



UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS

FACULTAD DE NEGOCIOS

PROGRAMA ACADÉMICO DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

Proyecto de desarrollo e implementación basado en la creación de una plataforma web que permite realizar cotizaciones internacionales para pymes en Lima Metropolitana 2022

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Para optar el grado de bachiller en Administración y Negocios Internacionales

AUTORES

Condo Acevedo, Sebastian Alexis	0000-0003-4568-3696
Hidalgo Calderón, Javier Eduardo	0000-0002-5406-0207
Mamani Mamani, Fiorella Carolay	0000-0001-8538-6798
Ramírez Rodríguez, Claudio Francesco	0000-0002-5028-0704
Villaverde Horruitiner, Claudia Antonella	0000-0003-4676-6151

ASESOR

Lizarzaburu Bolaños, Juan Carlos Orlando	0000-0001-6617-6162
--	---------------------

20 de junio de 2022

Dedicatoria

Nuestro trabajo de investigación está dedicado a nuestros padres por habernos otorgado una educación de primera que han estado apoyándonos a lo largo de nuestra vida universitaria, para llegar a ser profesionales que requiere nuestro país. En mención especial a Yolanda Acevedo, Hipolito Condo, Elisa Calderón, Luis Hidalgo, Liliana Horruitiner, Pablo Mamani, Silvia Mamani, Yvan Ramirez, , Rosario Rodriguez.

Agradecimientos

Un total agradecimiento a nuestros padres y familia en general por habernos inculcado desde la infancia que el estudio y los valores son lo más importante para una persona y por habernos formado de manera adecuada para enfrentar los desafíos de la vida.

De igual manera agradecer los sabios consejos y asesorías de nuestro asesor Juan Lizarzaburu y nuestra alma mater la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas por formarnos como profesionales de calidad.

Resumen

El presente trabajo trata acerca de una solución a los problemas en la entrega de cotizaciones internacionales. Se brinda la solución COTIFAST, una plataforma web y aplicativo con la finalidad de reducir los tiempos en las cotizaciones para importaciones y exportaciones. Esta nueva modalidad permite a los usuarios poder ingresar los datos de su mercancía y poder obtener una cotización. Esta solución es de gran ayuda, ya que permite tener información en solo minutos, evitando los periodos largos de tiempo de tardanza en otras modalidades.

Para el desarrollo del presente trabajo de investigación se realizaron diversos experimentos en el cual se realizaron entrevistas a expertos y entrevistas a personas del público objetivo. Seguidamente, se utilizó el modelo del Business Model Canvas para poder crear un perfil del usuario y reconocer la estructura de nuestro proyecto, luego de ello se hicieron validaciones de solución y del modelo de negocio.

Para finalizar, se ejecutó nuestro plan concierge y la simulación de ventas ya desarrollado, en este estudio se logra distinguir el número de usuarios que están dispuestos a pagar por el servicio de nuestras suscripciones brindadas, por lo cual concretaron algunas ventas del proyecto, estas ventas fueron empleadas para el plan financiero en el que se puede concluir mediante todo el estudio que el proyecto es viable.

Palabras claves: Cotización, exportación, plataforma virtual, comercio internacional, importación, confiabilidad, competitividad.

Abstract

The present work deals with a solution to the problems in the delivery of international quotes. The COTIFAST solution is provided, a web platform and application with the purpose of reducing the times in the quotes for imports and exports. This new modality allows users to enter the data of their merchandise and obtain a quote. This solution is of great help, since it allows information to be obtained in just minutes, avoiding long periods of delay in other modalities.

For the development of this research work, various experiments were carried out in which interviews were conducted with experts and interviews with people from the target audience. Next, the Business Model Canvas model was used to create a user profile and recognize the structure of our project, after which validations of the solution and the business model were made.

Finally, our concierge plan and the simulation of sales already developed were executed, in this study it is possible to distinguish the number of users who are willing to pay for the service of our subscriptions provided, for which they made some sales of the project, these sales They were used for the financial plan in which it can be concluded through the entire study that the project is viable.

Keywords: Quotation, export, virtual platform, international trade, import, reliability competitiveness.

Tabla de contenido

1. DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO ESCOGIDA	9
2. VALIDACIÓN DEL PROBLEMA	10
2.1. Breve explicación del problema que se espera resolver	10
2.2. Diseño y guía de entrevistas de exploración	10
2.3. Resultados obtenidos	12
2.4. Análisis y aprendizajes	32
2.5. Sustentación de la validación del problema	32
3. VALUE PROPOSITION CANVAS	34
3.1. Perfil del cliente	34
3.2. Mapa de valor	35
3.3. Encaje	36
3.4. Descripción de la propuesta de valor	36
3.5. Identificación de elementos diferenciales (versus competidores)	37
4. BUSINESS MODEL CANVAS	37
4.1. BMC	37
4.2. Desarrollo y sustento de cuadrantes	38
5. VALIDACIÓN DE LA SOLUCIÓN	43
5.1 Experimento 1	43
5.1.1. Objetivo del experimento	43
5.1.2. Diseño y desarrollo del experimento	43
5.1.3. Resultados	45
5.1.4. Análisis	52
5.1.5. Aprendizajes	53
5.1.6. Sustentación de las validaciones (enlaces, audios, videos, imágenes)	54
5.2. Experimento 2	55
5.2.1. Objetivo	55
5.2.2. Diseño y desarrollo	55
5.2.3. Resultados	57
5.2.4. Análisis	64
5.2.5. Aprendizajes	65
5.2.6. Sustentación de las validaciones (enlaces, audios, videos, imágenes, etc.)	67
5.3 Experimento 3	67
5.3.1. Objetivo	67
5.3.2. Diseño y desarrollo	67
5.3.3. Resultado	67
5.3.4. Análisis	68
5.3.5. Aprendizaje	69
5.3.6. Sustentación de las validaciones (enlaces, audios, videos, imágenes, etc.)	69

6. VALIDACIÓN MODELO DE NEGOCIO	69
6.1. Experimento 1	69
6.1.1. Objetivo	69
6.1.2. Diseño y desarrollo	70
6.1.3. Resultados	71
6.1.4. Análisis	78
6.1.5. Aprendizajes	79
6.1.6. Sustentación de la validación (enlaces, audios, videos,imagenes)	80
6.2 Experimento 1 (repetición)	80
6.2.1. Objetivo	80
6.2.2. Diseño y desarrollo	81
6.2.3. Resultados	81
6.2.4. Análisis	88
6.2.5. Aprendizajes	89
6.2.6. Sustentación de la validación (enlaces, audios, videos, imágenes)	89
6.3. Experimento 2	90
6.3.1. Objetivo	90
6.3.2. Diseño y desarrollo	90
6.3.3. Resultados	91
6.3.4. Análisis	92
6.3.5. Aprendizajes	93
6.3.6. Sustentación de la validación (enlaces, audios, videos)	93
6.4. Experimento 2 (repetición)	93
6.4.1. Objetivo	93
6.4.2. Diseño y desarrollo	94
6.4.3. Resultados	95
6.4.4. Análisis	95
6.4.5. Aprendizajes	96
6.4.6. Sustentación de la validación (enlaces, audios, videos)	96
6.5 Experimento 3	97
6.5.1. Objetivo	97
6.5.2. Diseño y desarrollo	98
6.5.3. Resultados	99
6.5.4. Análisis	99
6.5.5. Aprendizajes	100
6.5.6. Sustentación de la validación (enlaces, audios, videos o imágenes)	100
6.6 Experimento 3 (repetición)	101
6.6.1. Objetivo	101
6.6.2. Diseño y desarrollo	102
6.6.3. Resultados	103
6.6.4. Análisis	103
6.6.5. Aprendizajes	104
6.6.6. Sustentación de la validación (enlaces, audios, videos o imágenes)	104
6.7. Experimento 4	105

6.7.1. Objetivo	105
6.7.2. Diseño y desarrollo	106
6.7.3. Resultados	106
6.7.4. Análisis	107
6.7.5. Aprendizajes	108
6.7.6. Sustentación de la validación (enlaces, audios, videos o imágenes)	109
6.8. Experimento 4 (repetición)	110
6.8.1. Objetivo	110
6.8.2. Diseño y desarrollo	111
6.8.3. Resultados	111
6.8.4. Análisis	112
6.8.5. Aprendizajes	113
6.8.6. Sustentación de la validación (enlaces, audios, videos o imágenes)	113
7. PLAN DE EJECUCIÓN DE CONCIERGE Y SIMULACIÓN DE VENTAS	114
7.1. Experimento 1	114
7.1.1 Objetivo	114
7.1.2 Diseño y desarrollo	115
7.1.3 Resultados	116
7.1.4 Análisis	116
7.1.5 Aprendizajes	117
7.1.6 Sustentación de la validación (enlaces, audios, videos o imágenes)	117
7.2. Experimento 2	119
7.2.1 Objetivo	119
7.2.2 Diseño y desarrollo	119
7.2.3 Resultados	120
7.2.4 Análisis	122
7.2.5 Aprendizajes	123
7.2.6 Sustentación de la validación (enlaces, audios, videos o imágenes)	124
7.3 Experimento 3	124
7.3.1 Objetivo	124
7.3.2 Diseño y desarrollo	125
7.3.3 Resultados	126
7.3.4 Análisis	126
7.3.5 Aprendizajes	127
7.3.6 Sustentación de la validación (enlaces, audios, videos o imágenes)	128
7.4 Experimento 4	130
7.4.1 Objetivo	131
7.4.2 Diseño y desarrollo	131
7.4.3 Resultados	132
7.4.4 Análisis	132
7.4.5 Aprendizajes	133
7.4.6 Sustentación de la validación (enlaces, audios, videos o imágenes)	133
7.5 Experimento 5	134
7.5.1 Objetivo	135

7.5.2 Diseño y desarrollo	135
7.4.3 Resultados	136
7.5.4 Análisis	136
7.5.5 Aprendizajes	137
7.4.6 Sustentación de la validación (enlaces, audios, videos o imágenes)	137
7.5 Aprendizajes y conclusiones de los experimentos	140
7.6 Estrategias de fidelización	141
8. PLAN DE MARKETING	142
9. PLAN FINANCIERO	145
9.1 Proyección de ventas	145
9.2 Inversión inicial y presupuesto	146
9.3 Flujo de caja	150
9.4 Indicadores financieros	153
9.5 Análisis financiero y viabilidad del proyecto	154
9.6 Financiamiento de distintas etapas del proyecto	155
10. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	157
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	158
ANEXOS	161

1. DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO ESCOGIDA

En primer lugar, iniciar explicando que la idea para este negocio surgió de la propia experiencia de los integrantes en este grupo al realizar pedidos de cotizaciones detallados a agencias aduaneras y carga para el desarrollo de nuestros proyectos en la universidad. Sin embargo, más de un 90% de las agencias que contactamos en su momento, realizaron su cotización de servicios luego de haber presentado nuestro proyecto en un periodo de retraso de dos semanas. Asimismo, las anécdotas de profesores contando como su jefe en la empresa exportadora en la que trabajaba había provocado pérdidas económicas para el negocio al cometer un error en la cotización internacional de sus productos.

De esta forma, encontramos una oportunidad de negocio a través del modelo B2B, al ofrecer un servicio de tercerización digital en sus operaciones de cotizaciones para los agentes (Empresas medianas y pequeñas “*pymes*” exportadoras, asociaciones de exportadores y organizaciones gubernamentales), las cuales, necesitan de operaciones de cotización internacional para sus productos o servicios como base fundamental e inicial de negociaciones con potenciales compradores o vendedores del exterior.

Por tal razón, para la fase inicial de nuestro negocio empezaremos con un target de empresas medianas y pequeñas “*pymes*” con operaciones de exportación e importación, donde nuestra Plataforma y App trabajaran como una mejor forma para cotizar de manera completa, directa, personalizada y menos costosa operaciones de compra-venta internacional (exportación o importación). Además, de su flexibilidad para trabajar en función de los diversos Incoterms® 2020, esto se debe, a que en el proceso de negociación entre las partes, los términos y condiciones van cambiando dependiendo de los contextos planteados.

Asimismo, en su inicio operará en función a una base de datos conseguido en asociación clave con empresas de este rubro pioneras junto con nosotros en este modelo de negocio, estas empresas (Agencias aduaneras y de carga, agencias de seguros, navieras y aerolíneas, bancos y cajas, entre

otros), complementada con información obtenida de sus páginas web corporativas, los cuales, deberán proveernos de *data* en costos logísticos, gastos de importación y exportación, transporte inland nacional y extranjero, flete internacional, seguro, costos operativos y tributarios en procesos de desaduanaje y aduanaje de las mercancías, entre otros. Cabe resaltar, como se explicó anteriormente, todo ejecutado en base al Incoterms® 2020 seleccionado.

Por último, una vez identificada nuestra potencial idea de negocio, debemos validar el problema a través de las entrevistas a profundidad con nuestro target de usuarios y expertos del sector.

2. VALIDACIÓN DEL PROBLEMA

2.1. Breve explicación del problema que se espera resolver

En definitiva, el grupo de investigación busca solucionar el problema de ineficientes cotizaciones de operaciones internacionales (Exportación e Importación) para las empresas pequeñas y medianas (pymes), las cuales, se mantienen en continuas negociaciones con compradores y vendedores internacionales que no pueden ser pausadas por la espera de cotizaciones externas a ellos en materia de costos como los son el flete, seguro de la carga, costos inland de transporte, gestión aduanera, entre otros más, los cuales, deben ser incorporados al precio de su oferta internacional final sin perjudicarlos competitivamente y económicamente.

2.2. Diseño y guía de entrevistas de exploración

Descripción del experimento: Para efectuar las entrevistas se desarrollaron diversas preguntas que ayudarán a entender más sobre a reunir información de usuarios y expertos para poder llevar a cabo la elaboración de nuestro prototipo.

Fecha: Desde el 18 de abril hasta el 24 de abril.

Duración: En su mayoría las entrevistas tendrán una duración entre 5-10 min promedio

Método: Entrevista a posibles futuros usuarios y expertos

Métrica: Recopilación de información proporcionada por los usuarios el cual se analizaran en mallas receptoras de información.

Guía de preguntas a usuarios:

1. ¿Ha realizado alguna vez alguna exportación o importación?
2. ¿Qué es lo que más le pareció tedioso al solicitar una cotización de compra-venta internacional?
3. ¿Cuánto tiempo en promedio se demora en recibir una cotización de compra-venta internacional?
4. ¿Qué tan seguido recibe una cotización en un plazo mayor al esperado?
5. ¿Qué consecuencias produce en el funcionamiento de su negocio un proceso ineficiente de cotizaciones?
6. ¿Alguna vez sufrió una pérdida de clientes al no recibir una cotización o ha sufrido pérdida económica de su negocio por error humano cometido?
7. ¿Cómo resuelve actualmente un servicio ineficaz de cotizaciones internacionales?
8. Desde su perspectiva ¿Cuál sería el proceso ideal al realizar un pedido de cotización para operaciones internacionales?

Guía de preguntas a expertos:

1. En el sector de comercio internacional, ¿Cómo se están llevando a cabo las cotizaciones de compra-venta para operaciones de exportación e importación?
2. ¿Cómo están resolviendo los usuarios de negocios internacionales los ineficientes servicios de cotizaciones en operaciones de compra-venta internacional, en materia de costos, tiempo y atención?
3. En su opinión, ¿Cómo evolucionará el sector de comercio internacional peruano respecto a la transformación digital en el futuro?
4. Dentro de los factores externos incontrolables por la empresa ¿Cuáles son los

riesgos para el sector de comercio internacional en Perú?

5. Por último, ¿Cómo sería para usted el proceso ideal para solicitar una cotización internacional?

2.3. Resultados obtenidos

A. Entrevista a usuarios:

Entrevista de validación del problema:	01
Tipo de entrevistado	Usuario
Nombre y apellido del entrevistado	Luz Sillo Apaza

Registro y hallazgos:

Actualmente, Luz es una estudiante de la carrera de Ingeniería civil, ella indica que comenzó a importar después de la pandemia como productos electrónicos , productos básicos de maquillaje y ropas. Relata que anteriormente no tuvo problemas al pedir una cotización de transporte internacional, sin embargo, desde principios del año usualmente la agencia de carga con la que trabajaba tardaban en responder los correos después de tres días.

Asimismo, cuenta que ha llegado a perder un pedido de provincia debido a que no le llegaba a tiempo la cotización de transporte marítimo y, por ende, no le llegaría a tiempo el contenedor que tenía previsto llegar al Perú. Destaca que sería beneficioso que existiera alguna plataforma que ayude a brindar una cotización de transporte rápidamente, ya que optimizará tiempo y dinero.

Finalmente, enfatiza que la falta de comunicación en tiempo real con transportistas que realizan los despachos y el manejo inadecuado de información histórica del proceso de entregas causan pérdidas muy significativas a los pequeños importadores.

Entrevista de validación del problema:	02
---	----

Tipo de entrevistado Usuario

Nombre y apellido del entrevistado Mack Quispe

Registro y hallazgos:

Mack es un docente que cuenta con una pequeña empresa de importación en el cual indica que realiza sus pedidos mediante la aplicación Alibaba ya que usualmente en la plataforma se encuentran empresas mayoristas chinas, de igual manera, alega que como solicita pedidos pequeños suele contratar una empresa courier, para el caso de Mack recomienda traer la mercadería por DHL resaltando que los fletes y desaduanaje son más caros, no obstante, son muy eficientes en el envío de mercadería. Asimismo, relata que en una ocasión una proveedora le había indicado que el flete de la carga era \$200, sin embargo, días después le comunicó que el precio era más de lo que se había acordado, lo cual le causó un mal costeo de importación, eso le produjo gastar dinero y tiempo.

Por último, resalta que si uno se dedica a la importación de productos lo principal es ahorrarse el tiempo para seguir comprando y tener una cotización de transporte eficaz y rápida.

Entrevista de validación del problema: 03

Tipo de entrevistado Usuario

Nombre y apellido del entrevistado Luana Mantilla

Registro y hallazgos:

La señorita Luana cuenta con un emprendimiento de negocio que se dedica a la importación de calzados y zapatillas, comentaba que posee solo un proveedor de estos productos y que frecuentemente tal proveedor se encarga de realizar la cotización y no tenía que perder tiempo por eso, no obstante, ahora debido a la coyuntura el empresario chino limitó esta facilidad.

También, manifiesta que existen diversas agencia de carga internacional que pueden realizarte tu cotización de carga, sin embargo, para contar con una se deben de mandar correos con toda la información de la carga, lo cual es engorroso para un importador o exportador, debido a que le urge disponer de una cotización lo más rápido posible, para añadir según la percepción de Luana generalmente estas agencias brindan las cotización rápidamente cuando se las piden empresas grandes y no hace lo mismo con pequeñas o medianas empresas.

Enfatiza que sería conveniente que exista una plataforma o aplicación que brinde cotizaciones de carga de manera rápida y fácil de emplear sobre todo para los que comienzan en la importación o exportación.

Entrevista de validación del problema:	04
Tipo de entrevistado	Usuario
Nombre y apellido del entrevistado	David del Valle

Registro y hallazgos:

David indica que un proceso lento de operaciones de cotización entre empresa nacional y extranjera por el traspaso de información, quita dinamismo de proyectos de negocio, ya que, luego de recibir cotización uno debe iniciar con base a esto, la elaboración del proyecto general junto con otros costos operativos.

Además, destaca que los empresarios han normalizado una alta demora de estos procesos, asumiendo que sólo se excede el tiempo de estas operaciones cuando la entrega de cotizaciones

supera el promedio de 3 días laborables. Hoy mucho más que antes, cada día dentro la operación es vital y fundamental para la vida de un proyecto de comercio internacional, ya sea, por factores de incertidumbre económicos y políticos, pueden afectar a la rentabilidad y oportunidad de negocio.

El acceso inmediato y directo a diversa información comprometida en una operación internacional y solicitada de forma virtual, simplificando procesos produciría una mejora en tiempos vital. “Mientras más rápida la operación internacional, mucho mejor para el negocio”.

Entrevista de validación del problema: 05

Tipo de entrevistado Usuario

Nombre y apellido del entrevistado Raúl Espinoza Gimenez

Registro y hallazgos:

El entrevistado indicó que le causa demasiada incertidumbre cuando se demoran en enviar las respuestas, ya que no está completamente seguro de que la alternativa que eligió es la mejor. Mencionó que en diversas ocasiones no han recibido respuesta alguna y como consecuencia a dicha situación se han visto con la obligación de retrasar el proceso de negociación con sus clientes.

Asimismo, comentó que los retrasa en el desarrollo de estrategias para ofrecer precios competitivos, ya que para lograrlo se deben tener en cuenta los costos con los que se trabajara y sin dicha información no se podrá brindar un precio final. De igual manera, Raul menciona que estaría dispuesto a probar cualquier tipo de ayuda tecnológica que le brinde la posibilidad de ahorrar tiempo con los procesos. Se debe tener siempre presente los diversos cambios que puedan ocurrir en el entorno externo durante la espera de los resultados solicitados.

Entrevista de validación del problema: 06

Tipo de entrevistado Usuario

Nombre y apellido del entrevistado Rubén Lizano Vargas

Registro y hallazgos:

El entrevistado nos comentó que normalmente demora el proceso, ya que en ciertas ocasiones las agencias de carga les dicen que estará la respuesta en un tiempo solicitado y no cumplen con lo que les habían comentado. Por otro lado, otras empresas sí brindan un servicio más adecuado con el tema del tiempo, debido a que si cumplen con el plazo. Del mismo modo, menciona que este es un tema que debería ser considerado para ser mejorado, ya que si todas pudieran brindar la información en los tiempos debidos sería más flexible el tema de realizar una importación. Asimismo, indicó que si es que la respuesta demora más de lo esperado ellos inmediatamente buscan a otras empresas que brindan los mismos servicios que en ese caso sería la competencia. Asimismo, menciona que la cotización es un punto clave para ellos porque a partir de eso es que ellos pueden traer sus artículos y si es que el proceso demora también demorara el proceso de llegada al puerto. Por lo que, si todos estos puntos se realizan de una manera lenta, la venta de sus artículos se verá afectada.

Entrevista de validación del problema: 07

Tipo de entrevistado Usuario

Nombre y apellido del entrevistado Omar Pérez Seminario

Registro y hallazgos:

Omar comenta que una de los principales factores a tomar en consideración al momento de solicitar una cotización de compra-venta internacional es el tiempo, debido a que les permitirán agilizar sus operaciones con los clientes. Un aspecto que le causa fastidio es la demora de envíos de respuesta y el retorno de la información que se les brinda, ya que en varias ocasiones les han brindado datos que están desactualizados o que no solicitó y en diversas ocasiones la respuesta con todo lo solicitado les ha llegado en un plazo mayor a 1 semana. Esto ocasiona un retraso para la elaboración de costos de un proyecto en base a productos en donde el dinamismo de las cotizaciones internacionales se ve perjudicado. Otro aspecto que le causa incomodidad es el evidenciar la falta de interés de los proveedores en brindar respuestas rápidas y que en algunos casos ni se preocupen a responder con todos los puntos que se les está solicitando. Por último, mencionó que todo el tiempo demorado, por las empresas que brindan el servicio, genera que la respuesta con los clientes sea más lenta y podría ocasionar pérdidas de negocios.

Entrevista de validación del problema: 08

Tipo de entrevistado Usuario

Nombre y apellido del entrevistado Luis Ramirez Díaz

Registro y hallazgos:

El entrevistado nos mencionó que lo que más considera tedioso al momento de solicitar una cotización, es el hecho de la falta de comunicación o interés por parte de las empresas a las que le solicitamos una cotización. Esto se debe a que no mantienen un contacto constante y el tiempo de demora es más de lo esperado para recibir una respuesta de los costos requeridos para realizar la operación. Considera que es un factor importante porque se solicita la cotización a distintas empresas con el principal objetivo de evaluar cada una de estas y poder elegir la que mayor se adecua a lo que se necesita, en temas de servicios. Por lo que, si se demora más de la cuenta se interrumpe el proceso de evaluación. Este es un aspecto que se toma bastante en

consideración para cerrar un trato con las empresas que brindan este servicio, ya que si no contamos con una apropiada respuesta lo más probable es que busquemos otra alternativa. Asimismo, indicó que una de las principales consecuencias que se produce al tener un proceso ineficiente de cotizaciones es que se evitarán futuras solicitudes hacia esa empresa, porque lo que buscamos es recibir un servicio adecuado en esos términos.

Entrevista de validación del problema: 09

Tipo de entrevistado Usuario

Nombre y apellido del entrevistado Flavio Chuy Navarro

Registro y hallazgos:

El entrevistado comentó que lo más tedioso al solicitar una cotización de compraventa es el tiempo que demora en responder el agente de aduanas o el agente de carga. Además, mencionó que el tiempo en el que se demoran en responder va desde los 2 días a 5 días pero que del total de solicitudes que realizó a estas agencias, el 50% presentan demoras. Por un lado, comentó que el efecto negativo que tienen estas demoras es un retraso en la llegada de la mercadería y esto ocasiona al mismo un tiempo una pérdida de clientes, ya que algunos clientes desean comprar ciertos productos con un grado de urgencia y al no recibir una respuesta rápida, optan por otro proveedor ocasionando que se pierda la venta en la empresa. Por otro lado, mencionó que la forma de resolver una cotización ineficiente es cotizando con más días de anticipación a diversas agencias para evitar demoras que puedan perjudicar el giro del negocio y comparar costos. Por último, hace hincapié en la importancia de tener una agencia de confianza para que prioricen las cotizaciones y que los agentes tengan personal capacitado para evitar errores durante el proceso.

Entrevista de validación del problema: 10

Tipo de entrevistado Usuario

Nombre y apellido del entrevistado Josselyn Shirley Minaya

Registro y hallazgos:

La entrevistada nos comenta que dentro de los más tedioso al solicitar una cotización es que el agente de aduanas pueda equivocarse en el puerto, ya que afirma que es uno de los errores más comunes que existe, por lo que es importante detallar este aspecto en la solicitud. Además, comentó que en promedio se demoran entre 5 a 7 días hábiles en enviar una respuesta, haciendo hincapié que esto se logra mediante los recordatorios constantes que se les envía. Por un lado, recaló que un proceso ineficiente en la cotización impacta negativamente en la empresa, ya que esto produce retrasos en la aceptación de la cotización y en la llegada de la mercadería. Por otro lado, indicó que la empresa si ha experimentado una pérdida económica, porque al recibir mal una cotización solicitada a las agencias de aduanas la empresa debe enviar otra solicitud la cual tiende a demorar y eso origina mayores costos de depósitos. Por último, la forma de resolver un servicio ineficiente en el proceso de la cotización es realizándose con 15 días de anticipación, 5 días más de lo programado normalmente, para evitar retrasos inesperados.

Entrevista de validación del problema: 11

Tipo de entrevistado Usuario

Nombre y apellido del entrevistado Jordan Amanda

Registro y hallazgos:

El entrevistado comentó que lo más tedioso al momento de solicitar una cotización al agente de aduana fue al inicio de su experiencia con las importaciones, ya que al ser un importador nuevo las agencias de carga se tardaban en responder su solicitud y le brindaban mayor prioridad a los clientes con los que trabajan un largo tiempo. Por un lado, el tiempo promedio en responder la cotización es de 5 días, pero afirmó que a medida que iba realizando más importaciones las agencias de aduanas iban respondiendo su solicitud con mayor rapidez como acto de fidelización del cliente. Por otro lado, un proceso ineficiente en la cotización produce que se reduzca la utilidad y el precio del producto no será competente. También, dijo que en una importación realizada en medio de la pandemia tuvo una pérdida económica, debido a que los costos del comercio internacional se elevaron y su producto importado no fue rentable. Por último, explica que la mejor forma para resolver un servicio ineficaz en la cotización es mandar una solicitud con tiempo, ya que la empresa se dedica a importar productos de temporada.

Entrevista de validación del problema:	12
Tipo de entrevistado	Usuario
Nombre y apellido del entrevistado	Jaime Quispe

Registro y hallazgos:

El entrevistado nos comenta que lo más tedioso que le ha ocurrido al solicitar la cotización a su agencia de aduana son los errores en los datos del puerto, ya que tuvo una mala experiencia en una de sus importaciones cuando la mercadería llegó al puerto equivocado, por lo que esto se tradujo en demoras y costos no estudiados. Además, el tiempo promedio en el que recibe las cotizaciones solicitadas a su agente de aduanas es de 3 días y el mayor plazo por el que ha esperado recibir una solicitud es de 5 días hasta el momento. Por otro lado, recibir una mala cotización por parte del agente de aduanas ocasiona que los costos se distorsionen y que la mercadería obtenga un valor poco competitivo en el mercado. Por otro lado, nos comentó que

hasta el momento no ha sufrido una pérdida de clientes o pérdida económica. Por último, la forma de resolver un servicio ineficaz al solicitar una cotización es hacerlo con días de anticipación y verificar en caso haya un error y poder hacer la corrección a tiempo.

Entrevista de validación del problema: 13

Tipo de entrevistado Usuario

Nombre y apellido del entrevistado Jose Lopez

Registro y hallazgos:

El entrevistado mencionó que lo que más le molesta es el hecho de esperar demasiado tiempo la respuesta con los costos requeridos de las empresas que cotizan en el país de origen. Esto se debe a que le solicitan la cotización a distintas empresas con la finalidad de comparar cual es el que conviene y la demora interrumpe el proceso de evaluación. Asimismo, indicó que, en promedio, se demora entre 3 a 7 días en recibir una respuesta y que un proceso de ineficiencia va de la mano con el tiempo, por eso es un factor muy importante a considerar. Una consecuencia de un proceso de cotización inadecuado es que no se puede tener muy claro los precios analizados de forma eficaz y no se tendrán en cuenta los costos. Además, señaló que es muy posible tener una pérdida económica, ya que existe más competencia en muchos sectores, por lo que, si este proceso se realiza de manera lenta, otra empresa podría ofrecer sus productos antes y perderían posicionamiento en el mercado. Por último, considera que es muy importante mantener una comunicación constante con el agente para que les brinde todos los datos al día

y completos para evitar cualquier inconveniente a futuro.

Entrevista de validación del problema: 14

Tipo de entrevistado que Usuario

Nombre y apellido del entrevistado Fernando Clement

Registro y hallazgos:

El usuario recalcó que el déficit de eficiencia de las empresas para responder a las solicitudes de cotizaciones ha generado problemas en las ventas de su pyme. Considera que las áreas encargadas de las respectivas respuesta, en muchos casos es el área de ventas, debe de estar atento para no perder posibles clientes por cuestiones de tiempo de respuesta. Es por ello que el usuario manifiesta un desagrado con respecto a la forma en la que se están administrando las cotizaciones internacionales, ya que el proceso de compra no acaba ahí, por lo que se aplaza de manera significativa la adquisición de sus productos para la venta. Eso puede significar pérdidas económicas, debido a que la competencia puede aprovechar y ofrecer sus productos antes ocasionando la pérdida de clientes. Asimismo, todo lo que comentó está relacionado directamente con el tiempo, el cual es un factor clave para la toma de decisiones que se deberán tomar.

Entrevista de validación del problema: 15

Tipo de entrevistado Usuario

Nombre y apellido del entrevistado

Karla Barrientos

Registro y hallazgos:

La entrevistada, durante la entrevista, manifestó un gran malestar ante la demora que brindaban las respuestas de las cotizaciones en la actualidad. Menciona que este problema, a raíz de la pandemia, se ha incrementado debido a la reactivación económica, recibiendo las respuestas hasta en el doble de tiempo que antes. Por lo mencionado, el usuario considera que los servicios de cotizaciones se encuentran muy congestionados, considerándose ineficientes a nivel de tiempos, lo cual le ocasiona problemas al momento de realizar sus operaciones de compra y venta. Del mismo modo, considera que por tema de cumplimiento de plazo con sus clientes, ha tenido que comprar al proveedor que respondió en el menor tiempo posible, los cuales en algunos casos han presentado precios elevados, generando una ganancia mínima. Por ello, el usuario considera que para mejorar el tedioso proceso presente, debe de solicitar diversas cotizaciones a la mayor cantidad de proveedores posibles, los cuales generan confianza y presentan responden las solicitudes en el plazo establecido, para tener tiempo para poder evaluar el precio más competitivo y que le genere del mismo modo ganancias.

Entrevista de validación del problema:

16

Tipo de entrevistado

Usuario

Nombre y apellido del entrevistado

Fiorella Quispe

Registro y hallazgos:

La entrevistada es dueña de una pequeña pyme dedicada a la venta de medicamentos e insumos médicos, los cuales son importados de sus proveedores ubicados en distintos países. En el caso del usuario, manifiesta una molestia con respecto al proceso de cotización, puesto que indicó que son un poco tediosas con respecto al tiempo de respuesta que presentan las empresas, debido a que los requerimientos de sus clientes en gran parte son para un corto plazo, por lo

que a veces le es difícil cumplir con ello por la demora de la cotización, demorándose en la mayor parte de casos entre 3 días como mínimo y ampliando en muchos casos hasta 1 semana y media en la respuesta de la misma. Para solucionar un poco su problema, la encargada trabaja especialmente con 2 proveedores, en donde se le considera a uno como principal proveedor debido a que es una gran empresa en el rubro, y el segundo proveedor, al no ser tan reconocida, presenta tiempos de respuesta mínimos, por lo que le ayuda a cumplir con los requerimientos de los clientes.

Entrevista de validación del problema: 17

Tipo de entrevistado Usuario

Nombre y apellido del entrevistado Lorenzo Apaéstegui

Registro y hallazgos:

El entrevistado es un estudiante de Negocios Internacionales de décimo ciclo en la Universidad de Lima, él recién está comenzando sus operaciones de comercio internacional y a pesar de tener errores, comprende que es parte del proceso y espera conseguir más experiencia en el ámbito laboral, para lo cual ha buscado capital que respalde sus operaciones. Dado que es un importador en sus inicios, al pedir sus primeras cotizaciones observó que las grandes empresas de servicios de aduanas, de carga, etc, le pedían mucha documentación incluyendo, entre otros, su capacidad financiera, lo cual le parecía tedioso. Por la razón de no formar parte de alguna empresa reconocida o con amplia experiencia, el tiempo que demora en recibir una cotización era excesivo, entre 3 a 5 días y se alargan hasta más de una semana, lo cual no era agradable para el entrevistado porque considera que en los negocios todo se mueve rápido. En las primeras cotizaciones que realizó recuerda haberse comunicado con diversas agencias vía correo electrónico, a fin de conocer el precio de cada una y el valor agregado que ofrecen para poder

tomar una decisión; sin embargo, solo le respondieron un par, por lo que tuvo que volver a enviar los correos, lo cual no solo lo retrasó sino que le quita la oportunidad de poder elegir la mejor opción. Por esto, considera que el proceso ideal debería ser realizado por máquinas, de manera que se eviten al máximo los errores y se realice en menor tiempo, como 15 minutos por ejemplo.

Entrevista de validación del problema: 18

Tipo de entrevistado Usuario

Nombre y apellido del entrevistado Armando Flores

Registro y hallazgos:

El entrevistado es un empresario que dada la coyuntura actual decidió empezar con la importación de mascarillas y otros insumos médicos necesarios para combatir el Covid-19. Él comenta que, debido a la pandemia y todo lo que ésta trajo, se vio en la necesidad de generar más ingresos y recibió información sobre la rentabilidad de la importación de mascarillas, por lo que incursionó en esta actividad. Como no tenía todos los conocimientos técnicos, el entrevistado indica que lo más tedioso para él fueron los términos que se utilizan al solicitar cotizaciones, por ejemplo los incoterms y sus diferencias. Asimismo indica que algunas veces recibe cotizaciones en un plazo mayor al esperado pero este problema se reduce si es que trabaja regularmente con la agencia, además reconoce que existen diversas empresas que le pueden proveer sus servicios por lo que, si no recibe respuesta de una, rápidamente busca otras opciones. Para él, una cotización ineficiente es una cascada de errores que le hacen perder tiempo y dinero, restándole ganancias fundamentales para el crecimiento del negocio, por lo que considera que una cotización para operaciones internacionales ideal debe ser transparente, fácil y, de preferencia, contar con alguna leyenda para facilitar el flujo de información.

Entrevista de validación del problema: 19

Tipo de entrevistado Usuario

Nombre y apellido del entrevistado Virginia Aguirre

Registro y hallazgos:

La entrevistada comentó que posee varios años de experiencia en la importación de herramientas para ferretería. En su percepción, lo tedioso de una cotización se da cuando se producen confusiones o errores que pueden arruinar las operaciones que va a realizar su empresa, además le quitan tiempo porque la solicitud debe ser realizada nuevamente. Además, reconoce que actualmente recibe cotizaciones ligeramente rápidas en 1 o 2 días pero esto se debe únicamente porque conoce a las agencias por un largo tiempo y porque sus pedidos no suelen variar de mes a mes; sin embargo, si tuviera que cotizar con empresas nuevas probablemente ese tiempo aumentaría. Sobre las consecuencias producidas, la entrevistada expresa malestar en el flujo de su negocio por la ineficiencia en cotizaciones cuando la información no es correcta o no se tiene en el momento oportuno, llegando a perder un cliente por recibir datos que eran erróneos, por lo que decidió cortar relaciones con dicha agencia. Por último, espera que se emplee el internet para facilitar la actualización de precios y dejar de depender de las personas, consiguiendo un proceso de cotizaciones internacionales limpio de inicio a fin.

