



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**E - MARKETPLACE PARA IMPORTADORES Y
EXPORTADORES DEL SECTOR AGRÍCOLA**

**PRESENTADO POR
ROSA MILAGROS ANDREA SARAVIA GUTIÉRREZ**

**TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL
PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

LIMA – PERÚ

2020



CC BY-NC-ND

Reconocimiento – No comercial – Sin obra derivada

El autor sólo permite que se pueda descargar esta obra y compartirla con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se puede cambiar de ninguna manera ni se puede utilizar comercialmente.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



USMP
UNIVERSIDAD DE
SAN MARTÍN DE PORRES

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

***E - Marketplace para importadores y
exportadores del sector agrícola.***

Presentado por:

**Bachiller: Rosa Milagros Andrea Saravia
Gutiérrez**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

Lima - Perú

2020

INDICE

INDICE	2
INDICE DE TABLAS	4
INDICE DE ILUSTRACIONES	8
1.- ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN	10
2.- ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES	13
2.1. Nombre o razón social	13
2.2. Actividad Económica o Codificación Internacional (CIU)	15
2.3. Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial	17
2.4. Objetivos de la Empresa, Principio de la Empresa en Marcha	20
2.5. Ley de MYPES, Micro y Pequeña empresa, características.	23
2.6. Estructura Orgánica de Inca Deals EIRL	24
2.7. Cuadro de asignación de personal.	31
2.8. Forma Jurídica Empresarial	33
2.9. Registro de Marca y procedimiento en INDECOPI	39
2.10. Requisitos y Trámites Municipales	55
2.11. Régimen Tributario procedimiento desde la obtención del RUC y Modalidades	59
2.12. Registro de Planillas Electrónica.	64
2.13. Régimen Laboral Especial y General Laboral.	66
2.14. Modalidades de Contratos Laborales	70
2.15. Contratos Comerciales y Responsabilidad civil del Socio Participacionista.	71
3.- PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL	74
3.1.- Descripción del servicio	74
3.2.- Investigación del Mercado de Objetivo	94
3.3.- Análisis de la oferta y la demanda	110
3.4. Estrategias de Ventas y Distribución	124
3.5.- Estrategias de Promoción	127
4.- PLAN DE LOGÍSTICA INTERNACIONAL	129
4.1 Plataforma Inca Deals	129
4.2 Infraestructura Digital	131
4.3 Servicios Adicionales – Post Venta	133

5.- PLAN DE COMERCIO INTERNACIONAL	136
5.1.- Fijación de precios	136
5.2.- Contrato de adquisición del servicio y sus documentos	145
5.3 Elección y aplicación del Incoterm	152
5.4.- Determinación del medio de pago y cobro	154
5.5.- Gestión aduanera del comercio internacional	155
5.6.- Gestión de las operaciones del servicio a ejecutar: Flujo Grama.	160
6.- PLAN ECONÓMICO FINANCIERO	163
6.1 Inversión Fija	163
6.2. Capital de Trabajo	165
6.3. Inversión Total	168
6.4. Estructura de Inversión y Financiamiento	168
6.5. Fuentes financieras y condiciones de crédito	169
6.6. Presupuesto de costos	170
6.7. Punto de Equilibrio	177
6.8. Tributación del servicio	177
6.9. Presupuesto de ingresos	179
6.10. Flujo de caja proyectado	180
6.11. Estado de Ganancias y Pérdidas	181
6.12 Evaluación de la Inversión	183
6.13.-Evaluación de costo oportunidad del capital de trabajo	190
6.14.-Cuadro de riesgo del tipo de cambio	191
7.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	192
7.1.- Conclusiones	192
7.2.- Recomendaciones	193
Referencias	194
Anexos	197

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Modelo de Negocios Canvas de Inca Deals EIRL	12
Tabla 2 Proceso de Reserva del Nombre Comercial	14
Tabla 3 Actividad Económica Principal de Inca Deals EIRL - CIJU	16
Tabla 4 Alternativas de Ubicación	18
Tabla 5 Ponderación de Alternativas de Ubicación	18
Tabla 6 Criterios para Definir el Estrato Empresarial	23
Tabla 7 Características del Titular - Gerente	25
Tabla 8 Características del Asistente Administrativo	26
Tabla 9 Características del Gerente de Marketing	26
Tabla 10 Características del Gerente Comercial	27
Tabla 11 Características del Sectorista Importador	28
Tabla 12 Características del Sectorista Exportador	29
Tabla 13 Características del Asesor Contable	30
Tabla 14 Características del Asesor Informático	30
Tabla 15 Cuadro de Salarios de Inca Deals EIRL (expresado en soles)	32
Tabla 16 Cuadro de honorarios de Asesores Externos	32
Tabla 17 Cuadro Comparativo de Tipos de Personas Jurídicas	34
Tabla 18 Marco Normativo para el Registro de Signos Distintivos	40
Tabla 19 Requisitos para el registro de la Marca y signos distintivos de Inca Deals EIRL	46
Tabla 20 Procedimiento de Registro de Marca y signos distintivos de Inca Deals EIRL	47
Tabla 21 Marco Normativo para el Registro de Derechos de Autor	48
Tabla 22 Componentes protegidos del Software Web	50
Tabla 23 Requisitos para el Registro de Derechos de Autor del software web	51
Tabla 24 Procedimientos para el Registro de Derechos de Autor del software web	52
Tabla 25 Búsqueda de coincidencias del Nombre Comercial - WIPO IP Portal	53
Tabla 26 Trámites Municipales	55
Tabla 27 Procedimiento de Solicitud de Licencia de Funcionamiento	58
Tabla 28 Procedimiento de solicitud de ITSE	58
Tabla 29 Cuadro comparativo de los Regímenes Tributarios vigentes en el Perú	60
Tabla 30 Procedimiento de Constitución de empresas modalidad en SID	63
Tabla 31 Sujetos exceptuados de llevar Planilla Electrónica	65
Tabla 32 Cuadro comparativo del Régimen Laboral General y Régimen Laboral Especial	67
Tabla 33 Tipos de Contratos de trabajadores dependientes de Inca Deals EIRL	71
Tabla 34 Tipos de Contratos de Asesores Externos	72
Tabla 35 Estructura de la Subpartida Nacional	75
Tabla 36 Partidas del Sistema Armonizado que se comercializaran en Inca Deals EIRL	76
Tabla 37 Extracto de Modelo de Negocios Canvas	79

Tabla 38 Propuesta de Valor Canvas - Exportadores	80
Tabla 39 Propuesta de Valor Canvas - Importadores	81
Tabla 40 Crecimiento del volumen de las exportaciones y la producción mundial de mercancías, 2010-2018	94
Tabla 41 Cuadro de Segmentación de Mercado de Inca Deals EIRL	95
Tabla 42 Proceso de Compra B2B	96
Tabla 43 Exportaciones Agrícolas Peruanas de los 5 principales productos – Valor FOB (expresado en dólares)	100
Tabla 44 Exportaciones Agrícolas Peruanas de los 5 principales productos, según cantidad de operaciones.	102
Tabla 45 Agrupación de principales países importadores por continentes	104
Tabla 46 Producción anual de los cinco productos según región (t), 2017	106
Tabla 47 Análisis PESTEL de INCA DEALS EIRL	110
Tabla 48 Fuerzas de Porter	112
Tabla 49 Matriz FODA de Fortalezas y Debilidades de Inca Deals EIRL	113
Tabla 50 Matriz FODA Oportunidades y Amenazas de Inca Deals EIRL	113
Tabla 51 Cuadro comparativo de la Oferta actual de E-Marketplace del sector agrícola	115
Tabla 52 Cantidad de empresas importadoras en base a la muestra.	120
Tabla 53 Método de Mínimos cuadrados segmento importadores	120
Tabla 54 Proyección de la demanda potencial segmento importadores	120
Tabla 55 Cantidad de empresas exportadoras de la muestra	121
Tabla 56 Método Mínimo Cuadrados segmento exportadores	122
Tabla 57 Proyección de la demanda potencial segmento exportadores	122
Tabla 58 Proyección de la demanda potencial Inca Deals EIRL	123
Tabla 59 Marketing Mix por segmento de usuario de Inca Deals	126
Tabla 60 Gremios de Productores Peruanos, por producto	128
Tabla 61 Evaluación de Registradores de Dominios	131
Tabla 62 Evaluación de Proveedores de Hosting Web	132
Tabla 63 Evaluación de Pasarelas de Pago	134
Tabla 64 Comisión a los sectoristas (por cada suscripción)	136
Tabla 65 Comisión a los sectoristas (por cada suscripción)	137
Tabla 66 Mano de Obra Directa	137
Tabla 67 Costos de funcionamiento web (expresado en dólares)	137
Tabla 68 Costo de Planilla (expresado en dólares)	138
Tabla 69 Costo de asesorías externas (expresados dólares)	138
Tabla 70 Costo de espacio de trabajo (expresado en dólares)	138
Tabla 71 Gastos de Materiales de oficina anual (expresado en dólares)	139
Tabla 72 Gasto Línea Telefónica (expresado en dólares)	139
Tabla 73 Gasto de Merchandising (expresado en dólares)	140
Tabla 74 Gastos de publicación en prensa escritas (expresado en dólares)	140
Tabla 75 Gastos de asistencia a Expo alimentaria (expresado en dólares)	141

Tabla 76 Gasto de publicidad digital (expresado en dólares)	141
Tabla 77 Herramienta de Investigación (expresado en dólares)	141
Tabla 78 Estructura de Costos anual (expresado en dólares)	142
Tabla 79 Precios de los competidores	142
Tabla 80 Tipos de Métodos para fijar precio	143
Tabla 81 Precio del servicio (expresado en dólares)	144
Tabla 82 Tipología de productos	158
Tabla 83 Activos Tangibles (expresado en dólares)	163
Tabla 84 Activos Intangibles (expresado en dólares)	164
Tabla 85 Capital de Trabajo - Método de Déficit Acumulado Máximo	166
Tabla 86 Inversión Total	168
Tabla 87 Estructura de Inversión	169
Tabla 88 Cuadro Comparativo de las opciones de financiamiento	169
Tabla 89 Financiamiento de deuda	170
Tabla 90 Proyección de la demanda de Inca Deals EIRL	170
Tabla 91 Proyección Comisión de Pasarela de Pago	171
Tabla 92 Proyección de Comisión de Venta	171
Tabla 93 Proyección de pagos a Mano de Obra Directa	171
Tabla 94 Proyección de Costos de mantenimiento de la Web	172
Tabla 95 Proyección de Planilla	172
Tabla 96 Proyección de Costo de Asesorías Externas	172
Tabla 97 Proyección de Coworking	173
Tabla 98 Proyección de Materiales de Oficina	173
Tabla 99 Proyección del servicio telefónico	174
Tabla 100 Proyección del Gasto en Merchandising	174
Tabla 101 Proyección del Costo de Publicidad escrita	174
Tabla 102 Proyección del Costo de Asistencia a Feria Internacional	175
Tabla 103 Proyección de Publicidad Digital	175
Tabla 104 Herramienta de Inteligencia de Mercados	175
Tabla 105 Proyección de Intereses del Préstamo	176
Tabla 106 Costos Unitarios (sin IGV)	176
Tabla 107 Punto de Equilibrio	177
Tabla 108 Evaluación del IGV	178
Tabla 109 Presupuesto de Ingresos	179
Tabla 110 Flujo de Caja Económico	180
Tabla 111 Flujo de Caja Financiero	180
Tabla 112 Depreciación de los Activos Tangibles	181
Tabla 113 Amortización de los Activos Intangibles	181
Tabla 114 Estado de Ganancias y Pérdidas	182
Tabla 115 Valor Presente Neto Económico	183
Tabla 116 Tasa Interna de Retorno Económico	184

Tabla 117 Ratio Beneficio – Costo (económico)	184
Tabla 118 Periodo de Recuperación	185
Tabla 119 VAN Financiero	185
Tabla 120 TIR Financiero	186
Tabla 121 Periodo de Recuperación Financiera	186
Tabla 122 Tasa COK	190
Tabla 123 Cálculo de la tasa WACC	191
Tabla 124 Análisis de sensibilidad del Tipo de Cambio	191

INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Disponibilidad de la razón social	14
Ilustración 2 Croquis de la Ubicación elegida.	20
Ilustración 3 Organigrama Vertical de Inca Deals EIRL	24
Ilustración 4 Beneficios Laborales del Régimen Laboral Especial	31
Ilustración 5 Cuadro Comparativo entre Persona Natural y Jurídica	33
Ilustración 6 Marca a registrar de Inca Deals EIRL	43
Ilustración 7 Búsqueda por Denominación de coincidencias de la Marca	44
Ilustración 8 Búsqueda Fonética de coincidencias de la Marca	45
Ilustración 9 Búsqueda de coincidencias del Nombre Comercial - TMview	53
Ilustración 10 Búsqueda de coincidencias de URL	54
Ilustración 11 Componentes de la Planilla Electrónica	65
Ilustración 12 Sujetos obligados a llevar Planilla Electrónica	66
Ilustración 13 Tipos de Contratos en el Perú	70
Ilustración 14 Flujograma del servicio ofrecido por Inca Deals EIRL	83
Ilustración 15 Interfaz de Perfil de Importador – Recreado	86
Ilustración 16 Interfaz de publicación de requerimiento – Recreado	87
Ilustración 17 Interfaz de Perfil de Importador – Recreado	88
Ilustración 18 Interfaz del apartado: Requerimientos	89
Ilustración 19 Interfaz de la Oferta del Exportador - Recreación	90
Ilustración 20 Interfaz Ofertas recibidas - Recreación	91
Ilustración 21 Ventas globales de comercio electrónico B2B	98
Ilustración 22 Presencia del Perú en la demanda mundial de productos agrícolas 2018	99
Ilustración 23 Principales productos exportados en el 2018 (US\$ millones)	100
Ilustración 24 Ubicación Geográfica de los destinos de exportación más importantes	105
Ilustración 25 Ubicación geográfica de las zonas más productivas, por producto.	106
Ilustración 26 Stock, altas y bajas de las empresas según actividad económica del Perú del 2019	107
Ilustración 27 Infografía de las agroexportaciones 2019	108
Ilustración 28 Grafica de la proyección de la demanda – Segmento Importadores	121
Ilustración 29 Gráfica de demanda proyectada – Segmento Exportadores	123
Ilustración 30 Segmentos de Usuarios Inca Deals	124
Ilustración 31 Matriz Ansoff Inca Deals EIRL	125
Ilustración 32 Diagrama de e-Logística del servicio de Inca Deals	135
Ilustración 33 Formato de contacto por correo - Importadores	144
Ilustración 34 Formato de contacto por correo - Exportadores	145
Ilustración 35 Incoterms 2020	153
Ilustración 36 Regímenes Aduaneros Perú	156
Ilustración 37 Flujograma Exportación Definitiva	157
Ilustración 38 Trazabilidad de Productos Frescos o Congelados	158

Ilustración 39 Etapas de la Cadena de Frio de Exportación	159
Ilustración 40 Trazabilidad de la exportación del Café	160
Ilustración 41 Flujograma del proceso de suscripción de usuarios	161
Ilustración 42 Flujograma del servicio Inca Deals EIRL	162
Ilustración 43 Interfaz "SOCIAL"	189

1.- ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN

El plan de negocios consiste en el desarrollo y gestión de un e-Marketplace que interrelacione de un lado a agroexportadores peruanos que buscan clientes nuevos e ingresar al mercado internacional y de otro lado a importadores que necesitan reducir su inversión de tiempo y dinero en la búsqueda de proveedores y de la mejor oferta a sus requerimientos. Este servicio se ofrecerá a través de membresías para ambos segmentos de usuarios, permitiéndoles acceder a un perfil propio y realizar actividades en la plataforma.

Es preciso resaltar que esta plataforma web busca ser una herramienta sencilla, accesible, innovadora y segura para concretar buenos negocios. Es un Modelo de Negocios B2B, Business to Business.

El principal atributo de este modelo de negocios entre otros similares es su innovadora metodología que le permite a los importadores publicar su requerimiento y que sean los exportadores los que puedan aplicar y enviar sus ofertas, mientras que es el mismo software el encargado de realizar un previo filtro entre las ofertas recibidas y el requerimiento inicial, representando para los importadores una herramienta de bajo costo que hará más efectivo su proceso de compra y por otro lado un canal de venta de bajo costo para el exportador que le permite participar activamente y concretar negocios sin intermediarios.

Esta idea surge a raíz de la actual necesidad de fortalecer las exportaciones del sector, el cual viene siendo uno de los principales motores del crecimiento económico del país, incluso para el primer trimestre del 2020 con el inicio de la pandemia en el mundo es uno de los pocos sectores económicos que ha crecido al 3.4 % respecto al mismo periodo del año anterior según indica INEI en el Informe del Producto Bruto Interno Trimestral (2020).

La problemática actual del sector agrícola en el país consiste principalmente en mejorar la productividad y la competitividad de la oferta exportable y este proyecto se enfoca en el segundo aspecto: generar oportunidades de incrementar la competitividad y retroalimentar a los agroexportadores peruanos de la actual y real necesidad del mercado internacional.

