precio	Soles S/	250.00	S/ 250.00	S/ 250.00	S/ 250.00	S/ 250.00	S/ 250.00	S/ 250.00	S/ 250.00	S/ 250.00	S/ 250.00	S/ 250.00	S/ 250.00
Total Venta	Soles S/	9,250	S/ 12,000	S/ 16,000	S/ 20,750	S/ 27,500	S/ 36,250	S/ 47,750	S/ 63,000	S/ 83,250	S/ 109,750	S/ 145,000	S/ 191,500	
Personal Anual	Cantidad Vendida	Unidad	3	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Abandono	Unidad	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Cantidad Vendida Real	Unidad	3	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Precio	Soles S/	2,000.00	S/ 2,000.00	S/ 2,000.00	S/ 2,000.00	S/ 2,000.00	S/ 2,000.00	S/ 2,000.00	S/ 2,000.00	S/ 2,000.00	S/ 2,000.00	S/ 2,000.00	S/ 2,000.00
Total Venta	Soles S/	6,000	S/ 4,000	S/ 2,000	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -	
TOTAL	S/	43,900	S/ 48,150	S/ 54,350	S/ 62,350	S/ 76,100	S/ 93,600	S/ 115,950	S/ 144,850	S/ 182,600	S/ 230,800	S/ 293,700	S/ 375,200	

Tabla 41

Proyección de ventas totales - Año 2

PROYECCION AÑO 2			MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
Emprendedor Mensual	Cantidad Vendida	Unidad	639	646	653	660	667	674	681	688	695	702	709	716
	Abandono	Unidad	153	155	156	158	160	161	163	165	166	168	170	171
	Cantidad Vendida Real	Unidad	486	491	497	502	507	513	518	523	529	534	539	545
	Precio	Soles	S/ 350.00											
Total Venta	Soles	S/ 170,100	S/ 171,850	S/ 173,950	S/ 175,700	S/ 177,450	S/ 179,550	S/ 181,300	S/ 183,050	S/ 185,150	S/ 186,900	S/ 188,650	S/ 188,650	S/ 190,750
Emprendedor Anual	Cantidad Vendida	Unidad	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
	Abandono	Unidad	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	Cantidad Vendida Real	Unidad	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
	Precio	Soles	S/ 3,000.00											
Total Venta	Soles	S/ 15,000												
Personal Mensual	Cantidad Vendida	Unidad	1018	1029	1040	1051	1062	1073	1084	1095	1107	1119	1131	1143
	Abandono	Unidad	244	246	249	252	254	257	260	262	265	268	271	274
	Cantidad Vendida Real	Unidad	774	783	791	799	808	816	824	833	842	851	860	869
	Precio	Soles	S/ 250.00											
Total Venta	Soles	S/ 193,500	S/ 195,750	S/ 197,750	S/ 199,750	S/ 202,000	S/ 204,000	S/ 206,000	S/ 208,250	S/ 210,500	S/ 212,750	S/ 215,000	S/ 215,000	S/ 217,250
Personal Anual	Cantidad Vendida	Unidad	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Abandono	Unidad	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Cantidad Vendida Real	Unidad	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Precio	Soles	S/ 2,000.00											
Total Venta	Soles	S/ -												
TOTAL		S/ 378,600	S/ 382,600	S/ 386,700	S/ 390,450	S/ 394,450	S/ 398,550	S/ 402,300	S/ 406,300	S/ 410,650	S/ 414,650	S/ 418,650	S/ 418,650	S/ 423,000

Tabla 42

Proyección de ventas totales - Año 3

PROYECCIÓN AÑO 3			MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
Emprendedor Mensual	Cantidad Vendida	Unidad	723	730	738	746	754	762	770	778	786	794	802	810
	Abandono	Unidad	173	175	177	179	180	182	184	186	188	190	192	194
	Cantidad Vendida Real	Unidad	550	555	561	567	574	580	586	592	598	604	610	616
	Precio	Soles S/	350.00 S/	350.00 S/	350.00 S/	350.00 S/	350.00 S/	350.00 S/	350.00 S/	350.00 S/	350.00 S/	350.00 S/	350.00 S/	350.00 S/
Total Venta	Soles S/	192,500 S/	194,250 S/	196,350 S/	198,450 S/	200,900 S/	203,000 S/	205,100 S/	207,200 S/	209,300 S/	211,400 S/	213,500 S/	215,600 S/	
Emprendedor Anual	Cantidad Vendida	Unidad	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
	Abandono	Unidad	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	Cantidad Vendida Real	Unidad	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
	Precio	Soles S/	3,000.00 S/	3,000.00 S/	3,000.00 S/	3,000.00 S/	3,000.00 S/	3,000.00 S/	3,000.00 S/	3,000.00 S/	3,000.00 S/	3,000.00 S/	3,000.00 S/	3,000.00 S/
Total Venta	Soles S/	15,000 S/	15,000 S/	15,000 S/	15,000 S/	15,000 S/	15,000 S/	15,000 S/	15,000 S/	15,000 S/	15,000 S/	15,000 S/	15,000 S/	15,000 S/
Personal Mensual	Cantidad Vendida	Unidad	1155	1167	1179	1191	1204	1217	1230	1243	1256	1269	1282	1296
	Abandono	Unidad	277	280	282	285	288	292	295	298	301	304	307	311
	Cantidad Vendida Real	Unidad	878	887	897	906	916	925	935	945	955	965	975	985
	Precio	Soles S/	250.00 S/	250.00 S/	250.00 S/	250.00 S/	250.00 S/	250.00 S/	250.00 S/	250.00 S/	250.00 S/	250.00 S/	250.00 S/	250.00 S/
Total Venta	Soles S/	219,500 S/	221,750 S/	224,250 S/	226,500 S/	229,000 S/	231,250 S/	233,750 S/	236,250 S/	238,750 S/	241,250 S/	243,750 S/	246,250 S/	
Personal Anual	Cantidad Vendida	Unidad	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Abandono	Unidad	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Cantidad Vendida Real	Unidad	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Precio	Soles S/	2,000.00 S/	2,000.00 S/	2,000.00 S/	2,000.00 S/	2,000.00 S/	2,000.00 S/	2,000.00 S/	2,000.00 S/	2,000.00 S/	2,000.00 S/	2,000.00 S/	2,000.00 S/
Total Venta	Soles S/	- S/	- S/	- S/	- S/	- S/	- S/	- S/	- S/	- S/	- S/	- S/	- S/	- S/
TOTAL		S/ 427,000 S/	431,000 S/	435,600 S/	439,950 S/	444,900 S/	449,250 S/	453,850 S/	458,450 S/	463,050 S/	467,650 S/	472,250 S/	476,850 S/	

9.2 Egresos - Presupuesto

9.2.1 Egreso de inversión

Se realizará a detalle el presupuesto de egresos de Easy Comex. El cual está conformado por activos tangibles, intangibles, recursos humanos, el presupuesto operativo, gastos fijos, y el presupuesto de marketing. Para que Easy Comex inicie su actividad empresarial debe incurrir en gastos desde un plano legal, operativo y publicitario.

Gastos Pre-operativos

En primera instancia, es necesaria la asesoría legal para poder realizar el procedimiento de registro de marca en INDECOPI de manera adecuada; asimismo, para realizar la constitución de la empresa se necesita licencia de funcionamiento y realizar un registro. En segunda instancia, el desarrollador del aplicativo es un gasto pre-operativo, ya que el pago se realiza solo una vez; el cual está enfocado en creación y desarrollo del aplicativo. Finalmente, el panel publicitario para generar un reconocimiento de marca comunicando nuestra propuesta de valor en el sector de comercio internacional.

Tabla 43

Gastos Preoperativos

Gastos de fundación de la empresa		
Nombre de Activos	Precio (Soles)	Costo Total (Sol/UNI)
Panel publicitario	S/ 10,000.00	S/ 10,000.00
Asesoría Legal	S/ 1,190.00	S/ 1,190.00
Desarrollador de aplicativo	S/ 7,600.00	S/ 7,600.00
Gastos de constitución de una empresa	S/ 360.00	S/ 360.00
Registro de marca	S/ 534.99	S/ 534.99
TOTAL		S/ 19,684.99

Activos tangibles

Para iniciar con el startup se deben realizar inversiones en el primer año, por lo cual se debe optar por un espacio físico en donde los colaboradores puedan laborar en óptimas condiciones. Por ello, se proyectó adquirir los siguientes activos:

Es importante destacar que los equipos tecnológicos, muebles y enseres serán adquiridos de las tiendas Ripley, Plaza Vea, Sodimac y Oeschle. Las laptops y computadoras de escritorio son necesarias para que los colaboradores puedan ejercer sus funciones de marketing, balances, entre otros. De igual manera, los teléfonos para la comunicación con el equipo de staff y la impresora para el apoyo respectivo en los diferentes tipos de documentación que sea necesarios para la actividad de Easy Comex. En los activos tecnológicos el monto total a invertir es de S/31,110.00. Asimismo, los muebles correspondientes para el equipamiento de la oficina como silla de oficina, escritorio y archivador de madera. A su vez, una pizarra para poder compartir ideas ante una reunión de staff con el objetivo de mejora para Easy Comex. En los activos de muebles y enseres el monto total a invertir es de S/6,308.00. Es importante mencionar, que los productos son activos tangibles y serán depreciados.

Tabla 44

Activos tecnológicos Easy Comex

Activos Tecnológicos - A partir de la implementación del local en primer año

Descripción	Cantidad (Unidad)	Precio (Soles)	Costo Total (Sol/uni)	Depreciación (años)
Laptops	5	S/4,500.00	S/22,500.00	5
Computadora de escritorio	2	S/2,160.00	S/4,320.00	5
Celulares	5	S/732.00	S/3,660.00	5
Impresora + escáner	1	S/630.00	S/630.00	5

TOTAL	S/ 8,022.00	S/ 31,110.00
-------	-------------	--------------

Tabla 45

Muebles y enseres

Muebles/Enseres - A partir de la implementación del local en primer año

Nombre de Activos	Cantidad (Unidad)	Precio (Soles)	Costo Total (Sol/uni)	Depreciación (años)
Silla de oficina	5	S/500.00	S/2,500.00	10
Escritorio	5	S/550.00	S/2,750.00	10
Pizarra	1	S/200.00	S/200.00	10
Archivador de madera	2	S/429.00	S/858.00	10
TOTAL		S/ 1,679.00	S/ 6,308.00	

Tabla 46

Depreciación

Descripción	Cantida d	Precio Unidad	Valor Unidad	Valor Total	Depreciaci ón Anual	Depreciación Mensual
-------------	--------------	------------------	-----------------	-------------	------------------------	-------------------------

Laptops	5	S/4,500.00	S/3,814.00	S/19,068.00	S/3,814.00	S/ 317.80
Computadora de escritorio	2	S/2,160.00	S/1,831.00	S/3,661.00	S/732.00	S/ 61.02
Celulares	5	S/732.00	S/620.00	S/3,102.00	S/620.00	S/ 51.69
Impresora + escáner	1	S/630.00	S/534.00	S/534.00	S/107.00	S/ 8.90
Silla de oficina	5	S/500.00	S/424.00	S/2,119.00	S/212.00	S/ 17.66
Escritorio	5	S/550.00	S/466.00	S/2,331.00	S/233.00	S/ 19.42
Pizarra	1	S/200.00	S/169.00	S/169.00	S/17.00	S/ 1.41
Archivador de madera	2	S/429.00	S/364.00	S/727.00	S/73.00	S/ 6.06
TOTAL	26	S/9,701.00	S/8,221.00	S/31,710.00	S/5,807.00	S/ 483.95

9.2.2 Egresos de personal

En este apartado se detalla los egresos que se van a considerar para el funcionamiento de Easy Comex en los 3 años proyectados respecto a los colaboradores.

Es importante mencionar que por cada período de un año en la organización se está considerando un aumento de 10% en la remuneración de los trabajadores de Easy Comex, con el objetivo de incentivarlos y motivarlos a ser eficientes y que continúen trabajando en la empresa. Asimismo, el programador realizará mantenimiento de manera mensual, dado que está encargado que el aplicativo no presente errores en su actividad diaria, además, de buscar oportunidades de mejora por parte de los usuarios. De igual manera, la contratación de la agencia 3R Core para que gestione la actividad de marketing de Easy Comex. A su vez, los

especialistas enfocados en la gestión de talleres como es el caso de Carolina Qiao y, a la par, para el desarrollo de contenido de las funciones del aplicativo los expertos en el staff de Easy Comex. Además, la remuneración de un administrador para la gestión, control y dirección de Easy Comex, respecto a los objetivos anuales de la organización. Finalmente, las remuneraciones según la ley y normas del Ministerio de trabajo, deben tener deducciones de Essalud, ONP, gratificaciones, CTS y vacaciones.