Entrevista de validación del problema: 20

Tipo de entrevistado Usuario

Nombre y apellido del entrevistado David Ataucuri

Registro y hallazgos:

El entrevistado nos cuenta que empezó en el rubro de importaciones luego de adquirir aparatos electrónicos en la plataforma Wish, situación que lo llevó a identificar una oportunidad de negocio para adquirir micro tarjetas SD provenientes de China. Dentro del proceso de solicitud de cotizaciones internacionales, el entrevistado identificó que la demora en las respuestas por parte de los proveedores de productos y servicios aduaneros es un aspecto muy tedioso y perjudicial ya que nos encontramos en un contexto internacional extremadamente variante que puede afectar los precios establecidos, el tipo de cambio, entre otros. Sin embargo, afirma que los agentes de aduana y navieras cotizan sus servicios de manera más rápida entre uno o dos días, a diferencia del mismo proveedor. Además, indica que una demora en las cotizaciones, le origina un retraso en la respuesta que él le brinda a sus clientes, lo cual puede generar una mala impresión, en especial si están realizando su primera compra. Por este motivo, actualmente viene anticipando la demanda que tendrá en el mes de manera que pueda tener todos los costos establecidos en caso se presente algún pedido, esta solución lo ha ayudado para no sufrir la pérdida de clientes. Por último, reconoce que existen distintas herramientas tecnológicas que pueden automatizar este proceso, lo cual sería de gran ayuda si es que pudieran brindar bases de datos con costos reales, confiables y actualizados.

Hallazgos con respecto a los expertos entrevistados:

Entrevista de validación del problema:	01
Tipo de entrevistado	Experto
Nombre y apellido del entrevistado	Victor Salvatierra

Registro y hallazgos:

Los aspectos más resaltantes que nos brindó Victor para desarrollar un prototipo de nuestro modelo de negocio fueron los siguientes:

Importancia del tiempo: Es importante optimizar los tiempos de respuesta en las cotizaciones para el desarrollo del comercio internacional, puesto que existe una gran demora en las transacciones debido al tiempo que el mismo conlleva.

Aumento en el precio del petróleo: El aumento de este bien se encuentra en aumento en los últimos años, lo que perjudica directamente a las transacciones internacionales al ocasionar un aumento en el flete, lo cual conlleva a brindar cotizaciones de alto costo.

El impacto que tiene China en los negocios internacionales: Las acciones del país asiático brinda una gran magnitud en las comercializaciones a nivel mundial, puesto que presentan los menores costos en materia de producción, siendo altamente competitivos, ocasionando un poco margen de ganancia a las empresas que quieran competir con las compañías de este país.

Entrevista de validación del problema:	02
Tipo de entrevistado	Experto
Nombre y apellido del entrevistado	Diana Guevara

Registro y hallazgos:

Diana Guevara es jefa de Customer service de una empresa de agencia de carga internacional y resalta que la situación actual de los procesos logísticos no es la idónea, puesto a que se ha encontrado desperfectos al momento de elaborar sus operaciones, lo cual repercute en diferentes factores a realizar en el mismo campo de la agencia de Carga. No obstante, estas deficiencias reconocidas llegan a afectar a la competitividad de la empresa, obteniendo un servicio lento y no competitivo lo cual impacta de manera negativa a sus clientes que en su mayoría son propietarios de pymes. Destaca que desde la pandemia se puede manifestar que se presentaron

algunos de los elementos innovadores y transformadores de la gestión aduanera que los países pueden poner en marcha con el empleo de nuevas tecnologías. Entre los principales elementos se encuentran la automatización, digitalización de procesos aduaneros y fronterizos. Estas funcionan de base para generar los datos de calidad esenciales para llevar a cabo sistemas de gestión de riesgos firmes y competentes. La entrevistada a modo de ejemplo manifestó que la capacidad de las aduanas de obtener, procesar y analizar una gran cantidad de datos de calidad es fundamental para que las cadenas regionales de valor se consoliden y sean fiables y capaces. y seguras.

Entrevista de validación del problema:	03
Tipo de entrevistado	Experto
Nombre y apellido del entrevistado	Mayra Bravo

Registro y hallazgos:

Mayra Bravo es jefa del área de compras en una reconocida empresa de importaciones, en donde trabaja en conjunto a su equipo para adquirir los productos para distribuirlos a nivel nacional. En esta oportunidad, la experta indicó mediante la entrevista que el problema de las cotizaciones se presentaba muy frecuente en sus inicios de operaciones, cuando la compañía era aún considerada como pequeña o mediana empresa. Esto se debía a que no presentaba un proveedor estable, debido a que la empresa cotizaba a distintas empresas en simultáneo para obtener la mejor oferta y calidad por los productos, para luego ser evaluado para realizar la compra, en donde el proceso de evaluación en muchas ocasiones se tuvo que aplazar debido a la falta de respuesta de la cotización por parte de la empresa extranjera. Esto traía como consecuencia una demora en la adquisición del producto, además de factores como la demora en el tránsito marítimo o la logística de importación dependiendo de los Incoterms acordados para el proceso. Del mismo modo, con respecto a la transformación digital y al cambio en las operaciones de comercio exterior, manifiesta que poco a poco se busca automatizar los procesos, para de ese modo realizar las operaciones a nivel general se realizarán en el menor tiempo posible.

Entrevista de validación del problema:	04
Tipo de entrevistado	Experto
Nombre y apellido del entrevistado	Oscar Mamani

Registro y hallazgos:

El entrevistado nos comenta que es el ejecutivo de ventas en una empresa de carga. Primero, nos menciona que las cotizaciones son respecto a los importadores y que ellos mismos envían sus datos completos con cada detalle para evitar errores y mencionan la naturaleza de su carga y sus especificaciones para poder encontrar la forma más idónea de poder importarla. Segundo, nos comentó que normalmente clientes nuevos se comunican con la agencia para que les brinde un servicio, debido a problemas que han tenido con otras agencias. Sin embargo, la mejor forma de resolver cotizaciones ineficientes es teniendo todos los datos correctos ,pedirlos con tiempo de anticipación y mantener una comunicación con diferentes empresas para evitar retrasos en el envío de las solicitudes. Tercero, con respecto a la transformación digital, nos indica que existen páginas donde el exportador o el importador puede revisar los costos aproximados en los que va a incurrir para poder determinar sus márgenes y tomar una decisión de las empresas con las que puede trabajar. Cuarto, hace hincapié en que dentro de los factores externos que ponen en riesgo el sector del comercio internacional del país se encuentran los convenios que tenemos con otros países, la tendencia política y la escasez de contenedores.

Entrevista de validación del problema:	05
Tipo de entrevistado	Experto
Nombre y apellido del entrevistado	Andrés Angulo

Registro y hallazgos:

De acuerdo con las conclusiones del entrevistado, la diferencia entre empresas navieras es considerable si consideramos el desarrollo tecnológico de cada una de ellas. Es observando esas diferencias entre empresas de donde las mejores ideas de negocio pueden surgir. En el caso de las aerolíneas, la plataforma digital ha de ser más interactiva. Los factores externos del comercio internacional, como las barreras a la inversión, involucra agentes o entidades que tan solo se rigen por oferta y demanda y otro criterio arbitrario. Finalizando, los puntos

fundamentales de una cotización internacional siguen siendo la determinación base de Incoterms, la definición de puertos de partida y llegada, los puntos específicos de delivery y la correcta determinación de partida arancelaria de la mercancía.

2.4. Análisis y aprendizajes

Mediante las entrevistas realizadas a usuarios y expertos se modificarán algunos puntos para poder mejorar nuestro modelo de negocio las cuales son:

Uno de los principales cambios previos a la realización de las entrevistas fue un “*Customer Segment Pivot*” al reducir nuestro inicial target compuesto por empresas pequeñas y medianas (*pymes*), agentes aduaneros y de carga, empresas multinacionales, navieras y aerolíneas, asociaciones de exportadores y organizaciones gubernamentales; lo cual, era demasiado amplio en diversos aspectos, ya sea, de información, problemas, obstáculos, enfoque, alcance, entre otros. Por ello, decidimos enfocarlo en un segmento de (*pymes*) que mantienen operaciones de importación o exportación en el funcionamiento de su modelo de negocio.

Asimismo, luego de las entrevistas determinamos un “*Platform Pivot*”, previamente planteado como una aplicación de celular, en las entrevistas los usuarios y expertos mantuvieron su inclinación hacia plataformas digitales, debido a la cantidad de información que se mantiene dentro de las operaciones internacionales, las cuales, necesitan de un constante control y monitoreo.

2.5. Sustentación de la validación del problema

Sustentacion de usuarios

1. Entrevista a usuario: Luz Sillo Apaza

Link de la entrevista: https://youtu.be/5tVjc_96A5Q

2. Entrevista a usuario: Mack Quispe

- Link de la entrevista: <https://youtu.be/He23iGaAtW8>
3. Entrevista a usuario: Luana Mantilla Mendoza
Link de la entrevista: <https://youtu.be/Xr6tIYDch44>
 4. Entrevista a usuario: David del Valle
Link de la entrevista: <https://www.youtube.com/watch?v=qEhYk0ZQt5Y>
 5. Entrevista a usuario: Raúl Espinoza Gimenez
Link de la entrevista: <https://www.youtube.com/watch?v=Y5rzAFdRWIE>
 6. Entrevista a usuario: Rubén Lizano Vargas
Link de la entrevista: <https://youtu.be/13X9qHvLzd8>
 7. Entrevista a usuario: Omar Pérez Seminario
Link de la entrevista: <https://www.youtube.com/watch?v=sRjB-Po6Ndg&t=149s>
 8. Entrevista a usuario: Luis Ramirez Díaz
Link de la entrevista: https://www.youtube.com/watch?v=N5-o7Wn_dkk
 9. Entrevista a usuario: Flavio Chuy Navarro
Link de la entrevista: <https://youtu.be/uutLM7oufNI>
 10. Entrevista a usuario: Josselyn Shirley Minaya
Link de la entrevista: <https://youtu.be/ch0ygPpUhqM>
 11. Entrevista a usuario: Jordan Amanda
Link de la entrevista: <https://youtu.be/7K-YCUftnlc>
 12. Entrevista a usuario: Jaime Quispe
Link de la entrevista: <https://youtu.be/AJbI58jqeVs>
 13. Entrevista a usuario: José Lopez
Link de la entrevista: <https://youtu.be/DyCIo1bopV8>
 14. Entrevista a usuario: Fernand Klement
Link de la entrevista: <https://youtu.be/Jtu8dnw1tpU>
 15. Entrevista a usuario: Karla Barrientos
Link de la entrevista: <https://youtu.be/Jtu8dnw1tpU>

16. Entrevista a usuario: Fiorella Quispe

Link de la entrevista: <https://youtu.be/fVkO7dQ4z-M>

17. Entrevista a usuario: Lorenzo Apaestegui

Link de la entrevista: <https://youtu.be/LfLijym86rE>

18. Entrevista a usuario: Armando Flores

Link de la entrevista: <https://youtu.be/P6W7RZl65rs>

19. Entrevista a usuario: Virginia Aguirre

Link de la entrevista: <https://youtu.be/kpgW5qeC42s>

20. Entrevista a usuario: David Ataucuri

Link de la entrevista: <https://youtu.be/KrMftNkXJs4>

Sustentación de expertos

1. Entrevista a experto: Victor Salvatierra

Link de la entrevista: <https://www.youtube.com/watch?v=I3VOoPmfQrM>

2. Entrevista a experto: Diana Guevara Uchasara

Link de la entrevista: https://youtu.be/9_65a6MKrqs

3. Entrevista a experto: Mayra Bravo

Link de la entrevista: https://youtu.be/911_-5uGOQM

4. Entrevista a experto: Oscar Mamani

Link de la entrevista: <https://youtu.be/kmdZlQcTJFA>

5. Entrevista a experto: Andres Angulo

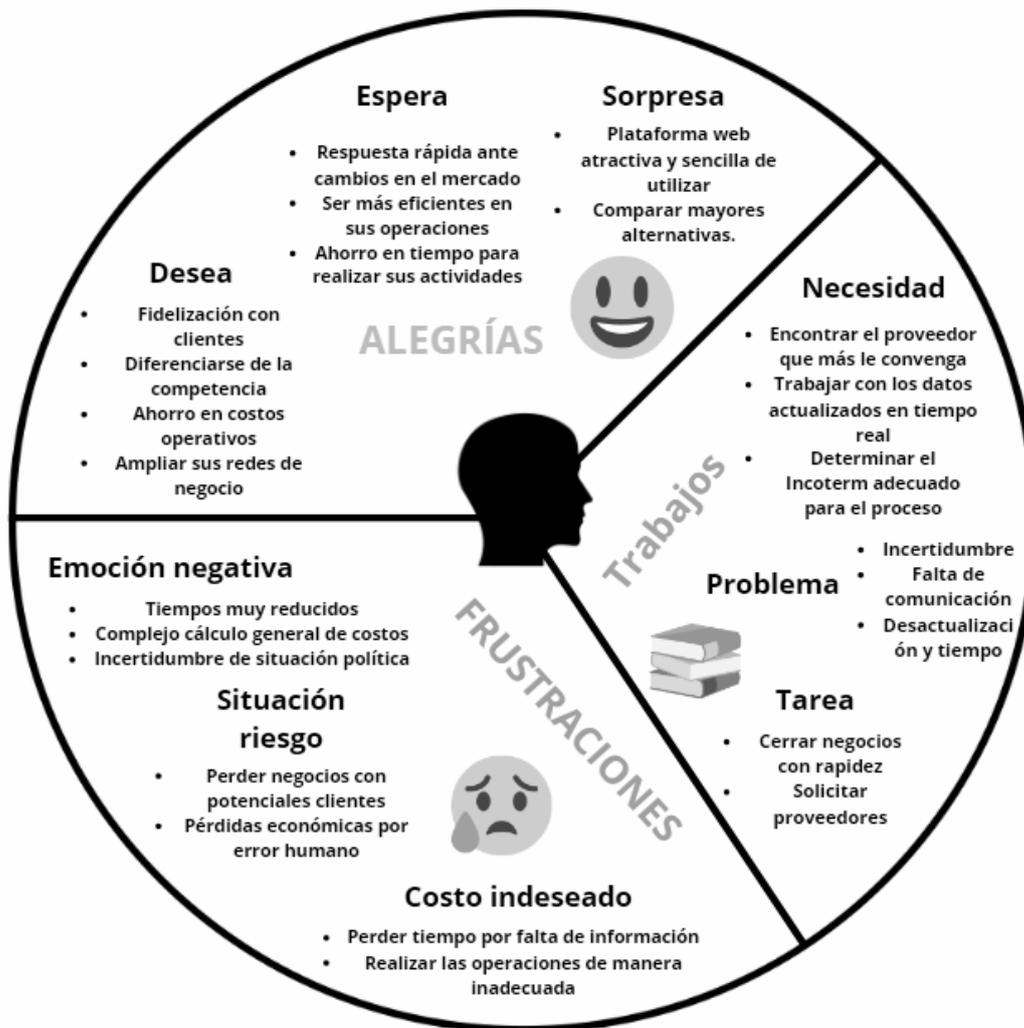
Link de la entrevista: <https://youtu.be/mSdg7NSU81A>

3. VALUE PROPOSITION CANVAS

3.1. Perfil del cliente

En seguida, se presentará el gráfico con relación al perfil de los clientes que se ven afectados por el problema. Por tal motivo, serán divididos en 3 grupos que nos permitirá tener un conocimiento más preciso. Estos grupos son las alegrías, frustraciones y trabajos.

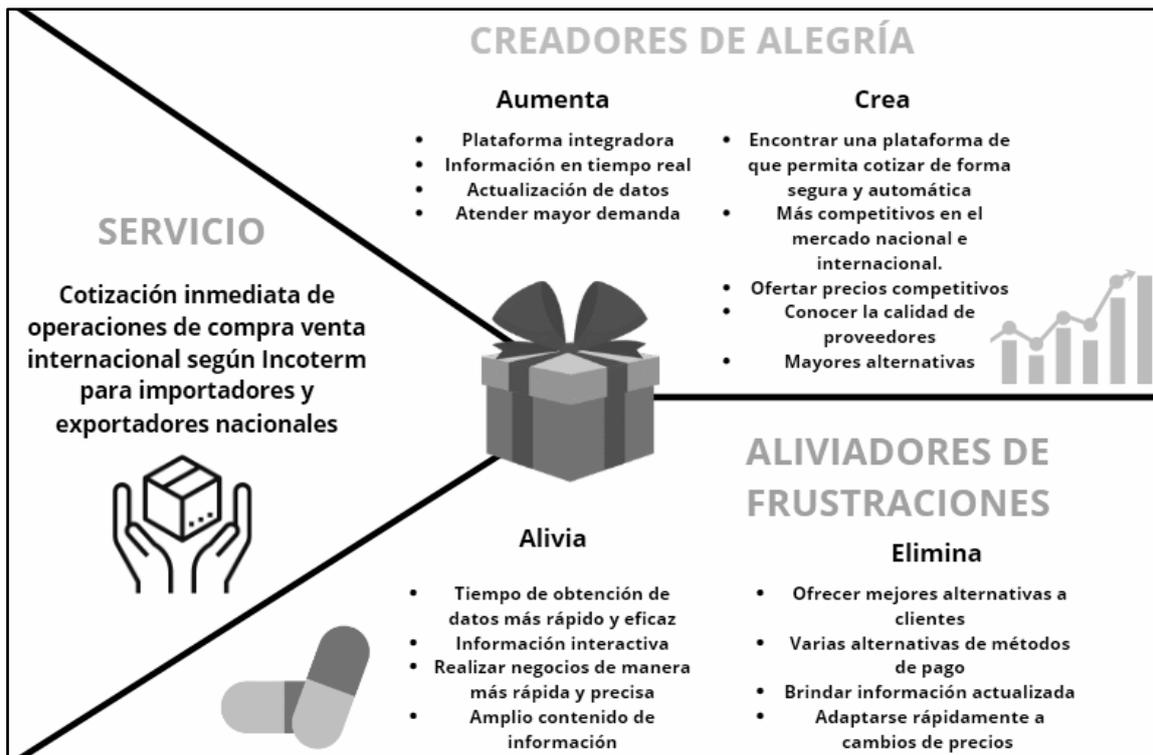
Figura 1:
Perfil del cliente



Nota: El gráfico del perfil del cliente presenta las alegrías, frustraciones y trabajos.

3.2. Mapa de valor

Figura 2:
Mapa de valor



Nota: El mapa de valor revela los aliviadores de frustraciones, creadores de alegría y los productos y servicios que se pretende brindar a un posible usuario.

3.3. Encaje

Es posible determinar este tipo de encaje para nuestra plataforma, debido a que se han obtenido pruebas que los aliviadores de frustraciones y creadores de alegrías, han podido crear valor para los posibles usuarios. En otras palabras, es un tema muy importante que vale la pena resolver desde el punto de vista de un amplio grupo de clientes. De esta manera, se ha tomado la decisión de elaborar un prototipo que nos permita validar nuestra propuesta de valor y ayude a solucionar sus principales problemas, además de encajar con el mercado correcto.

3.4. Descripción de la propuesta de valor

La propuesta de valor se basa en brindar un servicio de cotizaciones 100% digital para empresas que están en crecimiento y desarrollo para su expansión hacia mercados internacionales. De esta manera, podrán tener la oportunidad de crear vínculos con nuevos proveedores y entregar sus productos a otras partes del mundo con la seguridad de haber incurrido con todos los costos y gastos necesarios para su traslado. Asimismo, la plataforma tendrá entre sus principales

diferenciadores la posibilidad de actualizar los datos en tiempo real con la finalidad de tomar mejores decisiones al momento de realizar una negociación.

3.5. Identificación de elementos diferenciales (versus competidores)

Nuestros principales elementos diferenciales frente a los competidores son:

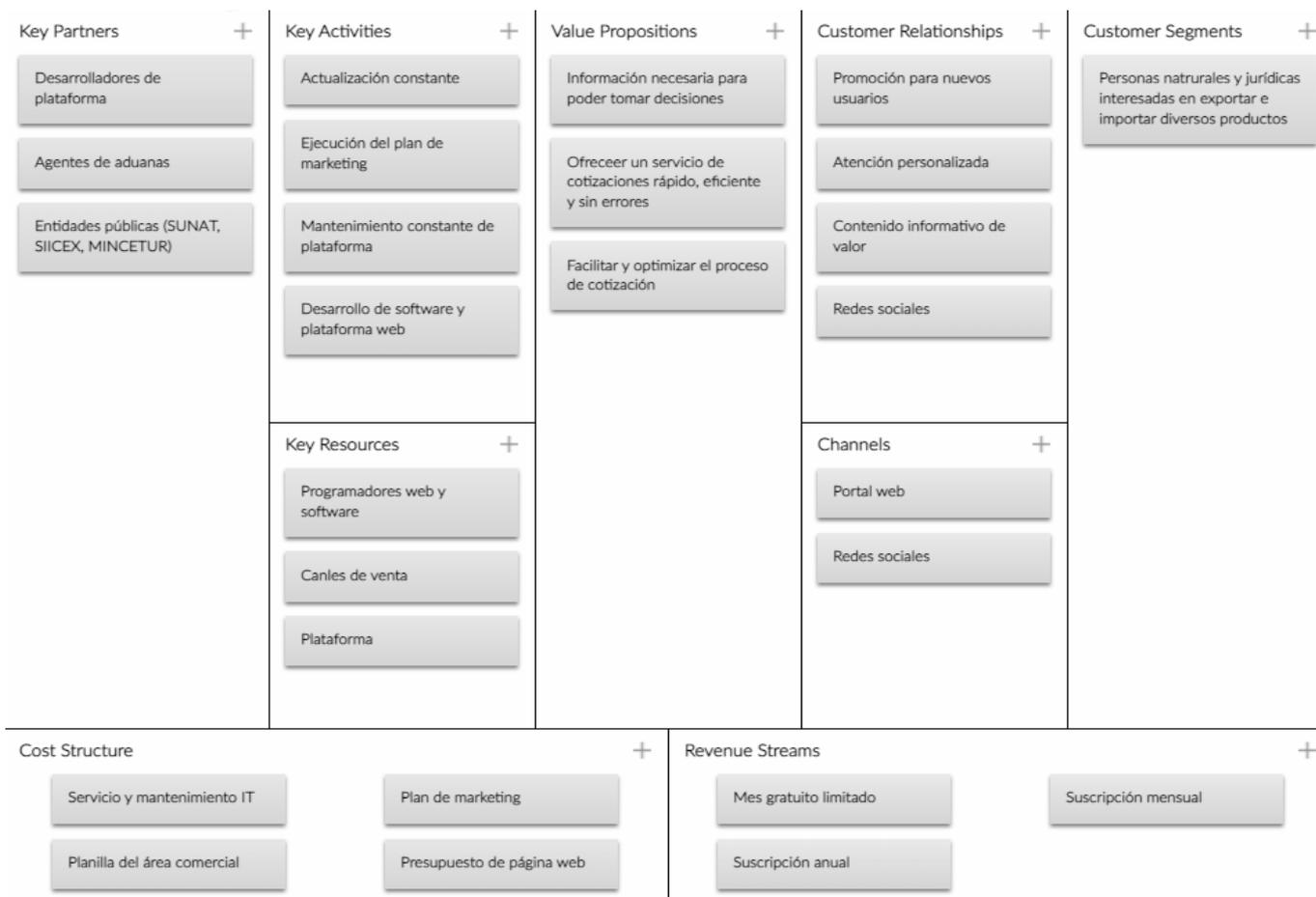
- Servicio de cotizaciones 100% digital.
- No tener ningún tipo de error al momento de realizar las operaciones.
- Servicio mediante una plataforma web sin necesidad de descarga.
- Enfocado para el uso de empresas en desarrollo como pymes.
- Amplia cantidad de datos a tener en cuenta como Incoterms, gastos, volumen de la mercancía, etc.
- Posibilidad de utilizar la plataforma por un mes gratis con la finalidad de conocer sus características.
- Manejo de datos en tiempo real con actualizaciones constantes.

4. BUSINESS MODEL CANVAS

4.1. BMC

Figura 3:

Business Model Canvas



Nota: El presente Business Model Canvas comprende información acerca de los 9 cuadrantes que se consideran para el proyecto.

4.2. Desarrollo y sustento de cuadrantes

1. Segmento de clientes

En esta sección, nuestro segmento de clientes se centra en los empresarios que ya han iniciado negocios internacionales (Pymes Exportadoras o Importadoras) y emprendedores que están analizando la posibilidad de iniciar el contacto con proveedores o compradores del exterior, por consecuencia, necesitan las cotizaciones en base a los costos y gastos relacionados con la ejecución de estas operaciones de comercio exterior.

De igual forma, las PYMES que ya mantienen conversaciones activas con diversos proveedores o compradores internacionales, necesitan de un software de cálculo que les permita en las rondas de negociaciones tener una respuesta rápida y exacta que no perjudique sus utilidades del proyecto a realizar.

2. Relación con clientes

La relación con nuestros clientes será a través de la gestión de relaciones con el cliente, donde una atención personalizada gracias al registro en nuestra base de datos del negocio y rubro al que pertenece, así como sus operaciones y mercancía con la que trabaja. Además, de aportar talleres online de capacitación en diversos temas de cotizaciones, estrategias de negociación internacionales con las diversas culturas del mundo y comercio exterior. Asimismo, manteniendo un alto nivel de Marketing digital e E-commerce, con herramientas de seguimiento estableciendo indicadores de conversión hasta la compra final y la fidelización a nuestra marca con E-mail marketing.

Además, de contar con soporte técnico y comercial online las 24 horas del día, ya que, como conocemos las operaciones del comercio exterior nunca duermen, por ello, mantendremos nuestros servicios de atención online disponibles para todos nuestros asociados. Asimismo, realizar encuestas y participar en foros para enterarnos de las últimas tendencias y necesidades de nuestros usuarios.

3. Canales

En esta sección de canales, nuestro servicio es 100% online, en efecto, se adquirirá de forma online y directa a través de nuestra página web, de la misma forma, algunos canales de atracción para finalizar la compra serán nuestras redes sociales: con la ejecución de campañas de publicidad en Facebook Ads y atrayendo más personas a nuestra web y blog con el tráfico online adquirido con Google Ads y el seguimiento de nuevos ingresantes a la página con E-mail marketing.

4. Propuesta de valor única

Tenemos como ventaja competitiva en nuestro modelo de negocio atender una necesidad que ha surgido dentro de un entorno de crecimiento y desarrollo de nuevos negocios como lo son las pymes en su expansión a mercados internacionales, ya sea, consiguiendo proveedores extranjeros o llevando los productos nacionales a diversas partes del mundo.

De esta forma, ofrecemos un servicio de cotizaciones 100% digital de cotizaciones rápidas, eficientes y sin errores, para atender un espacio dinámico dentro de las rondas de negociación con áreas de compras o ventas de empresas internacionales, sin dar paso a errores que pueden perjudicar las utilidades de la empresa o frenar negociaciones por elevados precios erróneos.

En efecto, esto provocará que las pymes asociadas a nuestros servicios puedan destacar internacionalmente al participar de forma rápida y eficiente en estas rondas negociadoras sin ningún inconveniente de tiempo y cálculo en la modificación de algunas de las diversas aspectos de la operación, ya sea, asociado con el incoterms aplicado, donde diversos gastos y costos se reparten entre importador y exportador, por ello, la importancia de nuestros servicios para atender estas cotizaciones dinámicas con datos en tiempo real.

5. Recursos claves

Uno de nuestros principales recursos claves para el funcionamiento de nuestro modelo de negocio son los servidores de información para el manejo de data en tiempo real y almacenamiento de grandes niveles de información.

Asimismo, la importancia de mantener en un alto nivel de calidad de experiencia en nuestros servicios es necesaria la actualización continua en relación a las tendencias y necesidades actuales de nuestros usuarios. Por ello, uno de nuestros recursos clave son programadores web y de software online altamente capacitados y preparados para la solución de problemas a través de la innovación. Área comercial de atención al cliente en horarios que cubran intervalos de mañana y tarde, ya que, en la noche se controlará con la versión beta de atención al cliente.

6. Actividades claves

En primer lugar, como actividad clave principal para nuestro modelo de negocio de servicios 100% digitales, el desarrollo continuo del software y página web en relación a las nuevas tendencias, características y necesidades de nuestros usuarios, será una nuestras principales

actividades donde se gestionará mucho talento creativo y tecnológico en equipos que prioricen la innovación y la solución de problemas con metodologías Lean Startup y Design Thinking.

En segundo lugar, la atención de asistencia técnica online y comercial personalizada que brindamos a nuestros usuarios será el pilar de nuestra filosofía como organización donde el eje central será el cliente y el seguimiento de su experiencia en la ejecución de procesos dentro de nuestra página web.

Por último, uno de los pilares del área comercial de ventas, debido a la naturaleza digital de nuestros servicios, la fuente de conversión de ventas será en nuestra página web. Por ello, nuestros servicios de cotización deben llegar a nuestro potencial segmento de clientes a través de la promoción en herramientas de publicidad online como Google Ads y Facebook Ads, con un presupuesto inicial que permita realizar nuestras primeras ventas y permita el crecimiento de nuestro negocio.

7. Socios claves

Para esta sección, describimos nuestros socios claves en función de la provisión de información. Para una etapa primaria, se operará en base a la información online dentro sus páginas web, pero como segunda etapa, en función de que estos operadores del comercio exterior obtengan una mayor conversión de sus servicios a través de nuestra conexión servicios de cotización, se pondrá en marcha la negociación con diversas de estas empresas para que nos permita el acceso a su base de datos en cuestión de precios de sus servicios, ya sea, logísticos, financieros, transporte internacional, administrativos, entre otros.

Asimismo, será necesario el outsourcing en servicios de mantenimiento de los servidores físicos de almacenamiento de información y manejo de data en vivo. De esta forma, lo mejor sería trabajar con la misma empresa donde adquirimos estos servidores.

8. Estructura de costos

Los costos del emprendimiento serán las siguientes:

- Costos en la inversión inicial de servidores físicos de información digital.
- Gastos en servicios de mantenimiento para servidores físicos.
- Área de desarrollo de software y página web: Planilla conformada por ingenieros de software, programadores y diseñadores gráficos web.
- Área comercial de ventas y atención al cliente, planilla conformada por áreas de Marketing digital, Ventas online (E-commerce), Key Account Management, Atención al cliente, Recursos humanos e Investigación y desarrollo.
- Gastos de publicidad y promoción online, asociados con el área de Marketing digital, acerca de nuestros servicios online de cotizaciones.

9. Estructura de ingresos

El método será a través de suscripciones mensuales o anuales ejecutivos, en primera instancia, tendrá un mes gratuito con funciones limitadas y publicidad. De esta forma, nuestra versión premium en base a suscripción será determinada por el tiempo, por ende, opciones asociadas a este aspecto. Como segunda o primera opción, una suscripción mensual dirigida en su mayoría a emprendedores y microempresas (pymes). Como tercera y mejor opción, la suscripción anual ejecutiva será aportada directamente a empresas pequeñas y medianas (pymes), donde tendrá accesos a reuniones personalizadas en base a los negocios y rubro de los clientes, acceso a investigaciones de mercado a países que exista potencial de expansión para sus productos o mejores opciones de proveedores internacionales a mejor calidad y precio.

5. VALIDACIÓN DE LA SOLUCIÓN

5.1 Experimento 1

5.1.1. Objetivo del experimento

Validar el interés de los potenciales usuarios con respecto al uso de la página web de cotizaciones internacionales rápidas en tiempo real.

5.1.2. Diseño y desarrollo del experimento

En primer lugar, se desarrollará un prototipo de la página web donde se realizarán las cotizaciones de operaciones internacionales “*COTIFAST*”.

Por ello, este prototipo se ejecutará en forma de imágenes consecutivas que describen el ingreso de un potencial cliente, interesado en estos servicios de cotización, interactuando dentro de la página web, empezando desde su selección de modalidad: exportación o importación, para luego, pedir el registro e ingreso de sesión a su cuenta, y seguir un proceso de relleno de datos relacionados con la operación. Cabe resaltar, que solo es un prototipo, y realizaremos mejoras en función de las necesidades y observaciones rescatadas del *feedback* de los usuarios entrevistados. Por último, finalizará con la entrega de la cotización de gastos y costos en tiempo real dentro de una operación internacional, gracias al software que recolecta información disponible en las páginas web de diversos operadores de comercio exterior, así como socios claves que nos han permitido información directa de sus servidores.

En segundo lugar, el método utilizado será entrevista a profundidad por usuario participante del experimento (10 usuarios). Asimismo, contaremos con un experto del área de cotizaciones de comercio internacional para retroalimentar nuestro prototipo e idea potencial de negocio escalable real. Además, el tiempo de presentación de las imágenes oscila entre los 5 minutos, añadiendo otros 5 -10 minutos para la ronda de preguntas en función a la validación de nuestro prototipo. Asimismo, el tiempo de realización del experimento será dentro de las primeras semanas de noviembre y la evidencia será subida como video en Youtube.

Para finalizar, las métricas a evaluar para este prototipo van en relación con nuestro objetivo principal, ya sea, el grado de interés en el uso de la plataforma “CotiFast”, además, de la posibilidad de recomendarlo a terceros y recibir *feedback* acerca del nivel de la experiencia, satisfacción e interacción dentro de esta plataforma.

Para efectuar nuestro prototipo se enfatizó en la necesidad de priorizar una lista de elementos necesarios para la creación previa de nuestro prototipo, con la finalidad de garantizar óptimas características visuales y técnicas de nuestra página web.

Tabla 1:

Bitácora de actividades del experimento 1

Actividad	Tarea	Resultado
Crear una marca que represente la filosofía de nuestra organización.	Definir Imagotipo	
	Software para crear logo	Adobe Photoshop
Determinar funciones principales	Benchmarking de páginas web similares	Diseño y colores que respalden la dinámica de nuestro negocio, rapidez e interacción dinámica.
Determinar técnicas	Lista de atributos de la página web	Sección de pestañas: Inicio, blog, nosotros, red de alianzas y contacto de servicio técnico.
	Entrevista a experto en tecnología y cotizaciones internacionales	Software de recolección de información online en tiempo real, requerirá de servidores que conllevan a un gran presupuesto inicial.

Diseñar interfaz de usuario y posterior rediseño. Elaborar arquitectura de prototipo Guiar a través de imágenes, cual seria la perspectiva de un usuario realizando un proceso de cotización de inicio a fin.

Preguntas a usuarios luego de la presentación “CotiFast”, para la recolección del *feedback*, respecto el objetivo y métricas planteadas.

- Luego de revisar *CotiFast*, ¿Qué tan interesado está en utilizar esta web para la realización de sus cotizaciones internacionales?
- ¿Recomendaría el uso de esta plataforma a su red profesional o conocidos?
- ¿Qué tan satisfecho está con este proceso de relleno de información necesaria para la cotización?
- ¿Qué tan cómodo le pareció el diseño, colores e interacción con la página web?
- ¿Cuáles serían sus recomendaciones a mejorar y las cosas que más le gustaron o atrayeron?

Nota: Esta bitácora de actividades expone información acerca de las labores que se deben llevar a cabo para validar el experimento 1 de la solución.

5.1.3. Resultados

Entrevista 1:

Tipo de entrevistado: Usuario

Nombre del entrevistado: *Carlos Manuel Córdova Ramos*

Link de la entrevista: <https://youtu.be/KrMftNkXJs4>

Registros y hallazgos:

El entrevistado indica que se encuentra muy interesado en hacer uso de Cotifast porque propone una interesante solución. También indica que recomendaría esta página y reconoce la facilidad de acceso de la página. En cuanto a lo que más le atrajo indicó que fue la facilidad para manejar la página. Además, indicó que le parece atractivo el diseño, pero que la paleta de colores podría

mejorarse. Finalmente resaltó lo importante que es conocer la opinión de los usuarios por lo que sugirió que se coloque una encuesta de satisfacción.

Entrevista 2:

Tipo de entrevistado: Usuario

Nombre del entrevistado: *Eduardo Antonio Chávez Quispe*

Link de la entrevista: <https://youtu.be/OyObVN1BIIE>

Registros y hallazgos:

Según lo mencionado por el entrevistado, se pudo obtener comentarios positivos en relación a los beneficios que se pueden aprovechar a través del uso de la plataforma web, debido a que lo podría utilizar para contactar nuevos proveedores y solicitar una solicitud de compraventa internacional para sus productos de una manera más rápida, sencilla y eficaz. Del mismo modo, el entrevistado comentó que sería una plataforma de gran utilidad para conocidos que estén iniciando en el emprendimiento, ya que de esa manera pueden buscar los mejores precios del mercado sin necesidad de esperar tanto tiempo por las respuestas como en otras empresas. Del mismo modo, indicó que la interfaz se puede notar de simple uso y completa al momento de realizar el llenado de datos según los requerimientos de cada persona. Esto es de vital importancia, ya que a veces existe confusión al momento de la negociación y la respuesta no es la deseada. Un aspecto que se recomienda es poder implementar una casilla de evaluación a las empresas que brindan sus servicios para conocer qué tan satisfechas están las personas con respecto a las cotizaciones realizadas para que los demás usuarios puedan tener una referencia adicional en su decisión.