Para analizar de manera simplificada los principales aspectos de la idea de negocio se utilizará como herramienta el Modelo de Negocio Canvas, que se encuentra líneas abajo.

Tabla 1 Modelo de Negocios Canvas de Inca Deals EIRL

<p>Aliados Clave</p> <p>Proveedores: Hosting, dominio y servicio de email.</p> <p>Programador: desarrolla el software web</p> <p>Banco que otorgue el financiamiento a crédito</p> <p>Buscadores: Google, Explorer, Mozilla FireFox, entre otros.</p> <p>Agente de Aduanas, Naviera.</p>	<p>Actividades Clave</p> <p>Desarrollo y mantenimiento de la plataforma web</p> <p>Búsqueda de nuevos usuarios</p> <p>Fidelización de los usuarios</p> <p>Buscar posicionamiento en los buscadores.</p> <p>Recursos Clave</p> <p>Infraestructura Tecnológica: Software Web, Hosting, aparatos electrónicos</p> <p>Recurso Humano: Sectoristas que son el canal directo entre los usuarios y la empresa</p> <p>Financiamiento</p>	<p>Propuesta de Valor</p> <p>Simplificar el proceso de concretar negocios</p> <p>Generar Networks para importadores y exportadores</p> <p>Eliminar la cadena de intermediación en el comercio internacional agrícola</p>	<p>Relación con</p> <p>Servicio Automatizado determinados para el usuario ofrece autonomía.</p> <p>Asistencia Personalizada entre usuario y sistema para incrementar la actividad en la plataforma, para mejorar la experiencia, ser más eficiente.</p> <p>Canal</p> <p>Eventos promocionales, ferias, gremios interesados</p> <p>Ferias Internacionales</p> <p>Anuncios en medios</p> <p>Equipo comercial, capacitado</p>
<p>Estructura de Costes</p> <p>Desarrollo y mantenimiento de la plataforma web.</p> <p>Marketing y publicidad</p> <p>Recurso Humano</p> <p>Infraestructura: Modalidad Coworking</p>		<p>Estructura de Ingresos</p> <p>Cuotas de suscripción: a priori al acceso</p>	

Elaboración: Propia

2.- ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES

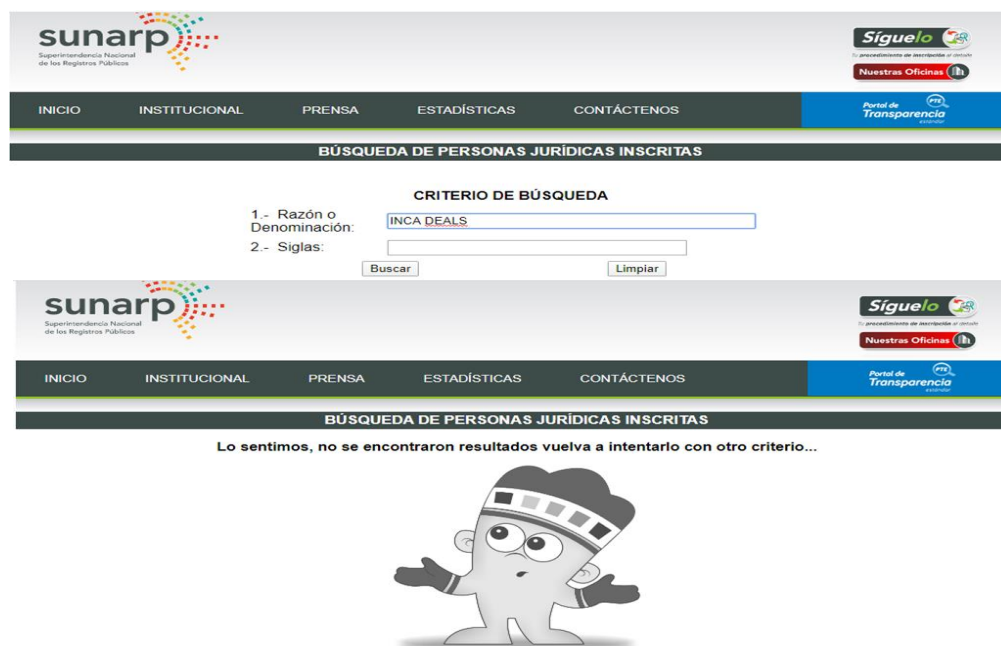
En este capítulo de la investigación se precisan los aspectos básicos administrativos y legales que se aplicarán en el presente Plan de Negocios, es decir transferir la idea de negocio al contexto legal y administrativo para el desarrollo de la empresa.

2.1. Nombre o razón social

La razón social es Inca Deals EIRL, una fusión entre la palabra “INCA” pues busca resaltar el origen de los bienes comercializados y aprovechar el reconocimiento mundial de la cultura ancestral del país y la palabra en inglés “DEALS” (negocios, contratos, ofertas, acuerdos, pactos), por otro lado, para el registro de la Marca se adicionará el caracter: “.pe” que es el dominio y la más clara señal del mundo digital.

Para verificar la disponibilidad del nombre electo se realiza la búsqueda virtual en el Directorio Nacional de Personas Jurídicas de SUNARP, concluyendo que la razón social “Inca Deals EIRL” se encuentra disponible.

Ilustración 1 Disponibilidad de la razón social



Fuente: SUNARP (<https://www.sunarp.gob.pe/bus-personas-juridicas.asp>)

Después de comprobar la disponibilidad, se realiza la reserva del nombre que es válida por 30 días hábiles después de efectuado el pago, este proceso es opcional. Durante este periodo se procede con los tramites de constitución de la empresa.

Tabla 2 Proceso de Reserva del Nombre Comercial

Proceso	Descripción	Vía	Ejecución	Costo
1.- Buscar disponibilidad del nombre (Opcional)	Verificar la disponibilidad del nombre escogido y evitar duplicidad en la superintendencia nacional de los Registros Públicos de Perú	Electronica	Inmediata	S/ -

2.- Reserva del nombre (Opcional)	Evitar el registro del nombre escogido y reservarlo como propio por un periodo de 30 días	Electronica	Después de realizar el pago (Hasta el tercer día hábil después de emitida la solicitud electrónica)	S/ 20.00
		Presencial	Inmediata	S/ 20.00

Fuente: SID SUNARP – CONSTITUCIÓN DE EMPRESA

Elaboración: Propia

2.2. Actividad Económica o Codificación Internacional (CIIU)

La clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las Actividades Económicas es un sistema de clasificación que permite la identificación de la actividad económica de cada empresa a nivel nacional e internacional, que permite llevar una estadística por tipo de empresa y actividad, según se indica en la Revisión 4 el principal propósito de la CIIU es: *“ofrecer un conjunto de categorías de actividades productivas que se pueda utilizar cuando se diferencian las estadísticas de acuerdo con esas actividades. Como lo que se pretende con muchas estadísticas es estudiar el comportamiento de las entidades económicas”*. (INEI, 2010, p.7)

En el Perú pueden considerarse tres actividades económicas, una principal y dos secundarias, para este plan de negocios se ha considerado solo una actividad principal.

Según la actividad económica que desarrollara el presente proyecto digital, el CIIU es el siguiente:

Tabla 3 Actividad Económica Principal de Inca Deals EIRL - CIIU

Concepto	Código	Descripción
Sección	"G"	Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas
División	46	Comercio al por mayor, excepto el de vehículos automotores y motocicletas
Grupo	461	Venta al por mayor a cambio de una retribución o por contrata
Clase	4610	Venta al por mayor a cambio de una retribución o por contrata

Fuente: CIIU de todas las Actividades Económicas – Revisión 4, 2010

Elaboración: Propia

En la Revisión 4 CIIU (INEI, 2010, p. 119) las notas explicativas indican las actividades comprendidas en esta clase:

“Clase: 4610 - Venta al por mayor a cambio de una retribución o por contrata

Esta clase comprende las siguientes actividades:

- Actividades de comisionistas y otros mayoristas que comercian en nombre y por cuenta de terceros.

- Actividades de las personas que ponen en contacto a vendedores y compradores y realizan transacciones comerciales en nombre de un ordenante, incluidas las realizadas por Internet.

- Actividades de agentes dedicados a la venta de: materias primas agropecuarias, animales vivos y materias primas y productos semiacabados textiles; combustibles, minerales, metales y productos químicos de uso industrial, incluidos abonos; alimentos, bebidas y tabaco; productos textiles, prendas de vestir, pieles, calzado y artículos de cuero; madera y materiales

de construcción; maquinaria, incluidos equipo de oficina y ordenadores, equipo industrial, buques y aeronaves; muebles, enseres domésticos y artículos de ferretería.

Se incluyen también las actividades de casas de subastas al por mayor.

No se incluyen las siguientes actividades:

- Comercio al por mayor por cuenta propia; véanse los grupos 462 a 469.*
- Actividades de comisionistas de vehículos automotores, véase la clase 4510.*
- Subastas de vehículos automotores, véase la clase 4510.*
- Venta al por menor de comisionistas no dependientes de comercios, véase la clase 4799.*
- Actividades de agentes de seguros, véase la clase 6622.*
- Actividades de agentes inmobiliarios, véase la clase 6820.”*

2.3. Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial

Para el presente Plan de Negocios se debe verificar la facilidad de acceso, la seguridad, los parámetros de la zona, si es comercial, industrial o residencial, teniendo en cuenta que es una empresa de servicios. El objetivo es elegir un ambiente apropiado para el desarrollo empresarial.

Es importante considerar también opciones actuales como el Coworking que viene siendo tendencia en especial con modelos de negocios emprendedores, Pymes e independientes. Este concepto consiste en compartir oficinas equipadas con todos los servicios incluidos, genera ventajas como la flexibilidad de uso, espacio propio, networks y bajo costo.

Se segmentarán las zonas por distritos (Lima Metropolitana) y los criterios a valorar son los siguientes:

- Costo económico que representa.

- Conectividad y Accesibilidad: facilidad de ubicación, acceso a servicios.
- Imagen que proyecta: seguridad, calidad del inmueble, ruido, alrededores.
- Flexibilidad administrativa: relación con la empresa que alquila la oficina y la capacidad de reformas en caso de imprevistos, gestión municipal.

Después de un análisis de los distritos de Lima se identificaron 4 distritos que cumplen con los criterios antes mencionados, los cuales se describen en la siguiente tabla, indicando los aspectos más resaltantes de cada distrito seleccionado.

Tabla 4 Alternativas de Ubicación

Alternativa	Distritos	Aspectos resaltantes
A	San Isidro	Accesibilidad / imagen que proyecta
B	San Miguel	Accesibilidad / flexibilidad administrativa
C	Comas	Costo /flexibilidad administrativa
D	Los Olivos	Flexibilidad administrativa / costo /accesibilidad

Elaboración: Propia

Finalmente, para evaluar las alternativas y elegir al distrito donde se realizarán las actividades de la empresa se utiliza una Matriz de Ponderación, donde se le asigna un valor a cada criterio y se califica el grado de cumplimiento de cada alternativa.

Tabla 5 Ponderación de Alternativas de Ubicación

Criterio	FACTOR	ALTERNATIVAS			
		A	B	C	D
Costo	0.3	1	2	5	4
Conectividad y accesibilidad	0.2	5	4	1	3
Imagen que proyecta	0.2	5	3	2	3

Flexibilidad administrativa	0.3	2	4	5	5
Total	1	2.9	3.2	3.6	3.9

Calificación Rango desde 1 (muy malo) hasta a 5 (muy bueno)
 Elaboración: Propia

Según la ponderación, el distrito idóneo es LOS OLIVOS, pues obtuvo mejor calificación con 3.9. Líneas abajo la justificación de la calificación.

- Costo: es viable
- Accesibilidad y Conectividad: se encuentra cerca a los principales Centros Comerciales de Lima Norte (Mega Plaza, Plaza Norte, Terminal Terrestre)
- Imagen que proyecta: oficinas premium, infraestructura atractiva, zona segura.
- Flexibilidad administrativa: los procesos administrativos municipales son sencillos y con frecuentes incentivos. La empresa que brinda el servicio es flexible y genera capacidad de respuesta ante posibles inconvenientes.

Después de elegir el distrito de Los Olivos, se determina que la opción que más se adecua y ofrece mejores beneficios es rentar oficinas en el edificio Express Coworking (Coworking y Workplaces), la dirección es: Jr. Manuel Gonzales Prada N° 631 Los Olivos.

Ilustración 2 Croquis de la Ubicación elegida.



Fuente: Google Maps (Fecha de Búsqueda: 30/06/2020)

Factibilidad Municipal y Sectorial

De acuerdo con el D.S. N° 006-2013-PCM y por la naturaleza del presente plan de negocios no se requiere ningún permiso sectorial, el cual aplica para servicios altamente especializados como: Centros Médicos (Ministerio de Salud), Colegios (UGEL), Transportes (Ministerio de Transportes), etc.

2.4. Objetivos de la Empresa, Principio de la Empresa en Marcha

Cada emprendimiento requiere una cultura organizacional que identifique a la empresa externa e internamente, esto permite alinear el esfuerzo de todas las partes interesadas en el cumplimiento de los objetivos trazados, siempre bajo el principio fundamental de la empresa en marcha.

Este plan de negocios se orienta a la creación y gestión de la empresa Inca Deals EIRL con pleno conocimiento del concepto de empresa en marcha que tiene como

fin supremo generar riqueza y obtener utilidades, beneficios para su socio participacionista, cumplir con sus obligaciones tributarias, laborales, cumplir con sus acreedores, tener movimientos bancarios, pagar sus cuentas por pagar, es decir es una empresa vigente y de éxito.

Según la Ley General de Sociedades N° 26887 indica en el art. 223 que: *Los estados financieros se preparan y presentan de conformidad con las disposiciones legales sobre la materia y con principios de contabilidad generalmente aceptados en el país.*

Teniendo en cuenta que el sexto principio de contabilidad es “Empresa en Marcha” el cual enuncia según el Plan Contable General Revisado P.C.G.R:

Salvo indicación expresa en contrario, se entiende que los estados financieros pertenecen a una "empresa en marcha", considerándose que el concepto que informa la mencionada expresión, se refiere a todo organismo económico cuya existencia temporal tiene plena vigencia y proyección.

Objetivos

El presente plan de negocios tiene como objetivo principal y específicos los siguientes:

1.- Objetivo principal: “Obtener utilidades desde el primer año de operaciones del proyecto”

- Objetivo Especifico 1: Ser un actor importante en el desarrollo de las agroexportaciones peruanas.
- Objetivo Especifico 2: Tener una buena reputación empresarial.

Visión y Misión

La Visión es la realidad a la que aspira la empresa, aquello en lo que busca convertirse, debe ser clara y entendible por los miembros de la organización, ambiciosa pero realista. Inca Deals EIRL es un emprendimiento que aspira a largo plazo:

Visión: “Ser el e-Marketplace líder del comercio internacional agrario.”

La Misión por otro lado es la representación textual de lo que significa la empresa, indica que hace en el presente para alcanzar sus objetivos. Incluye aspectos como la descripción del negocio, público objetivo, entre otros. Para el presente proyecto digital la misión es:

Misión: “Incrementar el número de usuarios demostrando ser una herramienta útil para generar negocios”

Valores

Para la implantación de una cultura organizacional también es importante definir los valores que regirán la gestión de la empresa, incluye a todos los miembros de la organización y extendiéndose a los stakeholders.

- a) Responsabilidad. - cumplimiento en todos los sentidos, con los clientes, con el recurso humano, de los trabajadores para con la empresa, con los stakeholders.
- b) Perseverancia. - firmeza y constancia en favor del crecimiento del proyecto
- c) Integridad moral. - entereza moral, el valor de dirigirse con rectitud.

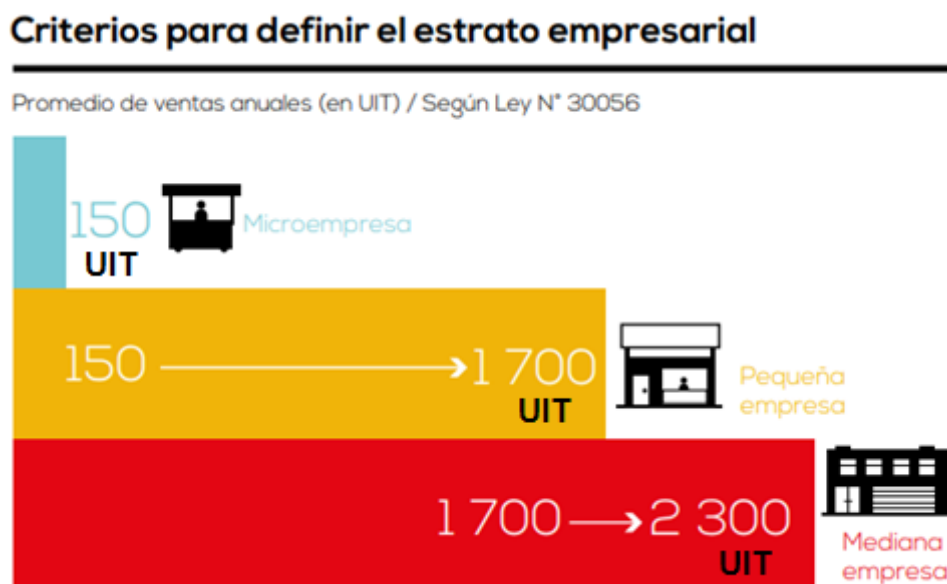
2.5. Ley de MYPES, Micro y Pequeña empresa, características.