Tabla 47

Porcentajes de planilla

Porcentajes	
Essalud	9.00%
CTS	9.72%
Gratificación	18.17%
ONP	13.00%
TOTAL BENEFICIOS	49.89%

Tabla 48

Gastos de personal

PERSONAL	Sueldo base mensual	ESSALUD	GRATIFICACIONES	CTS	VACACIONES
Programador de mantenimiento	S/ 1,200.00	S/ 108.00	S/ 218.04	S/ 116.64	S/ 99.96

Agencia de marketing / 3R CORE	S/ 1,520.00	S/ 136.80	S/ 276.18	S/ 147.74	S/ 126.62
Especialista de negocio - Taller	S/ 3,500.00	S/ 315.00	S/ 635.95	S/ 340.20	S/ 291.55
Especialista de negocio 1- Staff	S/ 2,000.00	S/ 180.00	S/ 363.40	S/ 194.40	S/ 166.60
Especialista de negocio 2- Staff	S/ 2,000.00	S/ 180.00	S/ 363.40	S/ 194.40	S/ 166.60
Administrador	S/ 2,000.00	S/ 180.00	S/ 363.40	S/ 194.40	S/ 166.60
<hr/>					
Total Mensual	S/ 12,220.00	S/ 1,099.80	S/ 2,220.37	S/ 1,187.78	S/ 1,017.93
<hr/>					

Tabla 49

Presupuesto de inversión del año 01

Descripción	Presupuestado	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre
Laptops	S/ 22,500.00	S/ 22,500.00	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -
Computadora de escritorio	S/ 4,320.00	S/ 4,320.00	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -
Celulares	S/ 3,660.00	S/ 3,660.00	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -
Impresora + escáner	S/ 630.00	S/ 630.00	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -
Total Inversión en Activos Tecnológicos		31,110.00											

Descripción	Presupuesta	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre
Laptops	S/ 22,500.00	S/ 22,500.00	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -
Computadora de escritorio	S/ 4,320.00	S/ 4,320.00	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -
Celulares	S/ 3,660.00	S/ 3,660.00	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -
Impresora + escáner	S/ 630.00	S/ 630.00	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -
Total Inversión en Activos Tecnológicos		31,110.00											

Muebles													
Descripción	Presupuesta	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre
Silla de oficina	S/ 2,500.00	S/ 2,500.00	S/. -										
Escritorio	S/ 2,750.00	S/ 2,750.00	S/. -										
Pizarra	S/ 99.00	S/ 200.00	S/. -										
Archivador de madera	S/ 858.00	S/ 858.00	S/. -										
Total Gasto Operativo/Mes		S/ 37,418.00	S/ -										
TOTAL GASTO DE INVERSIÓN x AÑO 01													S/ 37,418.00

Tabla 50

Presupuesto de RRHH

Personal / Cargo	Sueldo	Meses												Total - Año 1
		enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre	
Programador de mantenimiento	S/ 1,200.00	S/ 1,425	S/ 1,425	S/ 1,425	S/ 1,425	S/ 1,525	S/ 1,425	S/ 1,643	S/ 1,425	S/ 1,425	S/ 1,425	S/ 1,525	S/ 1,643	S/ 17,732
Agencia de marketing / 3R CORE	S/ 1,520.00	S/ 1,805	S/ 1,805	S/ 1,805	S/ 1,805	S/ 1,931	S/ 1,805	S/ 2,081	S/ 1,805	S/ 1,805	S/ 1,805	S/ 1,931	S/ 2,081	S/ 22,460.13
Especialista de negocio - Taller	S/ 3,500.00	S/ 4,155	S/ 4,155	S/ 4,155	S/ 4,155	S/ 4,447	S/ 4,155	S/ 4,791	S/ 4,155	S/ 4,155	S/ 4,155	S/ 4,447	S/ 4,791	S/ 51,717.40
Especialista de negocio 1- Staff	S/ 2,000.00	S/ 2,374	S/ 2,374	S/ 2,374	S/ 2,374	S/ 2,541	S/ 2,374	S/ 2,738	S/ 2,374	S/ 2,374	S/ 2,374	S/ 2,541	S/ 2,738	S/ 29,552.80
Especialista de negocio 2- Staff	S/ 2,000.00	S/ 2,374	S/ 2,374	S/ 2,374	S/ 2,374	S/ 2,541	S/ 2,374	S/ 2,738	S/ 2,374	S/ 2,374	S/ 2,374	S/ 2,541	S/ 2,738	S/ 29,552.80
Administrador	S/ 2,000.00	S/ 2,374	S/ 2,374	S/ 2,374	S/ 2,374	S/ 2,541	S/ 2,374	S/ 2,738	S/ 2,374	S/ 2,374	S/ 2,374	S/ 2,541	S/ 2,738	S/ 29,552.80
Total por mes		S/ 14,508	S/ 14,508	S/ 14,508	S/ 14,508	S/ 15,526	S/ 14,508	S/ 16,728	S/ 14,508	S/ 14,508	S/ 14,508	S/ 15,526	S/ 16,728	S/ 180,568

Tabla 51

Personal Año 2

Personal / Cargo	Sueldo	Meses												Total - Año 2
		enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre	
Programador de mantenimiento	S/ 1,320.00	S/ 1,567	S/ 1,567	S/ 1,567	S/ 1,567	S/ 1,677	S/ 1,567	S/ 1,785	S/ 1,567	S/ 1,567	S/ 1,567	S/ 1,677	S/ 1,785	S/ 19,461.24
Agencia de marketing / 3R CORE	S/ 1,672.00	S/ 1,985	S/ 1,985	S/ 1,985	S/ 1,985	S/ 2,124	S/ 1,985	S/ 2,289	S/ 1,985	S/ 1,985	S/ 1,985	S/ 2,124	S/ 2,289	S/ 24,706.14
Especialista de negocio - Taller	S/ 3,850.00	S/ 4,571	S/ 4,571	S/ 4,571	S/ 4,571	S/ 4,891	S/ 4,571	S/ 5,270	S/ 4,571	S/ 4,571	S/ 4,571	S/ 4,891	S/ 5,270	S/ 56,889.14
Especialista de negocio 1- Staff	S/ 2,200.00	S/ 2,612	S/ 2,612	S/ 2,612	S/ 2,612	S/ 2,795	S/ 2,612	S/ 3,012	S/ 2,612	S/ 2,612	S/ 2,612	S/ 2,795	S/ 3,012	S/ 32,508.08
Especialista de negocio 2- Staff	S/ 2,200.00	S/ 2,612	S/ 2,612	S/ 2,612	S/ 2,612	S/ 2,795	S/ 2,612	S/ 3,012	S/ 2,612	S/ 2,612	S/ 2,612	S/ 2,795	S/ 3,012	S/ 32,508.08
Administrador	S/ 2,200.00	S/ 2,612	S/ 2,612	S/ 2,612	S/ 2,612	S/ 2,795	S/ 2,612	S/ 3,012	S/ 2,612	S/ 2,612	S/ 2,612	S/ 2,795	S/ 3,012	S/ 32,508.08
Total por mes		S/ 15,958.34	S/ 15,958.34	S/ 15,958.34	S/ 15,958.34	S/ 17,078.06	S/ 15,958.34	S/ 18,378.95	S/ 15,958.34	S/ 15,958.34	S/ 15,958.34	S/ 17,078.06	S/ 18,378.95	S/ 198,580.76

Tabla 52

Personal Año 3

Personal / Cargo	Sueldo	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre	Total - Año 3
Programador de mantenimiento	S/ 1,452.00	S/ 1,724	S/ 1,724	S/ 1,724	S/ 1,724	S/ 1,845	S/ 1,724	S/ 1,942	S/ 1,724	S/ 1,724	S/ 1,724	S/ 1,845	S/ 1,942	S/ 21,363.76
Agencia de marketing / 3R CORE	S/ 1,839.20	S/ 2,183	S/ 2,183	S/ 2,183	S/ 2,183	S/ 2,337	S/ 2,183	S/ 2,518	S/ 2,183	S/ 2,183	S/ 2,183	S/ 2,337	S/ 2,518	S/ 27,176.75
Especialista de negocio - Taller	S/ 4,235.00	S/ 5,028	S/ 5,028	S/ 5,028	S/ 5,028	S/ 5,381	S/ 5,028	S/ 5,797	S/ 5,028	S/ 5,028	S/ 5,028	S/ 5,381	S/ 5,797	S/ 62,578.05
Especialista de negocio 1- Staff	S/ 2,420.00	S/ 2,873	S/ 2,873	S/ 2,873	S/ 2,873	S/ 3,075	S/ 2,873	S/ 3,313	S/ 2,873	S/ 2,873	S/ 2,873	S/ 3,075	S/ 3,313	S/ 35,758.89
Especialista de negocio 2- Staff	S/ 2,420.00	S/ 2,873	S/ 2,873	S/ 2,873	S/ 2,873	S/ 3,075	S/ 2,873	S/ 3,313	S/ 2,873	S/ 2,873	S/ 2,873	S/ 3,075	S/ 3,313	S/ 35,758.89
Administrador	S/ 2,420.00	S/ 2,873	S/ 2,873	S/ 2,873	S/ 2,873	S/ 3,075	S/ 2,873	S/ 3,313	S/ 2,873	S/ 2,873	S/ 2,873	S/ 3,075	S/ 3,313	S/ 35,758.89
Total por mes		S/ 17,554.18	S/ 17,554.18	S/ 17,554.18	S/ 17,554.18	S/ 18,785.87	S/ 17,554.18	S/ 20,195.04	S/ 17,554.18	S/ 17,554.18	S/ 17,554.18	S/ 18,785.87	S/ 20,195.04	S/ 218,395.23

9.2.3 Egresos fijos

Para iniciar sus operaciones, como se mencionó anteriormente, se debe contar con una oficina para que los colaboradores puedan ejercer funciones de manera óptima. Es por ello, que el espacio 90m será alquilado, por lo cual se adicionan más egresos como la luz y el agua que tienen un monto aproximado de S/377.00, según las fuentes de Sedapal y Enel. Asimismo, el hosting de la aplicación mediante la plataforma de Play store y App store, tiene un costo anual. Por el lado de Google es de S/189.00 soles, lo cual permitirá que Easy Comex tenga su cuenta de desarrollador. Por otro lado, para la cuenta de Apple, el pago anual es de S/371.25 (GooApps, 2022). Para los pagos en la app, se utilizará mercado pago que cobra un monto de S/30.00 mensuales. Además, se realizará un pago de dominio y web que tendrá un costo de S/300.00, el cual se paga una vez al año. Por último, el dúo de internet + teléfono de la compañía Movistar tiene un costo mensual de S/110.00. El monto total de gastos fijos es de S/3,477.25.