Entrevista 3:

Tipo de entrevistado: Usuario

Nombre del entrevistado: *Victor Sebastian Delgado Garcia*

Link de la entrevista: <https://youtu.be/9CdouqV9Y1M>

Registros y hallazgos:

Según lo mencionado por el entrevistado, se encontraría muy satisfecho de poder obtener todos los datos requeridos en una cotización de importaciones o exportaciones de una forma más rápida y sobre todo fácil de entender. Sabemos que el tiempo es un factor clave que se busca al momento de solicitar una cotización, ya que permite tomar decisiones de una mejor manera y estar preparado para cualquier tipo de cambio a nivel competitivo. Del mismo modo, el entrevistado indicó su opinión sobre el diseño de la plataforma, la cual considera que es muy interesante y llamativa, debido a que se utilizan colores que son agradables y el uso de figuras que permiten darle mayor entendimiento a cada una de las opciones. Una recomendación que comentó fue el poder introducir un bot de ayuda en caso se tenga algún tipo de problema con la plataforma. Asimismo, dicho bot podría brindar consejos para los nuevos usuarios para que les pueda indicar cada una de las opciones y, de esa manera, mejorar su experiencia.

Entrevista 4:

Tipo de entrevistado: Usuario

Nombre del entrevistado: *Juan Salas Alcazar*

Link de la entrevista: https://youtu.be/Lz_u0VREW-U

Registros y hallazgos:

A partir de lo conversado durante la entrevista, se resalta la importancia en cuanto a la rapidez con la que se necesitan realizar las cotizaciones en un contexto internacional pues según el entrevistado ha llegado incluso a perder clientes potenciales por este factor. Del mismo modo, Juan Salas señaló que considera una alternativa la cual estaría interesado en adquirir y recomendar a su red profesional. Por otro lado, indicó que si bien el apartado del proceso de relleno de información pareciera ser muy general, cumple con abarcar todos los aspectos que involucra una cotización, por lo que lo considera viable. Asimismo, para personas que aún cuentan con problemas en torno a realizar cotizaciones, destacó el pertenecer a ser miembro premium, pues de

esta forma se puede acceder a asesorías personalizadas las cuales sirvan como guía durante este proceso. Con respecto al diseño y los colores de la plataforma web, el entrevistado recalcó que este es llamativo, agradable e interesante. Finalmente, sugirió la implementación de un "chatBot" en la pestaña de atención al cliente y sugirió que esta sea más personalizada para el usuario, de la misma manera que expresó la necesidad por implementar una pestaña de "recomendaciones" para que nuestro emprendimiento pueda ser retroalimentado por parte de los usuarios que lo utilizan.

Entrevista 5:

Tipo de entrevistado: Usuario

Nombre del entrevistado: *Jherson Zapana Acosta*

Link de la entrevista: https://youtu.be/l3pWDCtbG_c

Registros y hallazgos:

Según lo mencionado por el entrevistado, se ha podido obtener comentarios positivos con respecto a los beneficios que ofrece la plataforma, ya que se mencionó la importancia de adquirir los datos requeridos de una manera más rápida y sobre todo en tiempo real. Esto se debe a que constantemente los precios pueden ir modificándose con el tiempo y con la plataforma se podría tener el conocimiento preciso para tomar las mejores decisiones para ser cada vez más competitivos. Asimismo, comentó acerca de lo sencillo que puede ser el manejo de la plataforma web, debido a que, para una persona que no está acostumbrada a solicitar cotizaciones podría ser muy tedioso o complicado. Sin embargo, por el interfaz adecuado y cómodo que se presenta no habría dicho problema. Cabe resaltar, que el diseño de la plataforma le pareció muy interesante, debido a que no había visto una página similar en cuanto a funcionamiento y sencillez para su utilización. Lo que recomendaría, sería incluir más opciones en donde se pueda especificar el tipo de carga que se desea transportar si es que en caso se trate de cargas peligrosas.

Entrevista 6:

Tipo de entrevistado: Usuario

Nombre del entrevistado: *Carlos Quintana Calderón*

Link de la entrevista: <https://www.youtube.com/watch?v=Neh8PGpmyGE>

Registros y hallazgos:

Según la entrevista realizada, se pudo obtener comentarios positivos con respecto al diseño de la página web, ya que el proceso de solicitud de cotizaciones de compra venta internacional permite lograr la obtención de información necesaria y en tiempo real. Asimismo, destacó lo sencillo y entendible que puede ser el hecho de utilizar cada uno de las opciones para las personas que no cuentan con la experiencia de realizar operaciones de cotización. Cabe resaltar, que el entrevistado estuvo de acuerdo con las diversas opciones de pago que brinda la plataforma para realizar dichas operaciones, debido a que ofrece mayores opciones para cada uno de sus clientes. Por otra parte, mencionó que se podrían agregar más opciones para que la plataforma pueda ser personalizada, como brindar acceso a la configuración del tamaño de letras, sus colores y contar con la opción de guardar la configuración de los datos con el principal objetivo de no tener que colocar lo mismo cada vez que se ingrese a la plataforma.

Entrevista 7:

Tipo de entrevistado: Usuario

Nombre del entrevistado: *Mark Fuertes Rodriguez*

Link de la entrevista: https://youtu.be/xhiCujc_WCY

Registros y hallazgos:

El usuario mencionó que pudo captar y retener la información que la página web brinda mediante su diseño y los colores empleados en cada una de las secciones. Asimismo, se pudo identificar su interés por el uso de la plataforma ya que se transmitió la velocidad y sencillez en cada uno de los procesos de trámite que ,en otros casos, es muy engorroso y toma bastante tiempo el poder obtener

los resultados requeridos para las cotizaciones en un periodo de tiempo determinado. Asimismo, se mostró muy atento cuando se le mencionó la rapidez con la que se emplearía la solicitud, debido a que el tiempo es un factor determinante para brindar un servicio de calidad. Por otro lado, un aspecto importante que nos mencionó fue el poder incluir colores para un segmento más pequeño de mercado como lo es la discapacidad visual del daltonismo, ya que los colores que se incluyen en la página web los considera muy fuertes. Esto representa un obstáculo al momento de querer transmitir el mensaje del servicio a brindar. Por tal motivo, se recomendó poder habilitar una opción que pueda permitir seleccionar colores para las personas daltónicas.

Entrevista 8:

Tipo de entrevistado: Usuario

Nombre del entrevistado: *Carlos Delgado*

Link de la entrevista: https://youtu.be/fYl_1SPuvFU

Registros y hallazgos:

Según lo comentado en la entrevista, fue posible obtener comentarios favorables en cuanto al diseño de la plataforma web, ya que se destacaron la sencillez del uso de cada uno de sus apartados como la colocación de información y las diferentes opciones de métodos de pago, además de comentar acerca de lo llamativo que es el logo que lo caracterizará. Un aspecto que el entrevistado destacó, fue el hecho de poder interactuar, fácilmente, con las opciones que se brindan en la plataforma, debido a que uno de los temas principales que se toman en consideración al momento de solicitar una cotización de compra-venta internacional es poder ahorrar el mayor tiempo posible. Asimismo, resaltó la accesibilidad que se brindan en los diferentes planes con paga, sobre todo, el plan premium que brinda mayores opciones en relación al mejoramiento de la experiencia del usuario. Por último, mencionó que se podría incluir una sección en donde se califique el servicio brindado por las empresas con la finalidad de ayudar a los usuarios a tomar una decisión en el menor tiempo posible.

Entrevista 9:

Tipo de entrevistado: Usuario

Nombre del entrevistado: *Enrique Salas*

Link de la entrevista: <https://youtu.be/P6W7RZl65rs>

Registros y hallazgos:

El entrevistado Enrique Salas resaltó que la plataforma era dinámica, que es entendible y precisa. Además considera que la plataforma le sería útil para la expansión de su negocio y que se siente atraído por el plan premium porque cuenta con un valor agregado de servicio de consultoría que valora mucho para su emprendimiento. Por otro lado, considera que los fondos son adecuados, pero que el de color verde tal vez sea muy claro. En cuanto al logo mencionó que le parece atractivo y considera que logra transmitir el objetivo del servicio. Además considera que el diseño de la página es ideal y que sí recomendaría a sus amigos y compañeros de trabajo previo uso. Asimismo se encuentra confiado en que se contará con una buena base de datos para efectuar una adecuada cotización. Finalmente, considera que Cotifast es accesible para personas con habilidades diferentes.

Entrevista 10:

Tipo de entrevistado: Usuario

Nombre del entrevistado: *José Mori*

Link de la entrevista: https://youtu.be/6KEKbyJJQ_E

Registros y hallazgos:

Según lo mencionado en la entrevista, se pudo obtener resultados favorables en relación a lo sencillo que sería utilizar la página web, ya que no presenta opciones muy complejas y ni difíciles de entender. Por tal motivo, esto brindaría la posibilidad que cualquier persona, incluso ajena al

comercio internacional, pueda ser capaz de ejecutar de una forma efectiva una operación en la página. Del mismo modo, indicó que el tamaño y los colores seleccionados para el logo, son agradables. Esto se debe a que es diferente a comparación de otras páginas de comercio exterior que ha podido visitar anteriormente y los colores que se le ha colocado son fáciles de reconocer a simple vista. No obstante, nos brindó sugerencias con respecto al uso para las personas que cuenten con una discapacidad, ya que de esta manera la plataforma podría ser reconocida por tomarle la importancia a sus clientes y querer mejor para satisfacer sus necesidades mediante una plataforma amigable con ellos.

5.1.4. Análisis

En general, los usuarios mostraron un amplio interés por emplear la plataforma Cotifast puesto a que perciben una gran utilidad en ella, además que ofrece múltiples beneficios por su rapidez y sencillez. Del mismo modo, identificaron que la facilidad de obtener distintas cotizaciones en un corto tiempo por el precio presentado corresponde a ser atractivo para los importadores y exportadores, debido a que minimiza el tiempo de respuesta que estos presentan, por lo que podrán abastecer a las necesidades de la demanda que presenta el mercado en el menor tiempo posible. Por este motivo, aseguran que sí recomendarían el uso de la misma con sus conocidos dentro del ámbito profesional, puesto que la plataforma revolucionará completamente el proceso de cotizaciones. De esta manera, se puede inferir que la idea de negocio propuesta sí cumple con su objetivo principal, que es mejorar el servicio ineficiente de cotizaciones en cuestión de tiempo y atención.

Por un lado, en cuanto a la interfaz, esta muestra un diseño llamativo para la mayoría de usuarios, lo cual es indispensable para captar la atención del público objetivo. Por otro lado, la información que se requiere de manera general para realizar la cotización les parece adecuada ya que es muy completa y son los datos que solicitan todos los agentes de comercio exterior.

Cabe resaltar que los múltiples atributos que ofrece Cotifast, especialmente con los planes premium, son reconocidos por los usuarios. Dentro de los más importantes resaltaron la facilidad

para modificar información en la cotización de acuerdo a lo que requieran, así como la atención que se ofrece para resolver cualquier tipo de duda o inconveniente mientras realizan su visita a la plataforma y efectúan la transacción.

Para finalizar, recalcamos el visto bueno de Mónica Salazar, consultora de pequeñas y medianas empresas en materia de operaciones de comercio internacional, quien destaca que Cotifast no solo resuelve el problema original, sino también ofrece una plataforma correcta para el uso de los importadores y exportadores.

5.1.5. Aprendizajes

Se ha observado que para que una página web sea aprobada por su público objetivo, debe ser llamativa visualmente, además de brindar funcionalidad a través de una interfaz fácil de comprender, ya que invertir varios minutos intentando comprender cómo funciona la plataforma, desmotiva a los usuarios y ocasiona que pierdan el interés en ella, como mencionaron en la entrevista. Con respecto a ello, se resalta que casi la totalidad de entrevistados se sienten cómodos con el diseño y la sencillez de la página; sin embargo, se debe considerar realizar ajustes referentes a la paleta de colores y fuentes utilizadas, para así brindar una imagen más elegante y formal, teniendo cuidado de no caer en lo aburrido.

Asimismo, en las entrevistas surgieron algunas ideas de mejora, sobre ciertos aspectos adicionales que los usuarios consideran necesarios para potenciar la página, como por ejemplo, la necesidad de un chatbot que permita resolver ciertas dudas sobre la página web. Si bien es cierto, los planes premium de Cotifast ofrecen un servicio de asesorías personalizadas para resolver preguntas sobre la plataforma, las cotizaciones o cualquier duda en general, un chatbot podría guiar al público de una manera más general, lo cual es de suma importancia para garantizar una buena experiencia al momento de la navegación.

Adicionalmente, nuestro público, al ser empresas que atienden a distintos segmentos, reconoce la importancia de conocer y medir la experiencia del cliente. Por este motivo, recomendaron la implementación de encuestas de satisfacción o un apartado de comentarios que nos permita hacer

un seguimiento sobre su visita en la página web, recalcando los aspectos más relevantes que harán que recomienden la plataforma o, en su defecto, adicionar mayores opciones, sobre todo para aquellos que comercializan carga peligrosa, o diferentes tipos de carga, ya que también les resultaría muy útil esta plataforma y consideran necesario realizar especificaciones para su tipo de mercancía.

5.1.6. Sustentación de las validaciones (enlaces, audios, videos, imágenes)

Usuarios:

Enlaces de evidencia por usuarios:

1. Nombre del entrevistado: Victor Sebastian Delgado Garcia

Link de la entrevista: <https://youtu.be/9CdouqV9Y1M>

2. Nombre del entrevistado: Eduardo Antonio Chávez Quispe

Link de la entrevista: <https://youtu.be/OyObVN1BIIE>

3. Nombre del entrevistado: Carlos Manuel Córdova Ramos

Link de la entrevista: <https://youtu.be/KrMftNkXJs4>

4. Nombre del entrevistado: Daniel Enrique Salas Alcazar

Link de la entrevista: https://youtu.be/Lz_u0VREW-U

5. Nombre del entrevistado: Jherson Zapana Acosta

Link de la entrevista: https://youtu.be/13pWDCtbG_c

6. Nombre del entrevistado: Carlos Quintana Calderón

Link de la entrevista: <https://www.youtube.com/watch?v=Neh8PGpmyGE>

7. Nombre del entrevistado: Mark Fuertes Rodriguez

Link de la entrevista: https://youtu.be/xhiCujc_WCY

8. Nombre del entrevistado: José Mori

Link de la entrevista: https://youtu.be/6KEKbyJJQ_E

9. Nombre del entrevistado: Enrique Salas

Link de la entrevista: <https://youtu.be/P6W7RZl65rs>

10. Nombre del entrevistado: Carlos Delgado

Link de la entrevista: https://youtu.be/fYl_1SPuvFU

5.2. Experimento 2

5.2.1. Objetivo

El objetivo del presente experimento es validar la experiencia del usuario al conectar y emplear la página web COTIFAST en búsqueda de cotizaciones internacionales de manera inmediata, confiable, fácil y menos costosa.

5.2.2 Diseño y desarrollo

El diseño del portal web para la operación de nuestro servicio digital de cotizaciones internacionales inmediatas se realizó en el software online WIX, donde se pudo realizar de forma rápida la reinversión de nuestra visión planteada previamente en nuestro prototipo de alta fidelidad. Asimismo, el desarrollo fue a través de Google forms para la obtención de resultados cuantitativos del segmento meta para la validación de un servicio ofrecido que garantice un alto nivel de experiencia al usuario en nuestros servicios de cotización digital internacional inmediata.

→ Link del prototipo de alta fidelidad para COTIFAST:

<https://ramirezgerson21.wixsite.com/my-site>

Figura 4:

Inicio del portal web de Cotifast



Tabla 2:

Bitácora de actividades del experimento 2

Actividad	Tarea	Resultado
Elaborar formularios de manera virtual por medio de la herramienta google forms, con la finalidad que los usuarios puedan brindar su opinión en relación a su experiencia previa con la plataforma web de Cotifast.	Desarrollar preguntas directas, claras y precisas para que los usuarios puedan brindarnos una opinión más clara con respecto al prototipo presentado.	Las personas entrevistadas nos brindaron su opinión acerca de la plataforma virtual de Cotifast para conocer las características que les llaman más la atención.
	Adquirir todos los resultados del formulario para que sea posible verificar los comentarios y los posibles cambios a desarrollar para mejorar la experiencia de los usuarios.	Los entrevistados mencionaron puntos importantes a tener en consideración para mejorar su experiencia cuando utilicen la plataforma y, de esa manera, conocer sus niveles de satisfacción con las herramientas presentadas.

Nota: Esta bitácora brinda información acerca de las actividades a ejecutar para llevar a la práctica el experimento 2 planteado para la solución.

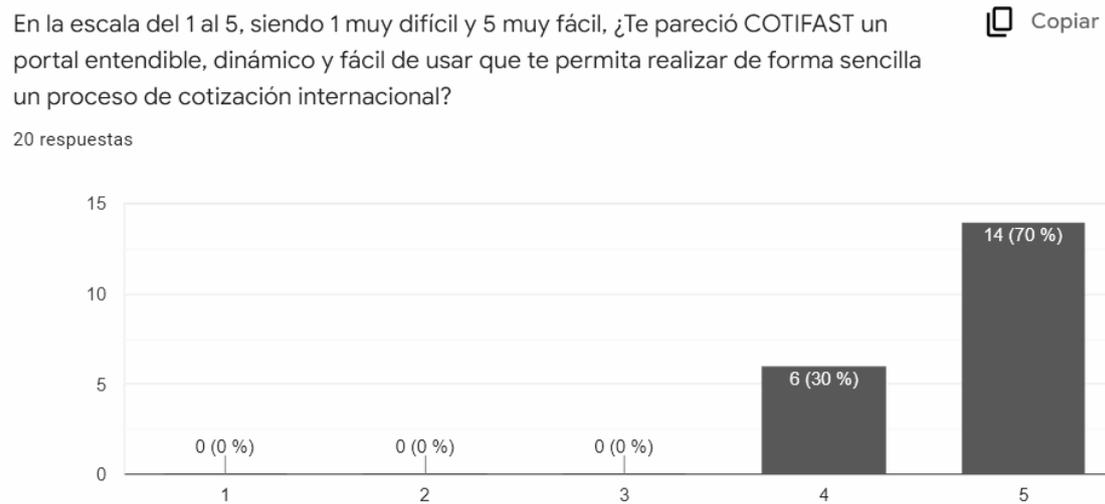
5.2.3. Resultados

❖ Formularios:

Resultados estadísticos en *Google Forms*: Una síntesis de las estadísticas recabadas según las encuestas realizadas a usuarios del segmento meta para *Cotifast*.

Figura 5:

Facilidad de uso - Cotifast



Fuente: Google Forms

La página web COTIFAST, en base al análisis realizado por las encuestas realizadas, se obtuvo que el 70% de usuarios se encuentran totalmente de acuerdo con la afirmación “COTIFAST un portal entendible, dinámico y fácil de usar que te permite realizar de forma sencilla un proceso de cotización internacional”, de manera que se determina que la plataforma, ante los usuarios, es de gran entendimiento y fácil interacción para el desarrollo de los procesos de cotización internacional.

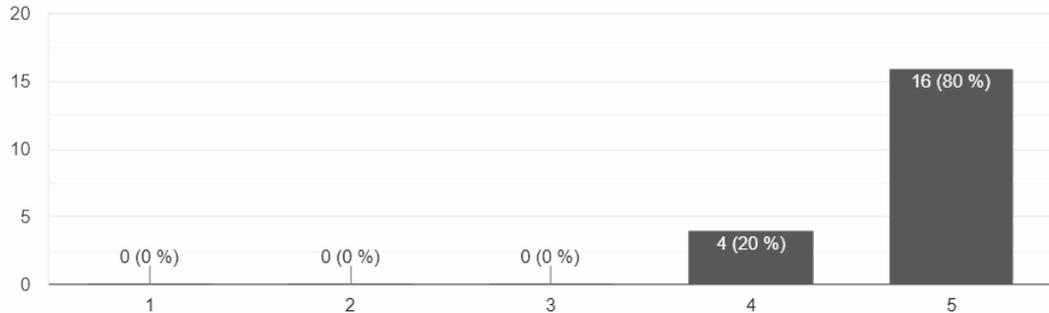
Figura 6:

Utilidad - Cotifast

En la escala del 1 al 5, siendo 1 totalmente en desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo, ¿Te pareció COTIFAST un portal web que te ayudará a cotizar de forma rápida la posibilidad de realizar una operación de compraventa internacional, ya sea, para un emprendimiento o la expansión de tu negocio local?

 Copiar

20 respuestas



Fuente: Google Forms

Con respecto a la utilidad de la página web COTIFAST, luego de analizar las encuestas realizadas, se puede determinar que el 80% de usuarios se encuentran totalmente de acuerdo con la afirmación “COTIFAST te ayudará a cotizar de forma rápida la posibilidad de realizar una operación de compraventa internacional, ya sea, para un emprendimiento o la expansión de tu negocio local”, de manera que llegan a visualizar a la página web como una solución al problema planteado inicialmente.

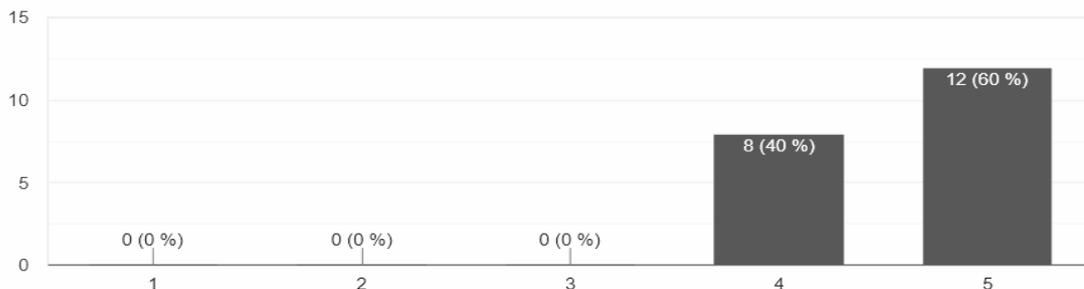
Figura 7:

Localizable - Cotifast

En la escala del 1 al 5, siendo 1 totalmente en desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo, ¿Los botones y características dentro del portal web son fáciles de encontrar y aptos para garantizar una experiencia rápida y sencilla?

 Copiar

20 respuestas



Fuente: Google Forms

Respecto al grado de localización de botones y características específicas dentro del portal web de COTIFAST, se puede determinar que el 60% de usuarios se encuentran totalmente de acuerdo con la funcionalidad rápida del servicio “COTIFAST” otorgando una experiencia sencilla de entender y usar mientras avanza en el proceso de cotización. Por otra parte, un 40% opina en un grado menor acerca del factor localizable, lo cual, nos permite apreciar una oportunidad de mejora continua de nuestro portal web.

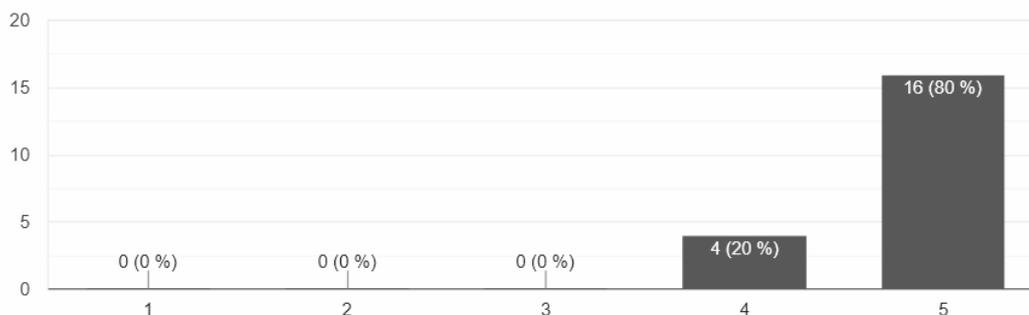
Figura 8:

Valioso - Cotifast

En la escala del 1 al 5, siendo 1 totalmente en desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo, ¿COTIFAST proporciona valor al análisis de potenciales negocios internacionales o a la planificación de expansión de tu negocio local?



20 respuestas



Fuente: Google Forms

Respecto al factor de valor para nuestro segmento meta, la cual, tiene como primera función que los emprendedores y pequeños empresarios puedan realizar cotizaciones de venta y compra de forma rápida, ya sea, para atender a un comprador internacional o realizar el análisis de potenciales negocios de importación para mercado nacional. De esta forma, relacionada de gran forma al propósito de nuestros servicios, los usuario mostraron un alto porcentaje de 80% “Totalmente de acuerdo” y 20% “De acuerdo”, garantizando el aporte de valor, otorgando solución a un problema presente en el sector y ayudando los negocios de nuestros usuarios.

Figura 9:

Diseño Atractivo: Branding - COTIFAST

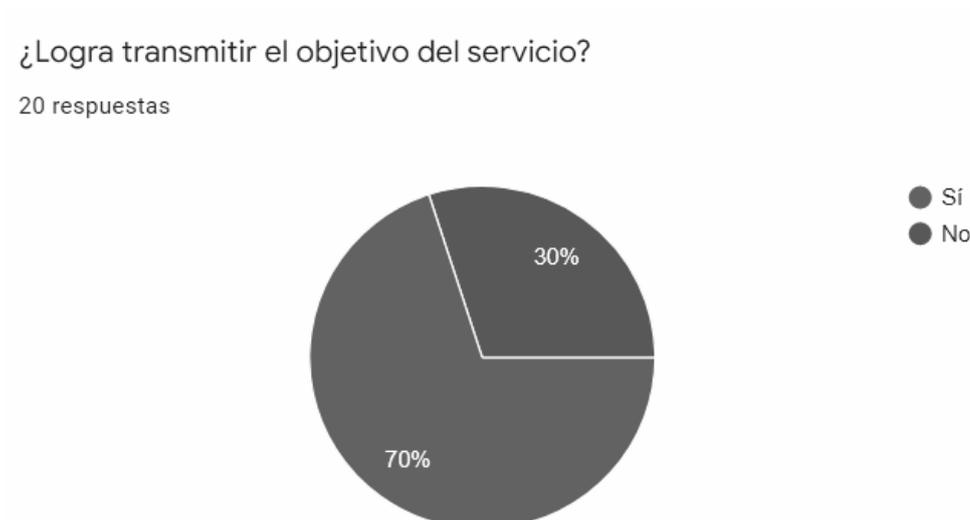


Fuente: Google Forms

Las encuestas revelaron que a los usuarios les pareció interesante el diseño presentado por el logo, asimismo les atrajo el nombre de la marca del servicio, en donde se visualiza con una aceptación del 90% de los usuarios encuestados.

Figura 10:

Diseño Atractivo: comunicación - COTIFAST

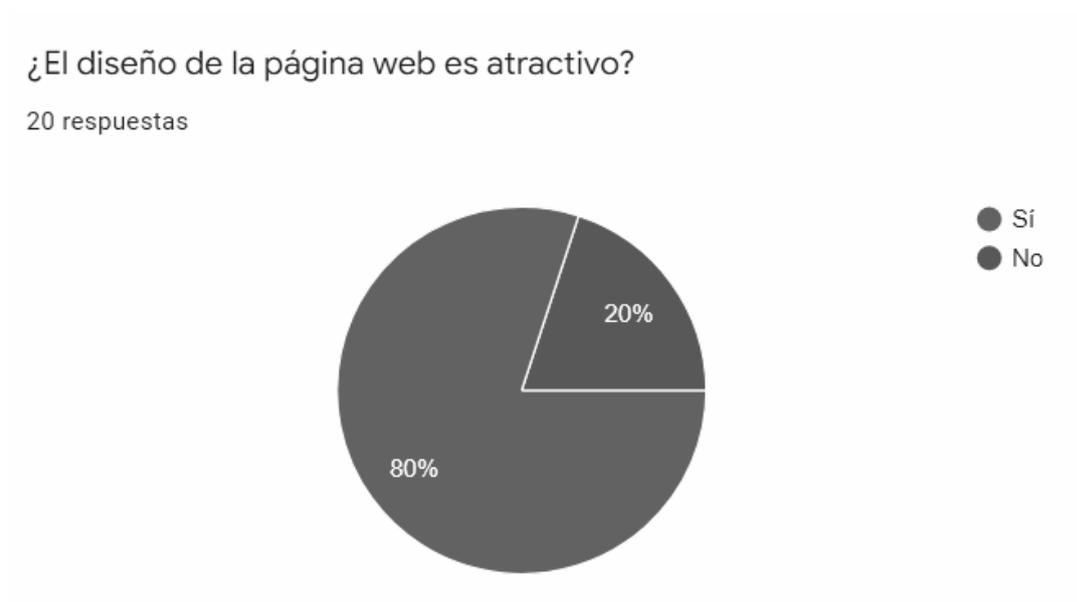


Fuente: Google Forms

Al observar el gráfico circular, es posible determinar que del total de las personas que fueron entrevistadas, el 70% indicó que la plataforma web de nuestro proyecto logra transmitir el objetivo del servicio, mientras que el 30% señaló lo contrario.

Figura 11:

Diseño Atractivo Portal Web- Cotifast



Fuente: Google Forms

Al observar el gráfico circular, se puede apreciar que del total de personas entrevistadas un 80% corresponde a una respuesta positiva en cuanto al diseño de la página web. Sin embargo, un 20% indicó que no considera que el diseño sea lo suficientemente atractivo.

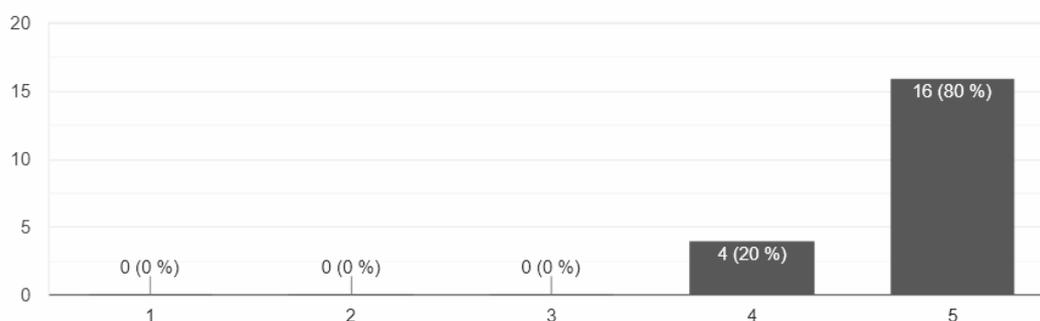
Figura 12:

Probabilidad de recomendación - Cotifast

En la escala del 1 al 5, siendo 1 poco probable y 5 muy probable ¿Cuán probable es que lo recomiendes a otros colegas tuyos?

 Copiar

20 respuestas



Fuente: Google Forms

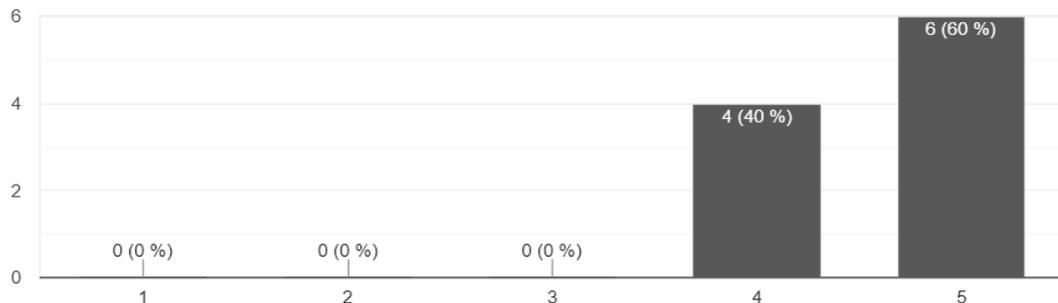
Con relación al factor de recomendación de boca en boca dentro de este segmento de población, la cual, corresponde a emprendedores jóvenes y adultos empresarios con una amplia red de contactos de apoyo mutuo entre ellos. De esta forma, una página web de cotizaciones internacionales inmediatas soluciona diversos problemas, uno de ellos, la lenta gestión de órdenes de compra dentro de las cadenas de suministros internacionales. Por ello, un 80% de los usuarios de prueba determinaron que probablemente si recomendarían COTIFAST luego de algunas pruebas previas del sistema y su factibilidad en el mundo de los negocios. Asimismo, el resto opina de igual forma en un grado menor, debido a la desconfianza inicial en el periodo de prueba.

Figura 13:

Credibilidad de Cotifast

En la escala del 1 al 5, siendo 1 sin nada de confianza y 5 muy confiado, ¿Cuán confiado estás en que el resultado de la cotización internacional propuesto por COTIFAST se aproxima a una cotización propuesta por cualquier operador del comercio, la cual, te permitirá analizar potenciales negocios internacionales?

10 respuestas



Fuente: Google Forms

Sobre la credibilidad del proyecto, se reconoce que el 100% de usuarios se sienten confiados o muy confiados con respecto a la exactitud del resultado propuesto por COTIFAST, dividiéndose en 40% y 60% respectivamente. Esto demuestra que los importadores y exportadores sí consideran que las cotizaciones obtenidas a través de la plataforma web se aproximan a las que ofrecen los distintos operadores de comercio exterior y, por lo tanto, serán de utilidad para evaluar y concretar sus negocios a nivel internacional.

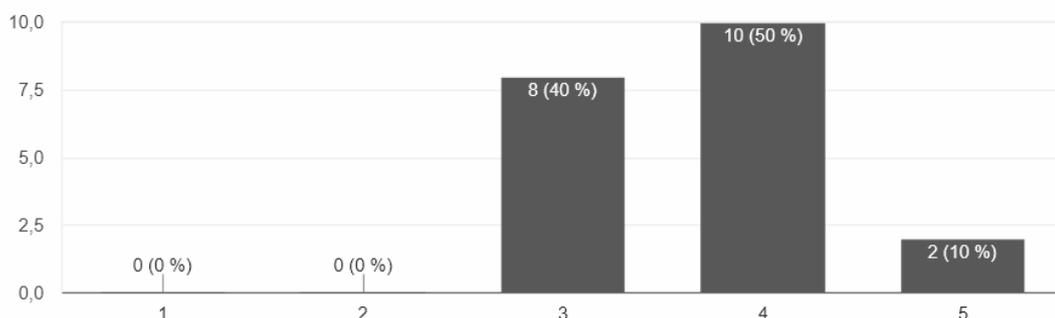
Figura 14:

Accesible - COTIFAST

En la escala del 1 al 5, siendo 1 nada accesible y 5 muy accesible, ¿Cuán accesible es para los diversos tipos de consumidores en el mercado, ya sea, pérdida de audición, visión, problemas de movimiento, problemas de aprendizaje, colores para personas daltónicas, texto legible para todo tipo de visión, entre otros?



20 respuestas



Fuente: Google Forms

Referente al factor de Accesibilidad, es un tema delicado que involucra en alto grado a la imagen empresarial de nuestro modelo de negocio. Por ende, los resultados obtenidos connotan un nivel de “Accesibilidad medio” en un 40% y “Algo accesible” en un 50%, por último, “Muy accesible” en un 10%. En síntesis, tenemos muchas oportunidades de mejora para este aspecto, brindando la mejor experiencia a todos los usuarios sin excepción, ya sea, con la ayuda de alianzas estratégicas con consultoras expertas en temas de accesibilidad digital, entre otros.

5.2.4. Análisis

Uno de los aspectos más importantes respecto la experiencia del usuario es el diseño, pero aquel diseño que permita y garantice una alta calidad de experiencia en el usuario para los diversos aspectos de su uso, ya sea, en su eficiencia, accesibilidad y facilidad de uso. De esta forma, teniendo como principal objetivo la solución y satisfacción de necesidades reales de nuestros clientes. Además, de asegurar la mejor experiencia del servicio para obtener una publicidad de boca en boca producto de una cartera de clientes generado por los primeros usuarios clientes. Por ello, la constante innovación y mejora de los servicios será uno de los pilares claves para el mantenimiento óptimo del modelo de negocio digital.

Un tema importante a tener en consideración para lograr satisfacer las necesidades de los clientes es ofrecerles una nueva plataforma donde se sientan cómodos, aptos para realizar cualquier tipo de operación con la finalidad de conseguir resultados de manera rápida y eficaz. Este aspecto es relevante en cuanto a la fidelización con los usuarios, ya que a través de la prueba gratis para la utilización de la plataforma se capta su interés al demostrar algunas de las características que pueden ser aprovechadas de una mejor manera si se decidiera optar por las versiones premium.

Uno de los rasgos que destacan con respecto a Cotifast es la practicidad con la que se pueden ejecutar operaciones de cotización dentro de la web, ya que dicho portal presenta un lenguaje simple y procesos sencillos. Este rasgo es de suma importancia debido a que no solo atraerá a público relacionado con estudios en comercio exterior, sino que aquellos comerciantes que no

cuenten con estudios especializados podrán ser capaces de solicitar una cotización de manera rápida y efectiva.