En el Perú actualmente el criterio para definir el estrato empresarial es el promedio de ventas anuales y se clasifican en cuatro estratos: grandes, medianas, pequeñas y microempresas.

Bajo la Ley N° 28015 “Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa” a Inca Deals EIRL le corresponde calificarse como Microempresa. Cabe mencionar que si durante el ejercicio las ventas sobrepasan los límites establecidos el estrato empresarial cambiará.

Para la lectura de la siguiente ilustración se debe tener en cuenta que para el ejercicio 2020 el valor de la UIT es de S/. 4300.00.

Tabla 6 Criterios para Definir el Estrato Empresarial



Fuente: PRODUCE – DGECOMTE

Se considera Microempresa a las que tengan un promedio de venta anual menor a 150 UIT, para el 2020 menor a S/. 645,000

2.6. Estructura Orgánica de Inca Deals EIRL

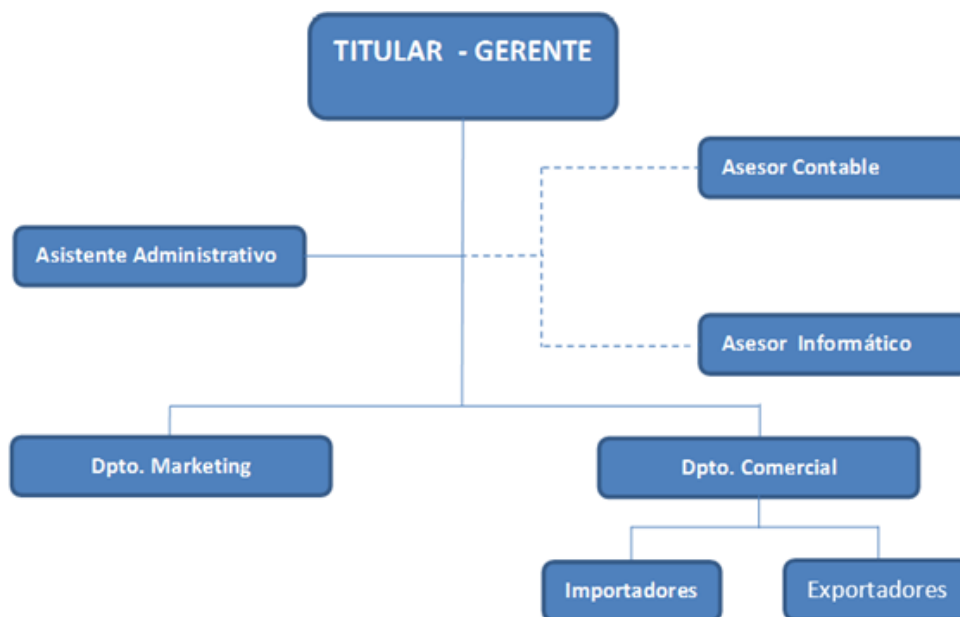
La estructura orgánica es un instrumento para definir con claridad aspectos como la jerarquía y funciones, facilita la comunicación y coordinación interna.

Para la ejecución de este Plan de Negocios el Titular asumirá las funciones de Gerente General y contará con el soporte de un asistente administrativo como parte del staff. Por otro lado, existen dos departamentos: el Dpto. de Marketing que se enfocará en las estrategias para lanzamiento y crecimiento de la empresa y el Dpto. Comercial que se encargará de la ejecución de las estrategias y de generar ingresos.

Cabe mencionar que las demás áreas como Contable e Informática son asesorías externas.

La jerarquía y el funcionamiento de la empresa se encuentra graficado a través de un organigrama vertical.

Ilustración 3 Organigrama Vertical de Inca Deals EIRL



Elaboración: Propia

Para mayor entendimiento de la estructura orgánica de la empresa Inca Deals EIRL se describen los principales aspectos de cada trabajador que participa, iniciando con los dependientes de la empresa.

Tabla 7 Características del Titular - Gerente

Cargo	Titular Gerente
Perfil	Proactivo, visionario, emprendedor, arriesgado, con poder de negociación, orientación a resultados, planificación estratégica, liderazgo, alto nivel de comunicación, creativo, proactivo, de acuerdo a los valores de la organización.
Funciones	<ol style="list-style-type: none"> 1.- Encargado de Planificar, Organizar, Coordinar, Dirigir y Controlar el cumplimiento de los objetivos a largo y corto plazo. 2.- Representar a la empresa en aspectos legales, judiciales, administrativos, laborales, municipales, instituciones privadas y públicas. 3.- Toma decisiones orientado a cumplir los objetivos de la empresa 4.- Gestionar y supervisar el estado financiero de la empresa. 5.- Garantizar el cumplimiento de las políticas y procedimientos, normas y reglamentos de la empresa. 6.- responsable del Recurso Humano
A quien se reporta	A sí mismo, ya que él es el Titular.

Elaboración: Propia

Tabla 8 Características del Asistente Administrativo

Cargo	Asistente Administrativo
Perfil	<p>1.- Bachiller en Administración de Empresas. 2.- Experiencia en actividades administrativas de 1 año. 3.- Ingles intermedio. 4.- Ofimática intermedio</p> <p>Competencias: Organizado, Proactivo, Multitareas, Trabajo en Equipo, Orientación al Servicio, Resolutivo, de acuerdo a los valores de la organización.</p>
Funciones	<p>1.- Encargarse de la coordinación de la oficina, gestionar los requerimientos administrativos, resolver problemas cotidianos 2.- Interactuar, agendar y coordinar reuniones del Titular - Gerente 3.- Gestión de documentos y archivos. 4.- Coordinación con los proveedores. 5.- Manejo de Caja Chica. 6.- Elaboración de reportes. 7.- Facturación</p>
A quien se reporta	Titular – Gerente

Elaboración: Propia

Tabla 9 Características del Gerente de Marketing

Cargo	Gerente de Marketing
--------------	----------------------

Perfil	<p>1.- Licenciado en Marketing, de preferencia con Post Grados 2.- Experiencia mínima de 4 años en funciones semejantes 3.- Ingles avanzado 4.- Con conocimiento de Marketing para empresas digitales Competencias: Pensamiento estratégico, innovación, creatividad, relaciones públicas, de acuerdo a los valores de la organización.</p>
Funciones	<p>1.- Desarrollar, implementar y hacer seguimiento de las estrategias de Marketing y Publicidad. 2.- Elaborar informes detallados sobre el volumen de ventas, el comportamiento de los consumidores, tendencias del mercado y requerimientos 3.- Coordinar las campañas de Marketing con el Titular – Gerente</p>
A quien se reporta	Titular – Gerente

Elaboración: Propia

Tabla 10 Características del Gerente Comercial

Cargo	Gerente Comercial
Perfil	<p>1.- Licenciado en Ingeniería Comercial o semejantes, de preferencia con Post Grados 2.- Experiencia mínima de 4 años en funciones semejantes 3.- Ingles avanzado. 4.- Disponibilidad para Viajes Competencias: Liderazgo, Manejo de personal, Trabajo bajo presión, toma de decisiones, de acuerdo a los valores de la organización.</p>

Funciones	<ul style="list-style-type: none"> 1.- Fijar y supervisar el cumplimiento de las Metas de Ventas y Presupuesto asignado. 2.- Planificar, dirigir y evaluar las operaciones de los sectoristas comerciales 3.- Trabajar en conjunto con el departamento de Marketing para la ejecución de las estrategias de captación de usuarios.
A quien se reporta	Titular – Gerente

Elaboración: Propia

Tabla 11 Características del Sectorista Importador

Cargo	Sectorista Importador
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> 1.- Bachiller o Licenciado en Administración de Negocios Internacionales, Comercio Exterior o semejantes 2.- Experiencia en actividades administrativas de 2 año mínimo, con experiencia en ventas. 3.- Ingles avanzado. 4.- Disponibilidad para Viajes <p>Competencias: Capacidad analítica, Habilidades de comunicación y convencimiento, Proactividad, Orientación de Servicio al Cliente, Trabajo en Equipo, de acuerdo a los valores de la organización.</p>
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> 1.- Informarse respecto a la actividad de la empresa y lo relacionado a las importaciones internacionales de verduras y frutas (que integran el proyecto). 2.- Buscar permanente incorporación de nuevos usuarios del segmento importadores a la plataforma. 3.- Cumplir con las metas establecidas. 4.- Analizar el comportamiento de los importadores, emitir informes a Gerencia Comercial.

	<p>5.- Interactuar con los usuarios importadores, absolver dudas, verificar su actividad en la plataforma y lograr la permanencia.</p> <p>6.- Verificar la veracidad de lo indicado en los perfiles de los miembros.</p> <p>7.- Brindar un servicio de calidad.</p>
A quien se reporta	Gerente Comercial

Elaboración: Propia

Tabla 12 Características del Sectorista Exportador

Cargo	Sectorista Exportador
Perfil	<p>1.- Bachiller o Licenciado en Administración de Negocios Internacionales, Comercio Exterior o semejantes</p> <p>2.- Experiencia en actividades administrativas de 2 año en empresas agroexportadoras y experiencia en ventas.</p> <p>3.- Disponibilidad para viajar</p> <p>Competencias: Capacidad analítica, Habilidades de comunicación y convencimiento, Proactividad, Orientación de Servicio al Cliente, Trabajo en Equipo, de acuerdo a los valores de la organización.</p>

Funciones	1.- Informarse respecto a la actividad de la empresa y lo relacionado a las exportaciones nacionales de verduras y frutas (que integran el proyecto). 2.- Buscar permanente incorporación de nuevos usuarios exportadores a la plataforma. 3.- Cumplir con las metas establecidas. 4.- Analizar el comportamiento de los exportadores, emitir informes a Gerencia Comercial. 5.- Interactuar con los usuarios exportadores, absolver dudas, verificar su actividad en la plataforma y lograr la permanencia. 6.- Verificar la veracidad de lo indicado en los perfiles de los miembros. 7.- Brindar un servicio de calidad.
A quien se reporta	Gerente Comercial

Elaboración: Propia

Además, es importante mencionar las características de los profesionales que realizaran las asesorías externas pues son parte importante de la estructura orgánica.

Tabla 13 Características del Asesor Contable

Cargo	Contador (Asesor Externo)
Perfil	1.- Contador Público Colegiado 2.- Experiencia mínima de 5 años manejando la contabilidad de micro empresas. Conocimientos: Normativa contable peruana. De acuerdo a los valores de la organización.

Funciones	1.- Documentación y elaboración de informes financieros 2.- Cumplir con las disposiciones Tributarias y laborales 3.- Atender a los Auditores Externos de Sunat, Sunafil y otros órganos de inspección y supervisión, de ser el caso. 4. Mantener actualizados los libros contables.
A quien se reporta	TITULAR – GERENTE

Elaboración: Propia

Tabla 14 Características del Asesor Informático

Cargo	Programador (Asesor Externo)
Perfil	1.- Egresado, técnico, bachiller o título universitario en Ingeniería de Sistemas o afines 2.- Experiencia mínima 5 años en programación Conocimientos: Lenguajes de programación y arquitectura de software. De acuerdo a los valores de la organización.
Funciones	1.- Mantener y mejorar software (multiplataforma) 2.- Brindar soporte tecnológico
A quien se reporta	TITULAR – GERENTE

Elaboración: Propia

2.7. Cuadro de asignación de personal.

Para el funcionamiento del presente plan de negocios en base al requerimiento de recurso humano y de acuerdo a lo que indica el Régimen Laboral Especial MYPE

los beneficios laborales a los que están sujetos los trabajadores se indican en la Ilustración N° 5.

Ilustración 4 Beneficios Laborales del Régimen Laboral Especial

Beneficios Laborales a tus trabajadores como MICROEMPRESA
Remuneración: No menor a la Remuneración Mínima Vital (RMV) ☺.
Jornada máxima de 08 horas diarias o 48 horas semanales.
Descanso semanal y en días feriados.
Remuneración por trabajo en sobretiempo.
Descanso vacacional 15 días calendarios.
Indemnización por despido de 10 días de remuneración por año de servicios (con un tope de 90 días de remuneración).
Cobertura de seguridad social en Salud a través del Seguro Integral de Salud - SIS ☺ (Incluye al titular del negocio, trabajadores y Derechohabientes ☺).
Cobertura Previsional, incluye un Sistema de Pensiones Sociales.

Fuente: SUNAT

Teniendo conocimiento de lo que le corresponde a cada trabajador se puede construir el cuadro de asignación laboral.

Como se aprecia en la Tabla N° 14 se contabilizan las gratificaciones de los trabajadores sin ser obligatorio para el Régimen Especial Laboral MYPE, esto mediante el “Pacto de Mejora de Condiciones”.

Tabla 15 Cuadro de Salarios de Inca Deals EIRL (expresado en soles)

Cargo	N° de trabajadores	Rem. Mensual	Rem. Anual (12 Rem.)	SIS Anual (S/. 15.00 mensuales)	Gratificación 1 Rem. (No obligatoria)	Vacaciones 1/2 Rem.	Asignación Anual
Gerente General	1	2200	26400	180	2200	1100	29880
Asistente Administrativo	1	1100	13200	180	1100	550	15030
Gerente Marketing	1	1600	19200	180	1600	800	21780
Gerente Comercial	1	1600	19200	180	1600	800	21780
Sectorista Importaciones	1	960	11520	180	960	480	13140
Sectorista Exportaciones	1	960	11520	180	960	480	13140
TOTAL		8420	101040	1080	8420	4210	114750

Elaboración: Propia

Tabla 16 Cuadro de honorarios de Asesores Externos

Cargo	N° de trabajadores	Honorario Mensual	Asignación Anual
Contador	1	285.71	3428.57
Programador de Sistemas	1	142.86	1714.29
		428.57	5142.86

Elaboración: Propia

2.8. Forma Jurídica Empresarial

La forma Jurídica es la identidad de una empresa en aspectos legales como: La responsabilidad de los socios, capital de constitución, capital dividida en acciones o participaciones, entre otros.

En Perú existen diversos tipos de empresas y se debe determinar en base a la naturaleza de cada negocio, en primera instancia se determina si la representación de la empresa será mediante una Persona Natural o una Persona Jurídica.

Ilustración 5 Cuadro Comparativo entre Persona Natural y Jurídica

Persona Natural con Negocio	Persona Jurídica (Empresa)
La persona ejerce todos los derechos y asume todas las obligaciones a su nombre.	La empresa es quien asume todos los derechos y obligaciones a nombre propio.
La responsabilidad se extenderá a todo tu patrimonio personal.	La responsabilidad quedará limitada al patrimonio de la empresa.
Solo requieres obtener el RUC, no requiere escritura pública de constitución.	Para obtener el RUC requieres de una Escritura Pública de constitución y que se inscriba en Registros Públicos.
Se consideran también las empresas unipersonales.	Funciona como una empresa que puede ser tipo Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (EIRL), Sociedad Anónima o de Responsabilidad Limitada.

Fuente: SUNAT

Después de analizar ambas opciones, se determina que se constituirá una empresa representada por una Persona Jurídica. La cual tiene existencia legal mas no existencia física, que puede ser representada por una o varias personas naturales, sin depender de la vida de los mismos, es un ente autónomo. Pueden ser de cuatro tipos, donde tres son sociales o colectivos y uno es individual.

En la siguiente Tabla se muestran los cuatro tipos societarios vigentes en el Perú, en un cuadro comparativo respecto a los aspectos básicos.