Tabla 53

Gastos fijos de Easy Comex

Gastos Fijos - Alquileres y Servicios

Personal / Cargo	Cantidad medida	Monto Mensual a Valor Mercado	Costo de (Sol/mensual)	Total
Alquiler oficina	90m	S/ 2,400.00	S/ 2,400.00	
Agua y Luz	1	S/ 377.00	S/ 377.00	
Dúo internet + teléfono	1	S/ 110.00	S/ 110.00	
Pasarela de pagos	1	S/ 30.00	S/ 30.00	
Desarrollador google play	1	S/ 189.00	S/ 189.00	

Desarrollador apple	1	S/ 371.25	S/ 371.25
Hosting y dominio web	1	S/ 300.00	S/ 300.00
<hr/>			
TOTAL			S/ 3,477.25
<hr/>			

9.3 Flujo de caja

Easy Comex es una empresa que se dedica a la venta de servicios en el rubro de las importaciones en la que brinda información a emprendedores y a personas interesadas en el rubro de importaciones y que tengan poco o amplio conocimiento. Se desarrolló el flujo de caja del negocio y se realizó una proyección de ventas y los egresos por un periodo de 3 años desglosado en 36 meses. En primer lugar, se estableció que la inversión en activos fijos es de S/37,418.00 y en gastos pre operativos de S/19,684.99. De la misma manera, se necesita una inversión inicial de S/57,102.99, la cual se calculó con los gastos pre operativos y gastos operativos de información. Asimismo, se evidencia que en el primer mes del año 1 se obtiene una utilidad positiva y esto es a causa de que las ventas fueron lo suficientemente altas para cubrir los diversos gastos de ese mes. De la misma manera, al término del año la utilidad neta fue de S/773,083.00. Por otro lado, en el segundo año se puede evidenciar que se obtuvo flujos de cajas acumulados positivos, de tal manera que en el año 2 se evidencia un total de flujo acumulado de S/4,934,017.08. Por último, en el tercer año se obtuvo un total de flujo de caja acumulado de S/ 8,028,740.00, esto debido al incremento de las ventas y a la reducción de los gastos de marketing. El detalle de cada uno de los flujos de caja está en los **anexos 10, 11 y 12.**

9.4 Indicadores Financieros

Tabla 54

Flujo de Caja por Año

Flujo de Caja Normal por Año	Año 0	Año 01	Año 02	Año 03
INGRESOS				
Ingresos x Pronostico de Ventas		S/ 1,721,550	S/ 4,806,900	S/ 5,419,800
		0	0	
GASTOS OPERATIVOS				
Presupuesto de Recursos Humanos		S/ 180,567.61	S/ 198,580.76	S/ 218,395.23
Presupuesto de Operaciones - Servicios Fijos		S/ 41,727.00	S/ 41,727.00	S/41,727.00
G. Operativo - Inversión	S/	37,418.00	S/0.00	0
		0	0	
GASTOS DE VENTAS				
G. Ventas - Marketing		S/ 11,808.00	S/ 7,812.00	S/5,604.48
G. Ventas - Comision de Ventas		0	0	
			0	
GASTOS ADMINISTRATIVOS				
Gastos Preoperativos		S/ 19,684.99	S/0.00	0
Pago de IGV (18%)		S/309,879.00	S/865,242.00	S/975,564.00
EBITDA	S/	1,120,465	S/ 3,693,538	S/ 4,178,509
Depreciación		S/ 5,807.46	S/5,807.46	S/ 5,807.46
EBIT/UTILIDAD OPERATIVA	S/	1,114,658	S/ 3,687,731	S/ 4,172,702
Impuesto a la Renta (29.5%)		S/328,824.09	S/1,087,880.58	S/1,230,947.04
Depreciación		S/ 5,807.46	S/5,807.46	S/ 5,807.46
UTILIDAD NETA	S/	791,641	S/ 2,605,658	S/ 2,947,562
Inversión		S/ 57,102.99		
FLUJO	-S/	57,102.99	S/ 791,641	S/ 2,605,658
FLUJO DE CAJA ACUMULADO	S/	848,744	S/ 3,454,402	S/ 8,028,740

- El negocio tiene un VAN positivo de S/ 4,509,784.61
- El negocio tiene un TIR mayor a 0; por lo tanto, es rentable.
- Se tiene un EBITDA en el primer año de S/ 1,120,465.00, en el segundo año de S/ 3,693,538.00 y en el tercer año de S/ 4,178,509.00
- El punto de equilibrio del año 1 es de S/271,520.61. Por otro lado, en el año 2 es de S/582,750.93 y por último en el año 3 es de S/1,353,607.29.
- El punto de equilibrio en el año 1 está compuesto por una cantidad de 844, en el año 2 de 2019 y en el año 3 de 4837.
- La utilidad neta del año 1 es de S/ 791,641.00. Asimismo, del año 2 es de S/ 2,605,658.00 y del año 3 de S/ 2,947,562.00

Tabla 55

Punto de equilibrio por plan anual en cantidad de usuarios

	Punto de equilibrio por plan		
	Año 1	Año 2	Año 3
Personal Mensual	544	1,300	3,113
Personal Anual	6	15	37
Emprendedor Anual	292	699	1,674
Emprendedor Mensual	2	5	12

9.5 Análisis Financiero

Para poder establecer los indicadores financieros se ha tenido como base el análisis de los flujos que se proyectaron durante 3 años. En primer lugar, el (COK) de 15.33% fue extraído de un proyecto de trabajo de investigación similar al de Easy Comex. En la cual este indicador nos permite saber qué tanto de margen de rentabilidad ofrece el proyecto. Asimismo, de acuerdo a lo analizado se obtuvo una TIR mayor a cero, lo cual nos hace ver que el proyecto es rentable. Por otro lado, el proyecto genera un VAN positivo de S/ 4,509,784.61 lo cual nos permite saber que el proyecto cumple con las expectativas de los socios accionistas.

En segundo lugar, el EBITDA en el primer año fue de S/ 1,120,465.00, el segundo año fue de S/3,693,538.00 y el tercer año de S/4,178,509.00. Se puede ver, que en los 3 años proyectados las ventas cubrieron los diferentes tipos de costos y gastos para el funcionamiento de la empresa. En tercer lugar, en el primer año si se logró superar el punto de equilibrio en el de 844 cantidades, ya que se vendieron 2878. De igual manera, en el año 2 también se logró superar las cantidades vendidas ya que se obtuvo un total de cantidades vendidas de 7801 y en el punto de equilibrio fue de 2019. Por último, en el año 3 también se superó el punto de equilibrio con un total de cantidades de 4836. En cuarto lugar, el TIR es mayor a cero, por lo que el proyecto es rentable. Por último, la inversión inicial fue la suma de los gastos pre operativos y gastos operativos de inversión, dando una suma de S/ 57,102.99.00.

De la misma manera, el VAN es positivo por lo que el proyecto es viable. En síntesis, el proyecto sí es viable porque el VAN es positivo. Asimismo, los indicadores financieros señalan que hay una rentabilidad positiva y existen utilidades desde el primer año, por lo que resulta muy atractiva para los inversionistas.

9.6 Financiamiento

Como se ha mencionado anteriormente, Easy Comex es una startup que busca brindar asesorías personalizadas a las personas interesadas en la importación de productos para uso personal o con finalidad de iniciar un pequeño negocio. Es por ello, que al ser una pequeña empresa en crecimiento no cuenta con aval o un historial crediticio que pueda facilitar el financiamiento bancario. Debido a que al ser nueva en el mercado las entidades bancarias e inversionistas no tienen confianza y el riesgo es alto. Además, como se menciona en Ojo Público, solo el 6% de Mipymes acceden a un préstamo regulado por las instituciones a cargo, lo cual hace referencia a la baja credibilidad del sistema bancario en facilitar un financiamiento a las pequeñas y medianas empresas.

Capital propio

La primera opción de financiamiento para Easy Comex es el método de capital propio, dado que la gestión para solicitar un préstamo bancario es burocrática y con baja probabilidad de ser aceptada, debido a los rigurosos filtros que se debe evaluar por el sistema bancario. Es por ello, que la startup recibirá un aporte de cada socio de S/. 11,420.60, con lo cual recibe la participación de la empresa en un 20%.

Tabla 56

Principales accionistas

Accionista	Monto de aporte	Participación
Curotto, Danna	S/. 11.420,60	20%

Chaparro, Miguel	S/. 11.420,60	20%
Espinoza, Naomi	S/. 11.420,60	20%
Mantilla, Luana	S/. 11.420,60	20%
Varillas, Elder	S/. 11.420,60	20%
TOTAL	s/57,103.00	100%

Inversionista Ángel

La segunda opción de financiamiento para Easy Comex es el método de Inversionista Ángel, con el cual se busca que un inversor muestre interés en el proyecto, dado que se encuentra en una etapa de crecimiento. Por lo cual, al invertir asumirá un 45% de participación de la empresa, además, de los beneficios de dividendos de manera anual.

Tabla 57

Financiamiento de accionistas para Easy Comex

Accionista	Monto de aporte	Participación
Curotto, Danna	s/ 7.420,60	11%

Chaparro, Miguel	s/ 7.420,60	11%
Espinoza, Naomi	s/ 7.420,60	11%
Mantilla, Luana	s/ 7.420,60	11%
Varillas, Elder	s/ 7.420,60	11%
	s/ 20,000.00	
Angels Venture Perú		45%
TOTAL	s/ 57,103.00	100%

Es importante mencionar que se empleó la plataforma de Angel Investment, la cual es una red de inversionistas con disposición de financiamiento a pequeñas y medianas empresas. En la búsqueda del inversor se encontró a Osvaldo Zenteno, el cual se unió al grupo de inversionistas en el 2021, es ejecutivo en gestión comercial y especialista en desarrollo de nuevos negocios. El inversionista cuenta con interés en diferentes sectores como educación y formación, tecnología y servicios empresariales, con lo cual se puede generar una óptima relación de negocios, con la finalidad de aumentar la disposición de inversión en un largo plazo para Easy Comex. Es importante mencionar que cuenta con un rango de inversión de hasta \$10 000, con preferencia a inversiones en países hispanohablantes como Perú, Argentina, Chile, entre otros. De la misma manera, se contactó con el inversionista a través de LinkedIn para mencionarle acerca del plan de financiamiento con Angel Investment, el cual nos mencionó que su monto dispuesto a invertir es de 20,000 mil soles con una participación del 45% en Easy Comex.

Figura 48

Inversionista Angel



US\$1 - US\$10,000

Lima, Perú

Soy del sector de la construcción especializado en desarrollo de nuevos negocios y presupuestos.

Ámbitos de Especialización

Comercial, BDM, Presupuestos y Administración...

Mas Detalles

Nota. Ángel Investment Network, 2022.

Enlace: <https://www.angelinvestmentnetwork.pe/angel-investors/angelinvestors-1-1693016>

Figura 49

Conversación con Osvaldo Zenteno



Oswaldo Zenteno
Versión móvil · hace 8 minutos

Miguel Angel Chaparro Angulo
Buenas tardes Osvaldo Z.,

Te saluda Miguel Chaparro, colaborador de Easy Comex, una startup enfocada en brindar información detallada a todas las personas que buscan iniciar en el sector de comercio internacional.

El motivo de este contacto es para analizar la disposición de su inversión en nuestra startup, dado que visualizamos su perfil en Angel Investment y se acopla al perfil de inversionista que estamos en buscando como organización, tenemos unas interrogantes acerca del monto de inversión y su porcentaje de participación.

De antemano, muchas gracias por el tiempo y la atención brindada

Miguel Angel Chaparro Angulo
Es importante destacar que esto es una simulación. Último mensaje

Oswaldo Zenteno
Versión móvil · hace 8 minutos

Buenas tardes Miguel,

Muchas gracias por interesarte en mi persona. Siempre estoy a disposición de revisar nuevos proyectos de inversión. Para poder brindarte los datos exactos se requiere un análisis de la empresa por lo que te solicito un archivo donde se incluyan datos cómo:

- Ingresos anuales/mensuales
- Costos
- Utilidad antes de impuestos
- Margen de ganancia neta

Espero la información solicitada. ¡Muchas gracias!

Miguel Angel Chaparro Angulo
Información-Startup...
411 KB

Sí claro, adjunto lo solicitado, quedo atento a cualquier consulta

Oswaldo Zenteno
Activo ahora

Muchas gracias Miguel por la información detallada. Evaluando según lo enviado la STARTUP es relativamente nueva y muy interesante la propuesta. Si me interesa invertir en su proyecto.

El monto dispuesto a invertir es de 20 mil soles con una participación del 45% para que en conjunto tengan la mayor participación de la empresa.

Si en caso estes de acuerdo con el porcentaje de participación y monto a invertir, me comentas para poder agendar una reunión para la revisión de procedimiento a seguir, detalles legales,etc.

Adicionalmente tengo una red de contactos en diferentes rubros para apoyar al StartUp en caso lo requiera e impulsar su crecimiento/posicionamiento de ello.

Muchas gracias por la solicitud.

Link de perfil de LinkedIn: <https://www.linkedin.com/in/osvaldo-zenteno-76293935/>

De la misma manera, es importante mencionar que el financiamiento en mención nos ofrecerá el beneficio de red de contactos, en el cual Osvaldo Zenteno cuenta con una amplia

experiencia en la gestión comercial y proyectos. Por lo cual, ha generado diversas habilidades interpersonales como negociación, persuasión, entre otras, las cuales ha fortalecido su vínculo laboral con diferentes personas como Eduardo del Águila, especialista en gestión comercial y desarrollo de negocios, el cual potenciará la idea de negocio de Easy Comex a través de la implementación de nuevas estrategias comerciales. Asimismo, Carlos Arrascue, enfocado en el desarrollo de nuevos mercados y negocios, generará un aporte de su experiencia en el sector nacional e internacional para identificar nuevas oportunidades de mejora y contrarrestar amenazas que perjudiquen la operatividad del aplicativo. De la misma manera, Jorge Arteaga, asesor comercial con amplia experiencia en el área, especializado en manejo de CRM y programas de fidelización para cliente, el cual será de vital importancia para el crecimiento de la startup en su segmento de mercado, dado que se basará en las recomendaciones del servicio del aplicativo. De igual modo, la especialización en el sector de educación de Guy Garrigue, con la finalidad de identificar nuevas oportunidades en las funciones brindadas a través de nuevas metodologías de enseñanza. Del mismo modo, Eduardo Jourde, con sólidos conocimientos en el sector de coaching empresarial para los programas de capacitaciones de los colaboradores de Easy Comex.