Asimismo, es importante resaltar el valor que otorga la página web Cotifast a sus clientes, ya que la perciben como una plataforma útil para realizar cotizaciones con operadores de comercio exterior de manera sencilla e inmediata, lo que les permite analizar distintas opciones y concretar negocios de manera más rápida. Dado que el proyecto propuesto se encarga de resolver un gran problema dentro del sector en mención, el empleo de este brindaría una ventaja competitiva para aquellos importadores y exportadores que coticen en ella, lo que los motiva a adquirir un paquete premium. Es así como se demuestra que el público objetivo se encuentra interesado en Cotifast, de tal manera que incluso lo recomendaría a diferentes colegas.

Un último aspecto destacado por el usuario frente a la utilización de la plataforma es la proximidad que presentan las cotizaciones brindadas con respecto a las que brindan las empresas extranjeras. Esto demuestra la confiabilidad y seguridad ante el usuario para realizar sus operaciones dentro de la plataforma al recibir las respuestas de cotización relativamente inmediatas. Este aspecto genera al usuario seguridad al momento de utilizar la página web para realizar sus respectivos presupuestos sus operaciones de comercio exterior. Del mismo modo, este apartado brinda como incentivo para inscribirse en el plan premium y obtener mayores beneficios para las empresas que no tienen determinado un proveedor confiable, con lo cual se genera del mismo modo utilidades, ofreciendo un mutuo beneficio.

5.2.5. Aprendizajes

En primer lugar, la importancia de ejecutar dos tipos de herramientas para la recolección de información cuantitativa y cualitativa. Por ende, tener un campo de feedback, en el cual, hemos obtenido información valiosa para nuestro servicio online de cotizaciones inmediatas. De esta forma, hemos validado información como la accesibilidad general en el uso de nuestros servicios, garantizando el uso y experiencia de alto nivel de uso para todo tipo de usuario e ir implementando

muchas más facilidades para todo tipo de discapacidad, con la finalidad, de que este no sea un impedimento, sino una oportunidad de crecimiento en el tema inclusión social.

Como aprendizaje, es posible determinar que la recopilación de datos que se realizaron a través de las encuestas virtuales, nos permitieron tener el conocimiento suficiente para elaborar un prototipo de acuerdo con las principales características que los usuarios requieren, además de cumplir con todas sus expectativas. Asimismo, se pudo obtener la información necesaria de una idea más detallada con relación a la experiencia del usuario.

Además, se destaca que la importancia de la experiencia del usuario dentro de un sistema digital debe ser interactiva, dinámica y sencilla, ya que si un contenido digital se presenta con demasiada información y ambigua o con tecnicismos es probable que la experiencia del usuario sea desagradable por falta de comprensión o alguna información que no esté clara, por lo que el usuario podría perder la confianza en la web. Por este motivo, es importante ir adecuando la página de acuerdo a las necesidades y requerimientos del usuario con el fin de que su experiencia sea satisfactoria.

Se determinó que existe una importancia de utilizar métricas para el correcto control y gestión de diversas variables necesarias para brindar una excelencia en los servicios digitales. Dichas métricas deben de estar enfocadas en satisfacer las necesidades que presenta cada usuario en la plataforma, en donde se debe investigar constantemente que otras herramientas se deberían implementar para continuar con la innovación y brindar un mayor valor agregado al servicio de cotizaciones.

Por último, resulta indispensable contar con un prototipo final apto para uso e interacción del usuario dentro de este mismo, el cual, le permita interactuar de forma básica con el diseño y características que ofrece la plataforma web, ya que esto permite evaluar la experiencia del mismo antes del lanzamiento del servicio e identificar ciertos aspectos de mejora, a fin de asegurar un alto valor para el cliente y la aceptación del proyecto en el mercado.

5.2.6. Sustentación de las validaciones (enlaces, audios, videos, imágenes, etc.)

→ Link del cuestionario en Google Forms - Experiencia del usuario:

<https://forms.gle/yjimyn1mbKVABHrr6>

5.3 Experimento 3

5.3.1 Objetivo

Validar la eficiencia de las funcionalidades de la plataforma web de COTIFAST desde el punto de vista de los clientes

Tabla 3 :

Validación de la eficiencia de las funcionalidades del prototipo de la plataforma web COTIFAST- Experimento 3)

Hipótesis	H1: Los usuarios consideran que Cotifast es una plataforma útil, confiable y fácil de usar.
Método	Focus group
Métrica	Número de buenas opiniones por parte de los usuarios
Criterios de éxito	Conseguir que los usuarios tengan una buena impresión de COTIFAST

Nota: La tabla brinda información elemental acerca de la elaboración del experimento 3 de la validación del modelo de negocio.

5.3.2 Diseño y desarrollo

El presente experimento se realizó mediante un focus group, en donde se pudo recopilar diferentes opiniones sobre nuestro segmento de clientes. El experimento se dio mediante una reunión virtual, en la que se validó la eficiencia de las funcionalidades de la plataforma web creada en Wix. Esto permite destacar aspectos positivos de nuestro proyecto, brindando mayor seguridad y confianza a las personas que integraban la presente reunión.

5.3.3 Resultado

Luego de haber escuchado las opiniones y haber compartido los diferentes puntos de vista de los usuarios, se obtuvieron los resultados positivos esperados por el grupo. Sin embargo, los usuarios nos recalcaron ciertos aspectos en los cuales se debe mejorar para garantizar una mayor

fidelización de los clientes, siendo los colores de la plataforma al ingresar los datos un posible cambio, ya que recalcaron que las letras no logran observarse con claridad, lo que podría hacer que los suscriptores incurran en la digitación errónea de los datos de la mercancía, pudiendo ocasionar graves problemas al momento de efectuar la cotización.

Por otro lado, nos recalcaron la importancia del aplicativo al brindar una cotización en tiempo récord, ya que es importante obtener esta información lo más antes posible para poder seguir con las actividades de las empresas. También, afirmaron que para iniciar con el uso de la plataforma, en primera instancia optaron por pagar la suscripción mensual, con la finalidad de probar la plataforma por un mes y ver el desempeño de la misma.

5.3.4 Análisis

Tabla 4:

Malla receptora de información del experimento 3

Aspectos Interesantes	Críticas constructivas
<ul style="list-style-type: none"> ● La plataforma Cotifast brinda facilidad al momento de usarlo, lo que conlleva a una mejor experiencia del usuario ● La implementación del rastreo de la mercancía es un atractivo para los usuarios 	<ul style="list-style-type: none"> ● Cambio de los colores de la plataforma ● Cambio de logotipo
Preguntas nuevas	Ideas nuevas
<ul style="list-style-type: none"> ● ¿Cómo mejorar la interacción del suscriptor con la plataforma web? ● ¿Cómo mejorar el uso adecuado de la plataforma web? 	<ul style="list-style-type: none"> ● Implementar nuevas tarifas por tiempos determinados. ● Renovar el logotipo. ● Modificar los colores de la plataforma. ● Mejorar la parte del financiamiento en las cotizaciones.

Nota: La malla receptora contiene la información adquirida del focus group realizado al segmento de clientes.

5.3.5 Aprendizaje

Por medio del focus group, se evidenció que las funcionalidades de la plataforma web son muy eficientes para los usuarios, ya que obtienen información en un corto periodo de tiempo y tiene la modalidad para escoger entre importación y exportación, lo cual lo vuelve una plataforma más versátil. Además, los pasos a seguir para lograr una cotización son sencillos, por lo que es amigable con el usuario y de fácil uso, permitiendo que los suscriptores se sientan más cómodos al colocar la información de su mercadería.

Asimismo, el aprendizaje que se pudo obtener luego de haber realizado el focus group, son la importancia que tiene el poder rastrear la mercadería, ya que los clientes afirman que esta es una opción muy útil para ellos, ya que pueden ver en tiempo real y estimar la llegada de sus mercancías, lo cual es importante porque están al pendiente del recorrido de su carga. No obstante, se pudo identificar que los usuarios no están satisfechos completamente con la combinación del color verde y blanco al instante de ingresar los datos de la mercadería, ya que suele ser confuso para digitar los datos en las casillas correspondientes.

5.3.6 Sustentación de las validaciones (enlaces, audios, videos, imágenes, etc.)

→ Enlace del focus group: <https://youtu.be/AbsQcOOAzus>

6. VALIDACIÓN MODELO DE NEGOCIO

6.1. Experimento 1

6.1.1. Objetivo

Tabla 5:

Validación del segmento del cliente y propuesta de valor- Experimento 1

Hipótesis	H1: Los usuarios consideran que Cotifast es una plataforma útil, confiable y fácil de usar. H2: Los usuarios están interesados en utilizar Cotifast.
Cuadrantes que valida	Segmento del cliente y propuesta de valor
Método	Entrevistas a usuarios
Métrica	Número de usuarios dispuestos a usar Cotifast gracias a los beneficios ofrecidos vs. Número de usuarios entrevistados

Criterios de éxito	80% de los usuarios están dispuestos a usar Cotifast gracias a los beneficios ofrecidos
---------------------------	---

Nota: La tabla brinda información elemental acerca de la elaboración del experimento 1 de la validación del modelo de negocio.

6.1.2. Diseño y desarrollo

El experimento consistió en la realización de entrevistas a 10 usuarios o potenciales clientes de Cotifast con el objetivo de conocer su percepción acerca de la plataforma y las características que esta ofrece y representan un mayor valor para ellos. En ese sentido, con fecha 24 de abril se realizaron las 10 entrevistas a través de la plataforma zoom, las cuales se dividieron de manera básica en dos partes. La primera etapa se basó en la presentación detallada del prototipo de alta fidelidad de Cotifast diseñado en Wix a los usuarios, haciendo énfasis en sus funcionalidades y fácil uso, mientras que la segunda etapa radica en atender la opinión de los entrevistados sobre la plataforma, de manera que pudieran evaluar su utilidad y brindar puntos de mejora, cuya viabilidad será analizada para ponerlos en práctica.

Tabla 6:

Bitácora de actividades del experimento 1

Actividad	Tarea	Resultado
Elaborar el prototipo de alta fidelidad de la plataforma Cotifast con base en la experiencia obtenida del prototipo de baja fidelidad.	Evaluar las herramientas digitales existentes que contribuyen con la creación de prototipos web.	Luego de una ardua evaluación se consideraron las plataformas Wix, Jimdo, Marvel App y Figma.
	Escoger la herramienta digital que más se ajuste a la idea de Cotifast.	Se optó por la plataforma de desarrollo web “Wix” debido a su practicidad, facilidad de uso y herramientas innovadoras.

	Implementar mejoras con respecto al prototipo de baja fidelidad.	Se agregaron nuevos elementos dentro del llenado de datos para la cotización como la opción de poder seleccionar las agencias según el costo más bajo.
Realizar entrevistas a 10 usuarios vinculados a exportación o importación vía Zoom.	Preparar la estructura de la entrevista.	Se elaboró un libreto para la presentación de Cotifast junto con 5 preguntas diseñadas para que el usuario se exprese en su opinión sobre la plataforma.
	Contactar con usuarios dispuestos a probar la experiencia Cotifast.	Se pudo poner en contacto con 10 personas que realizan operaciones de comercio internacional sin importar el rubro en el que laboren.
	Realizar la entrevista para conocer la percepción de los usuarios.	Los entrevistados mencionaron los beneficios más destacables de Cotifast, junto con su interés en probar la plataforma, además de brindar mejoras en aspectos funcionales y de diseño.

Nota: Esta bitácora brinda información acerca de las actividades a ejecutar para llevar a la práctica el experimento 1

6.1.3. Resultados

Entrevista 1:

Tipo de entrevistado: Usuario

Nombre del entrevistado: *Elena Romero*

Link de la entrevista: <https://youtu.be/kpgW5qeC42s>

Resultados:

La entrevistada comentó que la plataforma le parece muy interesante y llamativa, además de extremadamente útil porque puede tener las cifras reales del mercado en poco tiempo. Dentro de sus respuestas destacó que un gran beneficio para ella era no tener que contactar a cada agencia para conocer sus precios, además que la sencillez de la página permite que se eviten confusiones y se realice la cotización de manera directa. Asimismo, considera importante evaluar el número de agencias aliadas a Cotifast para brindarles así a los clientes una cantidad mayor de opciones para escoger. Con respecto a las mejoras, ella sugirió añadir un vídeo tutorial del uso de la plataforma, para mostrar lo sencillo que es, y se mostró realmente interesada en usar Cotifast, alegando que su empresa puede aguantar el gasto, el cual le parece razonable por todos los beneficios que brinda la plataforma.

Entrevista 2:

Tipo de entrevistado: Usuario

Nombre del entrevistado: *Hans Castillo*

Link de la entrevista: <https://youtu.be/2zyhPOhRQFA>

Resultados:

El entrevistado indicó que Cotifast es una plataforma innovadora que ofrece soluciones nunca antes vistas, esquematizando correctamente sus funciones con la finalidad de ayudar a las empresas que recién se incorporan al mercado internacional. El atributo que más llamó su atención fue el tiempo que permite ahorrar Cotifast al momento de solicitar una cotización, junto con la reducción de errores cometidos por confusiones o ambigüedades en los datos. Además, declaró que para que Cotifast sea el primer cotizador de operaciones en tiempo real, se debe tener en cuenta la actualización de las bases de datos que contienen los precios ofrecidos por las agencias. Del mismo modo, mostró una amplia disposición para usar la plataforma ya que solicitan cotizaciones constantemente debido al contexto mundial y señaló que, por más que el diseño se

vea llamativo y original, una modificación de la paleta de colores actual por una más sobria colaboraría a demostrar seriedad en el negocio.

Entrevista 3:

Tipo de entrevistado: Usuario

Nombre del entrevistado: *Carlos Flores*

Link de la entrevista: <https://youtu.be/1RkizkxXviY>

Resultados:

El entrevistado destacó la utilidad de Cotifast para sus operaciones internacionales, encontrándose interactiva y sencilla de comprender, lo cual se ajusta perfectamente a su empresa porque buscan optimizar procesos y hacerlos más fáciles, que es exactamente lo mismo que conseguiría al reducir los tiempos de espera por una cotización. De igual manera, considera que los importadores cansados de la ineficiencia del proceso necesitan una solución y Cotifast tiene las características necesarias para hacerlo, motivo por el cual está dispuesto a utilizar la plataforma, además de la relación beneficio costo que le ofrece. Por último, señaló que es importante tener feedback constante de nuestros clientes, por lo que una caja de comentarios o sugerencias, junto con una solicitud de calificación por el trato recibido, podrías mejorar la idea del negocio.

Entrevista 4:

Tipo de entrevistado: Usuario

Nombre del entrevistado: *Fernando Beltrán*

Link de la entrevista: <https://youtu.be/U1H1AUtZNYI>

Resultados:

El usuario comentó que la plataforma es muy útil, pero no necesariamente para su empresa ya que suele realizar pedidos estandarizados con los que le brindan precios que no varían mucho de mes

a mes; sin embargo, esto no impidió que reconozca la agilidad, confiabilidad y facilidad de uso de Cotifast como los 3 principales beneficios que identificó para su negocio. Asimismo, considera que si bien la plataforma es un cotizador de operaciones internacionales en tiempo real, no puede asegurar a ciencia cierta que es el primero. Por último, indica que podría suscribirse a Cotifast porque sus beneficios son muy llamativos pero de manera ocasional, en caso tenga algún percance o motivación para cambiar de agencia, motivo por el cual invita a que se realice el cambio de presentarles a los usuarios todas las agencias con las que pueden cotizar en vez de pedirles que especifiquen el nombre de una para poder obtener su precio, de manera que se muestran varias empresas y varios precios de manera simultánea para facilitar la elección

Entrevista 5:

Tipo de entrevistado: Usuario

Nombre del entrevistado: *Miriam Espinoza*

Link de la entrevista: https://youtu.be/bZ_crqAPWug

Resultados:

La entrevistada afirma que en su caso Cotifast brinda muchos beneficios porque todavía no tiene agencias fijas con las que trabaja, entonces se encuentra en la búsqueda del socio ideal y para esto, Cotifast le permite evaluar varias opciones en poco tiempo. Como principales beneficios, reconoce el ahorro de tiempo y la rapidez para generar la cotización, además de la posibilidad de adaptarse a cualquier modalidad de comercio exterior. También, señala que es una idea innovadora que no había escuchado antes y le serviría enormemente para potenciar su negocio, el cual se encuentra en crecimiento, motivo por el que preferiría comenzar con la prueba gratuita y luego el plan mensual. Finalmente, sugirió agregar un ranking sobre las agencias más buscadas, acompañadas de comentarios o calificaciones por parte de otros usuarios, de manera que pueda tener alguna referencia antes de decidir.

Entrevista 6:

Tipo de entrevistado: Usuario

Nombre del entrevistado: *Karen Paredes*

Link de la entrevista: <https://youtu.be/JHkgHdZ1m1Q>

Resultados:

La entrevistada especifica que Cotifast es una aplicación muy completa en lo que se refiere a operaciones relacionadas al comercio exterior puesto que incluye carga, descarga, flete, procesos aduaneros y más, los cuales son fundamentales al importar o exportar, pero no siempre reciben la importancia adecuada. Con respecto a los beneficios identificados de la plataforma, la entrevistada en síntesis indicó que es muy útil porque permite cotizar rápido, sin errores y con data en vivo, además de no considerar fechas de vencimiento en las cotizaciones que muchas veces ejercen presión en la toma de decisiones. En adición, destaca que el hecho de trabajar con datas en vivo es favorable para visualizar en tiempo real la modificación de los precios, si fuera el caso y que el hecho de ahorrar tiempo para su empresa es vital, por lo que sí estaría dispuesta a usar la plataforma; no obstante, recomienda agregar una sección titulada “Nosotros” con la que se presente el equipo y cree mayor afinidad con el público.

Entrevista 7:

Tipo de entrevistado: Usuario

Nombre del entrevistado: *Gustavo Quintana*

Link de la entrevista: <https://youtu.be/3ZhGhsDJWVo>

Resultados:

El entrevistado presentó interés en la facilidad con la que cualquier persona puede comenzar a generar cotizaciones sin la necesidad de recibir mucha capacitación previa, puesto que la plataforma está completamente sistematizada y enfocada a disminuir errores. De igual manera, se vio atraído a la personalización que brinda Cotifast, junto con la modificación de datos de manera

automática, ya que le brinda un valor agregado a la propuesta debido a la disminución en el tiempo de espera. Debido a que se trabaja con data obtenida en tiempo real, considera que la cotización obtenida es exacta y útil, además de mostrar preferencia porque se puede trabajar con la plataforma a cualquier hora del día, en fines de semana y feriados, lo cual le permite atender requerimientos no pronosticados. Por último, busca ganar más experiencia dentro del mercado internacional con los beneficios que le ofrece la plataforma y para potenciar sugirió un chatbot disponible 24/7 que sirva como asesor y nexo entre los clientes y la empresa.

Entrevista 8:

Tipo de entrevistado: Usuario

Nombre del entrevistado: *Jose Luis Zavala*

Link de la entrevista: <https://youtu.be/giySqwuf7Kw>

Resultados:

El entrevistado comenta que es un proyecto con un alto componente innovador y con mucho potencial ya que se ha reconocido una gran necesidad del mercado y no había escuchado una idea similar, además considera que es de gran utilidad, en especial para las empresas que comienzan a conformarse y no saben con qué agencias establecer relaciones. Entre los principales beneficios expresó que la cotización se puede realizar de manera sencilla, libre de errores humanos, personalizada de acuerdo a la preferencia del cliente y lo más importante que se puede obtener en cuestión de minutos. A pesar de que se encuentre interesado en contar con los beneficios que brinda Cotifast, desea esperar a que su empresa cuente con una mayor solvencia financiera y un negocio más sólido antes de suscribirse a la plataforma; sin embargo, resalta que la gran cantidad de métodos de pago es un beneficio adicional. En cuanto a las mejoras para Cotifast, indicó que es importante contar con referencias y comentarios públicos de los propios clientes calificando su experiencia con la plataforma ya que otros usuarios se verían motivados a comenzar a usar Cotifast si es que ven buenas reseñas.

Entrevista 9:

Tipo de entrevistado: Usuario

Nombre del entrevistado: *Veronica Sanchez*

Link de la entrevista: https://youtu.be/X_xBRIQUB1E

Resultados:

La entrevistada aprecia fundamentalmente la reducción de tiempo de espera en las cotizaciones ya que su situación actual la lleva a esperar incluso una semana y una plataforma como Cotifast que no solo le da rapidez, sino también facilidad de uso, confiabilidad y sencillez, le parece la solución adecuada a este problema. Asimismo comenta que es interesante que la plataforma se pueda ajustar a las distintas modalidades como exportación e importación y a los distintos tamaños de las empresas. En cuanto al funcionamiento de Cotifast, añade que el proceso fluye de manera sencilla y se desarrolla correctamente, comparándolo con una calculadora en línea de gastos relacionados a operaciones internacionales. Para este caso, la entrevistada mostró conformidad con cada aspecto de la plataforma, desde el diseño hasta el funcionamiento de la misma, solo recomendó realizar diferentes pruebas antes de lanzarlo al mercado y tener un plan de contingencia en caso la red no funcione porque esto podría paralizar las operaciones del cliente.

Entrevista 10:

Tipo de entrevistado: Usuario

Nombre del entrevistado: *Jorge Omar Sanchez*

Link de la entrevista: <https://youtu.be/ygy4MoK6Qcs>

Resultados:

El entrevistado mostró gran interés en la plataforma porque se encuentra muy disconforme con las demoras que existen cuando se solicitan cotizaciones de manera manual, por lo que la ventaja

que brinda Cotifast en obtener precios en cuestión de minutos es altamente valorado por él. Asimismo, la facilidad y poca información requerida es un beneficio destacable dentro de su análisis ya que solo debe ingresar datos precisos y automáticamente recibe su cotización, todo esto muy aparte de la satisfacción que obtiene al poder modificar la cotización en poco tiempo, ya que si esto le sucede actualmente, tendría que esperar nuevamente varios días hasta que las agencias le den respuesta. Para su negocio, Cotifast representa un aspecto positivo ya que pueden analizar más opciones en cuanto a proveedores de servicios de transporte, carga, etc y con data actualizada en cada momento. Sin embargo, también indicó que a modo de sugerencia se puede modificar la opción de “Gastos Administrativos Promedio de la Empresa”, los cuales serían más adecuados si cada cliente consignará el presupuesto que tienen para esa operación en específico.

6.1.4. Análisis

Tabla 7:

Malla receptora de información del experimento 1

Aspectos Interesantes	Críticas constructivas
<ul style="list-style-type: none"> ● La plataforma Cotifast brinda facilidad y sencillez en su uso, permitiendo una navegación directa al realizar la cotización. ● La idea de negocio es interesante porque brinda un gran ahorro de tiempo para todos los usuarios. ● Los usuarios muestran interés en suscribirse a Cotifast, sin importar el tamaño de su empresa o la cantidad de años que llevan en el mercado. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Se puede mejorar el diseño de la plataforma a través de la elección de una paleta de colores más sobria. ● Es necesario tener un canal de comunicación directa con los usuarios donde puedan realizar consultas, quejas o reclamos. ● Evaluar correctamente la cantidad y calidad de agencias que actuarán como socios clave a través del facilitamiento de sus precios en tiempo real.
Preguntas nuevas	Ideas nuevas
<ul style="list-style-type: none"> ● ¿Se encontrará dentro del presupuesto 	<ul style="list-style-type: none"> ● Contar con un chatbot que sirva para

-
- | | |
|---|---|
| <p>de desarrollo de web las ideas nuevas?</p> <ul style="list-style-type: none">• ¿Qué criterios se utilizarán para evaluar qué ideas brindadas por los usuarios se deben implementar?• ¿De qué manera se puede mejorar la elección de agencias como socios clave? | <p>orientar, absolución de consultas simples, conectar a asesores con usuarios, entre otros.</p> <ul style="list-style-type: none">• Brindar rankings de las agencias aduaneras, de carga, etc más solicitadas históricamente.• Agregar una sección de comentarios donde los usuarios puedan opinar sobre su experiencia Cotifast.• Añadir una pestaña que muestra al equipo, el nacimiento del negocio, entre otros en búsqueda de lograr mayor afinidad con el público. |
|---|---|

Nota: La malla receptora contiene la información adquirida de las entrevistas individuales realizadas segmentadas en aspectos interesantes, críticas constructivas, ideas nuevas y preguntas nuevas.

6.1.5. Aprendizajes

A partir de este experimento se pudo comprender cuáles son los aspectos más importantes sobre Cotifast para los usuarios: Ahorro de tiempo, Practicidad, Facilidad de uso, Personalización y Disminución de errores. Asimismo, se identificó que todas las empresas están dispuestas a usar la plataforma, sin importar si recién ingresan al mercado internacional o si ya poseen amplia experiencia; sin embargo, sí se evidenció que aquellos cuyas empresas son de menor tamaño, primero buscan probar Cotifast por un periodo de tiempo determinado, a comparación de aquellas más grandes que estaban dispuestas a contratar el plan anual para gozar sus diversos beneficios. Por otro lado, se obtuvo una gran cantidad de oportunidades de mejora con respecto a las opciones adicionales que se le pueden agregar a la página, como chatbot, caja de comentarios, videotutoriales, presentación del grupo, entre otros. Todas estas ideas serán consideradas y debatidas para mejorar la experiencia del cliente al usar la plataforma. Por último, se entendió que para los usuarios es muy importante e indispensable contar con información confiable, por lo que se debe priorizar la constante actualización de datos provenientes de los socios estratégicos.

6.1.6. Sustentación de la validación (enlaces, audios, videos,imagenes)

Entrevista a usuario:

1. Elena Romero: <https://youtu.be/kpgW5qeC42s>
2. Hans Castillo: <https://youtu.be/2zyhPOhRQFA>
3. Carlos Flores: <https://youtu.be/1RkizkxXviY>
4. Fernando Beltrán: <https://youtu.be/U1H1AUtZNYI>
5. Miriam Espinoza: https://youtu.be/bZ_crqAPWug
6. Karen Paredes: <https://youtu.be/JHkgHdZ1m1Q>
7. Gustavo Quintana: <https://youtu.be/3ZhGhsDJWVo>
8. Jose Luis Zavala: <https://youtu.be/giySqwuf7Kw>
9. Veronica Sanchez: https://youtu.be/X_xBRIQUB1E
10. Jorge Omar Sanchez: <https://youtu.be/ygy4MoK6Qcs>

6.2 Experimento 1 (repetición)

6.2.1. Objetivo

Tabla 8:

Validación del segmento del cliente y propuesta de valor- Experimento 1 (repetición)

Hipótesis	H1: Los usuarios consideran que Cotifast es una plataforma útil, confiable y fácil de usar. H2: Los usuarios están interesados en utilizar Cotifast.
Cuadrantes que valida	Segmento del cliente y propuesta de valor
Método	Entrevistas a usuarios
Métrica	Número de usuarios dispuestos a usar Cotifast gracias a los beneficios ofrecidos vs. Número de usuarios entrevistados
Criterios de éxito	80% de los usuarios están dispuestos a usar Cotifast gracias a los beneficios ofrecidos

Nota: La tabla brinda información elemental acerca de la elaboración del experimento de la validación del modelo de negocio.

6.2.2. Diseño y desarrollo

Tabla 9:

Bitácora de actividades del experimento 1 (repetición)

Actividad	Tarea	Resultado
Comunicarse, mediante correo electrónico, con una persona experta en el desarrollo de plataformas virtuales o de softwares para que nos brinde toda la información con respecto a los costos que se deberán incurrir para la creación de Cotifast.	Realizar la búsqueda de un experto en temas de desarrollo de plataformas por medio de páginas en internet, redes sociales o personas conocidas. Elaborar un correo donde se le solicite el presupuesto que se requiere para que nos brinde sus servicios.	Se pudo lograr encontrar al experto a través de personas cercanas a nuestro entorno. Se le envía un correo al experto con todos los requerimientos necesarios para la elaboración de la plataforma web.

Nota: Esta bitácora brinda información acerca de las actividades a ejecutar para llevar a la práctica el experimento 1

6.2.3. Resultados

Entrevista 1:

Tipo de entrevistado: Usuario

Nombre del entrevistado: *Carlos Eduardo Lozano Jimenez*

Link de la entrevista: <https://youtu.be/wf941pJnDuQ>

Resultados:

Según lo mencionado por el Sr. Carlos Lozano, la plataforma realizada de Cortifast es considerada una opción muy viable ante la problemática actual presentada por la demora de las cotizaciones, debido a que permite realizar distintas cotizaciones de manera casi inmediata, reduciendo considerablemente el tiempo que presentan las cotizaciones tradicionales en estos tiempos, en

donde se presentan las respuestas aproximadamente dentro de días, y en algunos casos, se realizan dentro de semanas, lo cual es ocasionado por distintos factores. Del mismo modo, considera que la plataforma puede solucionar en gran magnitud los problemas con las ganancias o beneficios generados con las pequeñas empresas, debido a que se podrá obtener las respuestas con los respectivos costos de los productos solicitados en corto tiempo, por lo que el equipo a cargo de la labor se encargará de considerar cuál opción presenta mayor utilidad, y a su vez, presenta la calidad que representa a la marca. Por último, el Sr. Carlos manifestó que se encuentra satisfecho con las opciones presentadas por esta opción, por lo que estaría dispuesto a adquirir una membresía de Cotifast para de ese modo buscar una cartera de proveedores confiables para crecer en el rubro.

Entrevista 2:

Tipo de entrevistado: Usuario

Nombre del entrevistado: *Marco Antonio Sifuentes Cruz*

Link de la entrevista: https://youtu.be/v0im_fMKESs

Resultados:

El Sr. Marco Antonio, creador de una pequeña pyme dedicada a la importación y distribución de accesorios de moda, calificó como atractiva a la plataforma Cotifast, debido a que la considera una página práctica y dinámica, en donde resaltó su agrado por obtener cotizaciones de distintos proveedores, debido a que su rubro presenta muchos cambios en el mercado ocasionado por las estacionalidades, innovación, competencia, entre otros, en donde se podrán encontrar productos novedosos dentro de la cartera de asociados a la plataforma de manera casi instantánea. Del mismo modo, el usuario indicó que Cotifast se puede convertir en un futuro en un gran cotizador automatizado, debido a la eficacia que brindaría y acertividad para encontrar a los proveedores que cada empresa emergente busca. Es por lo mencionado que el entrevistado considera por los

beneficios y el precio accesible adquirir una membresía para evitar muchos problemas con respecto al proceso de importación para realizar sus operaciones en el menor tiempo posible.

Entrevista 3:

Tipo de entrevistado: Usuario

Nombre del entrevistado: *Mariano Alejandro Becerra Galvez*

Link de la entrevista: <https://youtu.be/9CdouqV9Y1M>

Resultados:

Durante la entrevista con el Sr. Mariano Becerra se obtuvieron muchos resultados favorables para Cotifast, indicando que la plataforma puede ayudar a las pymes como la que lidera a tener un crecimiento en un corto plazo, debido a la gran accesibilidad que presenta la plataforma ante las respuestas de distintas empresas internacionales. Del mismo modo, menciona que el factor que más resalta es el tiempo que se puede ahorrar en obtener las cotizaciones, lo cual conlleva a tener un disminuir el tiempo que ocasiona toda la operación de importación, en donde se incluye el envío de documentos, coordinación con incoterms, entre otros, debido a que el denominado primer paso para la operación se realizó de manera instantánea. Por lo mencionado, el entrevistado considera atractiva la adquisición de una membresía en Cotifast, debido a que indica que los precios son accesibles para los nuevos emprendedores, el cual en un largo plazo se considerará como una adquisición obligatoria para las pymes, debido a que la competencia en el mercado local se volverá más agresiva por la facilidad de obtener productos con gran calidad a menor precio.

Entrevista 4:

Tipo de entrevistado: Usuario

Nombre del entrevistado: *Alexandra Nicole Torres Leon*

Link de la entrevista: https://youtu.be/6_f9bRLvgmo

Resultados:

De acuerdo a la entrevista brindada por la Srta. Alexandra, se puede considerar a Cotifast como una plataforma que resolverá los problemas de muchos nuevos empresarios. La usuaria indicó que al inicio de las operaciones en su denominada pyme se presentaba la dificultad de obtener un precio favorable para el empresario al momento de realizar la búsqueda de proveedores, debido a que solicitaba cotizaciones a distintas empresas internacionales, pero no muchas brindaban respuesta a su requerimiento o demora en brindar la respuesta, por lo que para iniciar sus operaciones en el corto plazo era muy riesgoso por los precios que se obtenían. De esta forma, la entrevistada manifiesta que la plataforma, al visualizarse sencilla de utilizar, las personas que presentan capital para realizar un emprendimiento se verán tentadas a realizar pequeños negocios ante la facilidad que brinda la plataforma. Por ello, Alexandra considera que Cotifast es una página que solucionara los problemas presentados por las cotizaciones internacionales, en donde su automatización en los procesos brinda un gran valor agregado para los pequeños empresarios, por lo que estaría muy dispuesta a adquirir una membresía de Cotifast.

Entrevista 5:

Tipo de entrevistado: Usuario

Nombre del entrevistado: Gent Adolfo Clement

Link de la entrevista: <https://youtu.be/DBPpjoZKQZM>

Resultados:

Según lo mencionado por el entrevistado, estudiante de la carrera de Negocios Internacionales, considera que la plataforma es muy beneficiosa para las personas que tienen la capital para realizar un negocio y, asimismo, a los pequeños empresarios que tienen un negocio activo, debido a que les ayudará a encontrar al proveedor que le genera más beneficio económico en el menor tiempo posible. Del mismo modo, el usuario comentó que la interfaz se visualiza sencilla de utilizar, lo cual ayudará a los empresarios que desean utilizar la plataforma a no tener la necesidad de

capacitarse para su uso, disminuyendo el tiempo en las operaciones. Por último, indicó que estaría muy dispuesto a obtener una membresía de Cotifast, debido a los beneficios en cuanto al tiempo que ahorrará en obtener una respuesta a la cotización y lograr afiliarse a un buen proveedor en el menor tiempo posible.

Entrevista 6:

Tipo de entrevistado: Usuario

Nombre del entrevistado: *Isabela Elena Aguirre Condori*

Link de la entrevista: https://youtu.be/l3pWDCtbG_c

Resultados:

Por lo obtenido en la entrevista con la Srta. Aguirre, se pudo obtener comentarios favorables en relación a los beneficios que se pueden obtener mediante la plataforma denominada Cotifast, debido a que se puede ahorrar mucho tiempo en realizar sus operaciones de compraventa internacional al recibir la cotización en el menor tiempo posible, logrando maximizar el proceso. Del mismo modo, la entrevistada manifestó un gran apoyo a la página web, debido a que solucionará problemas presentes en el corto y largo plazo, en donde se espera que las operaciones sean casi automatizadas. Asimismo, indicó que la página web presenta una interfaz fácil de interactuar, ya que presenta el requerimiento de información de forma sencilla y directa. Por último, indicó que recomendaría a las pequeñas pymes a suscribirse a la plataforma por los beneficios, ya que contrae esta resolución ante la problemática internacional presentada con más frecuencia.

Entrevista 7:

Tipo de entrevistado: Usuario

Nombre del entrevistado: *Mateo Ignacio Torres Rodriguez*

Link de la entrevista: <https://youtu.be/OyObVN1BIIE>

Resultados:

Según lo mencionado por el entrevistado, se pudo obtener comentarios positivos en relación a los beneficios que se puede obtener el uso de esta plataforma en los pequeños negocios, debido a que brindara una gran ventaja a los suscriptores al poder recibir distintas cotizaciones internacionales en un tiempo relativamente corto, en donde podrán seleccionar de manera minuciosa al proveedor que le brinda productos de gran calidad a un precio accesible, con la finalidad de satisfacer a los consumidores y generar a su vez mejores ganancias. Por lo mencionado, el usuario manifiesta que estaría dispuesto a recomendar la plataforma web a personas que desean emprender mediante un negocio, ya que no solo ayudaría a obtener productos terminados más económicos, sino que también se podrá obtener materia prima a buen precio para los emprendimientos que desean obtener un producto terminado innovador.

Entrevista 8:

Tipo de entrevistado: Usuario

Nombre del entrevistado: *Luis Francisco Vargas Muñoz*

Link de la entrevista: https://youtu.be/fYl_1SPuvFU

Resultados:

Por lo mencionado por el Sr. Vargas durante la entrevista, se pudo recolectar aspectos positivos de la plataforma Cotifast, en donde recalco que la gran ventaja que presenta la página web es la rapidez y sencillez para obtener cotizaciones internacionales a distintas empresas proveedoras. Asimismo, el usuario manifiesta que el beneficio que contrae la página web está de acuerdo con el precio que brinda, debido a que está dirigido a negocios emergentes que no presentan un alto nivel de capital, por lo que lo recomendaría a sus colegas que desean realizar su emprendimiento

para que no incurran en gastos extras al momento de conseguir un proveedor, seleccionando de manera factible a la empresa encargada de brindar sus productos.