Tabla 17 Cuadro Comparativo de Tipos de Personas Jurídicas

Legal	Forma Individual - Ley N° 21621	Formas Colectivas o Sociales - Ley General de Sociedades N° 26882		
Forma	Empresa Individual de Responsabilidad Limitada	Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada	Sociedad Anónima Cerrada	Sociedad Anónima
Denominación	E.I.R.L.	S.C.R.L.	S.A.C.	S.A.
Elementos	Participaciones	Participaciones	Acciones	Acciones
Características de la	<ul style="list-style-type: none"> • El Titular, es el órgano máximo de la empresa que tiene a su cargo la decisión de los bienes y actividades. • La Gerencia, es designada por el titular, tiene a su cargo la administración y representación de la empresa. <p>El titular puede asumir el cargo de gerente, en cuyo caso asumirá las facultades, deberes y responsabilidades de ambos cargos y se le denominará: "Titular – gerente".</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Junta General de Socios, representa a todos los socios de la empresa. (Es el órgano máximo de la empresa). • Gerente, es el encargado de la administración y representación de la sociedad. • Subgerente, reemplaza al gerente en caso de ausencia. 	<ul style="list-style-type: none"> • Junta General de Accionistas, es el órgano supremo de la sociedad. Está integrada por el total de socios que conforman la empresa. • Gerente, es la persona en quien recae la representación legal y de gestión de la sociedad. El gerente convoca a la junta de accionistas. • Subgerente, reemplaza al gerente en caso de ausencia. • Directorio, el nombramiento de un directorio por la junta (ver S.A.C.) es facultativo (no es obligatorio). 	<ul style="list-style-type: none"> • Junta General de Accionistas, es el órgano supremo de la sociedad, está integrada por el total de accionistas que se encuentra limitada por el estatuto. Cada accionista tiene derecho a un voto. • Directorio, órgano de administración de existencia necesaria y obligatoria. Este órgano es elegido por la Junta General de Accionistas, conformado por un número mínimo de 3 personas que no pueden ser socios. • Gerente, es nombrado por el directorio. Es el representante legal y administrativo de la empresa. • Subgerente, reemplaza al gerente en caso de ausencia.
Capital		El Capital Social está constituido por el aporte de los socios o accionistas. Está conformado por: (1) bienes no dinerarios (muebles, equipos y maquinarias), (2) bienes dinerarios (dinero en efectivo y depósitos bancarios) y (3) bienes dinerarios (acciones de la propia sociedad).		

		mixtos (dinerarios y no dinerarios). Estos bienes, que constituyen el patrimonio social de la empresa, deben ser susceptibles de valorarse económicamente y transferirse a la empresa.		
Objeto Social		El Objeto Social se establece como determinante para aquellos negocios u operaciones que circunscriben sus actividades. Es decir que describen detalladamente las actividades que constituyen su objeto social. En la descripción se incluyen las actividades relacionadas con los fines. El objeto social puede ser múltiple, pero siempre está referido a la actividad principal de la empresa. Las E.I.R.L. no pueden prestar servicio de dotación de personal, de acuerdo con el Artículo 27626.		
Características	<ul style="list-style-type: none"> • Es una persona jurídica de derecho privado. • Constituida por la voluntad de una sola persona (voluntad unipersonal). • El capital de la empresa deberá estar íntegramente suscrito y pagado al momento de constituirse la empresa. • La empresa tiene patrimonio propio (conjunto de bienes a su nombre), que es distinto al patrimonio del titular o dueño. • La responsabilidad de la empresa está limitada a su patrimonio. El titular del negocio no responde personalmente por las obligaciones de la empresa. • El titular será solidariamente responsable con el gerente de 	<ul style="list-style-type: none"> • Requiere de un mínimo de dos socios y no puede exceder de veinte socios. • Los socios tienen preferencia para la adquisición de las aportaciones. • El Capital Social está integrado por las aportaciones de los socios. Al constituirse la sociedad, el capital debe estar pagado en no menos del 25% de cada participación. Asimismo, debe estar depositado en una entidad bancaria o financiera del sistema financiero nacional a nombre de la sociedad. • La responsabilidad de los socios se encuentra delimitada por 	<ul style="list-style-type: none"> • El número de accionistas no puede ser menor de dos y como máximo tendrá 20 accionistas. • Se impone el derecho de adquisición preferente por los socios, salvo que el estatuto disponga lo contrario. • Se constituye por los fundadores al momento de otorgarse la escritura pública que contiene el pacto social y el estatuto, en cuyo caso suscriben íntegramente las acciones. • El Capital Social está representado por acciones nominativas y se conforma con los aportes (en bienes y/o en efectivo) de los socios, quienes no 	<ul style="list-style-type: none"> • Conformada por un mínimo de 2 accionistas y un número máximo de 20 accionistas. • Es la modalidad de sociedad más tradicional. • Su nacimiento es voluntario (usualmente surge de la voluntad de los futuros socios). • Como excepción, puede ser legal, por ejemplo, en el caso de las sociedades agentes. • Es una sociedad de responsabilidad limitada en la que el Capital Social encuentra representación en títulos valores negociables. • Posee un mecanismo de

<p>los actos infractorios de la ley practicados por su gerente. Siempre que consten en el libro de actas y no hayan sido anulados.</p> <ul style="list-style-type: none"> • En los demás casos, la responsabilidad del titular y del gerente será personal. • Las acciones legales contra las infracciones del gerente prescriben a los dos años a partir de la comisión del acto que les dio lugar. • Se constituye para el desarrollo exclusivo de actividades económicas de pequeña empresa. 	<p>el aporte efectuado, es decir, no responden personalmente o con su patrimonio por las deudas u obligaciones de la empresa.</p> <ul style="list-style-type: none"> • La voluntad de los socios que representen la mayoría del capital social regirá la vida de la sociedad. El estatuto determina la forma y manera como se expresa la voluntad de los socios, pudiendo establecer cualquier medio que garantice su autenticidad. • Es una alternativa típica para empresas familiares. 	<p>responden personalmente por las deudas sociales.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Es una persona jurídica de Responsabilidad Limitada. • No puede inscribir sus acciones en el Registro Público del Mercado de Valores. • Predomina el elemento personal, dentro de un esquema de sociedad de capitales. • Surge como reemplazo de la Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada – S.R.L. • Es la alternativa ideal para empresas familiares. 	<p>propio y dinámico separar la propiedad de la administración de la empresa.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Puede inscribir sus acciones en el Registro Público de Valores.
--	---	---	---

Fuente: Guía de constitución y formalización de empresas - (MINISTERIO DE TRABAJO Y PROMOCION DEL EMPLEO , 2007)

Elaboración: Propia

Debido a que solo existe un socio participacionista y examinando las ventajas y desventajas de la forma jurídica EIRL se concluye que es la adecuada, es decir el Nombre Comercial de la empresa será Inca Deals E.I.R.L.

Principales ventajas de una Empresa Individual de Responsabilidad Limitada:

- No necesita pluralidad de socios
- Todas las decisiones las toma el Titular – Gerente y no las consulta
- Brinda mayor libertad de gestión al único Socio Participacionista
- Se separa el patrimonio de la empresa al del Titular.
- No tiene mínimo de capital

Principales desventajas de una Empresa Individual de Responsabilidad Limitada:

- El titular asume el riesgo total
- Menor capacidad de conseguir capital

2.9. Registro de Marca y procedimiento en INDECOPI

Para la protección de la Propiedad Intelectual la entidad competente en el Perú es el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI), en el caso específico de este proyecto será necesario realizar dos procedimientos, el primero respecto a la Marca y sus signos distintivos y el segundo por los Derechos de Autor del software web.

Las ventajas que significan la protección de la Propiedad Intelectual:

- Proporciona una protección legal, que garantiza la exclusividad en el mercado.
- Se pueden ceder licencias y obtener beneficios por eso.
- Se evitan competencias desleales o suplantaciones ilegales de competidores

- Se confirma que los signos distintivos son únicos y no podrán ser reclamos a posteriori
- Se genera un activo intangible.

Registro de Marca, Nombre Comercial y Lema Comercial

Para el registro de los signos distintivos de la empresa se consideran los aspectos señalados a continuación.

- a) Marco Normativo. - correspondiente a la legislación nacional

Tabla 18 Marco Normativo para el Registro de Signos Distintivos

Decretos Legislativos	Decreto Legislativo N° 1310	Decreto Legislativo que aprueba medidas adicionales de simplificación administrativa. Publicado en el diario oficial El Peruano, el viernes 20 de diciembre de 2016.
	Decreto Legislativo N° 1309	Decreto Legislativo de simplificación de los procedimientos administrativos, en materia de Propiedad Intelectual, seguidos ante los órganos resolutivos del Indecopi.
	Decreto Legislativo N° 1212	Decreto Legislativo que refuerza las facultades sobre eliminación de barreras burocrática, para el fomento de la competitividad. Publicado en el diario oficial El Peruano, el jueves 24 de setiembre de 2015.
	Decreto Legislativo N° 1075	Aprueba las disposiciones complementarias a la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina, que establece el Régimen Común sobre Propiedad Industrial (incluye las modificaciones realizadas por la Fe de Erratas publicada el 28 de junio de 2008 en el diario oficial El Peruano y por la

		Ley N.º 29316 publicada el 29 de enero de 2009).
Decretos Supremos	Decreto Supremo Nº 006-2017-JUS	Aprueba el Texto Único Ordenado de la Ley N.º 27444 - Ley del Procedimiento Administrativo General.
	Decreto Supremo Nº 071-2017-PCM	Aprueba disposiciones que regulan la implementación de la modalidad de publicación en la Gaceta Electrónica del INDECOPI, referida en el artículo 6 del Decreto Legislativo N.º 1212, el cual refuerza las facultades sobre eliminación de barreras burocráticas para el fomento de la competitividad.
	Decreto Supremo Nº 059-2017-PCM	Reglamento del Decreto Legislativo N.º 1075, que aprueba disposiciones complementarias a la Decisión 486 de la Comunidad Andina, la cual establece el Régimen Común sobre Propiedad Industrial y sus modificaciones. Publicado en el diario oficial El Peruano, el 29 de mayo de 2017.
Normas Supranacionales	Convenio de Paris	Para la protección de la propiedad industrial / Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI).
	Arreglo de Lisboa	Convenio relativo a la protección de denominaciones de origen y su registro internacional / Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI).
	Convención de Washington	Convención General Interamericana de Protección Marcaria y Comercial.

	Reglamento del Arreglo de Lisboa	Reglamento del Arreglo de Lisboa para la Protección de Denominaciones de Origen y su Registro Internacional. (Texto en vigor desde el 01 de abril de 2002).
	Organización Mundial del Comercio	Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio.
	Decisión 486	Régimen Común Sobre Propiedad Industrial/ Comunidad Andina.
	Decisión 689	Adecuación de determinados artículos de la Decisión 486/ Comunidad Andina.

Fuente: INDECOPI

Elaboración: Propia

b) Aspectos Registrables. - son los signos distintivos que actualmente se pueden proteger, cabe mencionar que la entidad ampara 6 tipos: Marca de Producto y/o Servicios; Nombre Comercial, Lema Comercial, Marca Colectiva, Marca de Certificación, Denominación de Origen. Sin embargo, los aplicables a la naturaleza de la empresa son los siguientes:

- Marca de Producto y/o Servicios. - *“Es un signo empleado para distinguir y diferenciar productos o servicios en el mercado. Presenta, básicamente, dos características principales: Debe tener aptitud distintiva y ser susceptible de representarse gráficamente.*

Una marca puede estar constituida por palabras, dibujos, letras, números o embalajes, objetos, emblemas o elementos figurativos, etc. También puede estar constituida por sonidos o melodías (marcas sonoras).

Es posible registrar, incluso, marcas olfativas: Una fragancia determinada puede ser protegida como marca.”
(<https://www.indecopi.gob.pe/marcas-que-puedo-proteger>)

Para el presente proyecto la marca es mixta, ya que combina las palabras con elementos figurativos de la siguiente manera:

Ilustración 6 Marca a registrar de Inca Deals EIRL



ID INCA DEALS.PE
E-MARKETPLACE

Elaboración: Propia

- Nombre Comercial: *“Es un signo que sirve para identificar la actividad comercial de una persona natural o jurídica, en el ejercicio de su actividad económica; por ejemplo, el nombre de un establecimiento comercial.”* (<https://www.indecopi.gob.pe/marcas-que-puedo-proteger>)

Respecto al plan de negocios, el Nombre Comercial es: **Inca Deals E.I.R.L.**

- Lema Comercial: *“Es la palabra, frase o leyenda, utilizada como complemento de una marca. En consecuencia, solamente puede ser denominativa.”* (<https://www.indecopi.gob.pe/marcas-que-puedo-proteger>)

La frase elegida para distinguir y fortalecer a la Marca es:

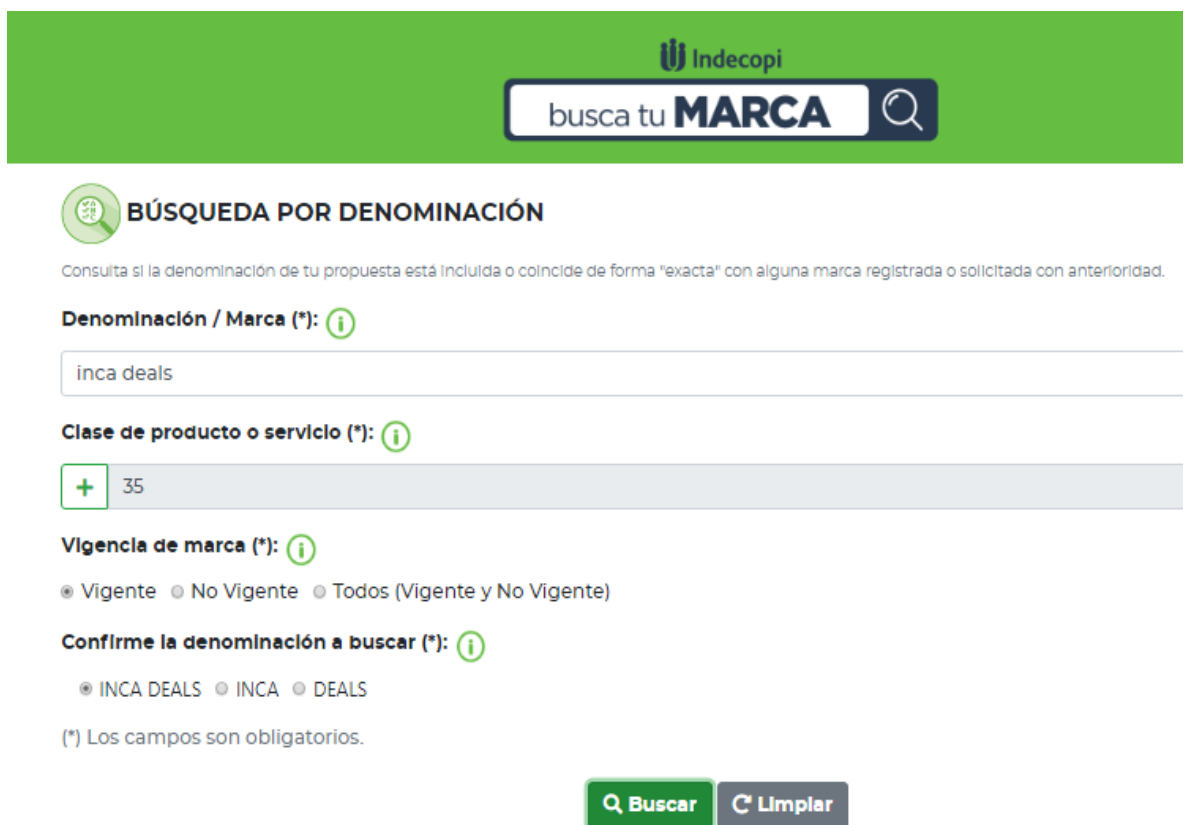
“DO BUSINESS, SAVE TIME”

c) Procedimientos y Costos

Para comenzar el proceso es indispensable realizar la búsqueda de antecedentes, es decir verificar si los distintivos elegidos ya existen en el país, para ello INDECOPI tiene a disposición gratuita y vía online un portal que realiza la búsqueda denominativa y fonética.

Se realizó la verificación y no se encontraron coincidencias en el cuadro Denominativo. Por otro lado, en la evaluación fonética el portal ofrece los 200 registros con mayor aproximación, donde tampoco se encontraron coincidencias.

Ilustración 7 Búsqueda por Denominación de coincidencias de la Marca



The image shows the INDECOPI brand search portal. At the top, there is a green header with the INDECOPI logo and a search bar containing the text "busca tu MARCA". Below the header, the main section is titled "BÚSQUEDA POR DENOMINACIÓN". A sub-header reads: "Consulta si la denominación de tu propuesta está incluida o coincide de forma 'exacta' con alguna marca registrada o solicitada con anterioridad." The form includes several fields: "Denominación / Marca (*)" with the input "inca deals"; "Clase de producto o servicio (*)" with a dropdown menu showing "35"; "Vigencia de marca (*)" with radio buttons for "Vigente", "No Vigente", and "Todos (Vigente y No Vigente)"; and "Confirme la denominación a buscar (*)" with radio buttons for "INCA DEALS", "INCA", and "DEALS". A note at the bottom states: "(*) Los campos son obligatorios." At the bottom right, there are two buttons: "Buscar" and "Limpiar".

Fuente: INDECOPI

Ilustración 8 Búsqueda Fonética de coincidencias de la Marca

BÚSQUEDA FONÉTICA

Consulta si tu propuesta suena Igual o parecido a alguna marca registrada o solicitada con anterioridad.

Denominación / Marca (*) ⓘ

inca deals

Clase de producto o servicio (*) ⓘ

+ 35

Vigencia de marca (*) ⓘ

Vigente No Vigente Todos (Vigente y No Vigente)

Confirme la denominación a buscar (*) ⓘ

INCA DEALS INCA DEALS

(*) Los campos son obligatorios.

Buscar **Limpiar**

Similares a la denominación Ingresada.