Figura 50

Perfiles de red de contacto de Osvaldo



Nota. Encontrado en <https://www.linkedin.com/in/eduardodelaguila/>



Carlos Alonso Arrascue Fuentes · 2º

Gerente General | Desarrollo de Nuevos Mercados y Negocios | B2B
Especialista en el crecimiento orgánico y la consecución de operaciones rentables en el mercado nacional e internacional.
Región Metropolitana de Santiago, Chile · [Información de contacto](#)

Más de 500 contactos

1 contacto en común: DR. PEDRO ARTURO BARBOZA ZELADA

[Conectar](#) [Enviar mensaje](#) [Más](#)

 Hecsel

 Universidad Adolfo Ibáñez

Nota. Encontrado en: <https://www.linkedin.com/in/carlos-alonso-arrascue/>



Jorge Humberto Arteaga León · 2º

Asesor comercial Independiente
Perú · [Información de contacto](#)

Más de 500 contactos

[Conectar](#) [Enviar mensaje](#) [Más](#)

 Galafin Inmobiliaria

 Universidad de Lima

Nota. Encontrado en :<https://www.linkedin.com/in/jorge-humberto-arteaga-le%C3%B3n-a686ba14/>



Guy Garrigue · 2°
 Gerente General y Cofundador en Inversiones Latinoamericanas 3590 SAC
 Perú · **Información de contacto**
 Más de 500 contactos

1 contacto en común: OSCAR PAEZ GAMBOA

Conectar **Enviar mensaje** **Más**

EADA - Escuela de Alta Dirección y Administración

Nota. Encontrado en <https://www.linkedin.com/in/guy-garrigue-19a37514/>



Eduardo Jourde
 ICC® Certified Life Coach / ICC® Certified Team Coach / Mentor Emocional / Capacitador / Consultor / Humano

EMPODERA TU VIDA.
 #EMPODERAMIENTO PERSONAL
 @CoachEduardoPe

Eduardo Jourde · 2°
 ICC® Certified Life Coach / ICC® Certified Team Coach / Mentor Emocional / Capacitador / Consultor / Humano
 Temas que suele tratar: #parejas, #coaching, #emociones, #motivacion y #empoderamiento
 Perú · **Información de contacto**
 4057 seguidores · Más de 500 contactos

4 contactos en común: Ernesto Ramos Marcés, Julio Francisco Quesada Becerra y 2 personas más

+ Seguir **Enviar mensaje** **Más**

Coach Eduardo
Jamming Escuela de Coaching y Desarrollo Organizacional

Nota. Encontrado en <https://www.linkedin.com/in/edujourde/>

10. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- Se concluye con los concierges que el mayor interés de nuestro público objetivo se enfoca en los planes mensuales y no anuales, lo cual representa que nuestro cliente potencial brinda relevancia al precio-servicio. Esto puede explicarse; debido a que, los planes mensuales son de menor precio en comparación a los anuales.
- Se concluye con los experimentos que las publicaciones respecto a los beneficios de la aplicación de Easy Comex aumentarán el nivel de demanda de los clientes potenciales. Debido a que la solución que brinda Easy Comex para realizar importaciones ha sido atractiva para ellos.
- Se concluye que el prototipo de Easy Comex ha generado comentarios positivos en los usuarios, dado que no existe un aplicativo con las mismas funciones en el sector de comercio internacional, con la propuesta de valor de asesoría personalizada y servicio integral para que el usuario esté seguro con su importación.
- Se concluye que el prototipo cumple con diversas expectativas de los clientes y que soluciona muchos de sus problemas, además es de fácil uso y entendible para los usuarios por lo que su experiencia dentro la aplicación sería muy agradable.
- Se concluye que es de mucha importancia que la empresa tenga una adecuada relación con sus clientes, al punto de que siempre se mantengan satisfechos con el servicio que brindamos, esto ya sea por medio de respuestas rápidas o adecuados soportes del aplicativo. De la misma manera, se debe desarrollar estrategias de marketing en redes sociales como medio de interacción para sus usuarios.
- Se recomienda que se aperturen nuevos períodos de tiempo de los planes ya existentes. Es decir, se debe considerar que los planes sean semestrales, dado que si la persona opta por un mes y quiere seguir perteneciendo a la comunidad de Easy Comex debe acudir al plan anual, el cual es un monto elevado a comparación del mensual o el proyectado del semestral.
- En recomendación se debe realizar mantenimiento en la aplicación de manera mensual para que no existan inconvenientes con los clientes al momento de utilizarla. Asimismo, innovar y realizar historias por Instagram sería una buena opción para generar mayor interacción en nuestros seguidores y clientes potenciales.

- Se recomienda aplicar promociones de descuento en los planes que tiene Easy Comex en las diversas fechas especiales que existen en el año. De esta manera, aprovechar captar más clientes y aumentar las ventas.
- Una recomendación que se haría para el prototipo es realizar el marketing digital con la agencia de marketing que se ha mencionado en el trabajo, ya que con ello se podrá llegar a más personas y generar un mayor posicionamiento de marca.
- Se recomienda que el aplicativo pueda recibir más medios de pago para que los usuarios cuenten con la disponibilidad de cancelar el servicio de manera más cómoda. Además, que si es por tarjeta de crédito aumentará el proceso de validación con la tarjeta por un mensaje de texto o código de verificación.
- Se recomienda seguir ofreciendo descuentos de manera muy puntual a clientes potenciales para extender la marca y fidelizar a los usuarios. Además, seguir promocionarlo mediante las plataformas de Instagram y Tik Tok que tienen más llegada al público al que nos dirigimos.

11. BIBLIOGRAFÍA

Andina. (2021). *Estudio revela aumento del uso de tecnologías en la educación en Perú y América Latina*. Lima: Andina. Recuperado de <https://andina.pe/agencia/noticia-estudio-revela-aumento-del-uso-tecnologias-la-educacion-peru-y-america-latina-871739.aspx>

[Consulta: 30 de mayo de 2022].

A dónde exportar. (2019). *10 principales ferias internacionales*. Recuperado de <https://www.adonlexportar.com/principales-ferias-internacionales-2019/> [Consulta: 30 de mayo de 2022].

Agencia de Aduanas. (2022). Agencia de Aduanas. <https://grupoaduan.com/agencia-de-aduanaS/> [Consulta: 1 de junio de 2022]

Carolina Qiao. (2022, marzo 28). *Aprende a importar fácil y seguro desde China* - Carolina Qiao. Recuperado de: <https://carolinaqiao.com/> [Consulta: 1 de junio de 2022]

Claro. (2022). *Samsung Galaxy A32 128GB Negro + Audífonos IT Fit*. Recuperado de https://tiendaclaro.pe/equipo/samsung/galaxy-a32?id=55397&utm_campaign=performance_tienda&utm_source=google&utm_medium=shopping&utm_content=shopping_ad-smart_shopping_tienda&utm_term=postpago-renovacion&cu=cp1626215573&gclid=CjwKCAjw46CVBhB1EiwAgy6M4spxz_fWT-0y0YVZdo_WAFKHD9A4XF9FsVqskG6qGnGQy-EZ6m3SPBoCK60QAvD_BwE

[Consulta: 10 de junio de 2022].

Constituye Empresas. (2022). *CARACTERÍSTICAS Y COSTOS DEL SERVICIO DE CONSTITUCIÓN DE EMPRESAS*. Recuperado de

<https://www.constituyetuempresa.com/caracteristicas-costos-servicio-constitucion-empresas>

[Consulta: 10 de junio de 2022].

Easy Comex. Landing Page <https://tacyan3012.wixsite.com/easycomex> [Consulta: 1 de junio de 2022]

Expo alimentaria. (2022). *QUIERO SER EXPOSITOR*. Lima: ADEX. Recuperado de https://join.expoalimentariaperu.com/seller?utm_source=webea [Consulta: 30 de mayo de 2022]

EducaEdu. (2012). Curso: Aprenda a Importar de China. Recuperado de <https://www.educaedu.com.pe/curso-aprenda-a-importar-de-china-cursos-30683.html>

[Consulta: 30 de mayo de 2022]

Gobierno del Perú (2022). *Registrar una marca - Registrar marca de producto o servicio*. Recuperado de <https://www.gob.pe/333-registrar-una-marca-registrar-marca-de-producto-o-servicio> [Consulta: 25/05/2022]

Gobierno del Perú. (GOB). (2022). *Obtener Certificado de Inspección Técnica de Seguridad en Edificaciones de riesgo bajo o medio*. Recuperado de <https://www.gob.pe/20961-obtener-certificado-de-inspeccion-tecnica-de-seguridad-en-edificaciones-de-riesgo-bajo-o-medio?child=7489> [Consulta: 11 de junio de 2022].

Good Barber. (2019). *¿Cómo publicar tu aplicación en Google Play y en la App Store?* Recuperado de <https://es.goodbarber.com/blog/como-publicar-tu-aplicacion-en-google-play-y-en-la-app-store-a647/> [Consulta: 11 de junio de 2022].

Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). (2021). Estado de la población en el año del Bicentenario del 2021. INEI: Lima. Recuperado de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1803/libro.pdf [Consulta: 30 de mayo de 2022].

Ingreso de mercancías al Perú (importación). Recuperado de: www.gob.pe. <https://www.gob.pe/1074-ingreso-de-mercancias-al-peru-importacion> [Consulta: 30 de mayo de 2022].

IPSOS (2022). *Perfiles socioeconómicos del Perú 2021*. IPSOS: Lima. Recuperado de <https://www.ipsos.com/es-pe/perfiles-socioeconomicos-del-peru-2021> [Consulta: 30 de mayo de 2022].

Instagram (2021) Easy Comex (@easycomex.pe) • Fotos y vídeos de Recuperado de Instagram. <https://www.instagram.com/easycomex.pe/?hl=es> [Consulta: 30 de mayo de 2022]

Instituto Peruano Chino (2021). *Curso de Importación Online - Aprende a Importar a Perú 2022*. Recuperado de <https://institutoperuanochino.com/curso-de-importacioneS/> [Consulta: 1 de junio de 2022]

Luisana. (2020, diciembre 18). *Cuando se piensa en comprar desde Perú por internet por lo general*. La Compra Ideal; La Compra Ideal. Recuperado de: <https://lacompraideal.pe/blog/mejores-paginas-comprar-china-peru/> [Consulta: 1 de junio de 2022]

Marvel (2022) Prototipo final de Easy Comex. Recuperado de <https://marvelapp.com/prototype/a88cch5> [Consulta: 30 de mayo de 2022].

Malca, O. & Rubio, J. (2019). Obstáculos de la actividad exportadora de las empresas del Perú. *Universidad del Pacífico*. Recuperado de <https://repositorio.up.edu.pe/handle/11354/35/browse?type=author&value=Malca%2C+Oscar> [Consulta: 30 de mayo de 2022].

Mena M. (2021, agosto 30). *Infografía: Android y iOS dominan el mercado de los smartphones*. Recuperado de: Statista Infografías; Statista. <https://es.statista.com/grafico/18920/cuota-de-mercado-mundial-de-smartphones-por-sistema-operativo/> [Consulta: 1 de junio de 2022]

Movistar. (2022). *Planes a dúo*. Recuperado de <https://movistarofertas.pe/hogar-duo?tsource=3281> [Consulta: 11 de junio de 2022].

Oechsle. (2022). *Archivador Julius*. Recuperado de https://simple.ripley.com.pe/pizarra-acrilica-de-120x80-pmp00001637692?color_80=blanco&gclid=CjwKCAjw46CVBhB1EiwAgy6M4vOI6cWBYSHhtD6-IqGir4I9Zq9WLY-IyuaX1qc8vN0Vy-yh85yndRoCm7EQAvD_BwE&s=o [Consulta: 10 de junio de 2022].