Entrevista 9:

Tipo de entrevistado: Usuario

Nombre del entrevistado: *Jorge Leonardo Castilla Ramos*

Link de la entrevista: <https://youtu.be/giySqwuf7Kw>

Resultados:

Según lo mencionado por el entrevistado, se pudo recolectar aspectos positivos que los usuarios valorarán al adquirir una membresía de Cotifast, en donde resaltó la velocidad en que se pueden obtener las cotizaciones, debido que mediante los métodos tradicionales esta tiende a presentar un gran tiempo de respuestas, lo cual retrasa las actividades de importación posteriores. Del mismo modo, considera la plataforma web muy didáctica y de fácil uso, en donde los usuarios no presentarían problemas o necesidad de capacitarse para utilizar correctamente la página web. Por último, el entrevistado manifiesta un apoyo a la plataforma, debido a que lo recomendaría a personas que se encuentran con la capacidad de realizar un emprendimiento y, asimismo, a las personas que desean expandir su pyme, debido a que al obtener una mayor cantidad de proveedores se podrá cumplir con los altos requerimientos que se presentarán en el tiempo por el crecimiento de las respectivas empresas.

Entrevista 10:

Tipo de entrevistado: Usuario

Nombre del entrevistado: *Joaquin Andres Valdez Chirinos*

Link de la entrevista: <https://youtu.be/9CdouqV9Y1M>

Resultados:

Por las respuesta obtenidas en la entrevista, el usuario manifiesta estar conforme con los beneficios que brinda la plataforma denominada Cotifast, debido a que soluciona problemáticas existentes en el mercado, el cual corresponde a ser el inicio de todo proceso de importación el cual es la cotización internacional. Asimismo, el usuario indicó que la plataforma se visualiza de fácil uso, siendo muy didáctica, aunque del mismo modo recomienda implementar una guía dirigida para nuevos usuarios. Además, la plataforma brindarla opción de prueba gratuita para demostrar a los nuevos emprendedores los resultados que se pueden obtener si adquieren esta membresía. Por último, el entrevistado indicó que recomendaría a sus colegas que se suscriban a Cotifast, debido a que además de solucionar uno de los grandes problemas que presenta todo nuevo negocio, podrán iniciar sus operaciones en un menor tiempo posible y competir en el actual mercado ante las empresas ya posicionadas ante una mejora en la calidad y precio de los productos.

6.2.4. Análisis

Tabla 10:

Malla receptora de información del experimento 1 (repetición)

Aspectos Interesantes	Críticas constructivas
<ul style="list-style-type: none"> ● Es importante poder visualizar la información relacionada a la empresa que brindara sus productos a los emprendedores. ● Es necesario comprender con los requerimientos que presentaran los usuarios con la interacción con la plataforma 	<ul style="list-style-type: none"> ● Considerar la innovación continua de plataforma para brindar servicios adicionales ante la posible aparición de competidores. ● Tener en consideración la opinión de sus usuarios para implementar nuevas opciones en la plataforma. ● No dejar de lado el mantenimiento de la plataforma, ya que una de sus principales características es la rapidez y eficiencia.
Preguntas nuevas	Ideas nuevas
<ul style="list-style-type: none"> ● ¿Qué estrategias se emplearán para 	<ul style="list-style-type: none"> ● Colocar una sección en donde se

que comerciantes extranjeros se incorporen a brindar sus cotizaciones ?

- ¿Qué otras secciones se plantea implementar en Cotifast mediante su crecimiento?

pueda encontrar a los proveedores con mejores calificaciones por los usuarios en cuanto a la experiencia de compra.

- Implementación de un chatbot para reducir las dudas presentadas en el uso de la página web para los nuevos usuarios.

Nota: La malla receptora contiene la información adquirida de las entrevistas a usuarios segmentadas en aspectos interesantes, críticas constructivas, ideas nuevas y preguntas nuevas.

6.2.5. Aprendizajes

A partir del presente experimento determinar los aspectos clave que son valorados por los nuevos usuarios, los cuales corresponden a ser el ahorro de tiempo, Facilidad de acceso, Disminución de errores y Grandes Posibilidades de crecimiento para la empresa. Asimismo, se determinó que la gran parte de usuarios estaría muy dispuesto a adquirir una membresía de Cotifast, sin importar su nivel de conocimiento o experiencia del mercado internacional. Por otro lado, se obtuvo una gran cantidad de recomendaciones para implementar en la plataforma web con respecto a las sesiones brindadas, en donde plantean adicionar la adición de una guía dirigida para los nuevos usuarios para que puedan familiarizarse de manera inmediata con la plataforma, además de implementar complementos como chatbot, caja de comentarios, videotutoriales, presentación del grupo, entre otros. Todas estas ideas serán consideradas y debatidas para mejorar la experiencia del cliente al usar la plataforma. Por último, se entendió que para los usuarios es muy importante e indispensable contar con información tanto del producto como de la empresa, la cual debe ser verificada por expertos para poder brindar la seguridad al usuario al momento de solicitar diversas cotizaciones.

6.2.6. Sustentación de la validación (enlaces, audios, videos, imágenes)

Entrevista a usuario:

11. Carlos Eduardo Lozano Jimenez: <https://youtu.be/wf941pJnDuQ>

12. Marco Antonio Sifuentes Cruz: https://youtu.be/v0im_fmKESs
13. Mariano Alejandro Becerra Galvez: <https://youtu.be/9CdouqV9Y1M>
14. Alexandra Nicole Torres Leon: https://youtu.be/6_f9bRLvgmo
15. Gent Adolfo Clement: <https://youtu.be/DBPpjoZKQZM>
16. Isabela Elena Aguirre Condori: https://youtu.be/l3pWDCtbG_c
17. Mateo Ignacio Torres Rodriguez: <https://youtu.be/OyObVN1BlIE>
18. Luis Francisco Vargas Muñoz: https://youtu.be/fYl_1SPuvFU
19. Jorge Leonardo Castilla Ramos: <https://youtu.be/giySqwuf7Kw>
20. Joaquin Andres Valdez Chirinos: <https://youtu.be/9CdouqV9Y1M>

6.3. Experimento 2

6.3.1. Objetivo

Tabla 11:

Validación de la estructura de costos y flujo de ingresos - Experimento 2

Hipótesis	Los costos del desarrollo de la página con todas las características que ofrece Cotifast no sobrepasan el presupuesto estimado.
Cuadrantes que valida	Estructura de costos y flujo de ingresos.
Método	Envío de correos electrónicos a expertos.
Métrica	Ofertas que se ajustan al presupuesto vs ofertas recibidas
Criterios de éxito	Al menos una oferta recibida por parte de los expertos se ajusta al presupuesto establecido.

Nota: La tabla brinda información elemental acerca de la elaboración del experimento 2 de la validación del modelo de negocio.

6.3.2. Diseño y desarrollo

Este experimento fue elaborado con la principal finalidad de conocer los costos en los que debíamos incurrir para la elaboración de una plataforma con todas las especificaciones que brinda Cotifast. Por tal motivo, se tomó la decisión de comunicarse vía correo electrónico con un experto

en el tema. El correo fue enviado el día 20 de abril en donde se mencionaba las características de la plataforma y también el link del prototipo para que pueda tener una mejor idea de lo que se tiene planeado con el diseño. Esto nos permitiría tener una respuesta precisa, por parte del experto, en relación a los costos y contratación de sus servicios.

Tabla 12:

Bitácora de actividades del experimento 2

Actividad	Tarea	Resultado
Comunicarse, mediante correo electrónico, con una persona experta en el desarrollo de plataformas virtuales o de softwares para que nos brinde toda la información con respecto a los costos que se deberán incurrir para la creación de Cotifast.	Realizar la búsqueda de un experto en temas de desarrollo de plataformas por medio de páginas en internet, redes sociales o personas conocidas. Elaborar un correo donde se le solicite el presupuesto que se requiere para que nos brinde sus servicios.	Se pudo lograr encontrar al experto a través de personas cercanas a nuestro entorno. Se le envía un correo al experto con todos los requerimientos necesarios para la elaboración de la plataforma web.

Nota: Esta bitácora brinda información acerca de las actividades a ejecutar para llevar a cabo el experimento planteado.

6.3.3. Resultados

Los resultados obtenidos del correo electrónico enviado por la persona experta en el desarrollo de plataformas web, nos brindó la información necesaria para conocer los costos en los que serían necesarios incurrir para brindar un sitio web adecuado para cada uno de los usuarios, siguiendo con todos los requerimientos e ideas que le brindamos a través del prototipo. Es por ello que, en la cotización que se adjunta al correo, se especificaron los costos de lo que sería implementar el software de la plataforma, el diseño, base de datos, mantenimiento y la integración a las redes sociales, los cuales sumarían un total de 4779 soles.

6.3.4. Análisis

Tabla 13:

Malla receptora de información del experimento 2

Aspectos Interesantes	Críticas constructivas
<ul style="list-style-type: none">● Es importante mantener contacto con el experto en caso se presente algún tipo de fallo en la plataforma.● Es necesario entender las necesidades de los usuarios para implementar las mejoras de las opciones brindadas por la plataforma web.● Trabajar con un experto que conoce la aplicación desde el principio, será de gran ayuda para cualquier próxima modificación.	<ul style="list-style-type: none">● Tener en consideración la opinión de sus usuarios para implementar nuevas opciones en la plataforma.● No dejar de lado el mantenimiento de la plataforma, ya que una de sus principales características es la rapidez y eficiencia.● Mantener una relación positiva con el experto, ya que, ante cualquier problemática que perjudique el diseño de la plataforma, él podrá conocer con mayor facilidad el punto a tratar.
Preguntas nuevas	Ideas nuevas
<ul style="list-style-type: none">● ¿Será necesario contratar los servicios del experto a futuro en caso se evidencie una disminución de usuarios?● ¿El invertir una gran suma de dinero en la creación de la plataforma será capaz de captar la atención de más usuarios?● ¿Qué estrategias de marketing pueden ayudar a fidelizar a los usuarios mediante el uso de la plataforma?	<ul style="list-style-type: none">● Consultar con personas expertas en la creación de diseños para páginas web, ya que sería un aspecto importante para que el cliente se sienta cómodo al momento de utilizar la plataforma.● Implementación de una nueva sección en donde los usuarios puedan preguntar cualquier duda o inconveniente durante su experiencia.

Nota: La malla receptora contiene la información adquirida del focus group segmentadas aspectos interesantes, críticas constructivas, ideas nuevas y preguntas nuevas.

6.3.5. Aprendizajes

Como aprendizaje, se ha podido determinar que los costos que el experto nos ha proporcionado para ser incurridos en la elaboración de nuestra plataforma digital ha sido un monto previsto y considerado no tan elevado. Por tal motivo, consideramos de suma importancia contar con el apoyo de una persona experta y contratar sus servicios, ya que nos podrá brindar sus conocimientos para mejorar constantemente la experiencia de los usuarios y cumplir con los requerimientos que puedan cambiar a futuro.

6.3.6. Sustentación de la validación (enlaces, audios, videos)

Figura 15:

Cotización enviada por un experto



6.4. Experimento 2 (repetición)

6.4.1. Objetivo

Tabla 14:

Validación de la estructura de costos y flujo de ingresos - Experimento 2 (repetición)

Hipótesis	Los costos del desarrollo de la página con todas las características que ofrece Cotifast no sobrepasan el presupuesto estimado.
Cuadrantes que valida	Estructura de costos y flujo de ingresos.
Método	Envío de correos electrónicos a expertos.

Métrica	Ofertas que se ajustan al presupuesto vs ofertas recibidas
Criterios de éxito	Al menos una oferta recibida por parte de los expertos se ajusta al presupuesto establecido.

Nota: La tabla brinda información elemental acerca de la elaboración del experimento 2 (repetición) de la validación del modelo de negocio.

6.4.2. Diseño y desarrollo

Este experimento fue elaborado con la principal finalidad de conocer los costos en los que debíamos incurrir para la elaboración de una plataforma con todas las especificaciones que brinda Cotifast. Por tal motivo, se tomó la decisión de comunicarse vía correo electrónico con un experto en el tema. El correo fue enviado el día 20 de abril en donde se mencionaba las características de la plataforma y también el link del prototipo para que pueda tener una mejor idea de lo que se tiene planeado con el diseño. Esto nos permitiría tener una respuesta precisa, por parte del experto, en relación a los costos y contratación de sus servicios.

Tabla 15:

Bitácora de actividades del experimento 2 (repetición)

Actividad	Tarea	Resultado
Comunicarse, mediante correo electrónico, con una persona experta en el desarrollo de plataformas virtuales o de softwares para que nos brinde toda la información con respecto a los costos que se deberán incurrir para la creación de Cotifast.	Realizar la búsqueda de un experto en temas de desarrollo de plataformas por medio de páginas en internet, redes sociales o personas conocidas. Elaborar un correo donde se le solicite el presupuesto que se requiere para que nos brinde sus servicios.	Se pudo lograr encontrar al experto a través de personas cercanas a nuestro entorno. Se le envía un correo al experto con todos los requerimientos necesarios para la elaboración de la plataforma web.

Nota: Esta bitácora brinda información acerca de las actividades a ejecutar para llevar a cabo el experimento planteado.

6.4.3. Resultados

El segundo correo enviado al experto en desarrollo de softwares y páginas web, nos brindó la información necesaria de todos los costos detallados en los que se debe incurrir para la elaboración de la plataforma. Entre estos costos se encontraban la implementación del software, configuración de servidores, plugins de seguridad, landing page y mantenimiento, lo cual en total suma un resultado de 4460 soles incluido el IGV. Se ha podido determinar que el valor total de sus servicios es menor que el del experto anterior y uno de los aspectos donde se evidencia es en el monto del mantenimiento.

6.4.4. Análisis

Tabla 16:

Malla receptora de información del experimento 2 (repetición)

Aspectos Interesantes	Críticas constructivas
<ul style="list-style-type: none">● La importancia del experto para poder atender a las necesidades de los clientes con respecto al diseño de la plataforma.● Tomarle la importancia necesaria al proceso de inversión de la plataforma es de gran ayuda para cumplir con los objetivos de diseño planeado.● La inversión en publicidad a través de las páginas web otorga la posibilidad de ampliar la cantidad del público potencial.	<ul style="list-style-type: none">● Estar preparado para cualquier tipo de cambio que los usuarios indiquen que deba agregarse.● Aplicar constantemente mantenimientos de la plataforma para que no haya ningún tipo de error que perjudique la experiencia de los usuarios.● Tener el dinamismo y la iniciativa de agregar nuevas opciones que sirvan para mejorar la experiencia de sus usuarios.
Preguntas nuevas	Ideas nuevas
<ul style="list-style-type: none">● ¿Será necesario realizar un cambio a futuro del diseño de la plataforma web?	<ul style="list-style-type: none">● Implementar un bot con el que se pueda conversar mediante el chat de quejas o dudas acerca del

-
- ¿Realizar una mayor inversión en la creación de la plataforma garantizará una mejor experiencia?
 - ¿Será necesario tener una fecha específica para llevar a cabo el mantenimiento?
 - Implementar una opción dentro de la plataforma que permita configurar la paleta de colores por si los usuarios desean cambiarla.
-

Nota: La malla receptora contiene la información adquirida del focus group segmentadas aspectos interesantes, críticas constructivas, ideas nuevas y preguntas nuevas.

6.4.5. Aprendizajes

Como aprendizaje, se ha podido determinar que por todo lo mencionado por el segundo experto en desarrollo de softwares y en diseño de páginas web para la elaboración de nuestra plataforma y conocer todos los costos que se deben tener en consideración, resulta útil y viable el hecho de contratar los servicios para que Cotifast pueda cumplir con todos los requerimientos que los usuarios desean para mejorar su experiencia al momento de utilizarlo.

6.4.6. Sustentación de la validación (enlaces, audios, videos)

Figura 16:

Cotización de la plataforma web Cotifast

COT - Javier Hidalgo  Recibidos x



Carlos García Blazques Vigo <carlosgbv19989@gmail.com>
para mí ▾

Buenas tardes, Javier
Adjunto lo solicitado. Asimismo, comentarte que tendré en cuenta todos los detalles mostrados en el prototipo y le haré las mejoras correspondientes.
Saludos.

Cotización de todo lo requerido para la creación de Plataforma Virtual COTIFAST.

Detalle	Valor sin IG	Precio (S/.)
Implementación del software	1271.19	1500.00
Diseño de secciones y landing page	847.46	1000.00
Configuración de servidores	661.02	780.00
Creación de página de contacto	406.78	480.00
Pugglins de seguridad	296.61	350.00
Mantenimiento	296.61	350.00
TOTAL con IG		4460.00

OK.

RECIBIDO.

GRACIAS.

← Responder

➔ Reenviar

6.5 Experimento 3

6.5.1. Objetivo

Tabla 17:

Validación de relaciones con los clientes, actividades clave, socios clave y canales-Experimento 3

Hipótesis	Los usuarios demuestran interés de los servicios que brinda la plataforma, mediante sus reacciones en la cuenta oficial de Cotifast en la red social Instagram.
Cuadrantes que valida	Relaciones con los clientes, actividades clave, socios clave y canales.
Método	Publicaciones y anuncios llamativos en la red social Instagram.
Métrica	Número de seguidores en la cuenta de Instagram y número de reacciones en las publicaciones.
Criterios de éxito	Obtener una cantidad mínima de 25 seguidores en la primera semana de creación y más de 80 likes en total de sus publicaciones.

Nota: La tabla brinda información elemental acerca de la elaboración del experimento 3 de la validación del modelo de negocio.

6.5.2. Diseño y desarrollo

Para llevar a efecto este experimento se tuvo que realizar la creación de una cuenta en la aplicación Instagram para poder dar a conocer ciertas características que ofrece Cotifast, además de captar la atención de mayor público con publicaciones e imágenes llamativas. Asimismo, es posible utilizar las herramientas estadísticas de la red social con el principal objetivo de conocer cómo los usuarios interactúan con la cuenta y medir la cantidad de sus reacciones.

Tabla 18:

Bitácora de actividades del experimento 3

Actividad	Tarea	Resultado
La creación de la cuenta Cotifast en Instagram.	Realizar todos los pasos necesarios para completar el perfil de la cuenta. (Escribir una breve descripción, colocar una imagen de perfil, etc).	Gracias a una adecuada forma de completar los datos necesarios para la elaboración del perfil, se logró captar la atención de más usuarios.
	Identificar y conocer las estadísticas que Instagram ofrece con respecto a las distintas interacciones de los usuarios con nuestra cuenta.	Se pudo obtener la cantidad prevista con respecto a las interacciones por parte de los usuarios como los “me gusta” y visitas a la cuenta.
Establecer y publicar las características principales de Cotifast, mediante imágenes llamativas y sencillas de entender para los usuarios.	Aprovechar cada herramienta que brinda la red social Instagram para generar mayor interés en los usuarios.	Fue posible identificar una mayor interacción por parte de los usuarios y el incremento de sus interacciones con la cuenta.
	Diseñar cada publicación con información relevante y utilizar colores que puedan atraer a los visitantes de la cuenta a simple vista.	Se pudo lograr una aceptación positiva de cada una de las publicaciones realizadas en donde se mencionan las características principales de Cotifast.

Nota: Esta bitácora brinda información acerca de las actividades a ejecutar para llevar a cabo el experimento planteado.

6.5.3. Resultados

Con respecto a los resultados obtenidos después del lanzamiento oficial de la cuenta Cotifast en la red social Instagram, fue posible determinar que durante los dos primeros días se logró la meta de tener un total de más de 25 seguidores y un total de más de 80 “me gusta” entre todas las publicaciones realizadas. Del mismo modo, pudimos evidenciar, por medio de la opción de estadísticas que brinda la plataforma, que tuvo 40 cuentas alcanzadas y 30 interacciones con la cuenta de Cotifast.

6.5.4. Análisis

Tabla 19:

Malla receptora de información del experimento 3

Aspectos Interesantes	Críticas constructivas
<ul style="list-style-type: none"> ● Los usuarios dieron a conocer su interés por la plataforma al dejar sus “me gusta” en cada una de las publicaciones realizadas. ● Es posible conocer el número exacto de usuarios a los que han visto una de nuestras publicaciones o historias. ● Cada vez que se realizaba una nueva publicación, el número de usuarios aumentaba. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Escribir siempre una descripción para cada una de las publicaciones que se realizan. ● Informar a través de las historias que se ha realizado una publicación nueva. ● Mantener los colores característicos de la plataforma en las publicaciones y evitar colores muy impactantes a la vista.
Preguntas nuevas	Ideas nuevas
<ul style="list-style-type: none"> ● ¿Qué otras herramientas brindadas por Instagram se les podría sacar mayor provecho para captar usuarios? ● ¿Qué tipo de publicaciones (imágenes, historias, <i>reels</i>) atraen a 	<ul style="list-style-type: none"> ● Implementar el mismo mecanismo de publicaciones en distintas redes sociales como facebook y twitter. ● Realizar encuestas en la opción de historias para conocer la opinión de

-
- | | |
|---|---|
| más usuarios? | los usuarios. |
| • ¿Es posible generar mayor interés por parte del público si se utiliza otras redes sociales? | • Creación de sorteos del paquete premium para generar mayor interacción de los usuarios e incrementar la cantidad de seguidores. |
-

Nota: La malla receptora contiene la información adquirida del focus group segmentadas aspectos interesantes, críticas constructivas, ideas nuevas y preguntas nuevas.

6.5.5. Aprendizajes

Como aprendizaje, se ha podido evidenciar que las publicaciones y el uso constante de las herramientas que se encuentran en Instagram nos permitieron conocer la aprobación de los usuarios con respecto a nuestra plataforma, a través de los “me gusta” y seguidores. Del mismo modo, consideramos que es de suma importancia mantener la cuenta activa en todo momento, como las constantes publicaciones por medio de las historias y al contestar sus mensajes. Por último, fue importante la manera adecuada de escribir la descripción de la cuenta, ya que permitió que los usuarios tengan mayor conocimiento de lo que se quería brindar antes de ver las demás publicaciones.

6.5.6. Sustentación de la validación (enlaces, audios, videos o imágenes)

Figura 17:

Resumen de estadísticas de la cuenta oficial de Cotifast en Instagram (primer y segundo día).



6.6 Experimento 3 (repetición)

6.6.1. Objetivo

Tabla 20:

Validación de relaciones con los clientes, actividades clave, socios clave y canales-Experimento 3 (repetición)

Hipótesis	Los usuarios demuestran interés de los servicios que brinda la plataforma, mediante sus reacciones en la cuenta oficial de Cotifast en la red social Instagram.
Cuadrantes que valida	Relaciones con los clientes, actividades clave, socios clave y canales.
Método	Publicaciones y anuncios llamativos en la red social Instagram.
Métrica	Número de seguidores en la cuenta de Instagram y número de reacciones en las publicaciones.
Criterios de éxito	Obtener una cantidad mínima de 35 seguidores en la primera semana de creación y más de 100 likes en total de sus publicaciones.

Nota: La tabla brinda información elemental acerca de la elaboración del experimento 3 (repetición) de la validación del modelo de negocio.

6.6.2. Diseño y desarrollo

Para realizar este experimento se tuvo que realizar la creación de una cuenta en la aplicación Instagram para poder dar a conocer ciertas características que ofrece Cotifast, además de captar la atención de mayor público con publicaciones e imágenes llamativas. Asimismo, es posible utilizar las herramientas estadísticas de la red social con el principal objetivo de conocer cómo los usuarios interactúan con la cuenta y medir la cantidad de sus reacciones.

Tabla 21:

Bitácora de actividades del experimento 3 (repetición)

Actividad	Tarea	Resultado
La creación de la cuenta Cotifast en la red social Instagram.	Realizar todos los pasos necesarios para completar el perfil de la cuenta. (Escribir una breve descripción, colocar una imagen de perfil, etc).	Gracias a una adecuada forma de completar los datos necesarios para la elaboración del perfil, se logró captar la atención de más usuarios.
Establecer y publicar las características principales de Cotifast, mediante imágenes llamativas y sencillas de entender para los usuarios.	Identificar y conocer las estadísticas que Instagram ofrece con respecto a las distintas interacciones de los usuarios con nuestra cuenta.	Se pudo obtener la cantidad prevista con respecto a las interacciones por parte de los usuarios como los “me gusta” y visitas a la cuenta.
	Aprovechar cada herramienta que brinda la red social Instagram para generar mayor interés en los usuarios.	Fue posible identificar una mayor interacción por parte de los usuarios y el incremento de sus interacciones con la cuenta.
	Diseñar cada publicación con información relevante y utilizar colores que puedan atraer a los visitantes de la cuenta a simple vista.	Se pudo lograr una aceptación positiva de cada una de las publicaciones realizadas en donde se mencionan las características principales de Cotifast.

Nota: Esta bitácora brinda información acerca de las actividades a ejecutar para llevar a cabo el experimento planteado.

6.6.3. Resultados

Con respecto a los resultados obtenidos después del lanzamiento oficial de la cuenta Cotifast en la red social Instagram, fue posible determinar que entre el tercer y cuarto día se logró la meta de tener un total de más de 35 seguidores y un total de más de 115 “me gusta” entre todas las publicaciones realizadas. Del mismo modo, pudimos evidenciar, por medio de la opción de estadísticas que brinda la plataforma, que tuvo 60 cuentas alcanzadas y 40 interacciones con la cuenta de Cotifast.

6.6.4. Análisis

Tabla 22:

Malla receptora de información del experimento 3 (repetición)

Aspectos Interesantes	Críticas constructivas
<ul style="list-style-type: none"> ● Los datos de la sección de estadísticas brindan la posibilidad de conocer mejor las interacciones de los usuarios con la plataforma. ● Hay que ser constantemente activo en la cuenta para mantener una relación con los usuarios, ● Los usuarios se mostraron atraídos por las características que ofrece la plataforma, ya que cada publicación cuenta con sus respectivos “me gusta”. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Realizar cuestionarios, a través de las historias para que los usuarios puedan interactuar y ampliar sus conocimientos. ● Colocar frases cortas en la descripción de las imágenes para que no sea tedioso de leer. ● El uso de colores que no sean muy diferente a los de la plataforma.
Preguntas nuevas	Ideas nuevas
<ul style="list-style-type: none"> ● ¿Qué otras herramientas que ofrece Instagram podrían ayudar nuestro 	<ul style="list-style-type: none"> ● Realizar las mismas actividades en otro tipo de red social con la finalidad

-
- | | |
|--|--|
| <p>crecimiento?</p> <ul style="list-style-type: none">• ¿Es conveniente escribir una pequeña descripción en cada una de las publicaciones?• ¿Los usuarios prefieren las publicaciones más visuales o con mayor información textual? | <p>de alcanzar un mayor número de usuarios.</p> <ul style="list-style-type: none">• Contratar a una persona que se encargue de mantener constantemente la cuenta en actividad con elaboración de publicaciones, que suba nuevas historias, realice encuestas, etc. |
|--|--|

Nota: La malla receptora contiene la información adquirida del focus group segmentadas aspectos interesantes, críticas constructivas, ideas nuevas y preguntas nuevas.

6.6.5. Aprendizajes

Referente a los aprendizajes, es posible determinar que hubo un incremento de seguidores de la cuenta de Cotifast en Instagram y se debía a la constante actividad de subir historias que permitieron dar a conocer de una manera más atractiva cada una de las publicaciones del perfil. Del mismo modo, se pudo entender la importancia de publicar imágenes con colores atractivos y mensajes claros para que se pueda impactar de manera positiva en el usuario. Por último, se mencionó nuestro interés en contestar todo tipo de comentario que tengan con respecto a la plataforma.

6.6.6. Sustentación de la validación (enlaces, audios, videos o imágenes)

Figura 18:

Resumen de estadísticas de la cuenta oficial de Cotifast en Instagram (primer y segundo día)



6.7. Experimento 4

6.7.1. Objetivo

Tabla 23:

Validación de socios claves y recursos claves del experimento 4

Hipótesis	Cotifast como una plataforma web efectiva de cotización para personas que cuentan con una pequeña o mediana empresa (Pymes).
Cuadrantes que valida	Socios clave y recursos clave
Método	Fuentes secundarias, artículos y recursos de investigación.
Métrica	Cantidad de datos y fuentes obtenidos
Criterios de éxito	90% de la obtención de información brinda fuentes veraces para realizar una cotización.

Nota: La tabla brinda información elemental acerca de la elaboración del experimento 4 de la validación del modelo de negocio.

6.7.2. Diseño y desarrollo

En relación al diseño y desarrollo fue fundamental llevar a cabo una búsqueda de información veraz y eficiente, además de emplear recursos de herramientas de investigación que ayudará a amplificar una mejor perspectiva acerca del modelo de negocio que brinda Cotifast.

Tabla 24:

Bitácora de actividades del experimento 4

Actividad	Tarea	Resultado
Averiguación de fuentes secundarias confiables y reconocidas, tales como, informes, papers, planes de negocio, tesis entre otras con el propósito que sean verificables para el presente trabajo.	Búsqueda y selección de información veraz.	Elección de fuentes secundarias y recurso de investigación que proveen información para el proyecto.
	Indagación de información hallada.	Evaluación de todas las fuentes secundarias y recursos de investigación seleccionadas.
	Descripción de relevante información evaluada meticulosamente.	Redacción de texto fundamental y precisa.

Nota: Esta bitácora brinda información acerca de las actividades a ejecutar para llevar a cabo el experimento planteado.

6.7.3. Resultados

Tal como ha deducido Osterwalder y Pigneur (2010) revelan que “las empresas crean alianzas para optimizar sus modelos de negocio, reducir riesgos o adquirir recursos” (p. 38). Según los autores, se encuentran cuatro tipos de socios clave las cuales son: las alianzas estratégicas entre empresas no competidoras, empresas conjuntas para desarrollar nuevos negocios y la cooptación.

Martinez (2014), señala que los recursos clave, al igual que los socios clave, son esenciales para presentar a los usuarios propuestas de valor, preservar la relación con ellos y generar ingresos. Por consiguiente, los recursos clave de un negocio online serían el almacenamiento, el hosting y el capital que nos sobrelleve al desarrollo de la organización.

Marquez Garcia (2010, como se citó en Gonzalez, 2015) ha señalado que los recursos clave son los recursos que una organización debe realizar para conseguir que el negocio funcione. Incluye recursos físicos, intelectuales, humanos y financieros. Pueden ser propios, arrendados o adquiridos de sus aliados clave.

Otro concepto de recursos clave determina que: Son los insumos que necesita la empresa para poder hacer un producto, permitiéndole crear y ofrecer una propuesta de valor, mantener el vínculo con su segmento de mercado y por consiguiente tener más ganancias. Estos incorporan todos los tipos de recursos: físicos, de información, técnicos, humanos y financieros. (Gallarzo y Ahumada, 2014, p.58).

6.7.4. Análisis

Tabla 25:

Malla receptora de información del experimento 4

Cosas Interesantes	Críticas Constructivas
<ul style="list-style-type: none"> ● Identificación de información de las empresas que brindan diversos servicios logísticos mediante SIICEX. ● La base de datos brindada por SUNAT, SIICEX y MINCETUR, TRADEMAP, VERITRADE corrobora información útil y eficaz para el proyecto. ● Facilitación de búsqueda de información relacionada con el comercio exterior lo cual permite reducir los costos de investigación. ● Detección de criterios para el cumplimiento de leyes, acuerdos o tratados comerciales internacionales. 	<ul style="list-style-type: none"> ● La base datos que se pueden recopilar a través de las herramientas brindadas por los recursos digitales mejorará la información brindada al posible usuario. ● Realizar cotizaciones con información actualizada.
Preguntas nuevas	Ideas nuevas
	<ul style="list-style-type: none"> ● Posibilitar a nuestros posibles

-
- ¿Será que la información adquirida por los recursos de investigación será suficiente?
 - ¿Será posible obtener información actualizada de las tarifas de los puertos internacionales?
 - usuarios el precio de flete actualizado por la línea naviera.
 - Incorporar información sobre posibles gastos adicionales que puedan generarse en el proceso
 - Ofrecer información sobre el motivo de los aranceles preferenciales por producto que el posible usuario desee exportar o importar.
-

Nota: La malla receptora contiene la información adquirida del focus group segmentadas aspectos interesantes, críticas constructivas, ideas nuevas y preguntas nuevas.

Se analizaron diversos repositorios de investigación, así como recursos de investigación proporcionadas por la universidad y por algunas instituciones públicas nacionales e internacionales de manera virtual las cuales en su mayoría están relacionadas con los negocios internacionales tales como SUNAT, SIICEX, TRADEMAP, VERITRADE, CIA FACTBOOK, PromPerú entre otras.

6.7.5. Aprendizajes

Luego de efectuar el experimento el cual consistió en la averiguación de fuentes secundarias, recurso de investigación y herramientas de análisis de mercado se determinó que se debe implementar algunos reportes de información útil para el posible usuario en el caso que quiera exportar o importar productos.

Se hallaron nuevos recursos de investigación y herramienta de análisis de mercado las cuales son contribuirán a perfeccionar nuestra idea de negocio:

- Veritrade Business es un producto diseñado especialmente para el uso comercial y empresarial. Se enfoca en brindarles la más detallada y confiable información de las aduanas de múltiples países dentro de un producto con una interfaz clara, simple y potente.
- Trademap que facilita , en forma de tablas, gráficos y mapas, indicadores de desempeño, de exportaciones, de demanda internacional, de mercados

alternativos y de mercados competitivos, así como un directorio de empresas importadoras y exportadoras.

- El sistema integrado de Información de Comercio Exterior (SIICEX) proporciona herramientas de análisis competitivo.

Con el propósito que sean verificables para el presente trabajo. Al analizar los resultados, se infiere que los recursos clave son todos los que se tienen a disposición para crear el producto o servicio, ponerlo en el mercado y mantenerlo en el mismo. Pueden ser propios o de terceros y el único requisito es que aporten a la creación, distribución y venta del producto o servicio.

Para el presente proyecto se han identificado una serie de activos y recursos que el emprendimiento debe tener consolidados, estos recursos pueden contemplarse como una base suficiente para la estrategia de crecimiento e implementación de Cotifast: Como recursos financieros propios y de terceros, intangibles entre otros.

6.7.6. Sustentación de la validación (enlaces, audios, videos o imágenes)

Fierro, S. M., & Alcázar, F. M. (2004). El proceso de alianzas estratégicas desde el enfoque de la teoría evolutiva de alianzas. *Investigaciones europeas de dirección y economía de la empresa*, 10(3), 189-207.

Gonzalez, R. D. (2015). *Modelo de negocio para una aplicación interactiva móvil de publicidad de locales comerciales en centros comerciales de la ciudad de Medellín* (Tesis de maestría, Universidad EAFIT, Escuela de Administración. Medellín, Colombia).
<https://core.ac.uk/download/47252276.pdf>

Martinez, E. (2014). *El Modelo de Negocio como base del éxito empresarial: una revisión teórica* (Tesis de pregrado, Universidad de Almería, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Almería, España).
http://repositorio.ual.es/bitstream/handle/10835/3662/3537_EL%20MODELO%20DE%20NEGOCIO%20COMO%20BASE%20DEL%20EXITO%20EMPRESARIAL-UNA%20REVISION%20TEORICA%20.pdf?sequence=1

- Mincetur y Promperú. (2013). *Semana económica (Apoyo S.A.)*, 28(1390),25-.
https://catalogo.upc.edu.pe/permalink/51UPC_INST/logil2/cdi_gale_infotracademiconefile_A347969281
- Rengifo, W. (2018). *Influencia de la metodología lean startup en la validación del modelo de negocio a través de la herramienta business model canvas en los startups de una incubadora metropolitana en el año 2018* (Tesis de licenciatura, Universidad Ricardo Palma, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.Lima, Peru).
https://repositorio.urp.edu.pe/bitstream/handle/URP/1954/NEG_GLOB_T030_46318298_T%20WENDY%20RENGIFO%20CHUJUTALLI.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- SIICEX (2022). *Herramientas para Análisis de Competitividad*.
https://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?_page_=161.00000
- SUNAT.(2022). *Aduanas*. <https://ww3.sunat.gob.pe/aduanas.html>
- Trade Map. (2022). *Información estadística*. <https://www.trademap.org/Index.aspx>
- Veritrade. (2022). *Investigación de mercado*. <https://www.veritrade.com/>

6.8. Experimento 4 (repetición)

6.8.1. Objetivo

Tabla 26:

Validación de socios claves y recursos claves del experimento 4 (repetición)

Hipótesis	Cotifast como una plataforma web efectiva de cotización para personas que cuentan con una pequeña o mediana empresa (Pymes).
Cuadrantes que valida	Socios clave y recursos clave
Método	Fuentes secundarias, artículos y trabajos de investigación.
Métrica	Cantidad de datos obtenidos
Criterios de éxito	Obtención de información gracias a las fuentes veraces que corroboran el impacto de Cotifast

Nota: La tabla brinda información elemental acerca de la elaboración del experimento 4 (repetición) de la validación del modelo de negocio.

6.8.2. Diseño y desarrollo

En relación al diseño y desarrollo fue fundamental llevar a cabo una búsqueda de información veraz y eficiente, además de emplear recursos de herramientas de investigación que ayudará a amplificar una mejor perspectiva acerca del modelo de negocio que brinda Cotifast.