Fuente: INDECOPI

Para el mejor entendimiento del proceso del registro de marca y signos distintivos se elaboraron las siguientes ilustraciones que muestran los requisitos y procedimientos a realizar en INDECOPI

Tabla 19 Requisitos para el registro de la Marca y signos distintivos de Inca Deals EIRL

Datos de identificación del solicitante o de la persona que presenta la solicitud.

Ficha RUC
DNI del Representante Legal

Indicación de la marca a registrar.

Marca: Inca Deals.pe
Nombre Comercial: Inca Deals E.I.R.L.
Lema Comercial: Do Business, Save Time.

Indicación expresa de los productos o servicios para los cuales se solicita el registro.

Clasificación de Niza: 35; Publicidad, gestión de negocios comerciales, administración comercial, trabajos de oficina
Tipo de Marca: Mixta (combinación de palabras y elementos gráficos)
Proteger Colores: SI

Indicación de haber realizado el pago de la tasa respectiva.

Partida Marca (Cod: 201000562): Tasa s/. 534.99
Partida Nombre Comercial (Cod: 201000564): Tasa s/. 534.99
Partida Lema Comercial (Cod: 201000566): Tasa s/. 534.99

Fuente: INDECOPI

Elaboración: Propia

Tabla 20 Procedimiento de Registro de Marca y signos distintivos de Inca Deals

1.- Presentacion de la Solicitud

Descargar y rellenar el formulario.

Cumplir con los requisitos.

Plazo: Inmediato.

2.- Examen Formal

Se revisa el cumplimiento de los requisitos

Plazo de subsanacion: 60 dias habiles

3.- Publicacion

Publicacion en la Gaceta Electronica

Plazo de presentacion de oposiciones: 30 dias habiles

4.- Examen de Fondo

Transcurrido el plazo y, de no haber oposición, el Indecopi procederá a realizar el examen de registrabilidad de la marca.

5.- Resolucion

Se otorga el Certificado correspondiente.

Plazo de Impugnacion: 15 dias habiles

EIRL

Fuente: INDECOPI

Elaboración: Propia

Registro de Obras (Software Web)

Teniendo en cuenta que el proyecto incluye el desarrollo de un software web, concierne también proteger los derechos de autor de esta obra, cabe mencionar que el productor (en este caso el titular de la empresa) dirigirá la construcción de la plataforma que será elaborada por el programador contratado, quien cederá los derechos de autor completos al productor.

- a) Marco Normativo. - correspondiente a la legislación nacional

Tabla 21 Marco Normativo para el Registro de Derechos de Autor

Leyes	Ley N° 27861	Ley que exceptúa el pago de derechos de autor, por la reproducción de obras para invidentes.
	Ley N° 29316	Ley que modifica, incorpora y regula diversas disposiciones a fin de implementar el Acuerdo de Promoción Comercial, suscrito entre el Perú y los Estados Unidos de América.
	Ley N° 30276	Ley que modifica el Decreto Legislativo N° 822, Ley sobre el Derecho de Autor.

	Ley N° 29263	Ley que modifica diversos artículos del Código Penal y de la Ley General del Ambiente. Modificación de los artículos 217º, 218º, 221º y 224º del Código Penal.
	Ley N° 28571	Ley que modifica los artículos 188 y 189 del Decreto Legislativo N° 822.
Decretos Legislativos	Decreto Supremo N° 053-2017-PCM	Aprueba el Reglamento del Registro Nacional de Derecho de Autor y Derechos Conexos, contemplado en el Decreto Legislativo N° 822, Ley sobre el Derecho de Autor.
	Decreto Supremo N° 003-2009-EF	Reglamento del Decreto Legislativo N°1092, que aprueba medidas en frontera para la protección de los derechos de autor o derechos conexos y los derechos de marcas.
	Decreto Legislativo N° 1092	Aprueba medidas en frontera para la protección de los derechos de autor o derechos conexos y los derechos de marca.
	Decreto Legislativo N° 1309	Decreto legislativo de simplificación de los procedimientos administrativos, en materia de propiedad intelectual, seguido ante los órganos resolutivos del Indecopi.
	Decreto legislativo N° 1076	Ley Modificatoria del Decreto Legislativo N.º 822.
	Decreto legislativo N° 822	Ley sobre Derecho de Autor

Fuente: INDECOPI

Elaboración: Propia

b) Obras Registrables. –

Las obras registrables son Obras literarias y artísticas, Software, Base de Datos, Obra Audiovisual. Siendo parte del proyecto la construcción de un Software Web es indispensable registrarlo para su protección.

- Software: *“El software es toda secuencia de instrucciones o indicaciones destinada a ser utilizada, directa o indirectamente, en un sistema informático, para realizar una función o una tarea y obtener un resultado determinado, cualquiera sea su forma de expresión y fijación. El software se protege como una obra literaria fruto del ingenio humano. En el software no se permite la copia personal, tan solo la reproducción del programa legítimamente adquirido al introducirlo en la memoria interna del disco duro para el uso exclusivamente autorizado y como copia de resguardo para substituir la copia legítimamente adquirida, cuando esta no pueda utilizarse por daño o pérdida.”*
(<https://www.indecopi.gob.pe/obras-que-protejo>)

A tener en cuenta que los componentes del software web que se encuentran protegidos son: Código Fuente, Código Objeto, Manual de Usuario, Documentación Técnica.

Tabla 22 Componentes protegidos del Software Web

Componente	Concepto
Código Fuente	Es el conjunto de instrucciones elaboradas por el programador a fin de que un ordenador realice determinadas tareas. Dichas instrucciones se encuentran elaboradas en un lenguaje especializado (Lenguaje de programador), que solo puede ser comprendido por personas que cuentan con los conocimientos técnicos correspondientes. Dicho código fuente no puede ser ejecutado de manera directa por el dispositivo (la PC, etc.), siendo que el mismo debe ser traducirlo a un código objeto, para que el software cumpla las funciones a la que está destinada.
Código Objeto	Es un lenguaje binario que es ejecutado directamente por el dispositivo logrando así que el mismo realice la tarea para la que fue programado. Dicho código es inteligible para el ser humano, siendo que su obtención

	se logra a partir de la traducción que realiza la máquina del código fuente.
Manual del Usuario	Son las instrucciones e información brindada por el programador al usuario final de un software, a fin de que pueda interactuar con este mediante el ordenador. A través del Manual del usuario se informa cuáles son los pasos a realizar para lograr que el software, a través del ordenador, realice las tareas para las cuales fue programado.

Fuente: Resolución N° 0791-2015/CDA-INDECOPI

Elaboración: Propia

c) Procedimientos y Costos

Para solicitar los derechos de autor del software ante INDECOPI se procede como sigue:

Tabla 23 Requisitos para el Registro de Derechos de Autor del software web

Datos de identificación del solicitante o de la persona que presenta la solicitud.

Ficha RUC
DNI del Representante Legal

Datos de la Obra (Software Web)

Datos del Autor / Autores

Datos del Productor o Titular

Autorización o Cesión de Derechos

Es importante contar con el documento donde se exprese la Cesión de los Derechos de Autor por parte del programador.

Fuente: INDECOPI

Elaboración: Propia

Tabla 24 Procedimientos para el Registro de Derechos de Autor del software web

1.- Presentacion de la Solicitud

Descargar y rellenar el formulario.
Adjuntar el software en dispositivo (USB/ CD)
Tasa: s/. 390.50 (Cod: 203000707)

2.- Examen Formal

Se revisa el cumplimiento de los requisitos

3.- Publicacion

Publicacion en la Gaceta Electronica
Plazo: 30 dias habiles
Si se presentan observaciones se extiende hasta 120 dias habiles.

Fuente: INDECOPI

Elaboración: Propia

Registro Internacional

Para lograr que el proyecto funcione es necesario verificar la singularidad de sus signos distintivos a nivel mundial ya que al encontrarse en el mundo digital debe ser de fácil localización.

A través de la plataforma gratuita y en línea TMView podemos consultar más de 57 millones de marcas y signos distintivos registrados en el mundo, esto es de utilidad para verificar que no se haya escogido un nombre que ya se encuentre registrado en el extranjero.

Según la búsqueda realizada el nombre Inca Deals EIRL no ha sido registrado anteriormente.

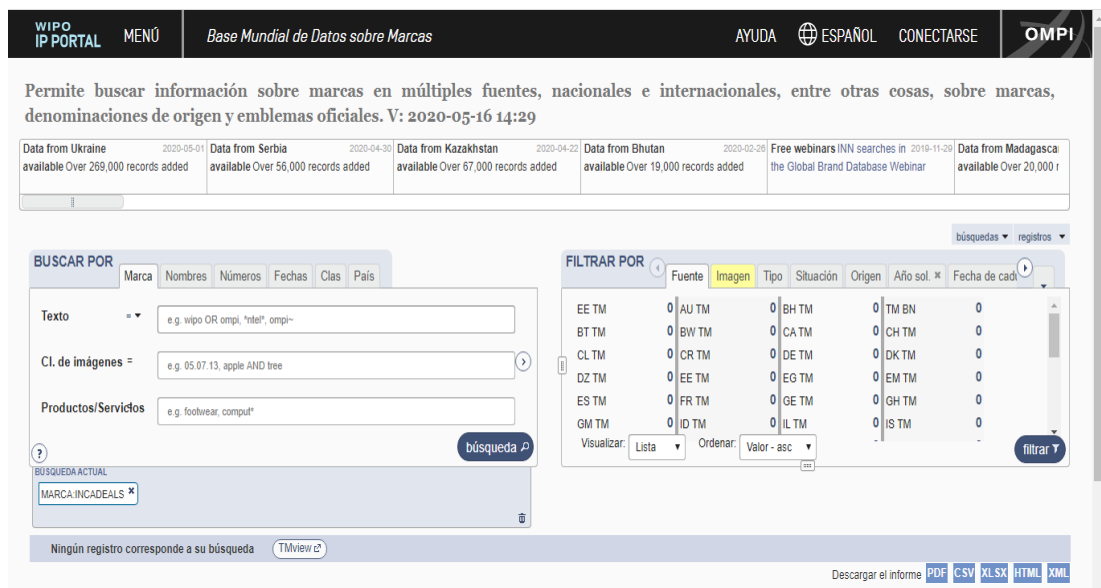
Ilustración 9 Búsqueda de coincidencias del Nombre Comercial - TMview



Fuente: TMVIEW (Recuperado de: <https://www.tmdn.org/tmview/#/tmview>)

Otra fuente de consulta internacional es a través de la ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL en WIPO IP PORTAL y se confirmó que el nombre escogido no ha sido registrado.

Tabla 25 Búsqueda de coincidencias del Nombre Comercial - WIPO IP Portal



Fuente: WIPO IP Portal (<https://www3.wipo.int/branddb/en/>)

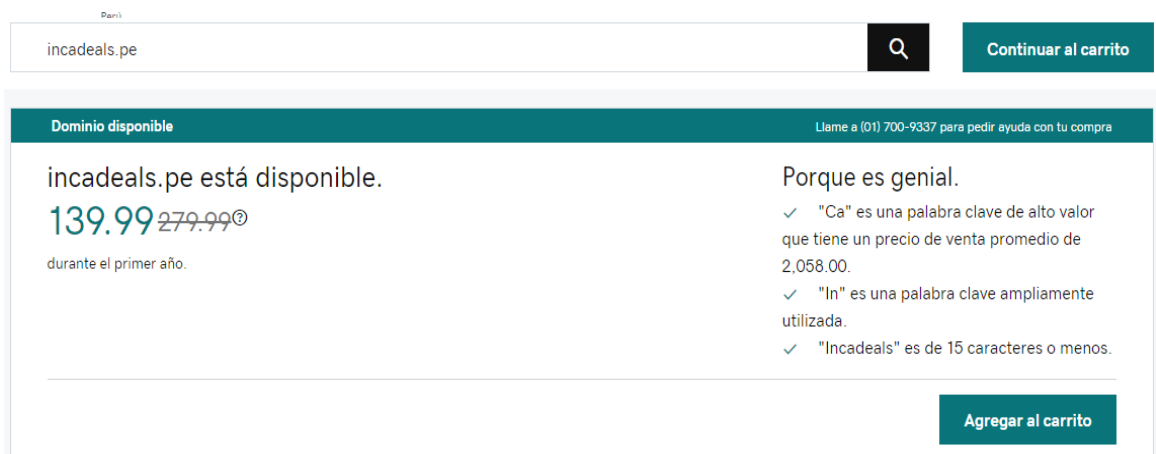
Si se requiere registrar la marca en otro país será necesario realizar el registro en cada país de acuerdo a los lineamientos propios de cada nación. Hasta el año vigente el Perú lamentablemente aun no forma parte del Arreglo de Madrid y Protocolo de Madrid, que es un acuerdo entre más de 100 países por el cual las marcas nacionales de un conjunto de estados son protegidas en otro conjunto de estados.

Registro de la dirección URL

Debido a la naturaleza del proyecto es indispensable proteger el “URL” que será la dirección electrónica (incadeals.pe), y verificar su disponibilidad en el mundo digital.

Para esto se puede consultar en diversas compañías que se encargan del alquiler de los dominios, en la siguiente ilustración, se podrá comprobar que el dominio elegido se encuentra libre.

Ilustración 10 Búsqueda de coincidencias de URL



The screenshot shows a search bar with 'incadeals.pe' entered. Below the search bar, a green banner indicates 'Dominio disponible' (Domain available) and provides a contact number: 'Llame a (01) 700-9337 para pedir ayuda con tu compra'. The main content area displays 'incadeals.pe está disponible.' followed by the price '139.99' with a crossed-out '279.99' and a copyright symbol. Below the price, it says 'durante el primer año.' To the right, under the heading 'Porque es genial.' (Because it's great.), there are three checkmarks: '✓ "Ca" es una palabra clave de alto valor que tiene un precio de venta promedio de 2,058.00.', '✓ "In" es una palabra clave ampliamente utilizada.', and '✓ "Incadeals" es de 15 caracteres o menos.' At the bottom right, there is a green button labeled 'Agregar al carrito' (Add to cart).

Fuente: GoDaddy (<https://pe.godaddy.com/>)

2.10. Requisitos y Trámites Municipales

Para el funcionamiento de la empresa se requiere la Licencia de Funcionamiento e Inspección Técnica de Seguridad en Edificaciones emitido por la Municipalidad del distrito donde se ubicará la empresa.

Teniendo en cuenta que la calificación del riesgo del negocio es designada por la Municipalidad, se detalla líneas abajo los requisitos para cada tipo de riesgo, pero cabe mencionar que por la naturaleza de este plan de negocios el nivel de riesgo es Bajo/Medio.

Tabla 26 Tramites Municipales

Procedimiento	Consideraciones	Nivel de riesgo			
		BAJO	MEDIO	ALTO	MUY ALTO
Licencia de funcionamiento	Base legal	Ley n°28976 1.- D.S. N° 002-2018-PCM 2.- D.S. N ° 046-2017-PCM 3.- D.S. N ° 045-2019-PCM			
	Requisitos	1.- Solicitud de Licencia de Funcionamiento, con carácter de Declaración Jurada, RUC y DNI del Representante Legal 2.- Declaración Jurada del representante legal o apoderado señalando que su poder se encuentra vigente, consignando el N° de Partida Electrónica y asiento de inscripción en la SUNARP 3.- Declaración Jurada de cumplimiento de	Además de los puntos 1,2 solicitados para nivel Medio / Bajo: - Croquis de Ubicación - Plano de arquitectura de la distribución existente y cálculo de aforo - Plano de distribución de tableros eléctricos, diagramas, unifilares y cuadro de cargas -Certificado vigente de medición de resistencia del sistema de puesta a tierra		

		condiciones de seguridad en la edificación	<ul style="list-style-type: none"> - Plan de seguridad del establecimiento objeto de inspección - Memorias o protocolos de pruebas de operatividad y/o mantenimiento de los equipos de seguridad y protección contra incendios. 		
	Costo	S/. 166.30	S/. 183.70	S/. 326.80	S/. 588.50
	Plazo para resolver	Hasta 4 días	Hasta 4 días	Hasta 10 días	Hasta 10 días
	Observaciones	Con ITSE posterior	Con ITSE posterior	Con ITSE previo	Con ITSE previo
ITSE	Base legal	<p>- Ley N.º 27972; D.S. N ° 002-2018-PCM; D.S. N ° 011-2017-Produce</p> <p>Requisitos</p> <ul style="list-style-type: none"> - D.S. N ° 002-2018-PCM; res. Jefatural N° 016-2018-Cenepred/j; D.S. N ° 004-2019-Jus calificación y plazo - D.S. N ° 004-2019-Jus; D.S. N ° 002-2018-PCM derecho de tramite - D.S. N ° 004-2019-Jus; D.S. N ° 156-2004-Mef; D.S. N ° 002-2018-PCM 			
	Requisitos	<p>1.- Solicitud de ITSE (Anexo 1 del Manual)</p> <p>2.- Declaración Jurada de Cumplimiento de Condiciones de Seguridad y Gestión y Anuncios y Anuncios en la Edificación (Anexo 4 del Manual)</p>	<p>Además de los puntos 1,2 solicitados para nivel Medio / Bajo:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Croquis de Ubicación - Plano de arquitectura de la distribución existente y cálculo de aforo - Plano de distribución de tableros eléctricos, 		

				diagramas, unifilares y cuadro de cargas -Certificado vigente de medición de resistencia del sistema de puesta a tierra - Plan de seguridad del establecimiento objeto de inspección - Memorias o protocolos de pruebas de operatividad y/o mantenimiento de los equipos de seguridad y protección contra incendios.	
	Costo	S/. 119.30	S/. 136.60	S/. 299.40	S/. 561.00
	Plazo para resolver	Hasta 9 días	Hasta 9 días	Hasta 7 días	Hasta 7 días
	Observaciones	Ver notas en Anexo I-TUPA	Ver notas en Anexo I-TUPA	Ver notas en Anexo I-TUPA	Ver notas en Anexo I-TUPA

Fuente: TUPA Anexo I – (MUNICIPALIDAD DE LOS OLIVOS)

Elaboración: Propia

En la Tabla N° 20 se ha descrito los requisitos y costos de los procedimientos municipales para obtener la Licencia Municipal y el Certificado ITSE, a continuación, se describe el procedimiento de cada tramite municipal.