Plaza Veá. (2022). *Computadora PC Intel Core i5 3.2Ghz Monitor 24" FHD RAM 16GB Disco Duro 1TB*. Lima. Recuperado de https://www.plazavea.com.pe/computadora-pc-intel-core-i5-3-2ghz-monitor-24-fhd-ram-16gb-disco-duro-1tb-100207743/p?gclid=CjwKCAjw46CVBhB1EiwAgy6M4v0EHZ7T_AnvHwTr8VB44qoAeLI MmRM2VL8nYDhVzyGhRW76zzdt0BoCLTEQAvD_BwE [Consulta: 10 de junio de 2022].

Plaza Veá. (2022). *Laptop Gamer Lenovo Gaming 3 15.6" Ryzen 5-5600H 512GB SSD 16GB RAM RTX 3050 Ti*. Lima. Recuperado de <https://www.plazavea.com.pe/laptop->

gamer-lenovo-gaming-3-15-6--ryzen-5-5600h-512gb-ssd-16gb-ram-rtx-3050-ti-100412449/p [Consulta: 10 de junio de 2022].

Ripley. (2022). *IMPRESORA MULTIFUNCIONAL HP INKTANK 315*. Recuperado de https://simple.ripley.com.pe/impresora-multifuncional-hp-inktank-315-2004210455788p?s=o&utm_content=ripley_hp&utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=Ripley_PE_MIX_Print_ConsHW_CISS_Local_OPEX_Google_All_Smart-PLA_ROAS&targetid=pla1665473367490&utm_term=&matchtype=&adid=513201272155&gclid=CjwKCAjw46CVBhB1EiwAgy6M4rzs18koJnzCKP1rUDjBcaHLFPvWh14XSazHDXIP4WhjtLQBwvjXgxoChuMQAvD_BwE [Consulta: 10 de junio de 2022].

Ripley. (2022). *PIZARRA ACRILICA DE 120X80*. Recuperado de https://simple.ripley.com.pe/pizarra-acrilica-de-120x80-pmp00001637692?color_80=blanco&gclid=CjwKCAjw46CVBhB1EiwAgy6M4vOI6cWBYSHhtD6-IqGir4I9Zq9WLY-IyuaX1qc8vN0Vy-yh85yndRoCm7EQAvD_BwE&s=o [Consulta: 10 de junio de 2022].

Romero, S. (2017, agosto 16). *El auge de las compras en tiendas “online” chinas: pros y contras*. BBVA NOTICIAS; BBVA. Recuperado de: <https://www.bbva.com/eS/auge-compras-tiendas-online-chinas-pros-contras/> [Consulta: 1 de junio de 2022].

Sodimac. (2022). *Sillón Gamer Negro*. Recuperado <https://www.sodimac.com.pe/sodimac-pe/product/385325X/sillon-gamer-negro/385325X/?queryId=1cce7d96-91bd-4ce7-9a8b-e98c9d773128> [Consulta: 10 de junio de 2022].

Sodimac. (2022). *Escritorio de Melamina en Denver*. Recuperado de https://www.sodimac.com.pe/sodimac-pe/product/8729964/escritorio-de-melamina-en-l-denver/8729964/?kid=goosho_213039&shop=googleShopping&gclid=CjwKCAjw46CVBhB1EiwAgy6M4idBOzGo1_9xuuRenQ51xsiRVKj9tw-oKoSm5e6dnOitT4-szszRQBoC6agQAvD_BwE [Consulta: 10 de junio de 2022].

Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración. (2022). *Operatividad Aduanera*. SUNAT: Lima. Recuperado de <http://www.aduanet.gob.pe/operatividadAduana/> .[Consulta: 1 de junio de 2022]

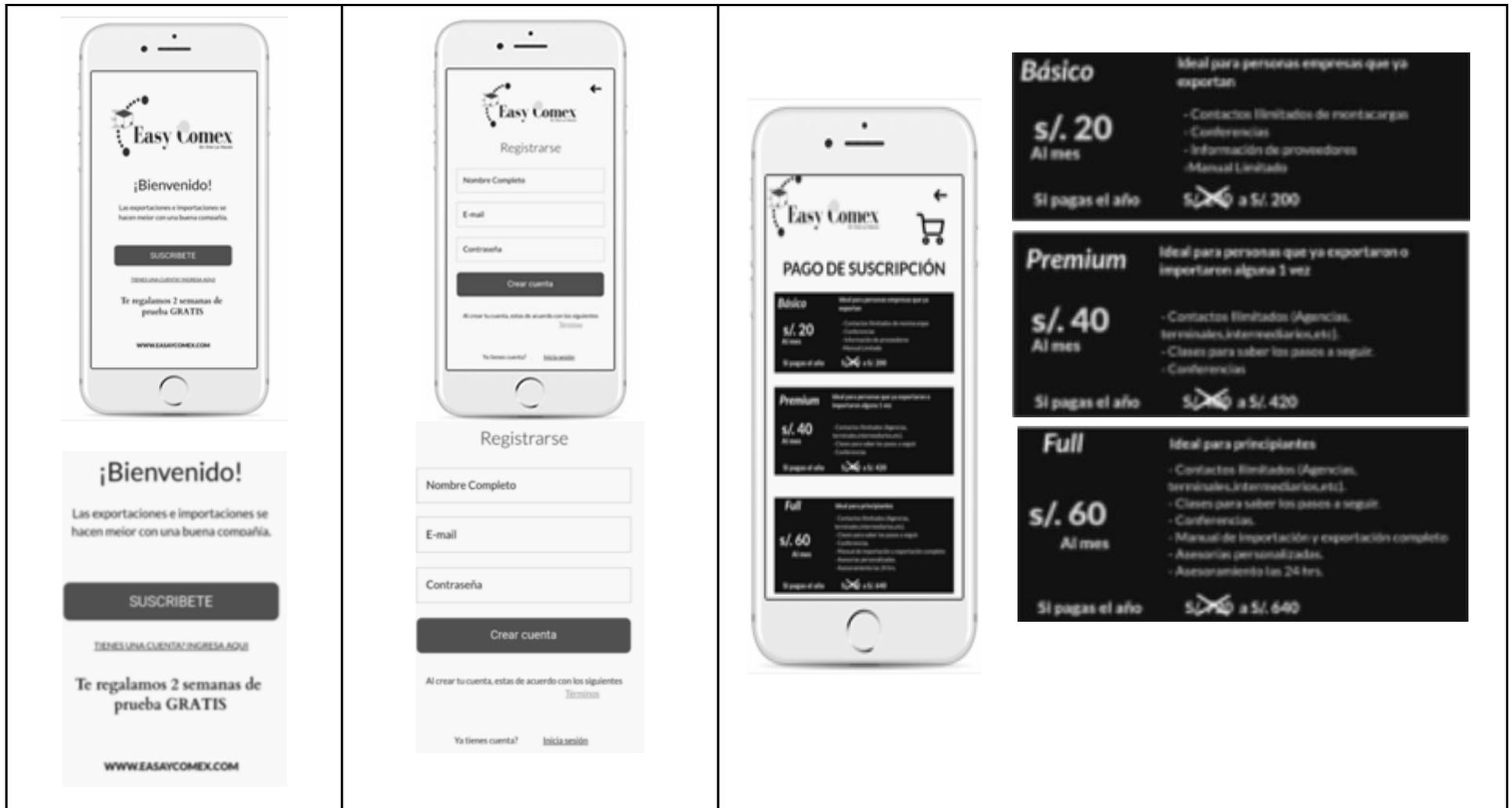
3R CORE / Agencia de marketing. (2021). 3rcore.com. Recuperado de: <https://3rcore.com>. [Consulta: 15 de mayo de 2022].

Urbania. (2022). *Alquiler de oficinas en San Borja*. Recuperado <https://urbania.pe/inmueble/alquiler-de-oficina-en-corpac-san-isidro-2-dormitorios-62609260> [Consulta: 11 de junio de 2022].

Zapata, C., Lucia, D., Coronado, H., Elena, M., Vargas, R., Amador, J., Novoa, S. (2017). *Proyecto de importación y comercialización de protectores axilares*. Recuperado de https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/623408/CHOCANO_ZD.pdf?sequence=5 [Consulta: 12 de junio de 2022]

12. ANEXOS

Anexo 1 Imágenes de Prototipo 0





Tipo de comercio
Importar

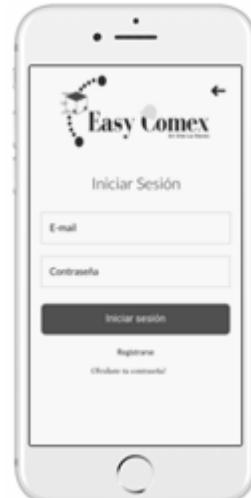
Producto de interés
Juguetes

País de origen
Perú

Departamento de origen
Lima

Provincia de origen
Lima

Distrito de origen
Miraflores



Iniciar Sesión

E-mail

Contraseña

Iniciar sesión

Regístrate
¿Olvidaste tu contraseña?



Restablezca su contraseña

Le enviaremos un correo electrónico con más instrucciones sobre cómo restablecer su contraseña