Tabla 27:

Bitácora de actividades del experimento 4

Actividad	Tarea	Resultado
Averiguación de fuentes secundarias confiables y reconocidas, tales como, informes, papers, planes de negocio, tesis entre otras con el propósito que sean verificables para el presente trabajo.	Búsqueda y selección de información veraz.	Elección de fuentes secundarias y recurso de investigación que proveen información para el proyecto.
	Indagación de información hallada.	Evaluación de todas las fuentes secundarias y recursos de investigación seleccionadas.
	Descripción de relevante información evaluada y precisa. meticulosamente.	Redacción de texto fundamental

Nota: Esta bitácora brinda información acerca de las actividades a ejecutar para llevar a cabo el experimento planteado.

6.8.3. Resultados

Según Guerrero et al. (2004) para generar un verdadero valor, tanto financiero como social, se deben pasar por tres etapas. Primero elegir a sus aliados sociales de forma estratégica. Segundo, saber que la gestión de una alianza social requiere recursos similares a los de una nueva unidad de negocio. Tercero y último, movilizar los recursos clave como los activos fijos e intangibles que hace sobresalir a la organización.

Osterwalder et al. (2011), afirma que uno de los principios que cubren las bases de la propuesta de valor de una incubadora son los socios clave, ya que estos son la red de suplidores y alianzas que ayudan a que el modelo de negocio resulte.

Amigo et al. (2016), indicó que los recursos pueden ser aquellos que generan costos o valor, mencionando que la clave para diferenciarlas es entendiéndose como capacidades

distintivas. Además, estas capacidades deben interrelacionarse entre sí para que generen distinción. Esto genera una competitividad interna que impactará en la cultura de la empresa, procesos de control, decisiones y la interacción en las personas.

Candía et al. (2014), indicó que un recurso clave para una empresa es la capacidad de innovar y que es tan importante como la capacidad financiera, comercial y productiva, debiendo ser gestionada de la misma forma. Siendo necesaria que la innovación sea gestionada de modo efectiva, teniendo en cuenta los elementos y factores que inciden en la empresa para que este recurso tenga un impacto positivo.

Solórzano et al. (2016) afirma que el principal recurso clave es el talento humano, ya que es la fuente principal en generar ideas, mejorar los procesos, aportar un nivel mayor de eficiencia, crear planes e identificar las oportunidades existentes en la empresa.

Iturralde et al. (2016) menciona que un recurso clave para las empresas es la dirección estratégica si se desea permanecer en un mercado altamente competitivo y si tienen como objetivo un crecimiento sostenible. Dentro de este concepto se encuentra la dimensión de la Gestión Comercial, teniendo en cuenta que no todas las empresas lo desarrollan de la forma adecuada.

6.8.4. Análisis

Tabla 28:

Malla receptora de información del experimento 4 (repetición)

Cosas Interesantes	Críticas Constructivas
<ul style="list-style-type: none"> ● El uso de los recursos clave como el uso de intangibles y activos para el éxito de la empresa ● Talento humano como principal recurso clave 	<ul style="list-style-type: none"> ● Tener en cuenta la dirección estratégica para un crecimiento sostenible
Preguntas Nuevas	Ideas Nuevas
<ul style="list-style-type: none"> ● ¿Será que en la página web deberá estar el contacto de un asesor debido a la importancia del capital humano? 	<ul style="list-style-type: none"> ● Implementar número en la página web para atención al cliente.

-
- ¿La página web será lo suficientemente innovadora?
-

Nota: La malla receptora contiene la información adquirida del focus group segmentadas aspectos interesantes, críticas constructivas, ideas nuevas y preguntas nuevas.

6.8.5. Aprendizajes

Luego de la realización del experimento en donde se tuvo que buscar fuentes secundarias, herramientas de análisis de mercado, artículos y demás recursos de investigación, se llegó a la conclusión de que sería importante implementar los redactado a continuación:

- Número telefónico dentro de la página web para poder resolver dudas del cliente en tiempo real o correo para que pueda contactarse con nosotros y poder atenderlo a la brevedad posible.
- Implementar la gestión comercial y ponerla como prioridad, ya que muchas de las empresas no gestionan esta área de manera eficiente.

En el presente trabajo se logró reconocer recursos que el emprendimiento debe trabajar e implementar y consolidar. Estos recursos pueden contemplarse como una base suficiente para la estrategia de implementación, crecimiento y desarrollo de Cotifast: Como recursos financieros propios y de terceros, intangibles entre otros.

6.8.6. Sustentación de la validación (enlaces, audios, videos o imágenes)

Amigo, A. C., Páez, G. N., Odriozola, J. G., Latorre, M. G., Arcieri, H. C., Ortíz, G. M., ... & Audisio, S. O. (2016). La interrelación de los recursos, clave de la competitividad interna. <http://rehip.unr.edu.ar/xmlui/handle/2133/7623>

Candía, J. G., Coliñanco, L. G., Caro, C. L., & Hernández, N. R. (2014). Estrategia y cultura de innovación, gestión de los recursos y generación de ideas: prácticas para gestionar la innovación en empresas. *Pensamiento & gestión*, (36). https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/39764446/00-15-11-14estrategia_y_cultura_de_innovacion__gestion_de_los_recursos_y_generacion_de_ideas-libre.pdf?1446870741=&response-content-

disposition=inline%3B+filename%3D00_15_11_14estrategia_y_cultura_de_innov.pdf
&Expires=1650919257&Signature=Tzy4LOZjvGeunytLzZJmYlp0MzV-
AHEtnbNMU6I7JltnNDc0E0haQQmctP38cLMBef7Sf1O6zoXwkSlSv8k8hGT2NITV
RVb5mwytsKdXIH7AeZOhuLdkqDFQlt5dXdmPHu6OM4RIfCV7YH5DLWWCjuq3
WaAjtvmEM-mOd0B9TsjZhu2ee-2OF9gPrMGOCASjVt2sPQ9ZePOYo1y8ZUOW-
E7lqfT4YRYw8-pDXUEOarvLiCb-6Nh8doqOr-
XAVU2fVCN3~5t3pEC7gy9IjZTRaOBQyh6wTzdxweJuzERCmCYluX-
M5nZXkrUdaQ-z~jsNmBZoIE5001xWJHa5U~TucA__&Key-Pair-
Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA

Guerrero, G., Reficco, E., & Austin, J. E. (2004). La nueva ruta: alianzas sociales estratégicas. *Harvard Business Review*, 82(12), 30-40.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1701086>

Iturralde Solórzano, R. A. (2016). La gestión comercial como dimensión clave en la dirección estratégica de empresas importadoras y comercializadoras de materias primas en el Ecuador. <http://repositorio.ulvr.edu.ec/handle/44000/3713>

Osterwalder, A. (2011). Modelo Canvas. *Barcelona: Deusto SA Ediciones*.
<https://www.sctc.org.ve/memorias/SCTC2016/SCTC2016-p059-070.pdf>

Solórzano, R. A. I. (2016). La gestión comercial como dimensión clave en la dirección estratégica de empresas importadoras y comercializadoras de materias primas en el Ecuador. *Yachana Revista Científica*, 5(2).
<http://revistas.ulvr.edu.ec/index.php/yachana/article/view/376/202>

7. PLAN DE EJECUCIÓN DE CONCIERGE Y SIMULACIÓN DE VENTAS

7.1. Experimento 1

7.1.1 Objetivo

El propósito de este experimento es validar la cantidad de usuarios que ingresan a la página web de Cotifast mediante el enlace asociado a la publicación en instagram y que se suscriben a la

página, esto con el objetivo de saber la cantidad de visitas , además de obtener una base de datos de correos electrónicos de usuarios.

Tabla 29:

Validación de interés de suscripción a la página web de Cotifast

Hipótesis	Los usuarios se muestran interesados en suscribirse a la página web de Cotifast para recibir más contenido e información acerca de los planes ofrecidos por Cotifast.
Método	Historias publicadas por Instagram
Métrica	Número de usuarios que acceden al enlace asociado a la historia publicada en instagram
Criterios de éxito	Alrededor del 80% está dispuesto a suscribirse a alguno de los planes de Cotifast

Nota: La tabla brinda información elemental acerca de la elaboración del experimento 1

7.1.2 Diseño y desarrollo

Con respecto al diseño y desarrollo del presente experimento se eligió crear publicaciones por nuestra red social de instagram para que atraigan a personas a querer suscribirse a la página web de Cotifast.

Tabla 30:

Bitácora de actividades del experimento 1

Actividad	Tarea	Resultado
Post de la página en Instagram	Elaboración de publicaciones con el cual los usuarios puedan interactuar y a la vez tener acceso a la página web.	Del post publicado pudimos recolectar una base de datos el cual es fundamental para más adelante presentarles nuestros planes por correo.

Nota: Esta bitácora brinda información acerca de las actividades a ejecutar para llevar a cabo el experimento planteado.

7.1.3 Resultados

Los seguidores de Instagram de Cotifast participaron con relación al post publicado el cual tenía adjunto el enlace que les llevaba directamente a la plataforma de Cotifast y se pudieran suscribir. En el cual había una opción donde debían registrar sus correos electrónicos y algunos datos más, en consecuencia, se pudo recopilar una amplia base de datos de correos, ello para en el futuro remitirles correos promocionales acerca de nuestros planes. Enseguida, se pasó a publicar más contenido en instagram para fomentar mayor interacción con los seguidores y que tengan conocimiento del emprendimiento.

7.1.4 Análisis

Tabla 31:

Malla receptora de información del experimento 1

Cosas Interesantes	Críticas Constructivas
<ul style="list-style-type: none">• Número de personas que ingresaron al enlace y se suscribieron a la página web de Cotifast.	<ul style="list-style-type: none">• Algunos de los usuarios de instagram ingresaron al enlace adjunto, sin embargo, no sabían cómo registrarse.• Dar mayor información sobre de qué manera busca satisfacer Cotifast al usuario.
Preguntas Nuevas	Ideas Nuevas
<ul style="list-style-type: none">• ¿Las personas consiguen entender con simplicidad la opción para inscribirse a Cotifast?• ¿Qué factores causarían que los posibles usuarios estén dispuestos a adquirir un plan de Cotifast?• ¿Cuál sería el precio más adecuado para nuestros planes?	<ul style="list-style-type: none">• Para que exista mayor registro de suscriptores de la página poner tutoriales en la página web con la finalidad de que se inscriban sin molestia y rápidamente.

Nota: La malla receptora contiene la información adquirida del cuestionario realizado segmentadas aspectos interesantes, críticas constructivas, ideas nuevas y preguntas nuevas.

Fue fundamental que en este primer experimento se haya recopilado una cantidad considerable de correos electrónicos, debido a que esta base de datos ayudará a ofrecer en adelante el servicio y los planes de Cotifast mediante el envío de correos comerciales con la finalidad de poder conseguir usuarios potenciales

7.1.5 Aprendizajes

Entendemos que es relevante crear videotutoriales, mostrándoles sobre nuestro servicios, ventajas y de qué manera se pueden inscribir a la página esto para que nuestro usuario tenga la posibilidad de observar y escuchar de manera directa acerca de Cotifast y así comprender en como Cotifast le sería útil, lo cual produciría una mayor conexión y alcance con nuevos usuarios

Del mismo modo, debemos implementar nuevas estrategias de marketing por instagram para impactar al usuario y hacer que éste se muestre mucho más interesado en suscribirse a nuestra plataforma.

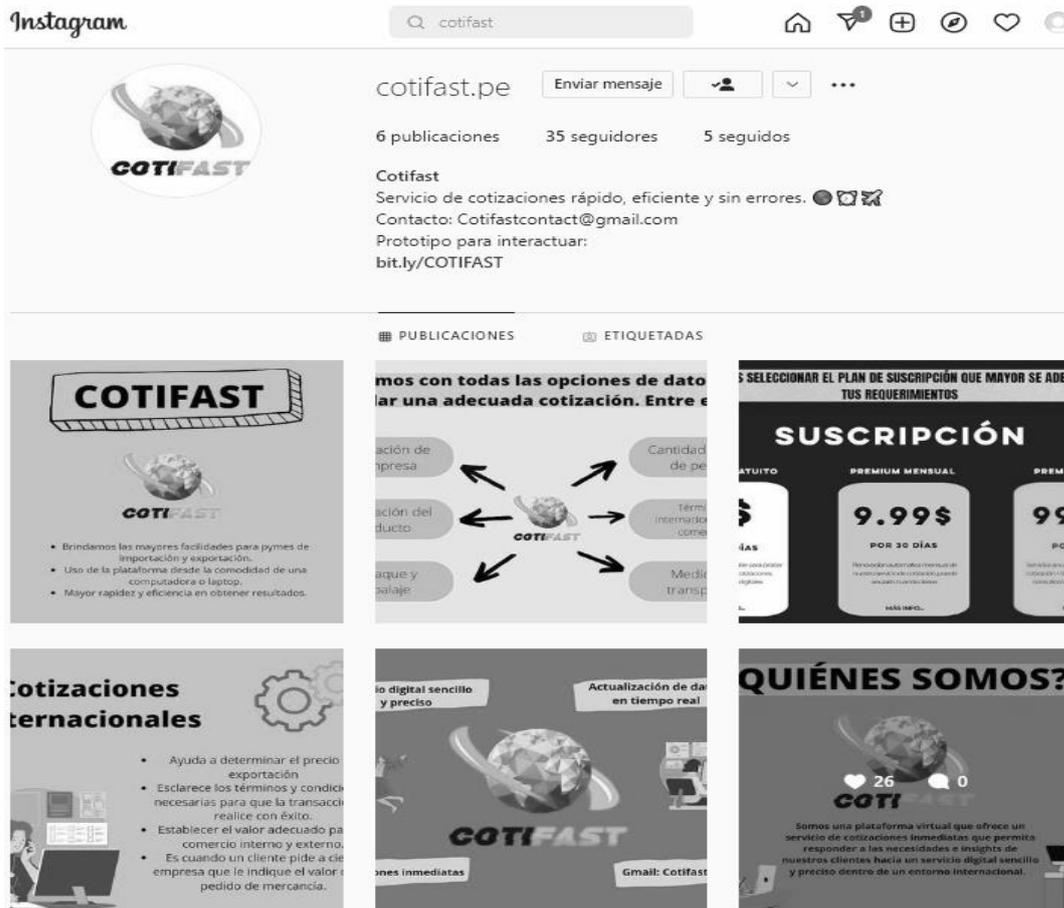
7.1.6 Sustentación de la validación (enlaces, audios, videos o imágenes)

→ Link de instagram de Cotifast: <https://www.instagram.com/cotifast.pe/>

Figura 19

Historias publicadas en el instagram de Cotifast





7.2. Experimento 2

7.2.1 Objetivo

El propósito de este experimento es validar si los usuarios de los cuales se suscribieron a la página web de Cotifast anteriormente estarían dispuestos a pagar el precio posible de los planes de Cotifast.

Tabla 32:

Validación de usuarios que estén dispuestos a pagar los posibles precios de los planes de Cotifast

Hipótesis	Los usuarios realizan el formulario sobre los posibles precios de los planes de suscripción
Método	Envío de correos vinculado con formulario de google enfocada a posibles usuarios
Métrica	Número y porcentaje de usuarios que acceden y responden a la encuesta
Criterios de éxito	Alrededor del 80% está dispuesto a suscribirse a alguno de los planes de Cotifast

Nota: La tabla brinda información elemental acerca de la elaboración del experimento 2.

7.2.2 Diseño y desarrollo

Para llevar a cabo este experimento gracias a la base de datos de correos recopilados en el anterior experimento se tuvo la idea de desarrollar una encuesta el cual estaba vinculada junto al correo comercial, en total se llegó a 50 usuarios. En dicha encuesta se solicitó los datos personales, edad y la red social que empleaban con mayor frecuencia. Luego de ello se exhiben las preguntas elaboradas con respecto a los precios de cada plan de suscripción de Cotifast y con el que más se adecuaría a cada posible consumidor.

Tabla 33:

Bitácora de actividades del experimento 2

Actividad	Tarea	Resultado
Realización de la	Se lleva a cabo el desarrollo de una	Se describen las preguntas

encuesta	encuesta	elaboradas acerca de los precios posibles de Cotifast
Creación de una cuenta en una pagina de email marketing	Se procedió a crearse una cuenta en Mailchimp	Cotifast se registró a Mailchimp de manera sencilla y rápida.
Elaboración de las campañas de correo y publicitarias	Se realizó una campaña llamada “Cotifast lanzamiento encuesta”	Se hizo el envío de correos electrónicos a los usuarios suscritos en el primer experimento el cual estaba enlazado con la encuesta que se realizó.
Reconocimiento de los resultados	Se hizo el chequeo de los resultados obtenidos por la encuesta y se verifica si efectivamente esta cumple el propósito del experimento realizado.	De los resultados recopilados en excel se constata el propósito del experimento desarrollado.

Nota: Esta bitácora brinda información acerca de las actividades a ejecutar para llevar a cabo el experimento planteado.

7.2.3 Resultados

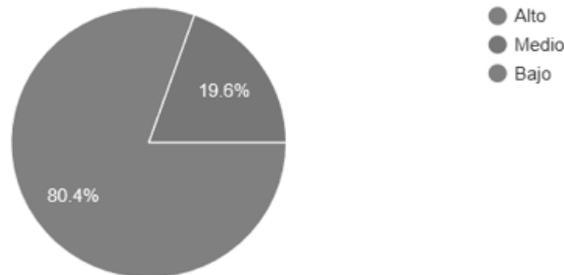
Gracias a los correos enviados por MailChimp, los usuarios lograron realizar el cuestionario google y se obtuvieron resultados que se detallarán a continuación:

Figura 20

Interés acerca de Cotifast

Observando nuestro modelo de negocio, cuál es tu nivel de interés acerca de Cotifast?

50 respuestas



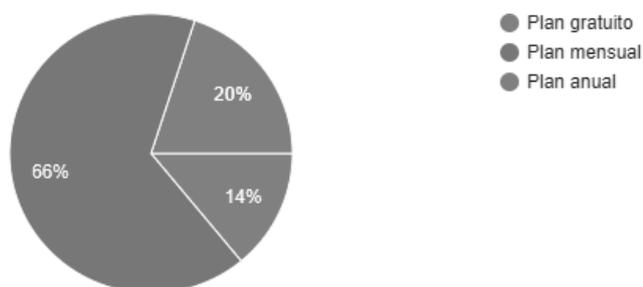
Con relación a la primera pregunta mostrada, se obtuvo que al 80% de los usuarios les interesó el modelo de negocio de Cotifast y un 20% no les atrajo. Por lo cual según el filtro realizado alrededor de 39 personas considero Cotifast como una plataforma que sería provechosa para las cotizaciones de su mercadería. No obstante, 11 personas manifestaron que el emprendimiento no les sería beneficioso para emplear. Por lo cual, esto nos deja una visión sobre en qué mejorar.

Figura 21

El plan más adecuado para el usuario

¿Qué plan te parece el más adecuado para ti ?

50 respuestas



A partir de los resultados estadísticos mostrados en la figura 20, en primer lugar, se confirma que el 66% (33 personas) creen que el plan mensual se acomoda sus intereses, en segundo lugar, el 20% (10 personas) aseveran que el plan anual es la más adecuada para ellos y para finalizar el 14% (7 personas) elegirían el plan freemium de Cotifast.

Figura 22

Precio con que más esté dispuesto a pagar el usuario

¿De acuerdo a la alternativas mostradas, que precio estarías dispuesto a pagar con respecto al plan mensual?

50 respuestas



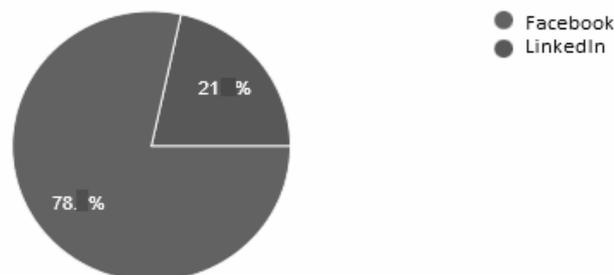
La figura 21, revela que el 94% (46 personas) está de acuerdo con que el precio del plan mensual de suscripción de Cotifast sea de S/. 50.90 , por otra parte el 6% (4 personas) creen que el precio del plan debería de ser de S/. 52.90.

Figura 23

Red social más adecuado para la comunicación con los posibles usuarios

¿Qué otra red social crees que debería crearse Cotifast para mostrar sus planes e información al público?

50 respuestas



Acercas de la red social con el cual Cotifast debería mostrar los planes de suscripción e información del emprendimiento, el 79% desea que Cotifast tenga una cuenta de Facebook y el 21% está de acuerdo con que Cotifast debería poseer una cuenta en LinkedIn. Lo cual esto nos posibilita conocer acerca de la red social más empleada por los usuarios.

7.2.4 Análisis

Tabla 34:

Malla receptora de información del experimento 2

Cosas Interesantes	Críticas Constructivas
--------------------	------------------------

-
- Cerca del 94% de los encuestados están sumamente interesados en el plan mensual, por esta razón, se debe implementar un mayor estrategia de marketing para promocionar este plan.
 - El 78% de usuarios determina que Facebook es una red social relevante para publicitar nuestro modelo de negocio.
 - Para que haya mayor participación de los usuarios sería conveniente darles ciertos beneficios para que estos realicen las encuestas que se les envíe por correo, así como la posibilidad de participar en un sorteo o un descuento a los primeros 30 que hayan realizado la encuesta.

Preguntas Nuevas

Ideas Nuevas

-
- | | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ● ¿De qué manera se podría producir un mayor interés de los usuarios? ● ¿Qué tipo de publicaciones o imágenes en redes sociales motivarían un mayor interés en los usuarios? ● ¿Qué factores causarían que los posibles usuarios estén dispuestos a adquirir un plan de Cotifast? | <ul style="list-style-type: none"> ● Crease cuentas en Facebook y LinkedIn ● Desarrollar una estrategia de marketing por Facebook y LinkedIn exponiendo la información de los planes y beneficios de Cotifast ● Proporcionarles un descuento a los primeros suscritos de Cotifast para obtener una tasa más elevada de respuesta en las encuestas. |
|---|---|

Nota: La malla receptora contiene la información adquirida del cuestionario realizado segmentadas aspectos interesantes, críticas constructivas, ideas nuevas y preguntas nuevas.

7.2.5 Aprendizajes

Después de examinar los resultados de las preguntas brindadas a través de la encuesta se reconocen los siguientes aprendizajes: Debe ser primordial ofrecer información más precisa con respecto a las herramientas del servicio proporcionado por Cotifast, puesto a que esto posibilitará que un gran número de usuarios estén inclinados por suscribirse a algún plan. Cerca del 80% de los encuestados están interesados acerca del servicio de Cotifast, por consiguiente, es fundamental puntualizar si el precio es conveniente para nuestro público o si habría posibilidad de aumentar el precio ya establecido, si en caso se pueda incrementar esto nos podría traer beneficios en la

utilidad, sin embargo, menos usuarios estarían dispuestos a suscribirse a Cotifast debido al precio elevado.

7.2.6 Sustentación de la validación (enlaces, audios, videos o imágenes)

→ Link de la encuesta realizada:

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdXzx5TItqfdnRkySEwzKHx_XqvQQ3OsNXxX-Yl4Ut7TrY3rw/viewform

→ Primera campaña lanzada a través de MailChimp:

<https://mailchi.mp/beec86dd153b/cotifast-11813603>

Figura 24

Imagen del correo comercial de la primera campaña lanzada mediante Mailchimp



Queremos saber acerca de tus comentarios y los de todos nuestros futuros clientes, puesto a que nos ayudan a brindarles una mejor experiencia a través de soluciones que los ayuden a efectuar sus proyectos.

Por tal motivo, deseamos que ingreses a la encuesta para que mejorar tu experiencia con CotiFast y permitimos formar parte de tus proyectos comerciales, ya sea exportando o importando.

Puedes conocer acerca más de nosotros mediante nuestra página web: <https://ramirezgerson21.wixsite.com/my-site>

[Empezar la encuesta](#)

7.3 Experimento 3

7.3.1 Objetivo

Precisar que los usuarios que han realizado la encuesta y que posteriormente se les ha remitido correos comerciales estén interesados en suscribirse a alguno de los planes de Cotifast.

Tabla 35:

Validación de los encuestados interesados en suscribirse a los planes de suscripción de Cotifast

Hipótesis	Los usuarios interesados en adquirir algún plan mediante Mailchimp.
Método	Envío de correos relacionados a los planes de Cotifast destinado a usuarios que realizaron las encuestas del anterior experimento.
Métrica	Porcentaje de usuarios interesados en los planes de Cotifast.
Criterios de éxito	70% logra visualizar el correo de lanzamiento de Cotifast mediante MailChimp, 55% observa el correo del plan freemium, 68% el plan mensual y 58% el plan anual.

Nota: La tabla brinda información elemental acerca de la elaboración del experimento 3.

7.3.2 Diseño y desarrollo

Se requirió hallar alguna plataforma que ayude a realizar email marketing, el cual MailChimp fue la elegida ya que es una plataforma que se puede emplear de manera sencilla y rápida y entenderla de manera fácil. Posteriormente, se planeó el tipo de contenido que debía presentar cada campaña por correo. En total se mandaron tres correos, uno por cada plan ofrecido, estos correos se remitieron durante las dos primeras semanas de junio

Tabla 36:

Bitácora de actividades del experimento 3

Actividad	Tarea	Resultado
Desarrollo de tres campañas publicitarias	Se elaboró el diseño y contenido de cada una de las tres campañas, esto para poder enviar y publicitar los planes de Cotifast a los usuarios registrados de la página web	Se enviaron exitosamente los correos a los usuarios inscritos sin tener ningún correo rebotado de la campaña.
Visualización de los reportes de la campañas enviadas por Mailchimp	Se hizo el chequeo de los resultados del reporte de cada campaña enviada y se verifica si efectivamente esta cumple el propósito del experimento realizado.	De los resultados recopilados en excel se constata el propósito del experimento desarrollado.

Nota: Esta bitácora brinda información acerca de las actividades a ejecutar para llevar a cabo el experimento planteado.

7.3.3 Resultados

Después de poner en efecto el experimento durante las dos primeras semanas del mes de junio se reconoce que hay una mayor interacción de los usuarios cuando se les hace el envío de correos por cada plan de Cotifast. En primer lugar, con el primer correo enviado a los usuarios denominado “Cotifast-Lanzamiento encuesta” se constata que 50 usuarios leyeron el correo, además de interactuar con la encuesta vinculada. Acerca del correo denominado “Cotifast plan freemium” cerca de 40 personas vieron el correo y 38 clicquearon el enlace asociado que les presentó los beneficios de este plan. Con respecto al correo enviado “Cotifast plan mensual” se corrobora que 48 personas abrieron el correo y 37 usuarios interactuaron con la página web de Cotifast. Finalmente, nuestro último plan “Cotifast plan anual” 45 usuarios examinaron el correo y 40 personas clicquearon al enlace del plan anual para obtener más información acerca de este plan. En resumen, estos reportes nos permiten observar las tasas de apertura, clicks, rebotes y crecimiento de la lista y contactos perdidos.

7.3.4 Análisis

Tabla 37:

Malla receptora de información del experimento 3

Cosas Interesantes	Críticas Constructivas
<ul style="list-style-type: none">• Número de usuarios que han visualizado los correos y clicqueado los enlaces vinculados que dirigía directamente a la página web de Cotifast• Las mayores interacciones de los correos se dieron los fines de semana entre las horas 20:00 a 21:00 pm.	<ul style="list-style-type: none">• Incrementar nuestra base de datos con relación a correos electrónicos .• Aumentar nuestra publicidad en diversas redes sociales que están de moda o que frecuenten aún más los usuarios, ello para que aumente la notoriedad en redes sociales de Cotifast e incremente su tráfico y seguimiento del cliente.

Preguntas Nuevas	Ideas Nuevas
<ul style="list-style-type: none"> ● ¿Tendríamos que desarrollar un bot e incluirlo en la página de Cotifast Para despejar las dudas de los usuarios con relación a cada plan? ● ¿Habría la posibilidad de lograr un mayor alcance si los correos enviados estén direccionados con el nombre del usuario? 	<ul style="list-style-type: none"> ● Realizar un video informativo sobre los beneficios de cada uno de los planes de Cotifast, destacando el plan mensual y anual. ● Hacer campañas con diferentes contenidos para que impacten directamente que generen mayor visualización de los planes enviados. ● Personalizar cada email empleando el nombre del usuario de forma automática.

Nota: La malla receptora contiene la información adquirida del cuestionario realizado segmentadas aspectos interesantes, críticas constructivas, ideas nuevas y preguntas nuevas.

7.3.5 Aprendizajes

Finalizando el experimento realizado se entiende que se deben elaborar más campañas mediante Mailchimp, debido a que informes señalan que este tipo de publicidad no alcanza a que los usuarios no logran retener mayor visión sobre el emprendimiento en comparación con las redes sociales que sí son las más efectivas a utilizar. Por lo tanto, se debe implementar estrategias de retención para lograr mantener a sus clientes actuales durante un plazo mucho más largo. Esta propuesta incrementa la fidelización de los clientes y los incentiva a adquirir un plan de Cotifast. Para destacar que los clicks que realizaron los usuarios en su mayoría fueron al enlace de Instagram y la página web de Cotifast.

7.3.6 Sustentación de la validación (enlaces, audios, videos o imágenes)

Figura 25:

Reporte general de las campañas enviadas mediante MailChimp

June, 2022 (4)						
<input type="checkbox"/>		COTIFAST - PLAN ANUAL Regular · CotiFast Sent sáb., junio 11th 9:34 p. m. to 122 recipients by you	Sent	45 Opens	40 Clicks	View Report ▾
<input type="checkbox"/>		COTIFAST - PLAN MENSUAL Regular · CotiFast Sent vie., junio 10th 9:15 p. m. to 121 recipients by you	Sent	48 Opens	37 Clicks	View Report ▾
<input type="checkbox"/>		COTIFAST PLAN GRATUITO Regular · CotiFast Sent mar., junio 7th 6:53 p. m. to 121 recipients by you	Sent	40 Opens	38 Clicks	View Report ▾
<input type="checkbox"/>		COTIFAST LANZAMIENTO ENCUESTA Regular · CotiFast Sent sáb., junio 4th 8:49 p. m. to 113 recipients by you	Sent	50 Opens	50 Clicks	View Report ▾

Figura 26:

Imagen del correo comercial del plan freemium lanzada mediante Mailchimp



→ Link del correo comercial enviado con relación al plan freemium mediante MailChimp:

<https://mailchi.mp/22bfdef9d852/cotifast-plan-gratuito>

Figura 27:

Imagen del correo comercial del plan mensual lanzada mediante Mailchimp



→ Link del correo comercial enviado con respecto al plan mensual mediante MailChimp:

<https://mailchi.mp/9c143472a0ce/cotifast-plan-gratuito-11813771>

Figura 28:

Imagen del correo comercial del plan anual lanzada mediante Mailchimp






Con COTIFAST cotiza tus importaciones o exportaciones  

Plan Anual

Beneficios del plan :

Si eres un emprendedor con experiencia te recomendamos este plan para importar o exportar algún producto, esto te permitirá lo siguiente:

- Cotizar los 365 días sin limitaciones

Servicios anuales de nuestro servicio de cotización + servicios personalizados

Más información




→ Link del correo comercial enviado del plan anual mediante MailChimp:

<https://mailchi.mp/0c8a403f5d29/cotifast-plan-anual>

7.4 Experimento 4

Validar la preferencia que tienen los usuarios de la red social Instagram respecto a los planes de suscripción que ofrece Cotifast en su cuenta principal.

Tabla 38:

Validación del interés de compra - Experimento 4

Hipótesis	Los usuarios de Instagram informan su preferencia respecto a los planes de suscripción que ofrece Cotifast.
Método	Realizar publicaciones de historias por la red social Instagram para conocer la interacción de los usuarios.
Métrica	Publicaciones en la sección de historias de la red social Instagram.

Criterios de éxito Al menos el 40% de los seguidores de la cuenta de Instagram de Cotifast presentan interés hacia uno de los planes de suscripción que se ofrecen.

Nota: La tabla brinda información acerca del desarrollo del experimento 4 del plan de ejecución del concierge.

7.4.1 Objetivo

El objetivo del experimento mencionado tiene como finalidad validar la preferencia que presentan los usuarios acerca de los planes de suscripción que ofrece Cotifast.

7.4.2 Diseño y desarrollo

Para la realización de dicho experimento se presentaron los planes de suscripción de Cotifast a través de las historias de la plataforma de la red social Instagram, en donde se indicaban las características de cada uno y los usuarios podían colocar su elección con dicha información mostrada. De esta manera, se pudo obtener información que sea relevante respecto a los planes de su preferencia.

Tabla 39:

Bitácora de actividades del experimento 4

Actividad	Tarea	Resultado
La creación de las publicaciones que se realizarán en el apartado de historias de Instagram.	Realizar el diseño que se presentará con los planes de suscripción de Cotifast.	Ofrecer toda la información necesaria de manera clara y precisa para que los usuarios puedan tomar una adecuada decisión.
Publicación de las historias en Instagram con la información de los planes de suscripción.	Publicar el diseño en el apartado de historias en la red social Instagram.	Brindar información pertinente y mencionar los beneficios que la plataforma Cotifast le ofrecerá a cada usuario.

Recopilación de la información obtenida. Revisar la base de datos para identificar toda la información obtenida de las publicaciones. Conocer los planes que presentan mayor preferencia por parte de los usuarios.

Nota: Esta bitácora brinda información acerca de las actividades a ejecutar para llevar a cabo el experimento planteado.

7.4.3 Resultados

Con respecto a los resultados obtenidos de las publicaciones que se realizaron en la cuenta de Cotifast, fue posible identificar que el 57% de las personas que interactuaron, indicaron su preferencia hacia el plan premium mensual, mientras que el 29% respondieron que el plan de suscripción que preferían era la versión premium anual y finalmente el 14% de indicó que prefieren la versión gratuita.

7.4.4 Análisis

Tabla 40:

Malla receptora de información del experimento 4

Aspectos Interesantes	Críticas constructivas
<ul style="list-style-type: none"> ● El 57 % que respondieron a la publicación para conocer el plan de suscripción que más prefieren es hacia el plan premium mensual. ● El 29 % que respondieron a la publicación para conocer el plan de suscripción que más prefieren es hacia el plan premium anual. ● El 14 % que respondieron a la publicación para conocer el plan 	<ul style="list-style-type: none"> ● Brindar la información de las diferencias entre cada plan de una forma más dinámica y sencilla de entender. ● Informar a través de las historias que se ha realizado una publicación nueva.

de suscripción que más prefieren es hacia el plan freemium.

Preguntas nuevas

Ideas nuevas

-
- | | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none">● ¿Sería adecuado aumentar la cantidad de planes para tener mayores alternativas en la elección?● ¿Se debería cambiar el precio de los planes de suscripción?● ¿Se deberían realizar ofertas cada cierto tiempo para captar mayor la atención de compra? | <ul style="list-style-type: none">● Implementar beneficios adicionales en cada plan para que sean más atractivos desde un principio.● Realizar constantemente publicaciones para mantener informados a los usuarios en cada existe alguna oferta. |
|--|--|

Nota: La malla receptora brinda información con respecto a lo obtenido de los resultados del experimento trabajado.

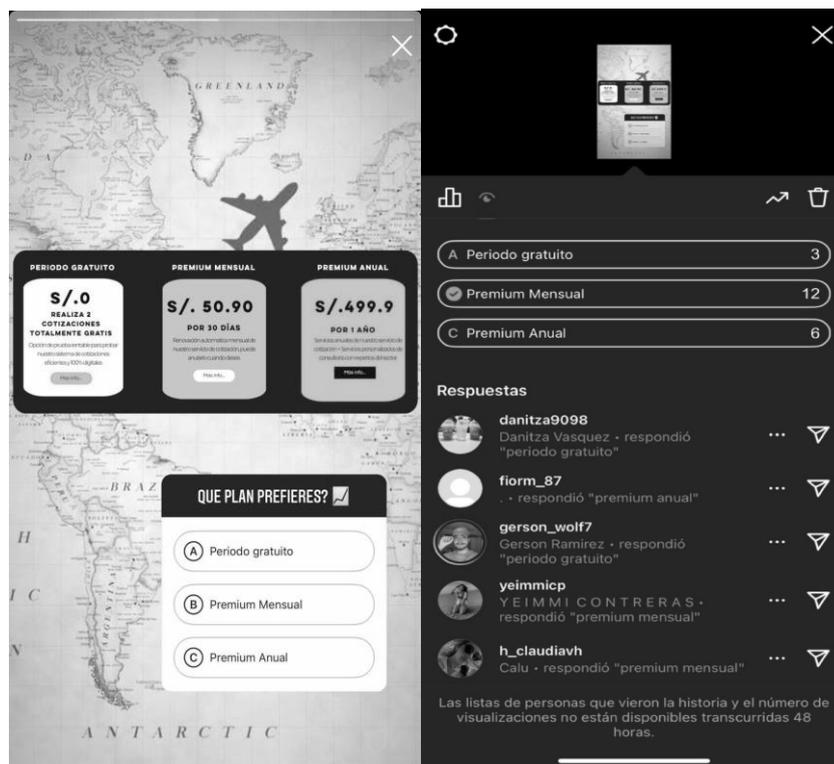
7.4.5 Aprendizajes

Referente a los aprendizajes, ha sido posible identificar los planes de suscripción que los usuarios más prefieren. De esta manera, dicha información nos permitirá tener mayor conocimiento para la toma de decisiones en cuanto a la planeación e implementación de nuevas estrategias para lograr que los planes con menor porcentaje de preferencia sean más atractivos para los usuarios.