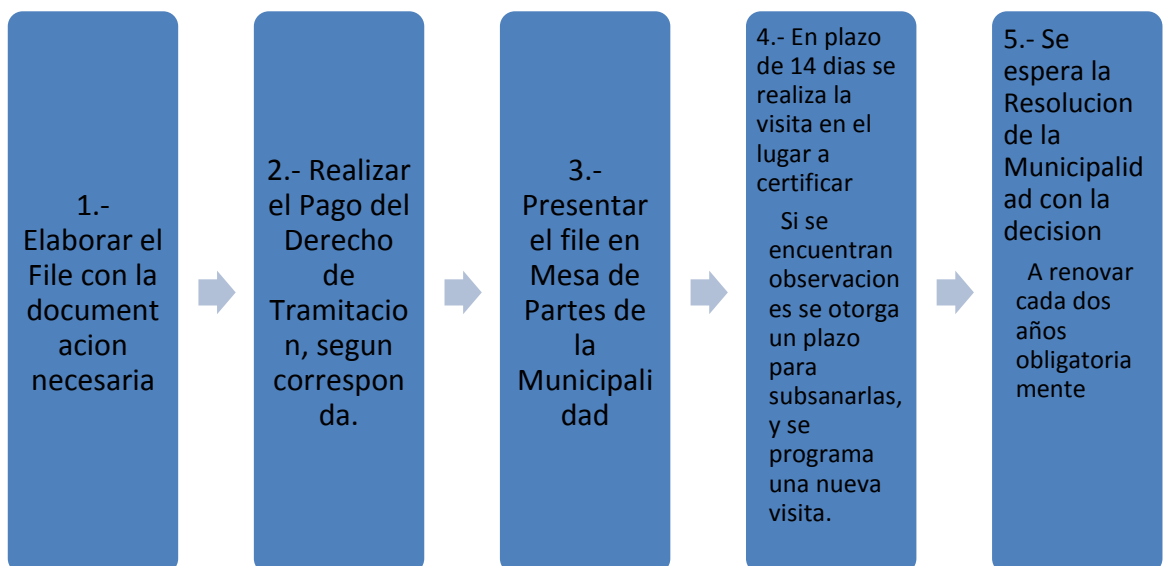
Tabla 27 Procedimiento de Solicitud de Licencia de Funcionamiento



Fuente: MUNICIPALIDAD DE LOS OLIVOS

Elaboración: Propia

Tabla 28 Procedimiento de solicitud de ITSE



Fuente: MUNICIPALIDAD DE LOS OLIVOS

Elaboración: Propia

2.11. Régimen Tributario procedimiento desde la obtención del RUC y Modalidades

Los Regímenes Tributarios son categorías que clasifican a los negocios de acuerdo a sus características para su registro obligatorio en SUNAT, estas categorías establecen de qué manera se pagaran los impuestos.

Según SUNAT son cuatro: Nuevo Régimen Único Simplificado (NRUS), Régimen Especial de Renta (RER), Régimen MYPE Tributario (RMT) y Régimen General (RG), cada régimen tiene sus características, requisitos, actividades no comprendidas.

Para el presente plan de negocios y según el cuadro comparativo de los regímenes vigentes se opta por acogerse al **Régimen Especial de Renta (RER)**, cabe mencionar que es posible realizar el cambio de régimen si las condiciones lo ameritan en cualquier momento del periodo.

Para desempeñar actividades económicas de manera formal es obligatorio inscribirse al Registro Único de Contribuyentes (RUC), la entidad que lo administra es SUNAT.

Tabla 29 Cuadro comparativo de los Regímenes Tributarios vigentes en el Perú

	NUEVO RUS	RÉGIMEN ESPECIAL	RÉGIMEN MYPE TRIBUTARIO	RÉGIMEN																		
	Sí	Sí	Sí																			
DICA	NO	Sí	Sí																			
	Hasta S/ 96,000 de ingresos brutos anuales u S/ 8,000 mensuales	Hasta S/ 525,000 anuales de ingresos netos	Hasta 1,700 UIT de ingresos netos	Sin																		
	Hasta S/ 96,000 anuales u S/ 8,000 mensuales	Hasta S/ 525,000 anuales	Sin límite	Sin																		
ES	Boleta de venta Tickets que no generen crédito fiscal, gasto o costo.	Factura, boleta de venta y los demás permitidos.	Factura, boleta de venta y los demás permitidos.	Factura, boleta de permitidos.																		
R																						
	NO	NO	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">Rentas</th> <th>Tasas</th> </tr> <tr> <th colspan="2">Renta Neta Anual</th> <th></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Sí</td> <td>Hasta 15</td> <td>10 %</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Más de 15 UIT</td> <td>29.50 %</td> </tr> </tbody> </table>	Rentas		Tasas	Renta Neta Anual			Sí	Hasta 15	10 %		Más de 15 UIT	29.50 %	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Renta Neta Anual</th> <th>Tasa</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td>29.50%</td> </tr> <tr> <td>Sí</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Renta Neta Anual	Tasa		29.50%	Sí	
Rentas		Tasas																				
Renta Neta Anual																						
Sí	Hasta 15	10 %																				
	Más de 15 UIT	29.50 %																				
Renta Neta Anual	Tasa																					
	29.50%																					
Sí																						
UTOS	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="4">Compra hasta S/</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>5,000</td> <td>5,000</td> <td>20</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>8,000</td> <td>8,000</td> <td>50</td> </tr> </tbody> </table>	Compra hasta S/				1	5,000	5,000	20	2	8,000	8,000	50	<p>Renta: Cuota de 1.5% de ingresos netos mensuales.</p> <p>IGV: 18% (incluye el Impuesto de Promoción Municipal).</p>	<p>Renta: Pago a cuenta mensual</p> <ul style="list-style-type: none"> - Hasta 300 UIT de ingresos netos anuales: 1% a los ingresos netos obtenidos en el mes. - Más 300 UIT hasta 1700 UIT de ingresos netos anuales: El que resulta mayor de aplicar a los ingresos netos del mes un coeficiente o el 1.5%² <p>• IGV: 18% (incluye el Impuesto de Promoción Municipal).</p>	<p>Renta: Pago a que resulta ma ingresos netos coeficiente o e</p> <p>IGV: 18% (incl Promoción Mu</p>						
Compra hasta S/																						
1	5,000	5,000	20																			
2	8,000	8,000	50																			

	Ninguno Conservar sus comprobantes emitidos y/o recibidos en orden cronológicos.	• Registro de Compras, y • Registro de Ventas	1. Hasta 300 UIT de ingresos netos anuales , Registro de Ventas, Registro de Compras, Libro Diario de Formato Simplificado. 2. Más de 300 UIT hasta 1,700 UIT de ingresos netos anuales , libros de acuerdo al Régimen General.	1. De no superar brutos anuales Compras, Registro Diario de Formato Simplificado. 2. Desde 300 hasta brutos anuales Libro Mayor, Registro de Ventas. 3. Más de 500 ingresos brutos de Inventarios y Libro Mayor, Registro de Ventas. 4. Más de 1,700 U anuales llevan Contabilidad con
S	Hasta S/ 70,000 (no se computan predios ni vehículos)	Hasta S/ 126,000 (no se computan predios ni vehículos)	Sin límite	Sin límite
ES	Sin límite	Máximo 10 por turno	Sin límite	Sin límite

(1) Incluye a las sucesiones indivisas.

(2) De acuerdo a lo establecido en el artículo 85° de la Ley del Impuesto a la Renta.

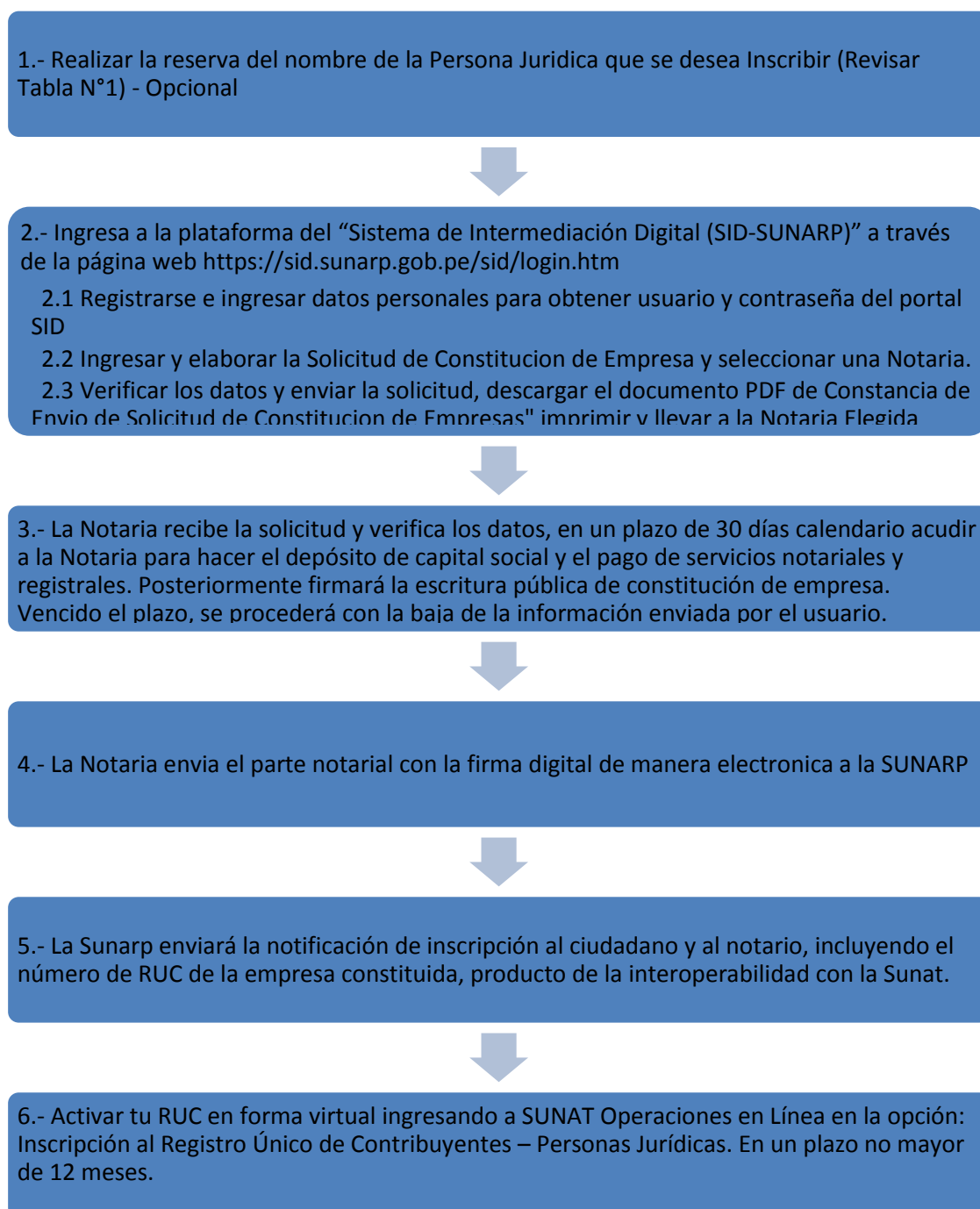
(3) En caso de que lleven libros en forma manual o computarizada, estos deben ser legalizados ante cualquier notario público o juez de paz, según el caso, antes de su uso. Tener en cuenta, además, los libros que según el caso establecen el Impuesto a la Renta y el IGV.

(4) El monto de la UIT (Unidad Impositiva Tributaria) se regula anualmente. Para el año 2019 la UIT es de S/ 4,200. Se consideran los ingresos obtenidos en el año anterior y la UIT del año en curso, salvo que inicie actividades en el 2019. En tal supuesto, se deben considerar los ingresos que se estiman obtener en el presente año.

FUENTE: SUNAT

Habiendo decidido el régimen tributario al cual acogerse se procede a la constitución de la empresa, actualmente existe mecanismos digitales para facilitar esta gestión, primero se constituye la empresa en SUNARP y luego se inscribe en el RUC

Tabla 30 Procedimiento de Constitución de empresas modalidad en SID



Fuente: Constitución de empresas (SUNARP , 2019)

Elaboración: PROPIA

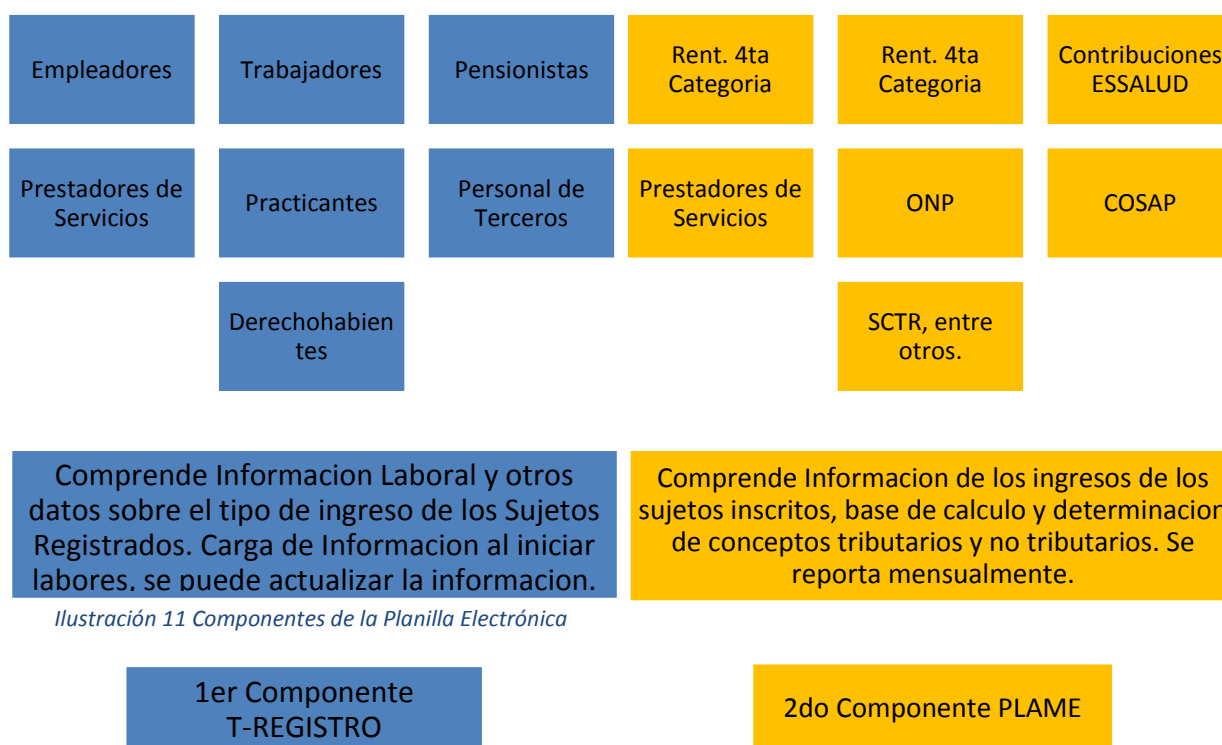
Como se aprecia en la Ilustración, actualmente las entidades estatales participantes de la constitución de empresas como SUNARP, SUNAT, RENIEC, entre otros, han desarrollado plataformas virtuales para reducir tiempo y costos en la constitución de una empresa con el objetivo de fomentar la formalidad, por ejemplo el Sistema de Intermediación Digital (SID) para procedimientos en línea y los Centros de Mejor Atención al Cliente (MAC), cabe destacar también la labor del Centro de Desarrollo Empresarial del Ministerio de Producción (CDE) que tienen a disposición asesoramiento y otras herramientas para apoyar a los microempresarios.