Email

Enviar



Tarjeta de credito o debito

Tipo de tarjeta

Número de tarjeta

Exp. Date CVV

Datos del titular

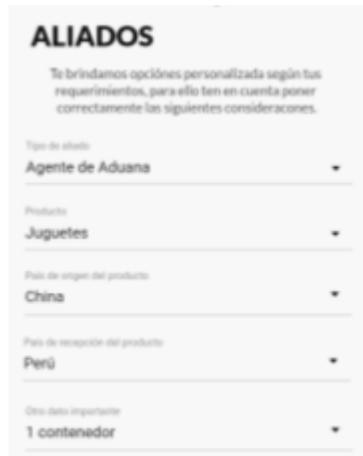
Nombre

Apellido

DNI

Correo electrónico

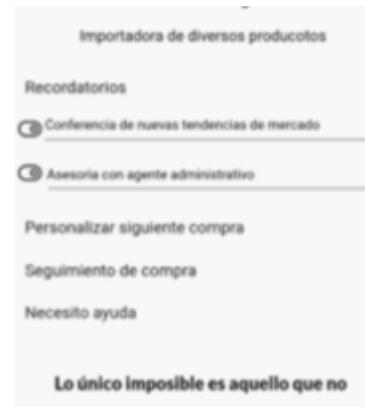
Paga aquí





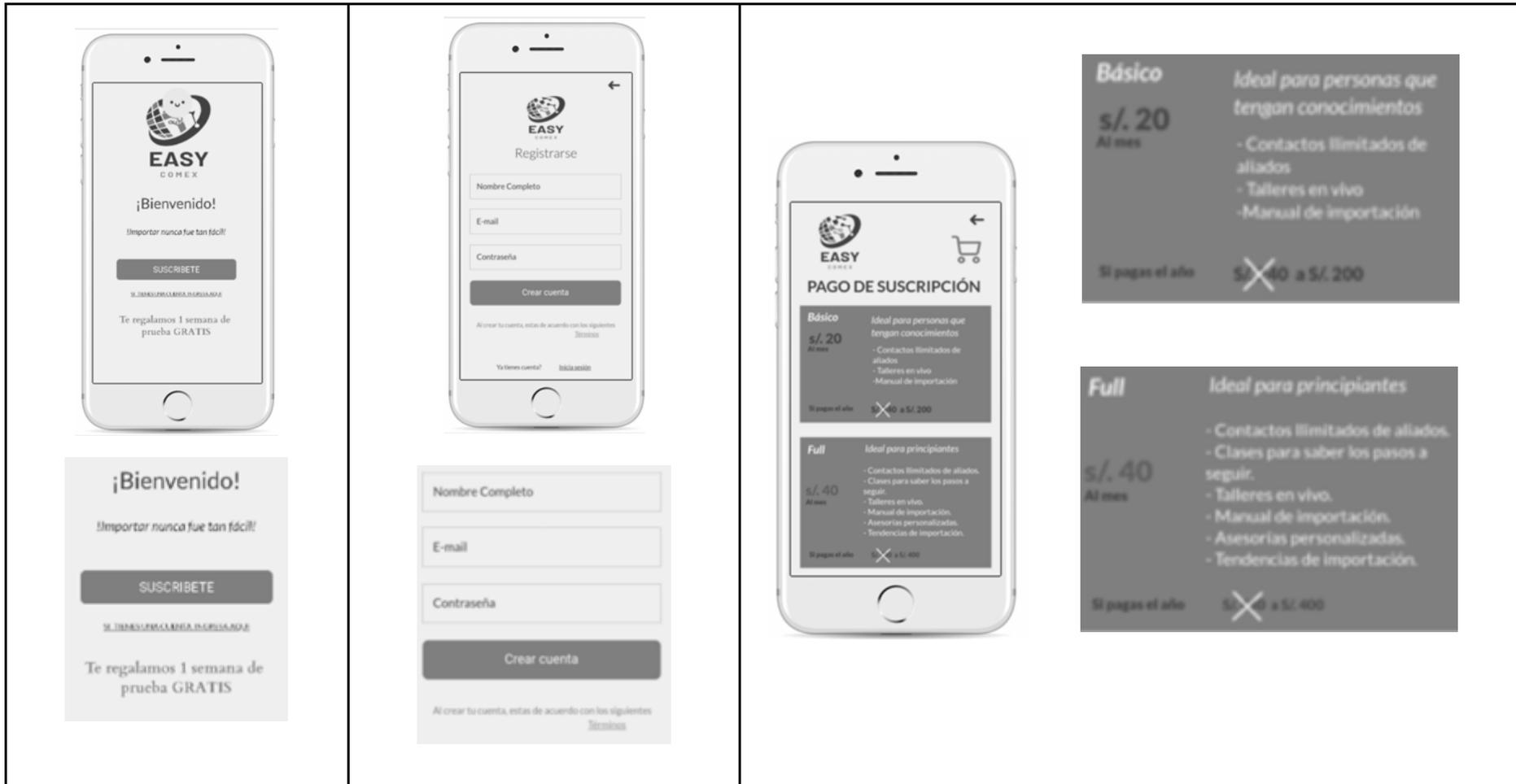
DATOS CURIOSOS

4 páginas chinas con mejores precios que ALIBABA, has clic en una de las imágenes para que veas las mejores novedades para ti.





Anexo 2 Imágenes de Prototipo 1





Personaliza tu perfil

Para brindarte la información detallada dependiendo de tus requerimientos.

Tipo de comercio
Importar

Producto de interés
Juguetes

País de origen
Perú

Departamento de origen
Lima

Provincia de origen
Lima

Distrito de origen
Miraflores



Iniciar Sesión

E-mail

Contraseña

Iniciar sesión

Registrarse
 ¿Olvidaste tu contraseña?

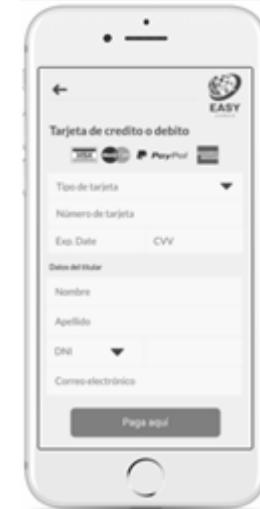


Restablezca su contraseña

Le enviaremos un correo electrónico con más instrucciones sobre cómo restablecer su contraseña

Email

Enviar



Tarjeta de credito o debito

VISA MasterCard PayPal American Express

Tipo de tarjeta

Número de tarjeta

Exp. Date CVV

Datos del titular

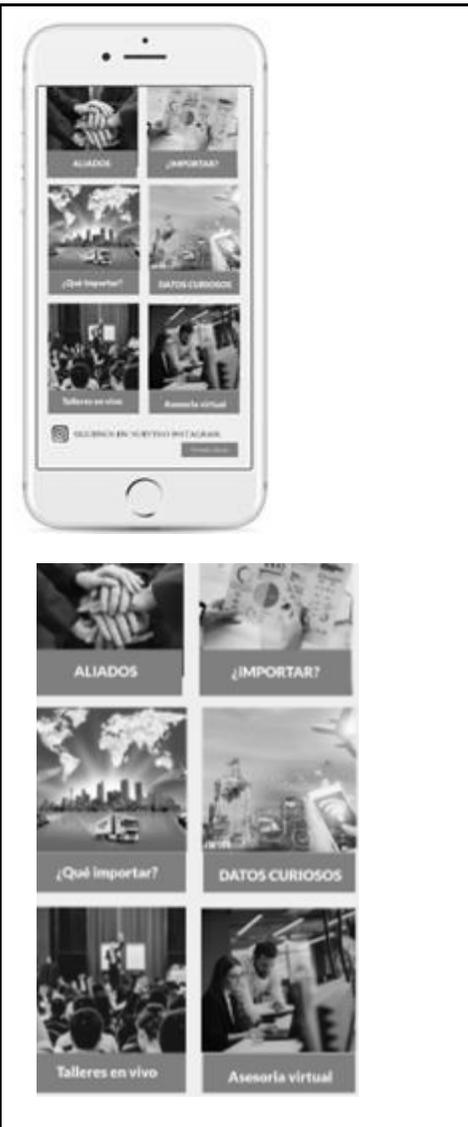
Nombre

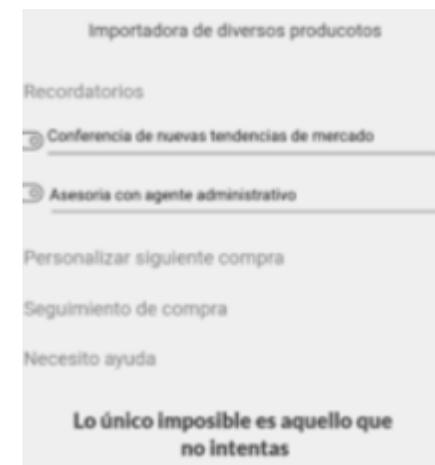
Apellido

DNI

Correo electrónico

Paga aquí



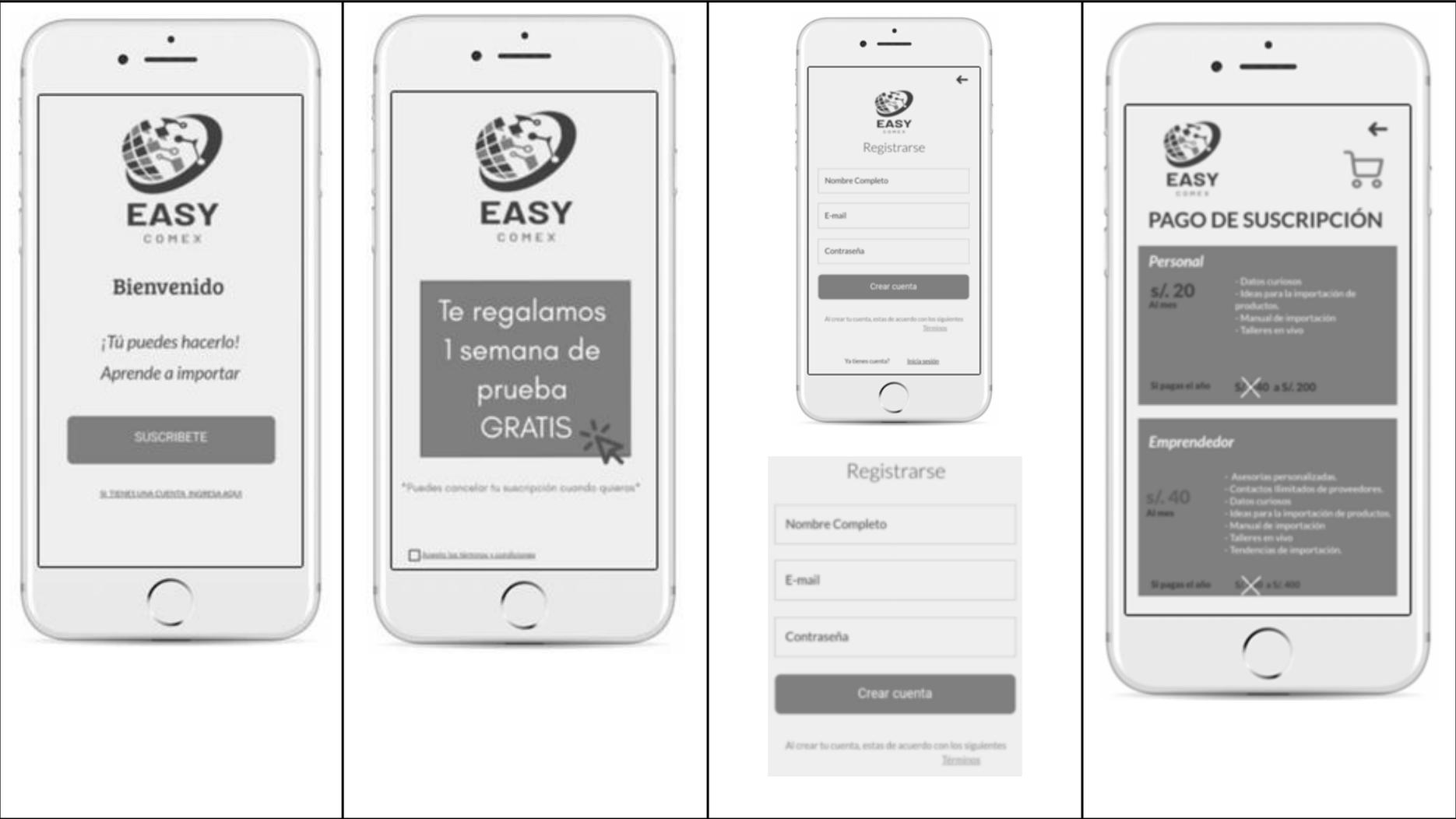


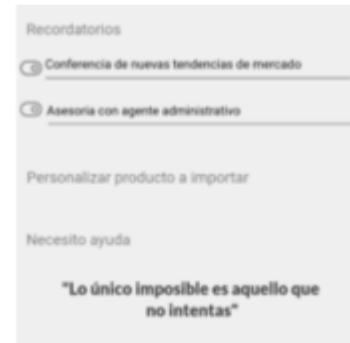
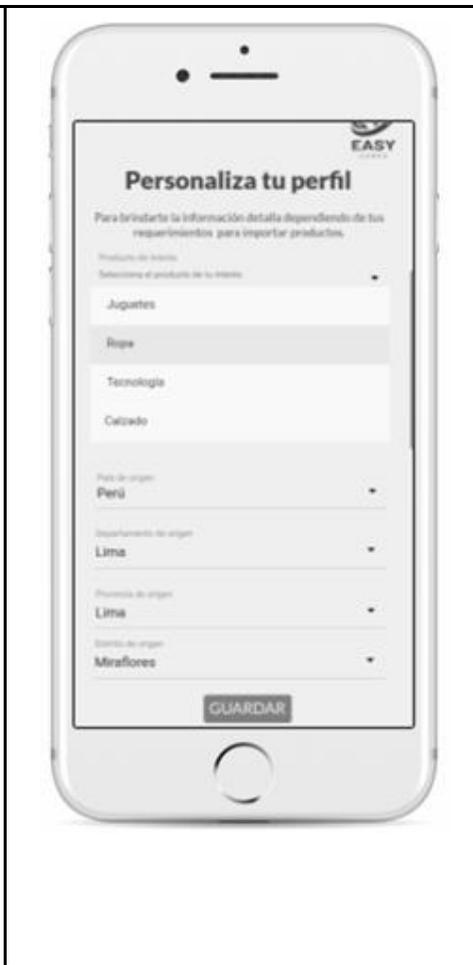