7.4.6 Sustentación de la validación (enlaces, audios, videos o imágenes)

Figura 29:

Imagen de la publicación y resultados en las historias de Instagram



7.5 Experimento 5

Validar la preferencia que tienen los usuarios de la red social Instagram respecto a los planes de suscripción que ofrece Cotifast en su cuenta principal.

Tabla 41:

Validación del interés de compra - Experimento 5

Hipótesis	Los usuarios de Instagram se suscriben al plan de su preferencia que ofrece Cotifast.
Método	Realizar publicaciones de historias por la red social Instagram para conocer la interacción de los usuarios.
Métrica	Publicaciones en la sección de historias de la red social Instagram.

Criterios de éxito Al menos el 40% de los seguidores de la cuenta de Instagram de Cotifast presentan interés hacia uno de los planes de suscripción que se ofrecen.

Nota: La tabla brinda información acerca del desarrollo del experimento 5 del plan de ejecución del concierge.

7.5.1 Objetivo

El objetivo del experimento mencionado tiene como finalidad validar la preferencia que presentan los usuarios acerca de los planes de suscripción que ofrece Cotifast.

7.5.2 Diseño y desarrollo

Para la realización de dicho experimento se presentaron los planes de suscripción de Cotifast a través de las historias de la plataforma de la red social Instagram, en donde se indicaban las características de cada uno y los usuarios podían colocar su elección con dicha información mostrada. De esta manera, se pudo obtener información que sea relevante respecto a los planes de su preferencia.

Tabla 42:

Bitácora de actividades del experimento 5

Actividad	Tarea	Resultado
La creación de las publicaciones que se realizarán en el apartado de historias de Instagram.	Realizar el diseño que se presentará con los planes de suscripción de Cotifast.	Ofrecer toda la información necesaria de manera clara y precisa para que los usuarios puedan tomar una adecuada decisión.
Publicación de las historias en Instagram con la información de los planes de suscripción.	Publicar el diseño en el apartado de historias en la red social Instagram.	Brindar información pertinente y mencionar los beneficios que la plataforma Cotifast le ofrecerá a cada usuario.

Recopilación de la información obtenida. Revisar la base de datos para identificar toda la información obtenida de los usuarios. Conocer los planes que presentan mayor preferencia por parte de los usuarios. las publicaciones.

Nota: Esta bitácora brinda información acerca de las actividades a ejecutar para llevar a cabo el experimento planteado.

7.4.3 Resultados

Las publicaciones lograron captar a usuarios interesados en obtener más información acerca de los beneficios de los planes para suscribirse a nuestra plataforma. Por lo que se le brindó información a cada usuario interesado, logrando obtener 5 suscriptores en el plan mensual con un precio de S/ 50.90.

7.5.4 Análisis

Tabla 43:

Malla receptora de información del experimento 5

Cosas Interesantes	Críticas Constructivas
<ul style="list-style-type: none"> • Los usuarios que eligieron alguna de estas tarifas se suscribieron realizando pago mediante yape, por lo que el proyecto les resultó demasiado interesante. • Ciertos usuarios tenían intriga por saber el tiempo de demora de la cotización en la plataforma. 	<ul style="list-style-type: none"> • Añadir más formas de pago para que los usuarios tengan mayor posibilidad de realizar el depósito (tunki y plin). • Incorporar un Bot que pueda resolver dudas existentes al momento de visitar la plataforma para una mejor experiencia en la compra de los paquetes.
Preguntas Nuevas	Ideas Nuevas
<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cómo se pueden resolver la mayoría de dudas que tengan los usuarios durante la suscripción? • ¿Existe la posibilidad de crear planes adicionales a los mensuales y anuales? • ¿Se necesitará crear un Bot que ayude 	<ul style="list-style-type: none"> • Hacer un focus group acerca de la experiencia del usuario al momento de suscribirse.

a los usuarios en la suscripción?

Nota: La malla receptora brinda información con respecto a lo obtenido de los resultados del experimento trabajado.

Se lograron suscribir 5 usuarios realizando el pago mediante la aplicación Yape, ya que es una modalidad de pago mucho más rápida para los clientes, por lo que se evidencia que la llegada por este medio (Instagram) es importante para captar más suscriptores. También, es importante recalcar que los usuarios que optaron por inscribirse tienen entre 21 y 28 años de edad.

Además, se evidencia que cerrar ventas por Instagram es un método relativamente fácil. No obstante, se podría implementar un método más personalizado para concluir con las ventas como por llamada telefónica de un asesor que lo ayude en el proceso de suscripción.

Por último, se logró el factor de éxito, ya que 5 usuarios lograron inscribirse, lo que es de gran ayuda para poder realizar una proyección a futuro de la cantidad de nuestros futuros suscriptores.

7.5.5 Aprendizajes

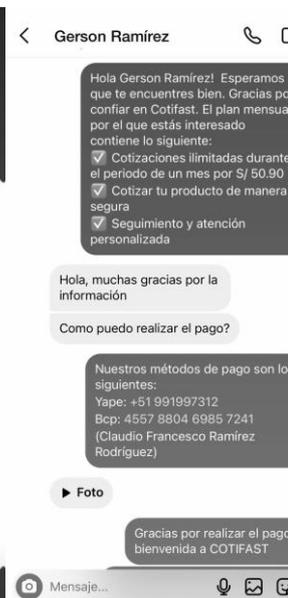
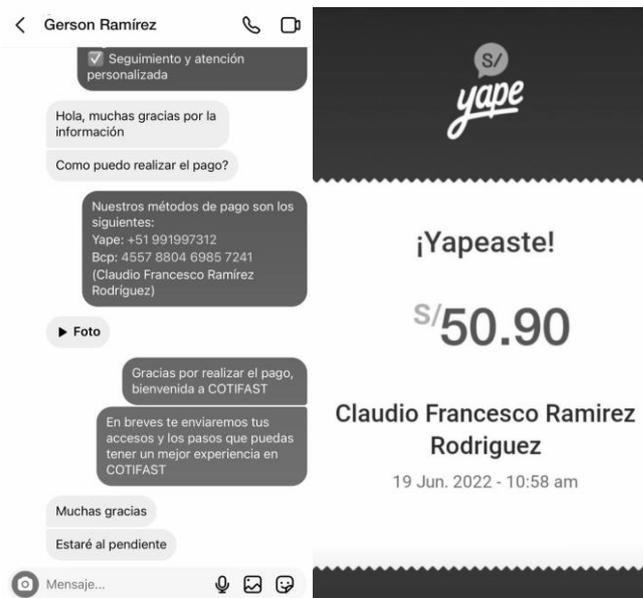
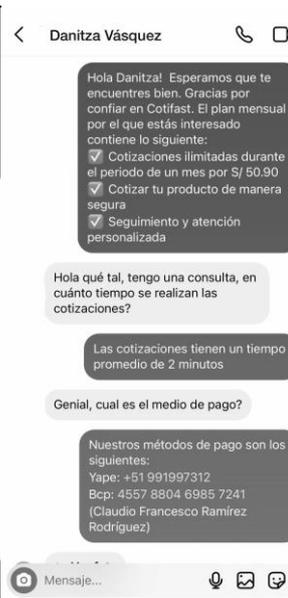
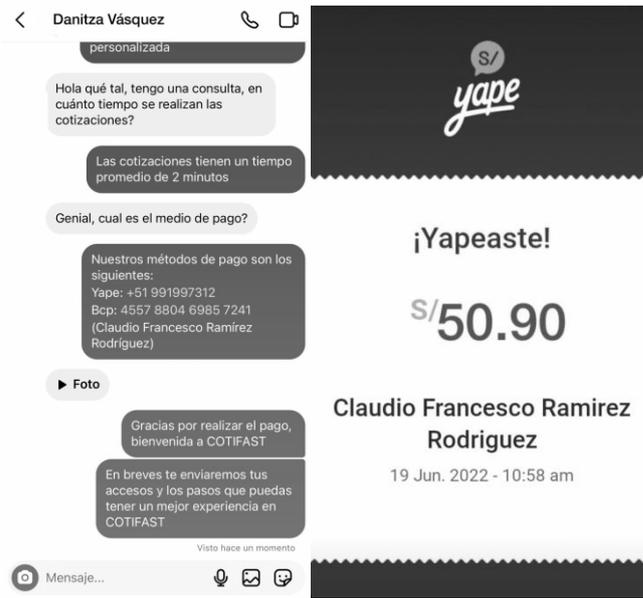
Por un lado, los usuarios se suscribieron al plan mensual, por lo que es necesario evaluar si se debe implementar otras suscripciones con intervalos de tiempo diferentes, como por ejemplo implementar la suscripción de manera trimestral o semestral, con la finalidad de abarcar mayores usuarios.

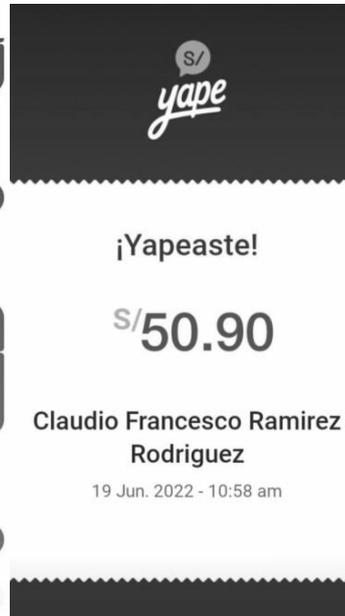
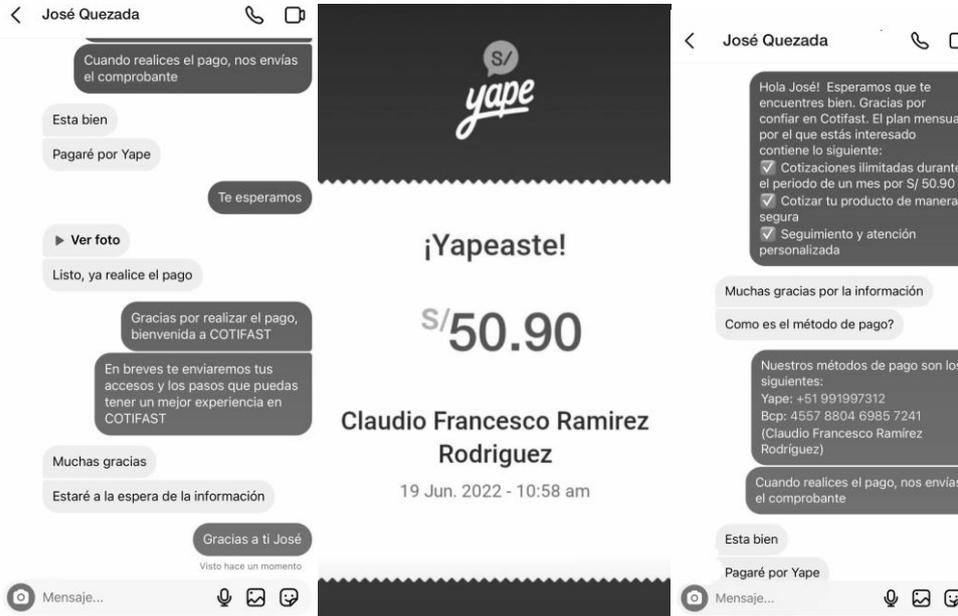
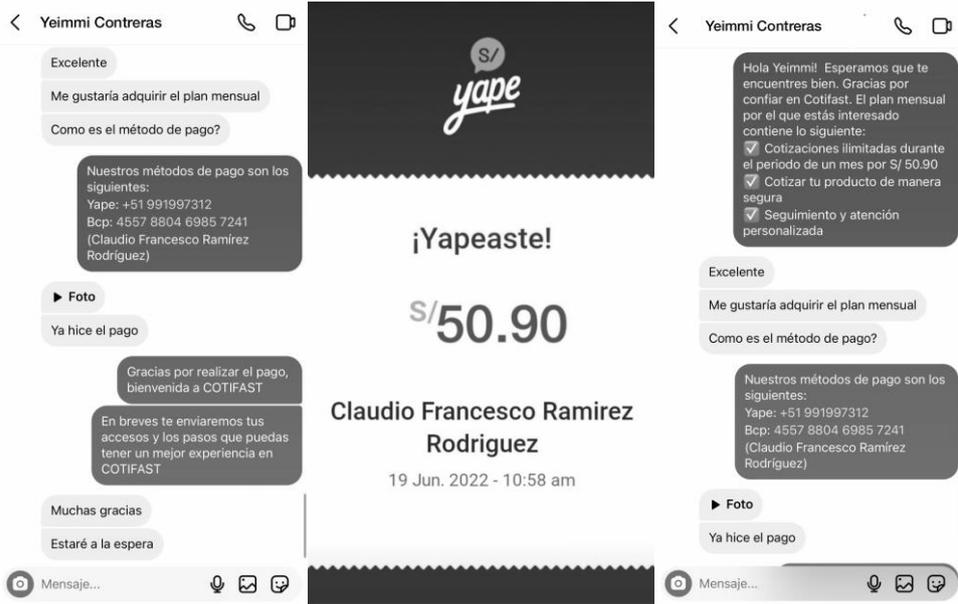
Por otro lado, es importante implementar más métodos de pago, ya que por ahora solo se cuenta con transferencias de banco hacia una cuenta BCP o número Yape de un socio. Esto podría mejorar si se crea un número de cuenta de la misma empresa, para mejorar la formalidad con los usuarios.

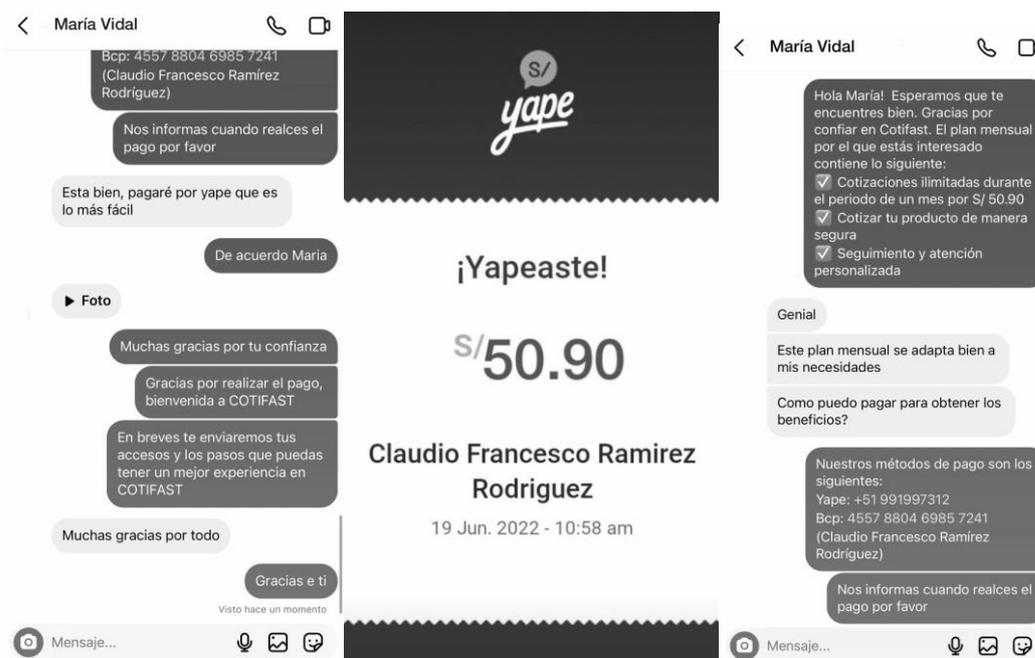
7.4.6 Sustentación de la validación (enlaces, audios, videos o imágenes)

Figura 30:

Conversaciones por Instagram con usuarios que adquirieron uno de los planes de Cotifast







7.5 Aprendizajes y conclusiones de los experimentos

Como parte del aprendizaje de los experimentos realizados hemos recabado información que ha sido analizada paso a paso. Asimismo, se logró estar al corriente de los planes que prefiere más nuestro público. También, se infiere que la red social Instagram fue de gran apoyo para poder captar nuevos clientes para nuestra plataforma, ya que es una aplicación de fácil llegada para las personas, por lo mismo que es una de las más usadas en la actualidad. Esto sirvió para que los interesados puedan realizarnos preguntas a través de este medio con finalidad de adquirir mayor información acerca de los paquetes de suscripción que se tiene en estos momentos, por lo que posteriormente se llegaron a concretar ventas, en este caso de paquetes mensuales. También, se pudieron resolver algunas dudas por parte de los nuevos usuarios, ya que al ser una plataforma nueva existen dudas que se deben aclarar con la finalidad de que los clientes se sientan más seguros y satisfechos con este servicio. Por ello, se afirma que la plataforma instagram tiene un gran alcance hacia nuestro segmento de clientes, por lo cual se continuará con las publicaciones para seguir atrayendo mayor cantidad de clientes, además de contactar con algunos influencers que estén asociados con el tema del E-commerce internacional.

7.6 Estrategias de fidelización

Fidelizar a los clientes dentro de una empresa es de vital importancia para continuar generando ventas de los productos o servicios que se ofrecen. Esto se debe a que los clientes fidelizados tienden a seguir consumiendo o adquiriendo los productos o servicios, lo que permite a la empresa generar ganancias y comentarios positivos. Por esta razón, Cotifast implementará estrategias para fidelizar a sus usuarios con las estrategias que se mencionan a continuación:

- Otorgar el mejor servicio a nuestros clientes.
- Ofrecer un servicio personalizado a los planes premium.
- Brindar una cotización de manera rápida, puntual y eficiente.

Estrategias de fidelización: En este caso, la mejor forma de fidelizar a nuestros clientes es brindando el mejor servicio posible y atender cada duda que nuestros suscriptores puedan tener. Por ello, el servicio personalizado es de suma importancia, ya que luego de realizar la suscripción se brindará soporte vía telefónica o mediante la red social con el que más frecuenta el cliente para aclarar dudas que puedan tener o para explicarles a mayor detalle todos los beneficios que incluye el paquete para que pueda aprovechar al máximo nuestro servicio. Esto con la finalidad de fidelizar al cliente y poder obtener opiniones positivas entre ellos, lo que puede generar buenos comentarios sobre nuestro servicio y poder seguir captando clientes.

Estrategias de precio: En la plataforma web de Cotifast se brinda tres modalidades de servicio, los cuales son: la suscripción gratuita, mensual y anual. La gratuita tiene limitadas oportunidades para realizar cotizaciones, ya que está pensado más en que los usuarios puedan realizar una prueba y puedan ver la facilidad de uso de nuestra plataforma. Por otro lado, en el plan mensual incluye cotizaciones ilimitadas durante el periodo ya mencionado y se le brinda el seguimiento y la atención requerida para que los clientes puedan tener la mejor experiencia posible. Por último, se tiene el plan anual para el cual se le ofrece los mismos beneficios que el plan mensual pero por ser único pago se le brinda más del 15% de descuento y se le da atención personalizada y capacitaciones para entender todos los beneficios de la plataforma.

Estrategias de promoción: La presente estrategia se dará a través de publicidad por medio de redes sociales, en la cual se realizaron diversas publicaciones en nuestro instagram con la finalidad de captar nuevos clientes que deseen suscribirse a alguno de nuestros planes mensual o anual. Esta red social es de fácil llegada al público, ya que son las más utilizadas por las personas en la actualidad. De esta manera, pudimos captar algunos clientes que se interesaron en nuestro servicio y se pudo tener una conversación directa con aquellos que deseaban tener pagar por nuestro servicio. Además, se enviaron correos a las personas detallando las cualidades de nuestra plataforma y su fácil uso. De esta manera, se pudo recopilar información de los usuarios, lo que permite que posteriormente se le pueda brindar mayor información de nuestro servicio

8. PLAN DE MARKETING

8.1 Producto

El servicio ofrecido consiste en la página web Cotifast, plataforma que permite a los operadores de comercio exterior cotizar actividades anexas a la importación o exportación, según sea el caso, tales como carga y descarga de mercadería, servicios aduaneros, seguro, entre otros, de manera automática, rápida, sencilla, en tiempo real y sin errores. Para esto, Cotifast solicita datos específicos sobre la operación internacional, siendo algunos de estos el valor FOB total, la partida arancelaria, la cantidad, volumen y peso de los bultos, etc. Asimismo, ofrece información obtenida a través de bases de datos de los socios claves más representativos del sector como navieras, aerolíneas, agencias de comercio exterior y bancos.

El principal objetivo es ofrecer un servicio de cotizaciones digital y de alta calidad para aquellas empresas que se encuentran en búsqueda de su expansión internacional, creando vínculos con ellos y permitiéndoles conectar con distintos proveedores de servicios relacionados al comercio exterior de manera directa, segura y útil.

Para esto se emplea la estrategia de crear una página web que otorgue atención al usuario con información actualizada y a su vez muestre contenido actualizado del rubro aduanero y obtener un completo soporte técnico que facilite y mantenga fluida la interacción para una formidable experiencia.

8.2 Precio

En búsqueda de captar una cantidad mayor de clientes y ofrecer distintos niveles de precios que se ajusten a los requerimientos específicos de cada usuario de manera que se abarquen distintos segmentos dentro del público objetivo, Cotifast estableció el plan freemium, mensual y anual, con los cuales se espera la maximización de beneficios económicos y conquistar participación dentro del mercado donde se desenvolverá el servicio.

El principal objetivo es fijar precios competitivos en el mercado que reflejen el valor del servicio ofrecido y permitan generar un margen de rentabilidad con respecto a los costos incurridos, tomando en consideración la demanda, el valor percibido por los distintos segmentos objetivo, así como la posición competitiva y experiencia en el mercado.

Para esto se emplea la estrategia de diferenciación de productos en tres planes: freemium, premium mensual y premium anual. En primer lugar, el plan freemium consiste en un prueba rentable que permite realizar dos cotizaciones dentro de la plataforma sin ningún recargo; sin embargo, de requerir alguna cotización adicional se debe pagar el monto de 8 soles. Cabe resaltar que esta opción no permite realizar modificaciones o consultorías sobre la cotización realizada. En segundo lugar se encuentra el plan premium mensual, dirigido principalmente a emprendedores y microempresas, con el cual se ofrece una renovación automática del servicio de cotización luego de un periodo de 30 días, este puede ser anulado en el momento de preferencia del cliente y requiere una suma de 50.90 soles. La mencionada suscripción ofrece adicionalmente contactarse con el personal de Cotifast, en caso el usuario posea alguna duda, además brinda un reporte personalizado y permite realizar un ajuste o modificación a las cotizaciones realizadas de acuerdo a la preferencia del cliente. Por último, se oferta el plan premium anual, el que brinda un servicio de cotizaciones ilimitadas durante 365 días a un precio de 499.90 mayormente para pequeñas y medianas empresas. Al igual que el plan premium mensual, esta opción permite que el importador o exportador pueda personalizar sus cotizaciones y obtenga consultoría especializada con expertos del sector internacional. En este punto resulta importante mencionar que los precios establecidos en todos los planes de suscripción se mantendrán a lo largo de los tres primeros años de Cotifast en el mercado.

8.3 Plaza

Dadas las características de la propuesta de valor de Cotifast, se optó por una plataforma web para plasmar el servicio que se desea ofrecer, empleándose así distintas herramientas digitales y tecnológicas en la creación de una página automatizada que cuente con los siguientes atributos: Facilidad de uso, sencillez y llamativo visualmente.

El principal objetivo es ofrecer una plataforma web que permita a los importadores y exportadores realizar cotizaciones de manera rápida, sencilla y sin errores, brindando de igual manera un diseño agradable y llamativo a la vista, con opciones interactivas para el usuario.

Para esto se emplea la estrategia de efectuar la contratación de un diseñador web experimentado que impulse a cumplir las exigencias del mercado y satisfaga las necesidades de los clientes.

8.4 Promoción

Debido a la creciente influencia de las redes sociales como medio de captación y atracción a nuevos clientes, se buscó establecer un plan de promoción y publicidad de Cotifast a través de Instagram, ya que se comprobó en los experimentos que era una red social con un alto alcance y relativamente sencilla de usar para los usuarios. Para esto, se buscará un mayor posicionamiento dentro del mercado a través de publicaciones e historias llamativas que permitan al usuario conocer y entender los servicios de cotizaciones ofrecidos. De igual manera, se adoptará el uso de Google Ads, ya que posibilita que los posibles clientes se enteren de Cotifast al estar realizando búsquedas sobre las opciones con las que cuentan para cotizar las distintas operaciones necesarias, contando así con presencia a través de publicidad en distintas páginas web, búsquedas en Google, entre otros. Por último, a través de la plataforma de Mailchimp, se llevan a cabo campañas de email marketing, puesto que se ha comprado su gran efectividad en los experimentos y facilita el contacto con potenciales compradores, invitándolos a conocer e interactuar con la página web y motivándolos a suscribirse al servicio que sea más adecuado para ellos.

El principal objetivo es cumplir con la proyección del departamento de ventas con un filtro acérrimo de potenciales clientes y captación directa de clientes e interesados.

Para esto se emplea la estrategia de publicidad en redes sociales, específicamente Instagram, de la mano de anuncios a través de Google Ads y campañas de marketing mediante correo electrónico.

9. PLAN FINANCIERO

9.1 Proyección de ventas

Para la proyección de ventas se va a tener en consideración los tres planes que ofrece Cotifast, los cuales son: freemium, mensual y anual. Para el plan freemium se mencionó que serían dos cotizaciones sin ningún tipo de recargo y si es que se deseaba realizar adicionales tendría un costo de S/ 8.00. Para el plan mensual se tendrá un costo de S/. 50.90 y para el plan anual se tendrá un costo de S/ 499.90. Asimismo, se tuvo en cuenta los resultados obtenidos en los experimentos del concierge que nos permitió conocer la intención de compra de los usuarios. En donde, por medio de los correos enviados por MailChimp, los usuarios lograron realizar el cuestionario google y se obtuvo que al 80% de los usuarios les interesó el modelo de negocio de Cotifast y un 20% no les atrajo. Asimismo se pudo identificar que el plan más atractivo para los usuarios fue el plan mensual que tuvo el 66% de los votos. Ese mismo dato coincide con el experimento realizado a través de la red social Instagram donde se pudo conocer el interés de compra de los usuarios por medio de una encuesta realizada en las historias de dicha aplicación, el cual tuvo un resultado de 57% para el plan mensual. Cabe resaltar que, para el primer año de proyección de ventas se tendrá en cuenta las metas planteadas por la empresa, ya que al ser el año de apertura de la plataforma no se tiene por certeza un porcentaje constante de crecimiento y por esa razón se tendrá como un objetivo el hecho de atraer un mínimo de tres usuarios para cada uno de los planes de manera mensual. Por otra parte, para los siguientes años se tendrá como referencia un aproximado del crecimiento del sector de importaciones y su relevancia en el crecimiento nacional, el cual creció un 29,7% siendo el sector comercio el que más destaca. Por último, se tiene presente la interacción a través de la página oficial de Cotifast en Instagram que mantiene a los usuarios activos con publicaciones, preguntas y encuestas lo cual permite la atracción de mayor público y que la página sea recomendada con otros perfiles de usuarios.

Figura 31:

Proyección de ventas de Cotifast

Pronóstico de Ventas Año 1 - En S/												
Producto/Servicio	Mes1	Mes 2	Mes 3	Mes4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Plan Freemium	S/. 240.00	S/. 312.00	S/. 360.00	S/. 360.00	S/. 420.00	S/. 420.00	S/. 480.00	S/. 600.00	S/. 660.00	S/. 720.00	S/. 840.00	S/. 840.00
Plan Mensual	S/. 763.50	S/. 763.50	S/. 1,018.00	S/. 1,272.50	S/. 1,425.20	S/. 1,781.50	S/. 1,781.50	S/. 2,036.00	S/. 2,290.50	S/. 2,290.50	S/. 2,545.00	S/. 2,545.00
Plan Anual	S/. 2,499.50	S/. 3,999.20	S/. 5,998.80	S/. 7,498.50	S/. 7,998.40	S/. 9,998.00	S/. 11,497.70	S/. 12,997.40	S/. 13,497.30	S/. 14,497.10	S/. 15,996.80	S/. 17,496.50

Pronóstico de Ventas Año 2 - En S/												
Nombre del Producto	Mes13	Mes 14	Mes 15	Mes 16	Mes 17	Mes 18	Mes 19	Mes 20	Mes 21	Mes 22	Mes 23	Mes 24
Plan Freemium	S/. 865.20	S/. 891.16	S/. 917.89	S/. 945.43	S/. 973.79	S/. 1,003.00	S/. 1,033.09	S/. 1,064.09	S/. 1,096.01	S/. 1,128.89	S/. 1,162.76	S/. 1,197.64
Plan Mensual	S/. 2,595.90	S/. 2,647.82	S/. 2,700.77	S/. 2,754.79	S/. 2,809.89	S/. 2,866.08	S/. 2,923.41	S/. 2,981.87	S/. 3,041.51	S/. 3,102.34	S/. 3,164.39	S/. 3,227.68
Plan Anual	S/. 17,496.50	S/. 17,758.95	S/. 18,025.33	S/. 18,295.71	S/. 18,570.15	S/. 18,848.70	S/. 19,131.43	S/. 19,418.40	S/. 19,709.68	S/. 20,005.32	S/. 20,305.40	S/. 20,609.98

Pronóstico de Ventas Año 3 - En S/												
Nombre del Producto	Mes 25	Mes 26	Mes 27	Mes 28	Mes 29	Mes 30	Mes 31	Mes 32	Mes 33	Mes 34	Mes 35	Mes 36
Plan Freemium	S/. 1,233.57	S/. 1,270.58	S/. 1,308.69	S/. 1,347.95	S/. 1,388.39	S/. 1,430.04	S/. 1,472.95	S/. 1,517.13	S/. 1,562.65	S/. 1,609.53	S/. 1,657.81	S/. 1,707.55
Plan Mensual	S/. 3,292.23	S/. 3,358.07	S/. 3,425.23	S/. 3,493.74	S/. 3,563.61	S/. 3,634.89	S/. 3,707.58	S/. 3,781.74	S/. 3,857.37	S/. 3,934.52	S/. 4,013.21	S/. 4,093.47
Plan Anual	S/. 20,816.08	S/. 21,024.24	S/. 21,234.49	S/. 21,446.83	S/. 21,661.30	S/. 21,877.91	S/. 22,096.69	S/. 22,317.66	S/. 22,540.84	S/. 22,766.24	S/. 22,993.91	S/. 23,223.85

9.2 Inversión inicial y presupuesto

- **Activo fijo:**

Figura 32:

Inversión inicial activo fijo

Producción: Inversión Inicial: Año 0			
Equipo (Inversión)	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Computadoras	5	S/ 1,700.00	S/ 8,500.00
Escritorios	6	S/ 350.00	S/ 2,100.00
Sillas	6	S/ 170.00	S/ 1,020.00
Impresora	1	S/ 350.00	S/ 350.00
Celular	1	S/ 600.00	S/ 600.00
TOTAL			S/ 11,620.00

Como inversión inicial se planteó realizar la compra de 5 computadoras que serán utilizadas por el administrador, community manager, especialista de software, contador y el diseñador web con un precio unitario de S/.1,700.00 y un total de S/.8,500.00. Del mismo modo se comprarán 6 escritorios y 6 sillas con un precio de S/. 350 y S/. 170 respectivamente. Por último, se comprará una impresora a un precio de S/. 350 y un celular para el uso del encargado en atención al cliente con un precio de S/ 600.

- **Recursos humanos:**

Figura 33:

Presupuesto de recursos humanos del año 1

Puesto	Mensual	Anual
Administrador	S/. 1,800.00	S/ 21,600.00
Community Manager	S/. 1,600.00	S/ 19,200.00
Especialista de software	S/. 2,000.00	S/ 24,000.00
Contador	S/. 1,600.00	S/ 19,200.00
Atención al cliente	S/. 930.00	S/ 11,160.00
Diseñador web	S/. 1,400.00	S/ 16,800.00

Figura 34:

Presupuesto de recursos humanos del año 2

Puesto	Mensual	Anual
Administrador	S/. 2,000.00	S/ 24,000.00
Community Manager	S/. 1,800.00	S/ 21,600.00
Especialista de software	S/. 2,200.00	S/ 26,400.00
Contador	S/. 1,800.00	S/ 21,600.00
Atención al cliente (2)	S/. 1,100.00	S/ 26,400.00
Diseñador web	S/. 1,600.00	S/ 19,200.00

Figura 35:

Presupuesto de recursos humanos del año 3

Puesto	Mensual	Anual
Administrador	S/. 2,000.00	S/ 24,000.00
Community Manager	S/. 1,800.00	S/ 21,600.00
Especialista de software	S/. 2,400.00	S/ 28,800.00
Contador	S/. 2,000.00	S/ 24,000.00
Atención al cliente (4)	S/. 1,100.00	S/ 52,800.00
Diseñador web	S/. 1,700.00	S/ 20,400.00

Como se puede evidenciar en el primer año se dispondrá de un administrador que cobrará un sueldo de S/ 1,800.00, un community manager S/ 1,600.00, el especialista de software S/ 2,000.00,

el contador S/ 1,600.00, el personal encargado de atención al cliente S/ 930 y el diseñador web S/ 1,400.00. De esta manera, es posible calcular el monto que se desembolsará de manera anual para cada uno de los puestos mencionados. En el caso del administrador será de S/ 21,600.00, para el caso del community manager serán S/ 19,200.00, por el especialista de software S/ 24,000.00, por el contador será S/ 19,200.00, para el encargado de la atención al cliente S/ 11,160.00 y para el diseñador web S/ 16,800.00. En el siguiente año se aumentó el sueldo para los trabajadores y se incorporó un encargado más en el área de atención al cliente. Por tal motivo, se desembolsará para el caso del administrador un total de S/ 24,000.00, por el community manager S/ 21,600.00, por el especialista de software S/ 26,400.00, en el caso del contador será S/ 21,600.00, para los encargados de atención al cliente se dispondrá de un nuevo trabajador y se desembolsará un total de S/ 26,400.00, para el diseñador web será de S/ 20,400.00. Por último, para el tercer año también hubo un incremento de los sueldos para cada trabajador y se contrató dos nuevos personal para la atención al cliente.

- **Gasto de Marketing**

Figura 36:

Gasto de Marketing del año 1

Concepto	Costo mensual	Costo anual
Publicaciones Google Ads	S/ 150.00	S/ 1,800.00
Publicaciones Instagram	S/ 400.00	S/ 4,800.00

Figura 37:

Gasto de Marketing del año 2

Concepto	Costo mensual	Costo anual
Publicaciones Google Ads	S/ 250.00	S/ 3,000.00
Publicaciones Instagram	S/ 500.00	S/ 6,000.00

Figura 38:

Gasto de Marketing del año 3

Concepto	Costo mensual	Costo anual
Publicaciones Google Ads	S/ 350.00	S/ 4,200.00
Publicaciones Instagram	S/ 600.00	S/ 7,200.00

Con respecto a los gastos de marketing que se van a incurrir se ha determinado que serán a través de la red social Instagram y de Google Ads, en donde ha sido posible determinar que el costo para el primer año será de S/ 550.00 mensuales y de S/ 6,600.00 anual. Del mismo modo, para el año siguiente hubo un aumento a S/ 750.00 de manera mensual y S/ 9,000.00 anual. Por último, para el año 3 hubo un incremento a S/ 950 mensuales y de manera anual un total de S/11,400.00.