2.12. Registro de Planillas Electrónica.

Con el objetivo de velar por el cumplimiento de las obligaciones tributarias, laborales y de seguridad social la SUNAT, a través de sus medios informáticos consolida la información de los empleadores, trabajadores, pensionistas, prestadores de servicios, personal en formación – modalidad formativa laboral y otros (practicantes), personal de terceros y derechohabientes de los sujetos comprendidos.

Teniendo en cuenta la importancia del Registro de Planilla Electrónica y las consecuencias de no cumplir con esta obligación, Inca Deals EIRL realizará el registro del empleador, de sus trabajadores, personal de servicio y de terceros al inicio de labores de acuerdo a lo establecido en el T- REGISTRO. Asimismo, se informará mediante el PLAME los ingresos de los sujetos registrados mensualmente.

La Planilla Electrónica está conformada por dos componentes, el Registro de Información Laboral (T-REGISTRO) y de la Planilla Mensual de Pagos (PLAME).



Fuente: SUNAT

Elaboración: PROPIA

Por otro lado, la Ilustración N° 19 muestra los Sujetos Comprendido, es decir aquellos que son los obligados a llevar la Planilla Electrónica, mientras que la Ilustración N° 20 muestra los Sujetos Exceptuados.

Tabla 31 Sujetos exceptuados de llevar Planilla Electrónica

EXCEPTUADOS
<ul style="list-style-type: none"> • Empleen trabajadores del hogar
<ul style="list-style-type: none"> • Empleen trabajadores de construcción civil eventuales
<ul style="list-style-type: none"> • Contraten prestadores de servicios que generen renta de cuarta categoría y no tengan la calidad de agentes de retención de cuarta categoría

Fuente SUNAT

Ilustración 12 Sujetos obligados a llevar Planilla Electrónica

OBLIGADOS
<ul style="list-style-type: none"> • Tengan a su cargo uno (1) ó más trabajadores
<ul style="list-style-type: none"> • Cuenten con uno (1) o más prestadores de servicios y/o personal de terceros
<ul style="list-style-type: none"> • Paguen pensiones de jubilación, cesantía, invalidez y sobrevivencia u otra pensión, cualquiera fuera el régimen legal al cual se encuentre sujeto.
<ul style="list-style-type: none"> • Contraten a un personal en formación – modalidad formativa laboral..
<ul style="list-style-type: none"> • Cuenten con uno o más trabajadores o pensionistas que sean asegurados al Sistema Nacional de Pensiones.
<ul style="list-style-type: none"> • Se encuentren obligados a efectuar alguna retención de cuarta o quinta categoría
<ul style="list-style-type: none"> • Tengan a su cargo uno o más artistas, de acuerdo a lo previsto en la Ley N° 28131
<ul style="list-style-type: none"> • Hubieran contratado los servicios de una Entidad Prestadora de Salud u otorguen servicios propios conforme a los dispuesto en la Ley N° 26790
<ul style="list-style-type: none"> • Hubieran suscrito con el Essalud un contrato por SCTR
<ul style="list-style-type: none"> • Gocen de estabilidad jurídica y/o tributaria

Fuente: SUNAT

2.13. Régimen Laboral Especial y General Laboral.

El Régimen Laboral es el cuerpo normativo que establece una serie de beneficios, derechos laborales y obligaciones de las partes del contrato para el sector público y privado. En el Perú, para el sector privado de clasifican de acuerdo

a la actividad que realice y al estrato empresarial, entre otros aspectos. Entre ellos se encuentra el Régimen General Laboral y el Régimen Laboral Especial.

Para evaluar a que régimen le corresponde acogerse a Inca Deals EIRL se evalúa el estrato empresarial, las actividades del trabajador, entre otras características de cada régimen, en el siguiente cuadro se aprecian las diferencias de los beneficios de los trabajadores.

Para este Plan de Negocios, de acuerdo al estrato empresarial, la organización se acoge al Régimen Laboral Especial MYPE el cual se encuentra regulado por el Decreto Supremo N° 013-2013-PRODUCE.

Tabla 32 Cuadro comparativo del Régimen Laboral General y Régimen Laboral Especial

DIFERENCIAS ENTRE EL RÉGIMEN LABORAL GENERAL Y EL RÉGIMEN LABORAL ESPECIAL DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA			
BENEFICIOS DE LOS TRABAJADORES	RÉGIMEN LABORAL GENERAL	REGIMEN LABORAL ESPECIAL	
		MICRO EMPRESA	PEQUEÑA EMPRESA
VACACIONES	El trabajador tiene derecho a 30 días calendario de descanso vacacional por cada año completo de servicio. Estas pueden reducirse de 30 días	El trabajador tiene derecho a 15 días calendario de descanso vacacional por cada año completo de servicio.	El trabajador tiene derecho a 15 días calendario de descanso vacacional por cada año completo de servicio.
JORNADA NOCTURNA (Entre las 10:00 p.m. a 6:00 a.m.)	Su remuneración no puede ser inferior a la Remuneración Mínima Vital más una sobretasa equivalente al 35% de esta.	Si la jornada habitualmente es nocturna, no se aplicará la sobre tasa del 35%	Su remuneración no puede ser inferior a la Remuneración Mínima Vital más una sobretasa equivalente al 35% de esta.

COMPENSACIÓN POR TIEMPO DE SERVICIOS (CTS)	Una remuneración mensual, depositadas en dos oportunidades semestrales (mayo y noviembre).	No.	15 remuneraciones diarias depositadas en dos oportunidades semestrales (mayo y noviembre).
GRATIFICACIONES	Se otorga dos veces al año, una por Fiestas Patrias y otra por Navidad, en razón a una remuneración completa por cada oportunidad, y se pagará por mes calendario completo laborado.	No.	Se otorgará dos veces al año, una por Fiestas Patrias y otra por Navidad, en razón a media remuneración por cada oportunidad, siempre y cuando laboren el semestre completo, caso contrario percibirán la parte proporcional.
SEGURO DE SALUD	ESSALUD 9% de la remuneración – lo aporta en su integridad el empleador.	Seguro Integral de Salud (SIS) – El empleador deberá realizar un aporte mensual equivalente al 50% del aporte mensual total del régimen semi-contributivo del SIS, el otro 50% será completado por el Estado.	ESSALUD 9% de la remuneración – lo aporta en su integridad el empleador.
INDEMNIZACIÓN POR DESPIDO ARBITRARIO	En el caso de que un trabajador sea despedido sin causa legal, tiene derecho a percibir como indemnización una remuneración y media por cada mes dejado de laborar, en caso sea un contrato a plazo determinado, y le tocará una remuneración y media por cada año de trabajo en caso sea un contrato indeterminado; en ambos casos con un	En el caso de que un trabajador sea despedido sin causa legal, tiene derecho a percibir como indemnización el equivalente a 10 remuneraciones diarias por cada año completo de servicios con un máximo de noventa (90) remuneraciones diarias. Las fracciones de año se abonan por dozavos.	En el caso de que un trabajador sea despedido sin causa legal, tiene derecho a percibir como indemnización el equivalente a 20 remuneraciones diarias por cada año completo de servicios con un máximo de ciento veinte (120) remuneraciones diarias. Las fracciones de año se abonan por dozavos.

	máximo de 12 remuneraciones.		
ASIGNACIÓN FAMILIAR	10% de la remuneración mínima vital, tengan a su cargo uno o más hijos menores de 18 años y hasta 24 años en caso de que el hijo al cumplir la mayoría de edad este cursando estudios superiores.	No.	No.

FUENTE: (MINISTERIO DE TRABAJO Y PROMOCION DEL EMPLEO , 2014)

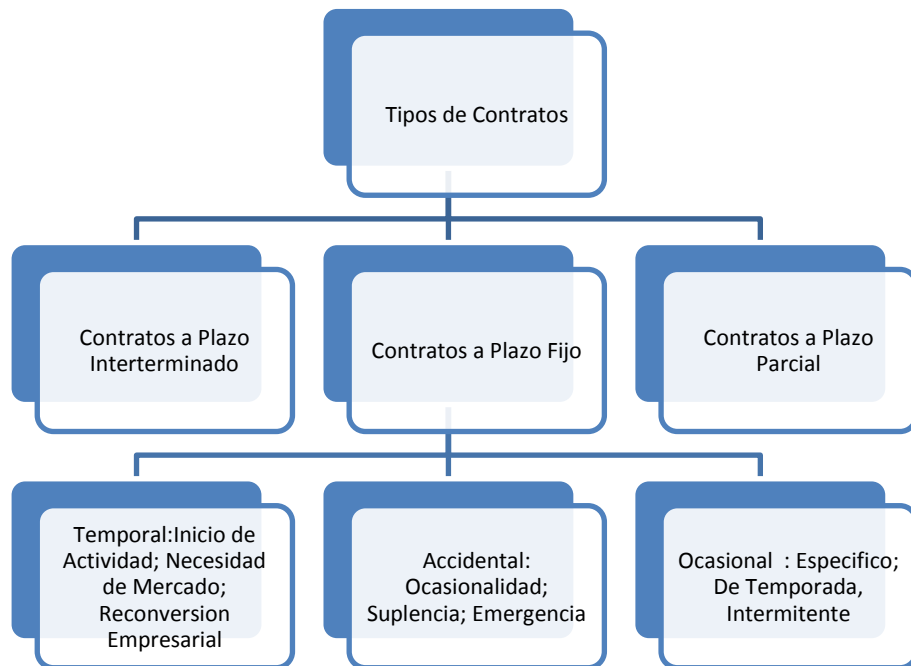
Cabe recalcar que las empresas que pueden acogerse al Régimen Laboral Especial MYPE son todas aquellas que cumplan con los requisitos legales para acogerse al REMYPE (Registro Nacional de la Micro y Pequeña Empresa). Sin embargo, este status se puede perder por incumplimiento o por perder la condición de MYPE y los trabajadores pasaran al Régimen General Laboral. (MINISTERIO DE TRABAJO Y PROMOCION DEL EMPLEO , 2019)

2.14. Modalidades de Contratos Laborales

Para formalizar el inicio de la relación laboral con los trabajadores es importante conocer los tipos de contratos, sus características y condiciones.

En el siguiente grafico se visualizan los tipos de contratos en el país, según el Ministerio de Trabajo.

Ilustración 13 Tipos de Contratos en el Perú



Fuente: Ministerio de Trabajo

Elaboración: Propia

Según las características de cada modalidad de contrato, se determina qué tipo de contrato definirá el lazo laboral con cada trabajador de este proyecto.

Tabla 33 Tipos de Contratos de trabajadores dependientes de Inca Deals EIRL

Trabajadores Dependientes	Tipo de Contrato INCA DEALS EIRL
Gerente General	Contrato a Plazo Indeterminado
Asistente Administrativo	Contrato a Plazo Fijo: Por Inicio de Actividades
Gerente Marketing	Contrato a Plazo Fijo: Por Inicio de Actividades
Gerente Comercial	Contrato a Plazo Fijo: Por Inicio de Actividades
Sectorista Exportadores	Contrato a Plazo Fijo: Por Inicio de Actividades
Sectorista Importadores	Contrato a Plazo Fijo: Por Inicio de Actividades

Elaboración: Propia

Cabe mencionar que los Contratos a Plazo Fijo: Por Inicio de Actividades tienen una vigencia de máximo 3 años, por lo que se proyecta que, al término de ese periodo, los trabajadores pasarían a contar con Contratos a Plazos Indeterminados.

2.15. Contratos Comerciales y Responsabilidad civil del Socio Participacionista.

El Artículo N° 1351 del Código Civil señala que un contrato es el acuerdo entre dos o más partes para crear, regular, modificar o extinguir una relación jurídica patrimonial, en donde las partes determinan los parámetros, los cuales no deben ser contrarios a las normas imperativas.

El Titular - Gerente está facultado a suscribir todo tipo de contratos señalados en el estatuto de la empresa, por eso el estatuto debe ser amplio y general.

La responsabilidad civil del accionista participativo se limita al aporte de sus participaciones y no afecta sus bienes propios, salvo que el Titular - Gerente haya firmado como aval o fiador, en ese caso si responde con su patrimonio personal

Bajo lo antes mencionado los contratos que celebra Inca Deals EIRL de acuerdo a la actividad a desarrollar son los siguientes:

- a) Contratos de Trabajo. - Estipulados en el capítulo 2.14, los contratos de trabajo definirán el acuerdo voluntario que comprende las obligaciones y beneficios entre empleador y empleado.
- b) Contratos por Locación de Servicios: Comprende los servicios de Asesoría, considerados en la estructura organiza de la empresa. Estos servicios son solicitados sin generar dependencia laboral por lo cual es adecuado utilizar este tipo de contrato.

Tabla 34 Tipos de Contratos de Asesores Externos

Asesores Externos	Tipo de Contrato
Contador	Contrato por Locación de Servicios
Programador de Sistemas	Contrato por Locación de Servicios

Elaboración: Propia

- c) Contrato de Diseño y Desarrollo de Pagina Web: el desarrollo del software web será realizado por un programador contratado bajo la dirección del titular de la empresa. Por lo cual para proteger el proyecto digital se celebra un contrato que ceda los derechos de autor al productor, es decir el dueño de la empresa.
Este acuerdo debe contener aspectos como el alcance del trabajo del programador, cronograma de entregables, calendario de pagos, derechos de

propiedad intelectual (Características del diseño, Imágenes y logotipos, confidencialidad y protección de datos, cláusula de no competencia, garantías.

- d) Condiciones Generales del Uso de la Plataforma: aspectos que regulan la interacción de los usuarios con los servicios y contenidos que ofrece la plataforma.

3.- PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL

Para el presente plan de negocio, se precisa contemplar dos sectores importantes para el éxito del servicio: los importadores y los exportadores, es por eso que el análisis debe ser más amplio y exhaustivo.

3.1.- Descripción del servicio

El servicio consta principalmente de ofrecer el acceso a importadores y exportadores del sector agrícola a una plataforma que les permitirá conectar de una manera dinámica las necesidades de compra con las ofertas de venta, eliminando los intermediarios. Asimismo, esta plataforma busca generar networks entre los actores del comercio internacional agrícola.

Este servicio no es un Marketplace tradicional donde los exportadores muestran sus productos a modo de catálogo y los importadores se encargan de contactarlos y buscar la mejor opción, este servicio invierte el típico funcionamiento de los marketplaces y son los importadores los que publican sus necesidades y los exportadores los que buscan la oportunidad enviando su oferta a cada requerimiento, mientras que la plataforma se encarga de realizar el primer filtro asegurándose de que cada oferta cumpla con los requisitos solicitados por el importador.

De este modo, el exportador tendrá mayor oportunidad de obtener una orden de compra y el importador recibirá ofertas con un previo filtro que les permita tomar una decisión en un menor tiempo.

Para el éxito de esta plataforma será indispensable el análisis constante de nuevos mercados, es un servicio muy dinámico que requiere de investigación para estar siempre de acuerdo a las tendencias del mercado.

3.1.1 Clasificación arancelaria

Para delimitar el alcance del servicio y que productos pueden ser comercializados en la plataforma es importante definir cuáles son las partidas arancelarias de los mismos. Además, es de vital importancia conocerlas para obtener información estadística adecuada y específica, la cual servirá para el diseño de las estrategias.

La partida arancelaria es un código numérico que clasifica las mercancías. En Perú, que es miembro de la Comunidad Andina, la Subpartida Nacional se compone de ocho dígitos. Este código es trascendental para determinar el tratamiento arancelario que recibirá la mercancía al ingresar a un país. La codificación está compuesta según se ilustra en la siguiente imagen.

Tabla 35 Estructura de la Subpartida Nacional

DÍGITOS					DENOMINACIÓN					
1°	2°				Capítulo					
1°	2°	3°	4°		Partida del Sistema Armonizado					
1°	2°	3°	4°	5°	6°	Subpartida del Sistema Armonizado				
1°	2°	3°	4°	5°	6°	7°	8°	Subpartida NANDINA		
1°	2°	3°	4°	5°	6°	7°	8°	9°	10°	Subpartida Nacional

Fuente: Decreto Supremo N° 342-2016-EF (MINISTERIO DE ECONOMIA Y FINANZAS, 2016)

Los productos que se comercializaran en la plataforma, se encuentran comprendidos en la Sección II del Arancel de Aduanas, aprobado en el Decreto

Supremo N° 342-2016-EF (MINISTERIO DE ECONOMIA Y FINANZAS, 2016). Esta sección abarca a los Productos del Reino Vegetal. En la siguiente tabla se indican las Partidas del Sistema Armonizado que se verán incluidas en el desarrollo de este proyecto.