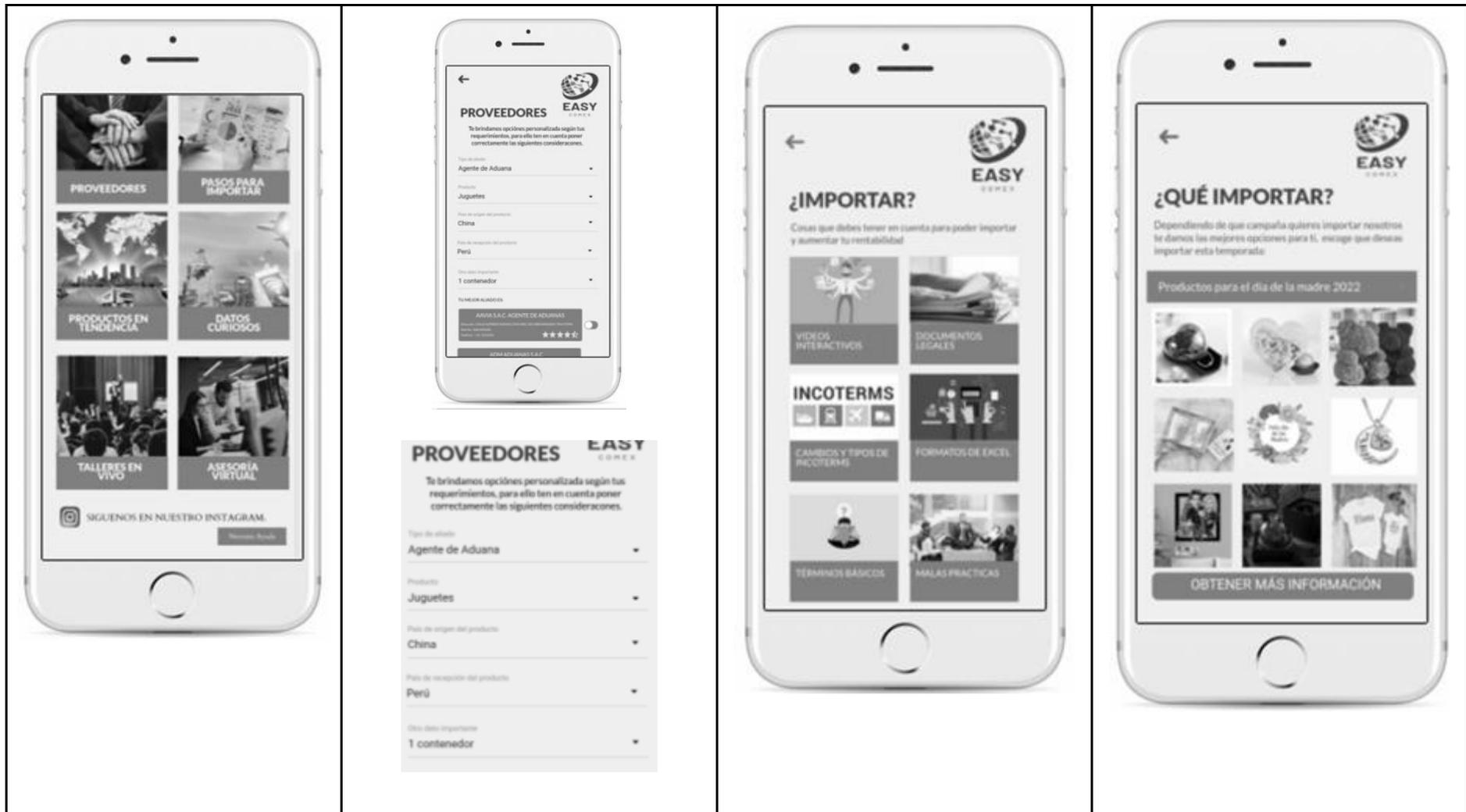


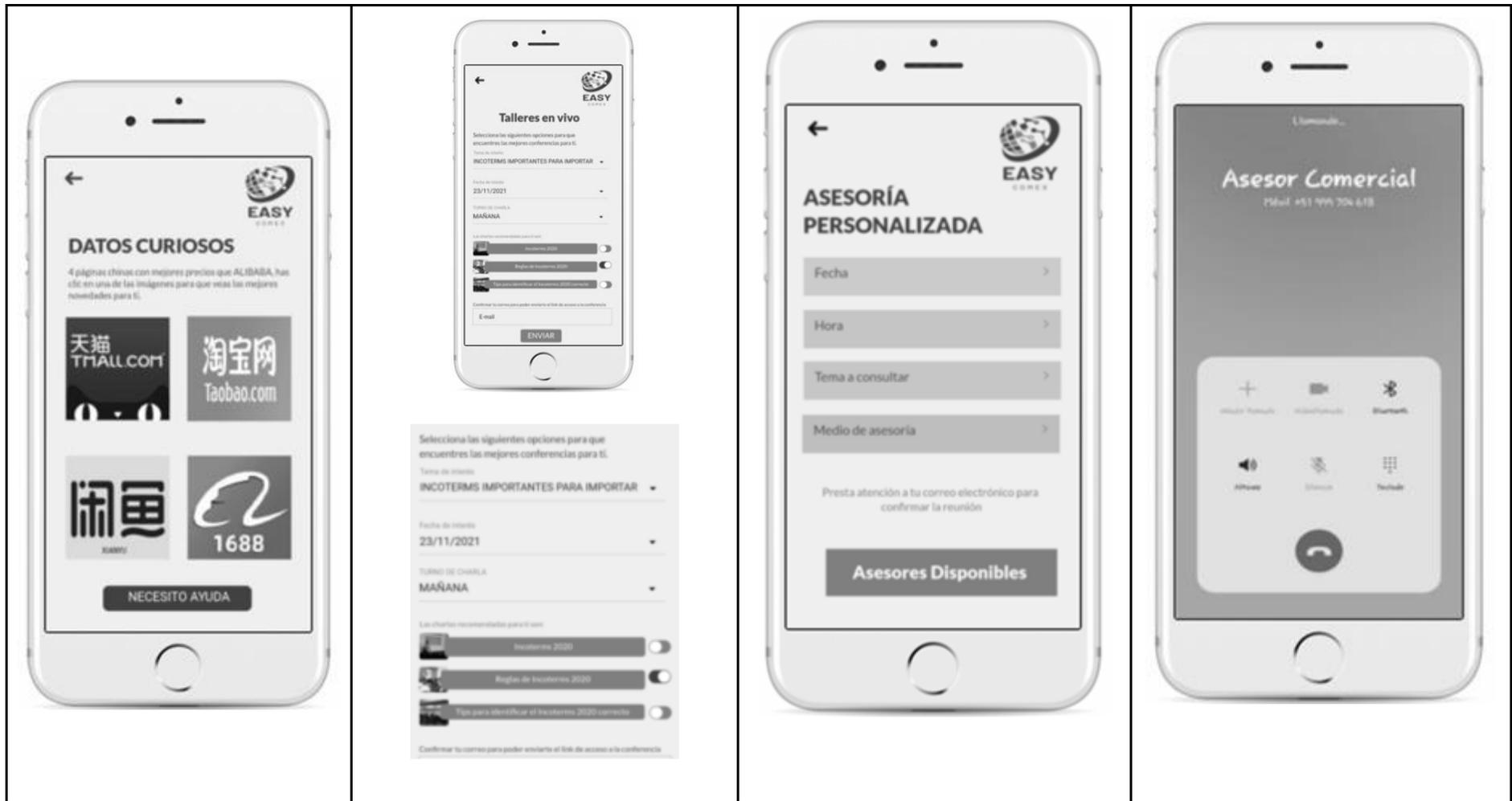


Anexo 3 Imágenes de Prototipo 3











Anexo 4 Guía de Preguntas Focus

- ¿Me comentan su nombre y su ocupación actual cada uno, por favor?
- ¿Qué transmite el logo del prototipo?
- ¿A qué relaciones los colores de la interfaz del aplicativo?
- Coméntame si alguna vez han importado ¿Les resultó fácil o difícil?
- ¿Las funciones de Easy Comex cumplen con tus expectativas?
- ¿Crees que el aplicativo es intuitivo y fácil de utilizar?
- ¿Qué opinas del medio de pago? ¿Qué otros medios agregarías?

Anexo 5 Guía De Preguntas Usuarios

Buenos días/tardes/noche, mi nombre es _____; estudiante del ____ ciclo de la carrera _____ de la UP. En principio quiero comentarte que esta entrevista es del curso de Emprendimiento; agradezco su participación en la investigación que estamos realizando.

Antes de comenzar, quiero comentarle que esta entrevista está siendo grabada con fines académicos.

- ¿Me comentas tu nombre y tu ocupación actual?
- Coméntame si has importado alguna vez. ¿Te resultó fácil o difícil?
- ¿Cuáles son los principales motivos por los que crees que algunas personas no compran mediante páginas extranjeras?
- ¿El prototipo que estás viendo ahora te resulta familiar para realizar comercio internacional?
- ¿Te gusta el diseño de la aplicación?
- ¿Consideras que es intuitivo y de fácil uso el prototipo? ¿Por qué?
- ¿El servicio de atención al cliente por qué medio te gustaría recibirlo?
- ¿Crees que el prototipo soluciona los motivos mencionados anteriormente por tu persona?

- ¿Coméntame si se deberían añadir más funciones?
- ¿Consideras que hay algo para mejorar respecto al prototipo?
- ¿De un puntaje del 1 al 10 qué tan satisfecho estás con el prototipo?

Anexo 6 Guión Entrevista A Expertos

Buenos días/tardes/noche, mi nombre es _____; estudiante del ____ ciclo de la carrera _____ de la UPC. En principio quiero comentarte que esta entrevista es del curso de Emprendimiento; agradezco su participación en la investigación que estamos realizando.

Antes de comenzar, quiero comentarle que esta entrevista está siendo grabada con fines académicos.

- ¿Qué tipo de servidor necesito para su correcta conectividad?
- ¿Se ve dinámica la aplicación? Que se añadiría
- ¿Cómo podría gestionar y organizar mi aplicación? Me refiero a toda la información que tengan los especialistas cuál es el proceso que se podría realizar para que esté en la aplicación
- ¿Cada cuanto se daría el mantenimiento de la aplicación?
- ¿La arquitectura de mi aplicación puede ser simple o compleja?
- ¿Cuánto me podría costar el desarrollo de mi aplicativo?
- ¿Qué es lo que necesito para integrar la pasarela de pago en mi aplicativo?

Anexo 7 Guión Entrevista A Expertos - Comercio Internacional

Buenos días/tardes/noche, mi nombre es _____; estudiante del ____ ciclo de la carrera _____ de la UPC. En principio quiero comentarte que esta entrevista es del curso de Emprendimiento; agradezco su participación en la investigación que estamos realizando.

Antes de comenzar, quiero comentarle que esta entrevista está siendo grabada con fines académicos.

Me podría brindar su nombre, ocupación y edad:

- ¿Cómo visualizas el sector de comercio internacional en el país?
- ¿Consideras que la pandemia impactó de manera positiva o negativa en el sector?
- En tus expertos, ¿cuáles son los temas más frecuentes en conferencias y talleres de comercio internacional?
- ¿Cuáles son las dudas con mayor frecuencia?
- ¿Consideras que el acceso a los cursos y talleres son accesibles?
- ¿Has sido partícipe de un evento de comercio internacional?, de ser sí nos podrías comentar tu experiencia

Anexo 8 Guión Entrevista A Agencia De Marketing

Buenos días/tardes/noche, mi nombre es _____; estudiante del ____ ciclo de la carrera _____ de la UPC. En principio quiero comentarte que esta entrevista es del curso de Emprendimiento; agradezco su participación en la investigación que estamos realizando.

Antes de comenzar, quiero comentarle que esta entrevista está siendo grabada con fines académicos.

Me podría brindar su nombre, ocupación y edad:

- ¿Cómo visualizas el desarrollo del marketing digital en el país?
- ¿Consideras que la pandemia impactó de manera positiva o negativa al sector?
- ¿Cuáles son las estrategias de marketing digital más frecuentes de los emprendimientos?
- ¿Qué acciones de marketing se utilizan para comunicar la correlación de la propuesta de valor y el precio del servicio?
- ¿Consideras que las empresas cuentan con un presupuesto de marketing digital?
- ¿Qué recomendaciones podrías brindar a las personas que están interesadas en emprender

Establezca un presupuesto para obtener los resultados deseados

Seleccionar una opción de presupuesto

Moneda:
sol peruano (PEN) ▼

PEN4.30 promedio diario · Máximo mensual: PEN131 ✓
Obtenga aproximadamente de 180 a 380 clics en el anuncio por mes



DÍA 1

Nace Publifácil, una nueva forma de anunciar en el grupo El Comercio desde S/100 mensuales

Se trata de un nuevo producto que permite anunciar en los medios digitales del grupo El Comercio. Es una plataforma enfocada -básicamente- en los pequeños y medianos negocios de nuestro país.



ÚLTIMAS NOTICIAS



★ Qatar 2022: ¿Cuánto puede crecer la inversión publicitaria con la clasificación de Perú?