9.3 Flujo de caja

A continuación se presentan los flujos de caja proyectados para el año 1, 2 y 3:

Figura 39:

Flujo de caja del año 1:

Flujo de Caja Normal	AÑO 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	AÑO 1
Ingresos de la Operación		S/. 3,503.00	S/. 5,074.70	S/. 7,376.80	S/. 9,131.00	S/. 9,843.60	S/. 12,199.50	S/. 13,759.20	S/. 15,633.40	S/. 16,447.80	S/. 17,507.60	S/. 19,381.80	S/. 20,881.50	S/. 150,739.90
Gastos de Administración y Comercialización		S/. 9,880.00	S/. 118,560.00											
Depreciación		S/. 96.83	S/. 1,162.00											
Utilidad Antes de Impuesto		-S/. 6,473.83	-S/. 4,902.13	-S/. 2,600.03	-S/. 845.83	-S/. 133.23	S/. 2,222.67	S/. 3,782.37	S/. 5,656.57	S/. 6,470.97	S/. 7,530.77	S/. 9,404.97	S/. 10,904.67	S/. 31,017.90
Impuesto a la Renta (29,5%)		-S/. 1,909.78	-S/. 1,446.13	-S/. 767.01	-S/. 249.52	-S/. 39.30	S/. 655.69	S/. 1,115.80	S/. 1,668.69	S/. 1,908.94	S/. 2,221.58	S/. 2,774.47	S/. 3,216.88	S/. 9,150.28
Utilidad Neta		-S/. 4,564.05	-S/. 3,456.00	-S/. 1,833.02	-S/. 596.31	-S/. 93.93	S/. 1,566.98	S/. 2,666.57	S/. 3,987.88	S/. 4,562.03	S/. 5,309.19	S/. 6,630.50	S/. 7,687.79	S/. 21,867.62
Depreciación		S/. 96.83	S/. 1,162.00											
Inversiones	S/. 49,843.00	S/. 1,500.00												
FLUJO DE CAJA	-S/. 49,843.00	-S/. 5,967.22	-S/. 4,859.17	-S/. 3,236.19	-S/. 1,999.48	-S/. 1,497.10	S/. 163.81	S/. 1,263.40	S/. 2,584.71	S/. 3,158.86	S/. 3,906.02	S/. 5,227.33	S/. 6,284.62	S/. 21,529.62
Préstamo	S/. 14,953.00													
Amortización		-S/. 341.00	-S/. 345.00	-S/. 348.00	-S/. 352.00	-S/. 356.00	-S/. 360.00	-S/. 364.00	-S/. 368.00	-S/. 372.00	-S/. 376.00	-S/. 380.00	-S/. 384.00	
Interés		-S/. 164.00	-S/. 160.00	-S/. 157.00	-S/. 153.00	-S/. 149.00	-S/. 145.00	-S/. 141.00	-S/. 137.00	-S/. 133.00	-S/. 129.00	-S/. 125.00	-S/. 121.00	
Escudo fiscal		S/. 48.00	S/. 47.00	S/. 46.00	S/. 45.00	S/. 44.00	S/. 43.00	S/. 42.00	S/. 40.00	S/. 39.00	S/. 38.00	S/. 37.00	S/. 36.00	
FLUJO DE CAJA ACCIONISTA		-S/. 6,424.22	-S/. 5,317.17	-S/. 3,695.19	-S/. 2,459.48	-S/. 1,958.10	-S/. 298.19	S/. 800.40	S/. 2,119.71	S/. 2,692.86	S/. 3,439.02	S/. 4,759.33	S/. 5,815.62	
FLUJO DE CAJA ACUMULADO		-S/. 55,810.22	-S/. 60,669.39	-S/. 63,905.58	-S/. 65,905.06	-S/. 67,402.16	-S/. 67,238.34	-S/. 65,974.94	-S/. 63,390.23	-S/. 60,231.36	-S/. 56,325.34	-S/. 51,098.00	-S/. 44,813.38	-S/. 28,313.38

Figura 40:*Flujo de caja del año 2:*

Flujo de Caja Normal	Mes 13	Mes 14	Mes 15	Mes 16	Mes 17	Mes 18	Mes 19	Mes 20	Mes 21	Mes 22	Mes 23	Mes 24	AÑO 2
Ingresos de la Operación	S/. 20,957.60	S/. 21,297.92	S/. 21,644.00	S/. 21,995.93	S/. 22,353.82	S/. 22,717.79	S/. 23,087.93	S/. 23,464.36	S/. 23,847.20	S/. 24,236.55	S/. 24,632.55	S/. 25,035.30	S/. 275,270.94
Gastos de Administración y Comercialización	S/. 12,350.00	S/. 12,350.00	S/. 12,350.00	S/. 12,350.00	S/. 12,350.00	S/. 12,350.00	S/. 12,350.00	S/. 12,350.00	S/. 12,350.00	S/. 12,350.00	S/. 12,350.00	S/. 12,350.00	S/. 148,200.00
Depreciación	S/. 96.83	S/. 96.83	S/. 96.83	S/. 96.83	S/. 96.83	S/. 96.83	S/. 96.83	S/. 96.83	S/. 96.83	S/. 96.83	S/. 96.83	S/. 96.83	S/. 1,162.00
Utilidad Antes de Impuesto	S/. 8,510.77	S/. 8,851.09	S/. 9,197.16	S/. 9,549.10	S/. 9,906.99	S/. 10,270.95	S/. 10,641.10	S/. 11,017.53	S/. 11,400.36	S/. 11,789.72	S/. 12,185.71	S/. 12,588.46	S/. 125,908.94
Impuesto a la Renta (29.5%)	S/. 2,510.68	S/. 2,611.07	S/. 2,713.16	S/. 2,816.98	S/. 2,922.56	S/. 3,029.93	S/. 3,139.12	S/. 3,250.17	S/. 3,363.11	S/. 3,477.97	S/. 3,594.79	S/. 3,713.60	S/. 37,143.14
Utilidad Neta	S/. 6,000.09	S/. 6,240.02	S/. 6,484.00	S/. 6,732.11	S/. 6,984.43	S/. 7,241.02	S/. 7,501.97	S/. 7,767.36	S/. 8,037.26	S/. 8,311.75	S/. 8,590.93	S/. 8,874.87	S/. 88,765.81
Depreciación	S/. 96.83	S/. 96.83	S/. 96.83	S/. 96.83	S/. 96.83	S/. 96.83	S/. 96.83	S/. 96.83	S/. 96.83	S/. 96.83	S/. 96.83	S/. 96.83	S/. 1,162.00
Inversiones	S/. 2,620.00	S/. 1,500.00	S/. 1,500.00	S/. 1,500.00	S/. 1,500.00	S/. 1,500.00	S/. 1,500.00	S/. 1,500.00	S/. 1,500.00	S/. 1,500.00	S/. 1,500.00	S/. 1,500.00	S/. 2,620.00
FLUJO DE CAJA	S/. 3,476.92	S/. 4,836.85	S/. 5,080.83	S/. 5,328.95	S/. 5,581.26	S/. 5,837.86	S/. 6,098.81	S/. 6,364.19	S/. 6,634.09	S/. 6,908.59	S/. 7,187.76	S/. 7,471.70	S/. 87,307.81
Préstamo													
Amortización	-S/. 389.00	-S/. 393.00	-S/. 397.00	-S/. 402.00	-S/. 406.00	-S/. 410.00	-S/. 415.00	-S/. 420.00	-S/. 424.00	-S/. 429.00	-S/. 433.00	-S/. 438.00	
Interés	-S/. 116.00	-S/. 112.00	-S/. 108.00	-S/. 103.00	-S/. 99.00	-S/. 95.00	-S/. 90.00	-S/. 86.00	-S/. 81.00	-S/. 76.00	-S/. 72.00	-S/. 67.00	
Escudo fiscal	S/. 34.00	S/. 33.00	S/. 32.00	S/. 31.00	S/. 29.00	S/. 28.00	S/. 27.00	S/. 25.00	S/. 24.00	S/. 23.00	S/. 21.00	S/. 20.00	
FLUJO DE CAJA ACCIONISTA	S/. 3,005.92	S/. 4,364.85	S/. 4,607.83	S/. 4,854.95	S/. 5,105.26	S/. 5,360.86	S/. 5,620.81	S/. 5,883.19	S/. 6,153.09	S/. 6,426.59	S/. 6,703.76	S/. 6,986.70	
FLUJO DE CAJA ACUMULADO	-S/. 24,836.46	-S/. 19,999.61	-S/. 14,918.77	-S/. 9,589.83	-S/. 4,008.57	S/. 1,829.29	S/. 7,928.10	S/. 14,292.29	S/. 20,926.38	S/. 27,834.96	S/. 35,022.72	S/. 42,494.42	S/. 58,994.42

Figura 41:

Flujo de caja del año 3:

Flujo de Caja Normal	Mes 25	Mes 26	Mes 27	Mes 28	Mes 29	Mes 30	Mes 31	Mes 32	Mes 33	Mes 34	Mes 35	Mes 36	AÑO 3
Ingresos de la Operación	S/. 25,341.88	S/. 25,652.89	S/. 25,968.41	S/. 26,288.52	S/. 26,613.31	S/. 26,942.84	S/. 27,277.22	S/. 27,616.53	S/. 27,960.85	S/. 28,310.29	S/. 28,664.93	S/. 29,024.87	S/. 325,662.55
Gastos de Administración y Comercialización	S/. 15,250.00	S/. 15,250.00	S/. 15,250.00	S/. 15,250.00	S/. 15,250.00	S/. 183,000.00							
Depreciación	S/. 96.83	S/. 96.83	S/. 96.83	S/. 96.83	S/. 96.83	S/. 1,162.00							
Utilidad Antes de Impuesto	S/. 9,995.05	S/. 10,306.06	S/. 10,621.58	S/. 10,941.69	S/. 11,266.47	S/. 11,596.01	S/. 11,930.39	S/. 12,269.70	S/. 12,614.02	S/. 12,963.46	S/. 13,318.09	S/. 13,678.03	S/. 141,500.55
Impuesto a la Renta (29.5%)	S/. 2,948.54	S/. 3,040.29	S/. 3,133.37	S/. 3,227.80	S/. 3,323.61	S/. 3,420.82	S/. 3,519.46	S/. 3,619.56	S/. 3,721.14	S/. 3,824.22	S/. 3,928.84	S/. 4,035.02	S/. 41,742.66
Utilidad Neta	S/. 7,046.51	S/. 7,265.77	S/. 7,488.21	S/. 7,713.89	S/. 7,942.86	S/. 8,175.19	S/. 8,410.92	S/. 8,650.14	S/. 8,892.88	S/. 9,139.24	S/. 9,389.26	S/. 9,643.01	S/. 99,757.89
Depreciación	S/. 96.83	S/. 96.83	S/. 96.83	S/. 96.83	S/. 96.83	S/. 1,162.00							
Inversiones	S/. 4,860.00	S/. 1,500.00	S/. 1,500.00	S/. 1,500.00	S/. 1,500.00	S/. 1,500.00	S/. 4,860.00						
FLUJO DE CAJA	S/. 2,283.34	S/. 5,862.61	S/. 6,085.05	S/. 6,310.73	S/. 6,539.70	S/. 6,772.02	S/. 7,007.76	S/. 7,246.97	S/. 7,489.72	S/. 7,736.07	S/. 7,986.09	S/. 8,239.85	S/. 96,059.89
Préstamo													
Amortización	-S/. 443.00	-S/. 448.00	-S/. 453.00	-S/. 458.00	-S/. 463.00	-S/. 468.00	-S/. 473.00	-S/. 478.00	-S/. 483.00	-S/. 489.00	-S/. 494.00	-S/. 500.00	
Interés	-S/. 62.00	-S/. 57.00	-S/. 52.00	-S/. 47.00	-S/. 42.00	-S/. 37.00	-S/. 32.00	-S/. 27.00	-S/. 22.00	-S/. 16.00	-S/. 11.00	-S/. 5.00	
Escudo fiscal	S/. 18.00	S/. 17.00	S/. 15.00	S/. 14.00	S/. 12.00	S/. 11.00	S/. 9.00	S/. 8.00	S/. 6.00	S/. 5.00	S/. 3.00	S/. 2.00	
FLUJO DE CAJA ACCIONISTA	S/. 1,796.34	S/. 5,374.61	S/. 5,595.05	S/. 5,819.73	S/. 6,046.70	S/. 6,278.02	S/. 6,511.76	S/. 6,749.97	S/. 6,990.72	S/. 7,236.07	S/. 7,484.09	S/. 7,736.85	
FLUJO DE CAJA ACUMULADO	S/. 61,277.77	S/. 67,140.37	S/. 73,225.42	S/. 79,536.15	S/. 86,075.84	S/. 92,847.86	S/. 99,855.62	S/. 107,102.59	S/. 114,592.31	S/. 122,328.38	S/. 130,314.47	S/. 138,554.31	S/. 155,054.31

Es posible determinar que en el año 1, se ha presentado un flujo de caja libre con un resultado positivo de S/.21,529.62 tomando en consideración sus respectivos costos y gastos para dicho año. Para el año siguiente, hubo un incremento de las ganancias económicas al incrementar la cantidad de ventas en donde se obtuvo un resultado de S/. 87,307.81 y mediante el flujo de caja acumulado se pudo evidenciar que en el sexto mes de dicho año se logró recuperar la inversión. Por último, en el año 3 las ventas aumentaron de manera proporcional que brindó como resultado un total de S/. 96,059.89.

9.4 Indicadores financieros

Este aspecto presenta gran importancia de realizar debido a que brindara seguridad tanto a los creadores como a los accionistas que Cotifast presentará viabilidad con el paso del tiempo. Determinar los indicadores financieros del proyecto ayudará a determinar la viabilidad del proyecto con respecto al periodo determinado, el cual se toma a partir de la situación financiera planteada. Por ello, se identifica el gran impacto de los siguientes indicadores:

- COK:** El costo de oportunidad del capital (COK) se calcula mediante el beta desapalancado del sector, en donde se considera un 0.80 ante el mercado de Software de Sistemas, así como el ratio de deuda-patrimonio para calcular el beta del proyecto. Por último, se consideró para el cálculo final del COK datos del riesgo país y rendimiento del mercado, obteniendo así como resultado un 12.10% para Cotifast.

Figura 42:

COK del proyecto Cotifast

β_u Apparel	0.80		
β_u Desapalancado	0.8000		
D / P	0.429		
Deuda	30.00%		
Patrim	70.00%		
a) β_e del proyecto	1.042		
		Rf_1	0.339%
		R_m	14.02%
		Rf_2	4.35%
		Prima	9.67%
		Ries País	1.69%
		b) COK	12.10%

- WACC:** El cálculo respectivo del WACC se realizó considerando la política de financiamiento establecida inicialmente para realizar el proyecto, la cual consiste en la

recolección de aporte por parte de los accionistas sume un 70% del total de la inversión inicial y la diferencia se recolecta mediante financiamiento externo, el cual corresponde a ser mediante una entidad bancaria, considerando el banco más factible el Banco Interbank, puesto que presenta una tasa efectiva anual de 14%, obteniendo como resultado del WACC un 11.43% anualmente.

Figura 43:

WACC de proyecto Cotifast

	S/.	% peso	% costo	% Esc Fisc	% WACC
Deuda	14,953	30.00%	14.00%	70.50%	2.96%
Patrimonio	34,890	70.00%	12.10%		8.47%
	49,843	100.00%		Wacc Anual	11.43%

- **VNA:** El Valor Actual Neto se calcula con la finalidad de determinar la viabilidad del proyecto, el cual considera los flujos de caja obtenidos por el proyecto en los respectivos años determinados. En el caso de Cotifast, presenta un VAN positivo de S/. 107,030.57, calculo considerado con los 3 primeros años del proyecto

Figura 44:

VNA del proyecto Cotifast

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
FCL	-S/.49,843.00	S/.21,529.62	S/.87,307.81	S/.96,059.89

- **TIR:** La Tasa Interna de Retorno (TIR) se determina considerando los flujos de caja anual del proyecto obtenidos durante un determinado tiempo, el cual considera la inversión inicial realizada en el año 0. Este indicador presenta un resultado del 89%

9.5 Análisis financiero y viabilidad del proyecto

Como resultado de los indicadores financieros para determinar la proyección de ventas, ingresos, egresos y flujo de caja, se determinó que Cotifast presenta resultados favorables ya que, a nivel

financiero presenta un buen desempeño y además presenta un crecimiento moderado a los correspondientes años proyectados. Para el presente análisis, se tomaron en cuenta indicadores como el VNA, TIR y EBIT.

- **Valor Actual Neto:** Con respecto al Valor Actual Neto (VAN), Cotifast obtuvo la suma de S/.107,030.57, lo cual indica que se logra amortizar la inversión, ya que recupera la rentabilidad anual en cada año del flujo de vida del proyecto. Del mismo modo, este indicador demuestra al accionista la recuperación de la inversión realizada para el desarrollo del proyecto, lo cual se observa ante la recuperación del proyecto.
- **Tasa Interna de Retorno (TIR):** El desarrollo del indicador de retorno para la empresa Cotifast se tiene como resultado una TIR del 89%, lo cual se justifica al presentar un mayor nivel con respecto al Costo de Oportunidad (COK), indicando de este modo el gran nivel de rentabilidad que presenta el proyecto frente a otras inversiones con similar riesgo. De este modo, se determina que el proyecto presenta un aspecto llamativo para los accionistas, ya que presenta recuperó a mediano plazo y genera utilidades a largo plazo, el cual se determinó que corresponde a ser a partir del segundo año del proyecto.
- **EBIT:** Con relación al análisis del indicador EBIT, se determinó que a partir del segundo año se obtiene un recuperó de la inversión, brindando resultados positivos, debido que dentro de los 6 primeros meses del proyecto no se realizan las ventas necesarias para solventar los costos que se incurren durante dicho periodo. En consecuencia, debido al factor del crecimiento del sector del comercio internacional, y de las tendencias de compra y venta por canales digitales, se pronostica una tasa de variación positiva para la plataforma Cotifast. Por ende, se prevé que el recuperó completo de la inversión a partir del segundo año del proyecto, tomando en consideración el crecimiento de los ingresos recuperados por el primer año útil.

9.6 Financiamiento de distintas etapas del proyecto

La primera etapa del proyecto corresponde a ser financiada mediante el financiamiento por parte del aporte de los accionistas interesados en invertir en Cotifast y préstamo por parte de una entidad

bancaria para comenzar con el desarrollo de las operaciones. Con respecto a los solicitado por los fundadores del proyecto, en donde se establece recaudar un 70% del costo de la inversión inicial. Por otro lado, con respecto al 30% restante, se realiza un préstamo ante el banco Interbank, el cual ofrece una TEA del 14%, el cual es una tasa menor con respecto a sus competidores en el mercado peruano.

La segunda etapa del proyecto se comienza a financiar con las ganancias generadas por el proyecto, el cual presenta un recuperó propio a partir de mediados del segundo año de Cotifast en el mercado. En consecuencia, a partir de este año el proyecto podrá auto solventar próximas adquisiciones con respecto al equipo necesario conforme se incremente el equipo de la empresa y otras inversiones futuras.

10. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En conclusión, el servicio online de cotizaciones inmediatas COTIFAST analizado desde la perspectiva de potenciales clientes de nuestro target para un negocio enfocado en los emprendedores y pequeños-medianos empresarios nacionales, los cuales, tienen como convergencia de opiniones el diseño dinámico en el aspecto visual y práctico, el cual, expone claramente el objetivo que desea transmitir el servicio en términos de funcionalidad rápido y eficaz para garantizar una experiencia agradable para el usuario, quien debe permanecer competente dentro de un mercado internacional.

De manera de conclusión, es posible decir que, en un contexto tecnológico tan avanzado y competitivo, las plataformas web deben ofrecer al usuario una interfaz que sea tanto eficiente como fácil de usar y al mismo tiempo llamativa en cuanto al diseño, ya que la carencia de estas cualidades pueden desmotivar el uso de la misma. De esta manera, se concluye que COTIFAST ha encontrado un equilibrio entre la operatividad y buen diseño de la página web, lo cual da como resultado una experiencia agradable y positiva del usuario, al satisfacer sus necesidades de manera adecuada.

Se puede concluir que es de suma importancia tener en presente la creación de valor para el cliente, ya que son sus opiniones y recomendaciones los que permiten mejorar ciertos aspectos antes de lanzar nuestro proyecto al mercado. Por tal motivo, contar con un pensamiento empático y una mentalidad abierta para recibir cualquier tipo de recomendación e información será valioso para mejorar y lograr una clara diferenciación con respecto a la competencia.

Ante la coyuntura actual en la que vivimos diversos emprendimientos se han visto en la necesidad de buscar alternativas digitales para seguir realizando sus operaciones, lo que ha hecho que, aquellas empresas que no confiaban en medios digitales empiecen a tomar más consideración. Por esta razón, es importante que nuestro proyecto se encargue de desarrollar diversas estrategias que le permitan posicionarse en el mercado como la herramienta digital más efectiva en cuanto a cotizaciones de compraventa internacional. Es posible concluir que los apartados considerados en

la plataforma para realizar las cotizaciones internacionales corresponden a ser los más acertados para los usuarios, no obstante, se debe tomar en cuenta las próximas necesidades que necesiten los usuarios en el largo plazo ante el avance en materia de comercio exterior. En consecuencia, la administración debe realizar una investigación para determinar nuevas funciones para que, de esta forma, sea posible aumentar el valor agregado al cliente.

A manera de conclusión, se puede determinar que Cotifast si bien presenta flujos de caja positivo desde el primer bimestre del primer año de operaciones, la inversión no se recupera hasta el segundo año de lanzamiento según el flujo de ventas proyectado. Por tal motivo, se debe poner énfasis en el aspecto de marketing en el primer año de operación, de modo que se cumpla o se tenga un mejor flujo de ventas del proyectado.

Como cierre de este avance de proyecto, se concluye que los experimentos realizados por el grupo de investigación brindan una mejor definición acerca del modelo de negocio de Cotifast. Asimismo, ésta posibilitó la recaudación de información mediante expertos y usuarios que han proporcionado datos claves para el desarrollo de este futuro emprendimiento por lo cual se puede considerar como una fuente de ventaja competitiva en la organización, puesto a que si el modelo está adecuadamente definido puede ser la clave del éxito en la organización. Igualmente, si éste se revisa e incluso se mejora puede crear valor adicional a la gestión y desarrollo empresarial.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Advenio Strategy & Business design. (2015). Diseña algo que tus clientes necesiten realmente: encaje cliente-problema. <https://advenio.es/disena-algo-que-tus-clientes-necesiten-realmente/>

- Amigo, A. C., Páez, G. N., Odriozola, J. G., Latorre, M. G., Arcieri, H. C., Ortíz, G. M., ... & Audisio, S. O. (2016). La interrelación de los recursos, clave de la competitividad interna. <http://rephip.unr.edu.ar/xmlui/handle/2133/7623>
- Bajwa, S. S., Wang, X., Duc, A. N., & Abrahamsson, P. (2016, June). How do software startups pivot? empirical results from a multiple case study. In the International Conference of Software Business (pp. 169-176). Springer, Cham.
- Calleja, Á. (2012). Aspectos jurídicos clave del proceso de internacionalización empresarial. *Harvard Deusto business review*, (213), 56-65. <https://retos-directivos.eae.es/wp-content/uploads/2012/07/56Calleja.pdf>
- Candía, J. G., Coliñanco, L. G., Caro, C. L., & Hernández, N. R. (2014). Estrategia y cultura de innovación, gestión de los recursos y generación de ideas: prácticas para gestionar la innovación en empresas. *Pensamiento & gestión*, (36). https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/39764446/00-15-11-14estrategia_y_cultura_de_innovacion_gestion_de_los_recursos_y_generacion_de_ideas-libre.pdf?1446870741=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3D00_15_11_14estrategia_y_cultura_de_innov.pdf&Expires=1650919257&Signature=Tzy4LOZjvGeunytLzJmYlp0MzV-AHEtnbNMU6I7JltnNDc0E0haQQmctP38cLMBef7Sf1O6zoXwkSlSv8k8hGT2NITV RVb5mwytsKdXlH7AeZOHuLdkqDFQl5dXdMPHu6OM4RIfCV7YH5DLWWCjuq3 WaAjtvmEM-mOd0B9TsjZhu2ee-2OF9gPrMGOCASjVt2sPQ9ZePOYO1y8ZUOW-E7lqfT4YRYw8-pDXUEOarvLiCb-6Nh8doqOr-XAVU2fVCN3~5t3pEC7gy9IjZTRaOBQyh6wTzdxweJuzERCmCYluX-M5nZXkrUdaQ-z~jsNmBZoIE50O1xWJHa5U~TucA__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA
- Conexión Esan. (4 de mayo de 2016). La importancia de la gestión del cliente. *Conexion Esan* <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2016/05/la-importancia-de-la-gestion-del-cliente/>
- Del Pino Artacho, J. (1999). La satisfacción y la alineación en los socios de las empresas cooperativas. *CIRIEC-Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 33, 141-153. http://ciriec-revistaeconomia.es/wp-content/uploads/06_Pino_33.pdf
- Guerrero, G., Reficco, E., & Austin, J. E. (2004). La nueva ruta: alianzas sociales estratégicas. *Harvard Business Review*, 82(12), 30-40. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1701086>
- Palta, D. (7 de septiembre de 2021). Buyer persona: Fundamental para la estrategia organizacional. *Diario El Tiempo*. <https://www.eltiempo.com/mas-contenido/buyer-persona-fundamental-para-la-estrategia-organizacional-616245>
- Diario Gestión. (2021). Atención virtual de entidades vinculadas al comercio exterior impulsará operaciones logísticas. *Diario Gestión*. <https://gestion.pe/signwall/?outputType=subscriptions&signwallHard=1>
- Fierro, S. M., & Alcázar, F. M. (2004). El proceso de alianzas estratégicas desde el enfoque de la teoría evolutiva de alianzas. *Investigaciones europeas de dirección y economía de la empresa*, 10(3), 189-207.
- Gonzalez, R. D. (2015). *Modelo de negocio para una aplicación interactiva móvil de publicidad de locales comerciales en centros comerciales de la ciudad de Medellín* (Tesis de

maestría, Universidad EAFIT, Escuela de Administración. Medellín, Colombia). Recuperado de <https://core.ac.uk/download/47252276.pdf>

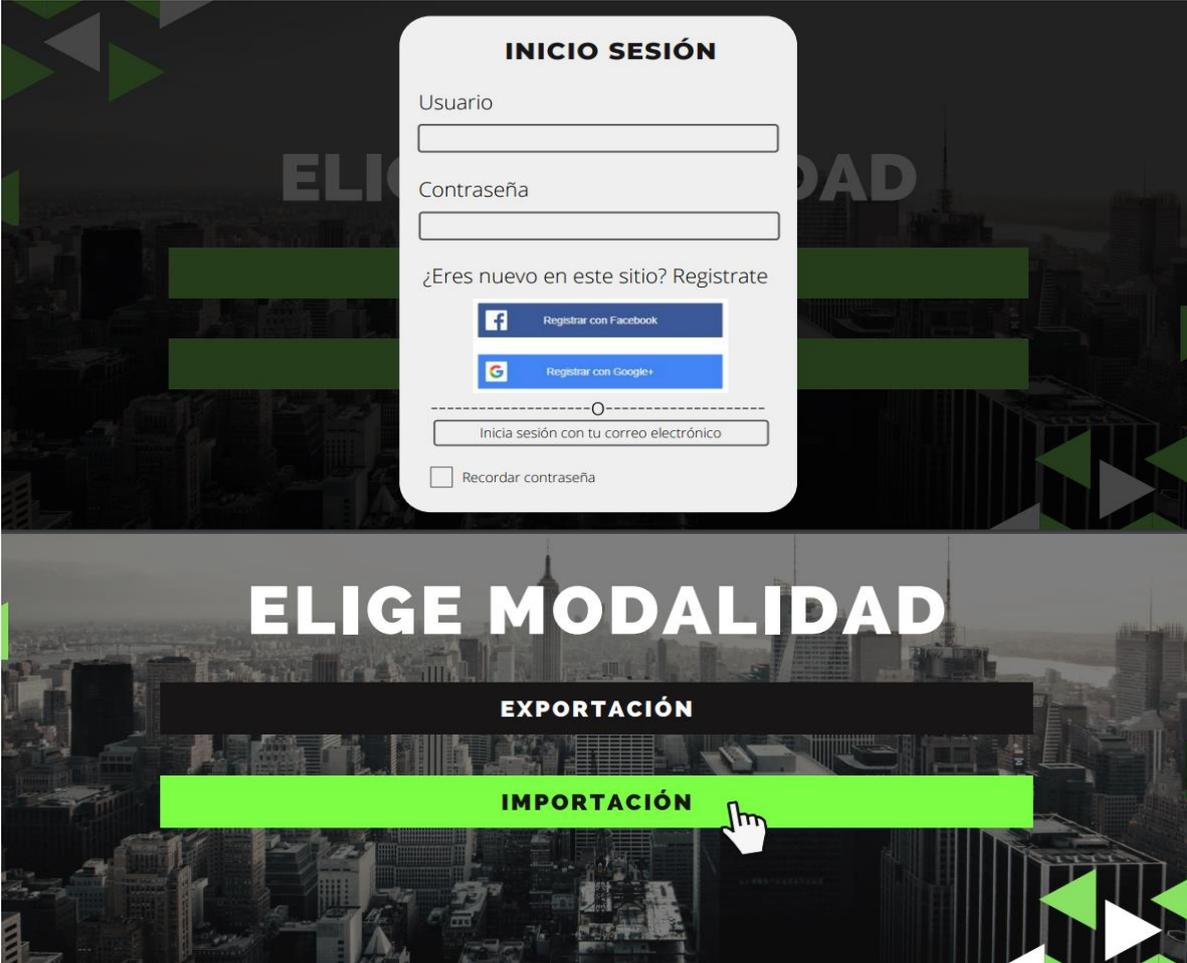
- Hernández, F. O., & Calderón, J. R. M. (2013). La cadena de suministros como elemento clave de trabajo la estrategia competitiva de las organizaciones. *Repositorio de la Red Internacional de Investigadores en Competitividad*, 7(1). <https://www.riico.net/index.php/riico/article/view/302>
- Herrera, D. C. F. (2015). El modelo Canvas en la formulación de proyectos. *Cooperativismo & desarrollo*, 23(107). <https://revistas.ucc.edu.co/index.php/co/article/view/1252>
- Iturralde Solórzano, R. A. (2016). La gestión comercial como dimensión clave en la dirección estratégica de empresas importadoras y comercializadoras de materias primas en el Ecuador. <http://repositorio.ulvr.edu.ec/handle/44000/3713>
- Ludevid, M., Anglada, M. L., & Ollé, M. (1991). *Cómo crear su propia empresa: factores clave de gestión* (Vol. 1). Marcombo. https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=tSLLL9MQFaIC&oi=fnd&pg=PA1&dq=socios+clave+%2B+empresa&ots=DVab_8Kc6p&sig=ttu0ygM4QLTPIA6wBw0wd76fk-o#v=onepage&q=socios%20clave%20%2B%20empresa&f=false
- Magallanes, A., & Antonio, A. (2021). *Recursos claves y actividades claves para la idea de negocio Bike and Comfort provincia de Santa Elena, cantón Santa Elena, año 2021* (Bachelor's thesis, La Libertad: Universidad Estatal Península de Santa Elena, 2021). <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/6133>
- Mathison, L., Gándara, J., Primera, C., & García, L. (2007). Innovación: factor clave para lograr ventajas competitivas. *Negotium*, 3(7), 65-83. <https://www.redalyc.org/pdf/782/78230705.pdf>
- Martinez, E. (2014). *El Modelo de Negocio como base del éxito empresarial: una revisión teórica* (Tesis de pregrado, Universidad de Almería, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Almería, España). http://repositorio.ual.es/bitstream/handle/10835/3662/3537_EL%20MODELO%20DE%20NEGOCIO%20COMO%20BASE%20DEL%20EXITO%20EMPRESARIAL-UNA%20REVISION%20TEORICA%20.pdf?sequence=1
- MEJÍA-TREJO, J., & SÁNCHEZ-GUTIÉRREZ, J. (2014). Factores determinantes de la innovación del modelo de negocios en la creación de ventaja competitiva. *Revista del Centro de Investigación. Universidad La Salle*, 11(42), 105-128. <https://www.redalyc.org/pdf/342/34235376004.pdf>
- Mincetur y Promperú. (2013). *Semana económica (Apoyo S.A.)*, 28(1390),25-. https://catalogo.upc.edu.pe/permalink/51UPC_INST/logil2/cdi_gale_infotracademico nefile_A347969281
- Osterwalder, A. (2011). *Modelo Canvas*. Barcelona: Deusto SA Ediciones. <https://www.sctc.org.ve/memorias/SCTC2016/SCTC2016-p059-070.pdf>
- Pazos, D. R., & Penabad, C. L. (2007). A innovación como factor clave na competitividade empresarial: un estudo empírico en pemes galegas. *Revista galega de economía: Publicación Interdisciplinar da Facultade de Ciencias Económicas e Empresariais*, 16(2), 5-22. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2478392>

- Poncela, M. (2019). Impacto de las tecnologías digitales en la transformación del comercio internacional, 65-76. http://www.iberglobal.com/files/2019-1/tecnologias_digitales_comercio_poncela.pdf
- Rengifo, W. (2018). *Influencia de la metodología lean startup en la validación del modelo de negocio a través de la herramienta business model canvas en los startups de una incubadora metropolitana en el año 2018* (Tesis de licenciatura, Universidad Ricardo Palma, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.Lima, Peru). https://repositorio.urp.edu.pe/bitstream/handle/URP/1954/NEG_GLOB_T030_46318298_T%20WENDY%20RENGIFO%20CHUJUTALLI.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Sánchez, J. I. L. (2004). ¿ Pueden las tecnologías de la información mejorar la productividad?. *Universia Business Review*, (1), 82-95.
- SIICEX (2022). *Herramientas para Análisis de Competitividad*. https://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?_page_=161.00000
- SUNAT.(2022). *Aduanas*. <https://ww3.sunat.gob.pe/aduanas.html>
- Solórzano, R. A. I. (2016). La gestión comercial como dimensión clave en la dirección estratégica de empresas importadoras y comercializadoras de materias primas en el Ecuador. *Yachana Revista Científica*, 5(2). <http://revistas.ulvr.edu.ec/index.php/yachana/article/view/376/202>
- Trade Map. (2022). Información estadística. <https://www.trademap.org/Index.aspx>
- Treviño, L. C. (2002). *Innovación y competitividad empresarial*. Red Aportes. <https://www.redalyc.org/pdf/376/37602005.pdf>
- Veritrade. (2022). Investigación de mercado. <https://www.veritradecorp.com/>
- Unimooc. (2017). La propuesta de valor y su importancia. <https://unimooc.com/la-propuesta-valor-importancia/>

ANEXOS

PROTOTIPO DE ALTA FIDELIDAD







PLANES DE SUSCRIPCIÓN

PERIODO GRATUITO

S/.0

**REALIZA 2
COTIZACIONES
TOTALMENTE GRATIS**

Opción de prueba rentable para probar nuestro sistema de cotizaciones eficientes y 100% digitales

[Más info...](#)

PREMIUM MENSUAL

S/. 50.90

POR 30 DÍAS

Renovación automática mensual de nuestro servicio de cotización, puede anularlo cuando desee.

[Más info...](#)

PREMIUM ANUAL

S/.499.9

POR 1 AÑO

Servicios anuales de nuestro servicio de cotización + Servicios personalizados de consultoría con expertos del sector.

[Más info...](#)

IMPORTACIÓN

LLENA LOS DATOS Y LO DEMÁS LO HACEMOS NOSOTROS



PARTIDAS ARANCELARIAS

MONTO TOTAL DE FACTURA

LUGAR DE ENVÍO

LUGAR DE RECEPCIÓN:

INCOTERM:

AGENCIA DE ADUANAS:

MEDIO DE TRANSPORTE PRINCIPAL:

AÉREO NAVIERO TERRESTRE

Seleccionar empresa según menor costo de importación

AGENCIA ASEGURADORA

Seleccionar empresa según menor costo de mercado

AGENCIA DE CARGA:

Seleccionar empresa según menor costo de mercado

GASTOS ADMINISTRATIVOS PROMEDIO DE SU EMPRESA:

DATOS DE MERCANCÍA

CANTIDAD DE BULTOS:

PESO POR BULTO:

VOLUMEN POR BULTO:

¿FINANCIAMIENTO?

BANCO:

MÉTODO DE PAGO INTERNACIONAL:

Contáctanos si tienes dudas solo con el **PLAN PREMIUM** 

AGREGAR MÉTODO DE PAGO



TUS DATOS

Nombres:
Apellidos:
Correo electrónico:
Número telefónico:



SELECCIONA EL MÉTODO DE PAGO

Tarjeta de crédito



Transferencia y depósito en efectivo



Pago en bancos



REPORTE DE COTIZACIÓN

COTIFAST- COTIZACIONES AL INSTANTE

DIRECCIÓN IMPORTADOR
Calle Otero 123, Col. Moderna, San Miguel, Av. Marina 105
DIRECCIÓN DE CORREO ELECTRÓNICO
importacionesEES@grupoSAC.pe
NÚMERO TELEFÓNICO
(51) 123 4567

Por medio de la presente tenemos el agrado de saludarlos y a la vez presentarles nuestra propuesta para vuestro(s) embarque(s), según información proporcionada:

Datos del Embarque:

Origen	: CALLAO - PERU	Tipo de Envío	: DIRECTO
Destino	: NEW YORK - EEUU	Línea Marítima	: SEALAND
Producto	: T-shirt	Frecuencia	: SEMANAL
Partida arancelaria	: 6109100031	Tiempo de Tránsito Internacional	: 20
Peso Bruto	: 0.00 KG.	Días libres	: 7 en destino
Volumen	: 0.000 Kg. /Vol.	Vigencia (Aplica a la fecha de zarpe)	: 30/06/2021

CONCEPTO	MONEDA	PRECIO UNIT.	EUR	USD	S/
OCEAN FREIGHT - ALL IN	USD	1850.00	X ctnr	3700.00	
OTHC	USD	75.00	X ctnr	150.00	
SEGURO INTERNACIONAL	USD	150.00	xBL	150.00	
TOTAL GASTOS EXTERIOR				4000.00	

COMPARTIR

IMPRIMIR

MODIFICAR

Reporte personalizado solo con el **PLAN PREMIUM**