★ Automóviles: ¿Cuáles

S/ 300 durante 30 días

Gasto total

7,900 - 21,000
Alcance estimado

Presupuesto

S/ 10 por día



Duración

30 días



S/ 120 durante 30 días

Gasto total

3,200 - 8,400
Alcance estimado

Presupuesto

S/ 4 por día



Duración

30 días



Seleccionar una opción de presupuesto Moneda:
sol peruano (PEN) ▾

PEN4.30 promedio diario · Máximo mensual: PEN131
Obtenga aproximadamente de 180 a 380 clics en el anuncio por mes

Recomendaciones para usted ⓘ
PEN11.80 promedio diario · Máximo mensual: PEN359 ✓
Obtenga aproximadamente de 510 a 1,030 clics en el anuncio por mes

PEN31.90 promedio diario · Máximo mensual: PEN970
Obtenga aproximadamente de 1,390 a 2,770 clics en el anuncio por mes

S/ 480 durante 30 días

Gasto total

13,000 - 33,000
Alcance estimado

Presupuesto

S/ 16 por día



Duración

Anexo 10

Flujo de caja año 1

AÑO 01															Total Año
Flujo de Caja Normal	Mes 0	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total Año	
Ingresos x Pronostico de Ventas	S/ 43,900	S/ 48,150	S/ 54,350	S/ 62,350	S/ 76,100	S/ 93,600	S/ 115,950	S/ 144,850	S/ 182,600	S/ 230,800	S/ 293,700	S/ 375,200	S/ 1,721,550		
Presupuesto de Recursos Humanos	S/ 14,507.58	S/ 14,507.58	S/ 14,507.58	S/ 14,507.58	S/ 15,525.51	S/ 14,507.58	S/ 16,727.96	S/ 14,507.58	S/ 14,507.58	S/ 14,507.58	S/ 15,525.51	S/ 16,727.96	S/ 180,567.61		
Presupuesto de Operaciones - Servicios Fijos	S/ 3,477.25	S/ 3,477.25	S/ 3,477.25	S/ 3,477.25	S/ 3,477.25	S/ 3,477.25	S/ 3,477.25	S/ 3,477.25	S/ 3,477.25	S/ 3,477.25	S/ 3,477.25	S/ 3,477.25	S/ 41,727.00		
G. Operativo- inversión	S/ 37,418.00	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -	S/ 37,418.00		
GASTOS DE VENTAS															
G. Ventas - Marketing	S/ 939.00	S/ 939.00	S/ 939.00	S/ 939.00	S/ 939.00	S/ 1,189.00	S/ 939.00	S/ 1,229.00	S/ 11,808.00						
GASTOS ADMINISTRATIVOS															
Gastos Preoperativos	S/ 19,684.99	0												S/ 19,684.99	
Pago de IGIV (18%)	S/ 7,902.00	S/ 8,667.00	S/ 9,783.00	S/ 11,223.00	S/ 13,698.00	S/ 16,848.00	S/ 20,871.00	S/ 26,073.00	S/ 32,868.00	S/ 41,544.00	S/ 52,866.00	S/ 67,536.00	S/ 309,879.00		
EBITDA	S/ 17,074	S/ 20,559	S/ 25,643	S/ 32,203	S/ 42,460	S/ 57,578	S/ 73,935	S/ 99,853	S/ 130,808	S/ 170,332	S/ 220,892	S/ 286,230	S/ 1,120,465		
Depreciación	S/ 483.95	S/ 483.95	S/ 483.95	S/ 483.95	S/ 483.95	S/ 483.95	S/ 483.95	S/ 483.95	S/ 483.95	S/ 483.95	S/ 483.95	S/ 483.95	S/ 5,807.46		
EBIT/ UTILIDAD OPERATIVA	S/ 16,590.21	S/ 20,075.21	S/ 25,159.21	S/ 31,719.21	S/ 41,976.29	S/ 57,094.21	S/ 73,450.84	S/ 99,369.21	S/ 130,324.21	S/ 169,848.21	S/ 220,408.29	S/ 285,745.84	S/ 1,114,658		
Impuesto a la Renta (29.5%)	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 328,824.09		
Depreciación	S/ 483.95	S/ 483.95	S/ 483.95	S/ 483.95	S/ 483.95	S/ 483.95	S/ 483.95	S/ 483.95	S/ 483.95	S/ 483.95	S/ 483.95	S/ 483.95	S/ 5,807.46		
UTILIDAD NETA	S/ 17,558	S/ 21,043	S/ 26,127	S/ 32,687	S/ 42,944	S/ 58,062	S/ 74,419	S/ 100,337	S/ 131,292	S/ 170,816	S/ 221,376	S/ 286,714	S/ 791,641		
Inversión Inicial	S/ 57,102.99														
FLUJO DE CAJA LIBRE	S/ 37,418.00	S/ 17,558.12	S/ 21,043.12	S/ 26,127.12	S/ 32,687.12	S/ 42,944.19	S/ 58,062.12	S/ 74,418.75	S/ 100,337.12	S/ 131,292.12	S/ 170,816.12	S/ 221,376.19	S/ 286,713.75	S/ 1,220,793.85	
FLUJO DE CAJA ACUMULADO	S/ 37,418.00	S/ 54,976.12	S/ 76,019.24	S/ 102,146.36	S/ 134,833.48	S/ 177,777.68	S/ 235,839.80	S/ 310,258.55	S/ 410,595.67	S/ 541,887.79	S/ 712,703.91	S/ 934,080.10	S/ 1,220,793.85	S/ 1,240,478.84	

Anexo 11

Flujo de caja año 2

AÑO 02

Flujo de Caja Normal	Mes0	Mes1	Mes 2	Mes 3	Mes4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total Año
INGRESOS														
Ingresos x Pronostico de Ventas	S/ 378,600	S/ 382,600	S/ 386,700	S/ 390,450	S/ 394,450	S/ 398,550	S/ 402,300	S/ 406,300	S/ 410,650	S/ 414,650	S/ 418,650	S/ 423,000	S/ 423,000	S/ 4,806,900
GASTOS OPERATIVOS														
Presupuesto de Recursos Humanos	S/ 15,958.34	S/ 15,958.34	S/ 15,958.34	S/ 15,958.34	S/ 17,078.06	S/ 15,958.34	S/ 18,378.95	S/ 15,958.34	S/ 15,958.34	S/ 15,958.34	S/ 17,078.06	S/ 18,378.95	S/ 18,378.95	S/ 198,580.76
Presupuesto de Operaciones - Servicios Fijos	S/ 3,477.25	S/ 41,727.00												
G. Operativo - Inversión	S/0.00													
GASTOS DE VENTAS														
G. Ventas - Marketing	S/ 431.00	S/ 1,031.00	S/ 431.00	S/ 531.00	S/ 431.00	S/ 531.00	S/ 931.00	S/ 531.00	S/ 431.00	S/ 531.00	S/ 1,181.00	S/ 821.00	S/ 821.00	S/ 7,812.00
G. Ventas - Comision de Ventas	S/0.00													
GASTOS ADMINISTRATIVOS														
Gastos Preoperativos	S/0.00													
Pago de IGV (18%)	S/68,148.00	S/68,868.00	S/69,606.00	S/70,281.00	S/71,001.00	S/71,739.00	S/72,414.00	S/73,134.00	S/73,917.00	S/74,637.00	S/75,357.00	S/76,140.00	S/76,140.00	S/865,242.00
EBITDA	S/290,585.41	S/293,265.41	S/297,227.41	S/300,202.41	S/302,462.69	S/306,844.41	S/307,098.80	S/313,199.41	S/316,866.41	S/320,046.41	S/321,556.69	S/324,182.80	S/324,182.80	S/3,693,538.24
Depreciacion	S/483.95	S/5,807.46												
EBII/ UTILIDAD OPERATIVA	S/290,101.45	S/292,781.45	S/296,743.45	S/299,718.45	S/301,978.73	S/306,360.45	S/306,614.85	S/312,715.45	S/316,382.45	S/319,562.45	S/321,072.73	S/323,698.85	S/323,698.85	S/3,687,730.78
Impuesto a la Renta (29.5%)-Pago año 01														S/1,087,880.58
Depreciacion	S/483.95	S/5,807.46												
UTILIDAD NETA	S/290,585.41	S/293,265.41	S/297,227.41	S/300,202.41	S/302,462.69	S/306,844.41	S/307,098.80	S/313,199.41	S/316,866.41	S/320,046.41	S/321,556.69	S/324,182.80	S/324,182.80	S/2,605,657.66
Inversion Inicial														
Resultados Periodo Anterior	S/ 1,240,478.84													
FLUJO DE CAJA LIBRE	S/290,585.41	S/293,265.41	S/297,227.41	S/300,202.41	S/302,462.69	S/306,844.41	S/307,098.80	S/313,199.41	S/316,866.41	S/320,046.41	S/321,556.69	S/324,182.80	S/324,182.80	S/3,693,538.24
FLUJO DE CAJA ACUMULADO	S/1,531,064.25	S/1,824,329.65	S/2,121,557.06	S/2,421,759.47	S/2,724,222.16	S/3,031,066.57	S/3,338,165.37	S/3,651,364.77	S/3,968,231.18	S/4,288,277.59	S/4,609,834.28	S/4,934,017.08	S/4,934,017.08	S/4,934,017.08

Anexo 12

Flujo de caja año 3

AÑO 03

Flujo de Caja Normal	Mes0	Mes1	Mes 2	Mes 3	Mes4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total Año														
INGRESOS																												
Ingresos x Pronostico de Ventas	S/	427,000	S/	431,000	S/	435,600	S/	439,950	S/	444,900	S/	449,250	S/	453,850	S/	458,450	S/	463,050	S/	467,650	S/	472,250	S/	476,850	S/	5,419,800		
GASTOS OPERATIVOS																												
Presupuesto de Recursos Humanos		S/ 17,554.18		S/ 17,554.18		S/ 17,554.18		S/ 17,554.18		S/ 18,785.87		S/ 17,554.18		S/ 20,195.04		S/ 17,554.18		S/ 17,554.18		S/ 17,554.18		S/ 18,785.87		S/ 20,195.04		S/ 218,395.23		
Presupuesto de Operaciones - Servicios Fijos		S/3,477.25		S/3,477.25		S/41,727.00																						
G. Operativo - Inversión	S/	-	S/	-	-																							
GASTOS DE VENTAS																												
G. Ventas - Marketing		S/251.00		S/751.00		S/251.00		S/435.00		S/251.00		S/251.00		S/751.00		S/435.24		S/251.00		S/251.00		S/1,001.00		S/725.24		S/5,604.48		
G. Ventas - Comision de Ventas		S/0.00		S/0.00																								
GASTOS ADMINISTRATIVOS																												
Gastos Preoperativos	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00																								
Pago de IGV (18%)		S/76,860.00		S/77,580.00		S/78,408.00		S/79,191.00		S/80,082.00		S/80,865.00		S/81,693.00		S/82,521.00		S/83,349.00		S/84,177.00		S/85,005.00		S/85,833.00		S/86,661.00		S/975,564.00
EBITDA	S/	328,858	S/	331,638	S/	335,910	S/	339,293	S/	342,304	S/	347,103	S/	347,734	S/	354,462	S/	358,419	S/	362,191	S/	363,981	S/	366,619	S/	4,178,509		
Depreciación	S/	483.95	S/	483.95	S/	5,807.46																						
EBIT/ UTILIDAD OPERATIVA	S/	328,374	S/	331,154	S/	335,426	S/	338,809	S/	341,820	S/	346,619	S/	347,250	S/	353,978	S/	357,935	S/	361,707	S/	363,497	S/	366,136	S/	4,172,702		
Impuesto a la Renta (29.5%) - Pago año 02		S/1,089,593.78		S/0.00		S/1,230,947.04																						
Depreciación		S/483.95		S/483.95		S/5,807.46																						
UTILIDAD NETA	-S/	760,252	S/	332,122	S/	336,394	S/	339,777	S/	342,788	S/	347,587	S/	348,218	S/	354,946	S/	358,903	S/	362,675	S/	364,465	S/	367,103	S/	2,947,562		
Resultados Periodo Anterior		S/4,934,017.08																										
FLUJO DE CAJA LIBRE	-S/	760,252	S/	332,122	S/	336,394	S/	339,777	S/	342,788	S/	347,587	S/	348,218	S/	354,946	S/	358,903	S/	362,675	S/	364,465	S/	367,103	S/	3,094,722.97		
FLUJO DE CAJA ACUMULADO		S/4,173,764.83		S/4,505,886.35		S/4,842,279.88		S/5,182,056.41		S/5,524,844.25		S/5,872,430.78		S/6,220,648.44		S/6,575,594.73		S/6,934,497.26		S/7,297,171.79		S/7,661,636.62		S/8,028,740.05		S/ 8,028,740		