Tabla 36 Partidas del Sistema Armonizado que se comercializaran en Inca Deals EIRL

Código	Designación de la Mercancía
07.01	Papas (patatas) frescas o refrigeradas.
07.02	Tomates frescos o refrigerados.
07.03	Cebollas, chalotes, ajos, puerros y demás hortalizas aliáceas, frescos o refrigerados.
07.04	Coles, incluidos los repollos, coliflores, coles rizadas, colinabos y productos comestibles similares del género <i>Brassica</i> , frescos o refrigerados.
07.05	Lechugas (<i>Lactuca sativa</i>) y achicorias, comprendidas la escarola y la endibia (<i>Cichorium spp.</i>), frescas o refrigeradas.
07.06	Zanahorias, nabos, remolachas para ensalada, salsifíes, apionabos, rábanos y raíces comestibles similares, frescos o refrigerados.
0707	Pepinos y pepinillos, frescos o refrigerados.
07.08	Hortalizas de vaina, aunque estén desvainadas, frescas o refrigeradas.
07.09	Las demás hortalizas, frescas o refrigeradas.
07.10	Hortalizas, aunque estén cocidas en agua o vapor, congeladas.
07.11	Hortalizas conservadas provisionalmente (por ejemplo: con gas sulfuroso o con agua salada, sulfurosa o adicionada de otras sustancias para asegurar dicha conservación), pero todavía impropias para consumo inmediato.
07.12	Hortalizas secas, incluidas las cortadas en trozos o en rodajas o las trituradas o pulverizadas, pero sin otra preparación.
07.13	Hortalizas de vaina secas desvainadas, aunque estén mondadas o partidas.
07.14	Raíces de yuca (mandioca), arrurruz o salep, aguaturmas (patacas), camotes (batatas, boniatos) y raíces y tubérculos similares ricos en fécula o inulina, frescos, refrigerados, congelados o secos, incluso troceados o en «pellets»; médula de sagú.
08.01	Cocos, nueces del Brasil y nueces de marañón (mery, cajuil, anacardo, «cajú»), frescos o secos, incluso sin cáscara o mondados.
08.02	Los demás frutos de cáscara frescos o secos, incluso sin cáscara o mondados.
08.03	Bananas, incluidos los plátanos «plantains», frescos o secos.
08.04	Dátiles, higos, piñas (ananás), aguacates (paltas), guayabas, mangos y mangostanes, frescos o secos.
08.05	Agrios (cítricos) frescos o secos.
08.06	Uvas, frescas o secas, incluidas las pasas.
08.07	Melones, sandías y papayas, frescos.
08.08	Manzanas, peras y membrillos, frescos.

08.09	Damascos (albaricoques, chabacanos), cerezas, duraznos (melocotones) (incluidos los griñones y nectarinas), ciruelas y endrinas, frescos.
08.10	Las demás frutas u otros frutos, frescos.
08.11	Frutas y otros frutos, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante.
08.12	Frutas y otros frutos, conservados provisionalmente (por ejemplo: con gas sulfuroso o con agua salada, sulfurosa o adicionada de otras sustancias para dicha conservación), pero todavía impropios para consumo inmediato.
08.13	Frutas y otros frutos, secos, excepto los de las partidas 08.01 a 08.06; mezclas de frutas u otros frutos, secos, o de frutos de cáscara de este Capítulo.
08.14	Cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías, frescas, congeladas, secas o presentadas en agua salada, sulfurosa o adicionada de otras sustancias para su conservación provisional.
09.01	Café, incluso tostado o descafeinado; cáscara y cascarilla de café; sucedáneos del café que contengan café en cualquier proporción.
09.02	Té, incluso aromatizado.
09.03	Yerba mate.
09.04	Pimienta del género <i>Piper</i> ; frutos de los géneros <i>Capsicum</i> o <i>Pimenta</i> , secos, triturados o pulverizados.
09.05	Vainilla.
09.06	Canela y flores de canelero.
09.07	Clavos (frutos enteros, clavillos y pedúnculos).
09.08	Nuez moscada, macis, amomos y cardamomos.
09.09	Semillas de anís, badiana, hinojo, cilantro, comino o alcaravea; bayas de enebro.
09.10	Jengibre, azafrán, cúrcuma, tomillo, hojas de laurel, curri y demás especias.
10.01	Trigo y morcajo (tranquillón).
10.02	Centeno.
10.03	Cebada.
10.04	Avena.
10.05	Maíz.
10.06	Arroz.
10.07	Sorgo de grano (granífero).
10.08	Alforfón, mijo y alpiste; los demás cereales.
11.01	Harina de trigo o de morcajo (tranquillón).
11.02	Harina de cereales, excepto de trigo o de morcajo (tranquillón).
11.03	Grañones, sémola y «pellets», de cereales.
11.04	Granos de cereales trabajados de otro modo (por ejemplo: mondados, aplastados, en copos, perlados, troceados o quebrantados), excepto el arroz de la partida 10.06; germen de cereales entero, aplastado, en copos o molido.
11.05	Harina, sémola, polvo, copos, gránulos y «pellets», de papa (patata).
11.06	Harina, sémola y polvo de las hortalizas de la partida 07.13, de sagú o de las raíces o tubérculos de la partida 07.14 o de los productos del Capítulo 8.
11.07	Malta (de cebada u otros cereales), incluso tostada.
11.08	Almidón y fécula; inulina.
11.09	Gluten de trigo, incluso seco.
12.01	Habas (porotos, frijoles, fréjoles) de soja (soya), incluso quebrantadas.

12.02	Maníes (cacahuates, cacahuates) sin tostar ni cocer de otro modo, incluso sin cáscara o quebrantados.
12.03	Copra.
12.04	Semillas de lino, incluso quebrantadas.
12.05	Semillas de nabo (nabina) o de colza, incluso quebrantadas.
12.06	Semillas de girasol, incluso quebrantadas.
12.07	Las demás semillas y frutos oleaginosos, incluso quebrantados.
12.08	Harina de semillas o de frutos oleaginosos, excepto la harina de mostaza.
12.09	Semillas, frutos y esporas, para siembra.
12.10	Conos de lúpulo frescos o secos, incluso triturados, molidos o en «pellets»; lupulino.
12.11	Plantas, partes de plantas, semillas y frutos de las especies utilizadas principalmente en perfumería, medicina o para usos insecticidas, parasiticidas o similares, frescos, refrigerados, congelados o secos, incluso cortados, quebrantados o pulverizados.
12.12	Algarrobas, algas, remolacha azucarera y caña de azúcar, frescas, refrigeradas, congeladas o secas, incluso pulverizadas; huesos (carozos) y almendras de frutos y demás productos vegetales (incluidas las raíces de achicoria sin tostar de la variedad <i>Cichorium intybus sativum</i>) empleados principalmente en la alimentación humana, no expresados ni comprendidos en otra parte.
12.13	Paja y cascabillo de cereales, en bruto, incluso picados, molidos, prensados o en «pellets».
12.14	Nabos forrajeros, remolachas forrajeras, raíces forrajeras, heno, alfalfa, trébol, esparceta, coles forrajeras, altramuces, vezas y productos forrajeros similares, incluso en «pellets».
13.01	Goma laca; gomas, resinas, gomorresinas y oleorresinas (por ejemplo, bálsamos), naturales.
13.02	Jugos y extractos vegetales; materias pépticas, pectinados y pectaos; agar-agar y demás mucílagos y espesativos derivados de los vegetales, incluso modificados.
14.01	Materias vegetales de las especies utilizadas principalmente en cestería o espartería (por ejemplo: bambú, roten (ratán)*, caña, junco, mimbre, rafia, paja de cereales limpiada, blanqueada o teñida, corteza de tilo).
14.04	Productos vegetales no expresados ni comprendidos en otra parte.

Fuente: Arancel de Aduanas

3.1.2 Propuesta de valor

Para alcanzar el éxito de una idea de negocio es clave comprender al cliente y sus necesidades, de ese modo ofrecer una solución innovadora que pueda satisfacerlas y proponer el factor que colocara a la empresa sobre sus competidores.

La Propuesta de Valor de Canvas de Alexander Osterwalder es un esquema útil para visualizar dos de los elementos más importantes del modelo de negocios:

segmento de clientes y la propuesta de valor que fueron señaladas en el Modelo de Negocios Canvas (Tabla N° 1).

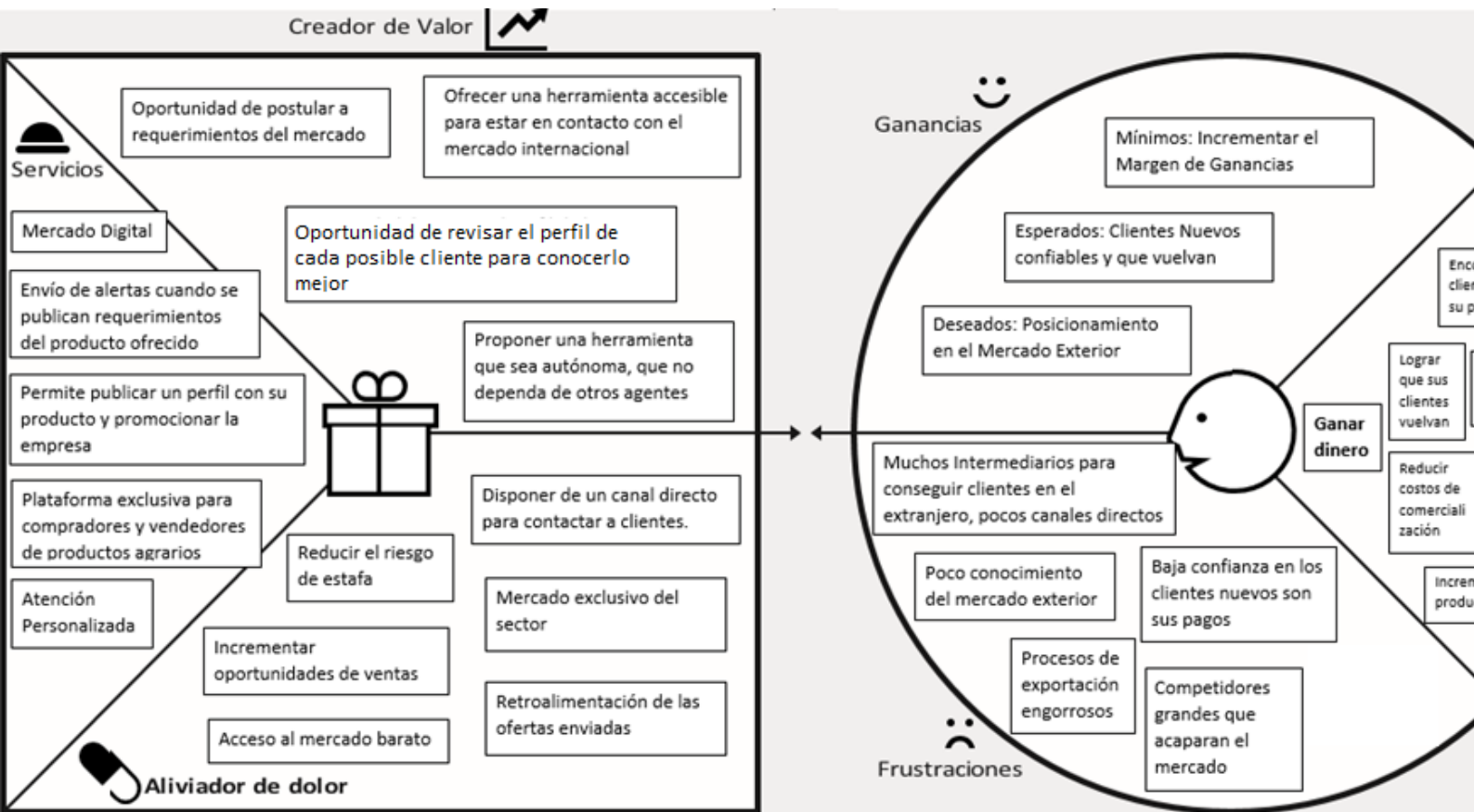
Este instrumento consiste en proponer hipótesis respecto a los segmentos analizados y validarlos a través de entrevistas y otras herramientas. Posteriormente, descartar las hipótesis erradas y reajustar el esquema.

Tabla 37 Extracto de Modelo de Negocios Canvas

<u>Propuesta de Valor</u>	<u>Segmento Clientes</u>
<p data-bbox="424 853 751 958">Simplificar el proceso de concretar negocios</p> <p data-bbox="424 965 751 1093">Generar Networks para importadores y exportadores</p> <p data-bbox="424 1099 751 1272">Eliminar la cadena de intermediación en el comercio internacional agrícola</p>	<p data-bbox="959 853 1286 1048">Agroexportadores peruanos que buscan colocar sus productos en el mercado internacional</p> <p data-bbox="959 1055 1286 1323">Importadores de productos agrícolas que requieren reducir tiempo y costos en la búsqueda de la mejor oferta para sus requerimientos</p>

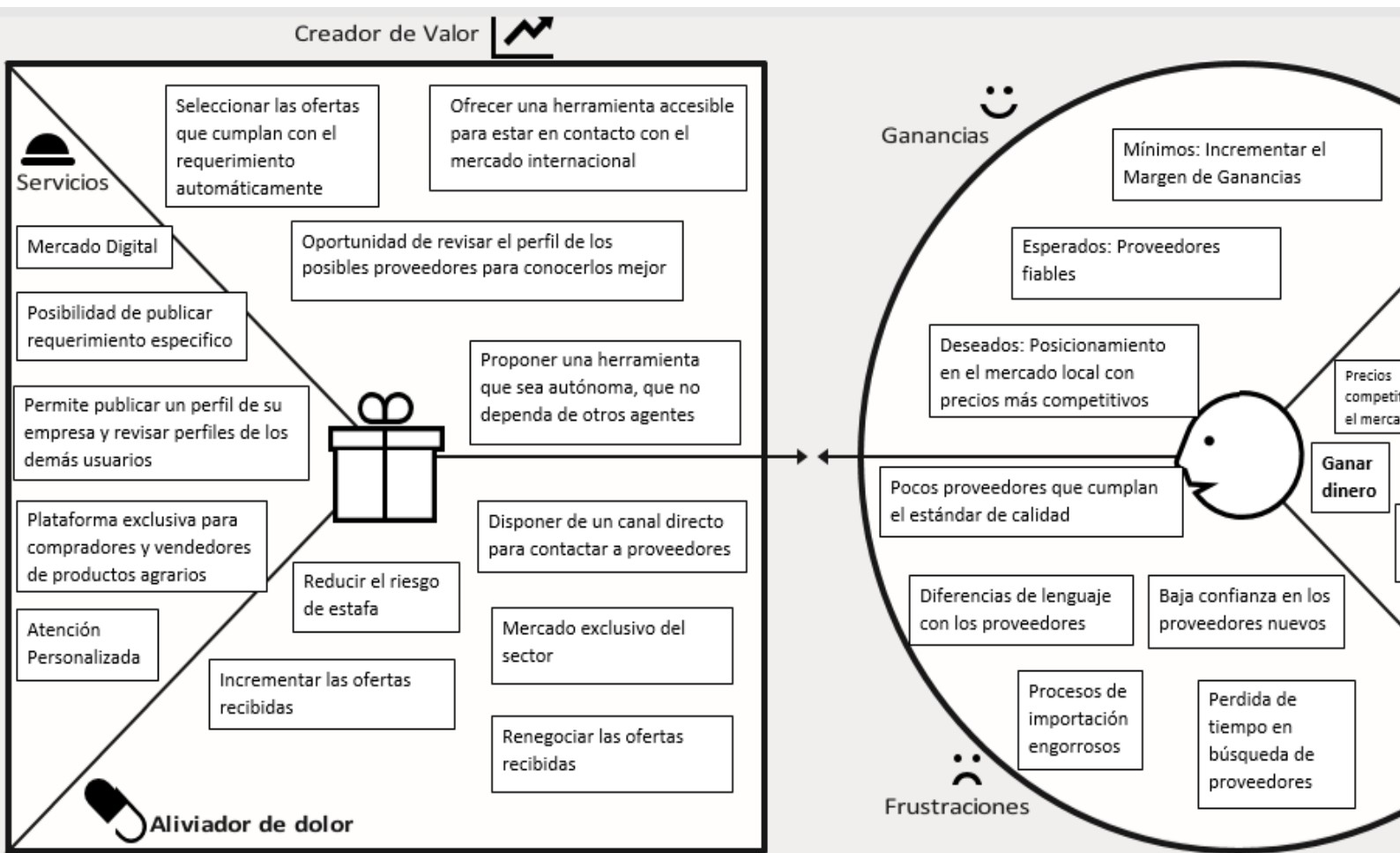
Elaboración: Propia

Tabla 38 Propuesta de Valor Canvas - Exportadores



Elaboración: Propia

Tabla 39 Propuesta de Valor Canvas - Importadores



Elaboración: Propia

El servicio ofrece muchos beneficios al cliente, pero sin duda la propuesta de valor de mayor envergadura es el **Filtro Automático** que genera el sistema, ordenando y clasificando las ofertas que recibe cada requerimiento. Se puede considerar que este beneficio es exclusivo del segmento de importadores pues impacta directamente en la reducción de sus costos y tiempo, pero a la vez es un beneficio para los exportadores pues pueden participar directamente y de una manera mucho más activa ya que son ellos los que envían sus ofertas.

Asimismo, el sistema de trabajo de Inca Deals donde son los clientes los que publican su requerimiento y los vendedores los que envían su oferta, el bajo costo del servicio (que además es fijo), la atención humana personalizada, también les ofrecen valor a ambos segmentos de usuarios.

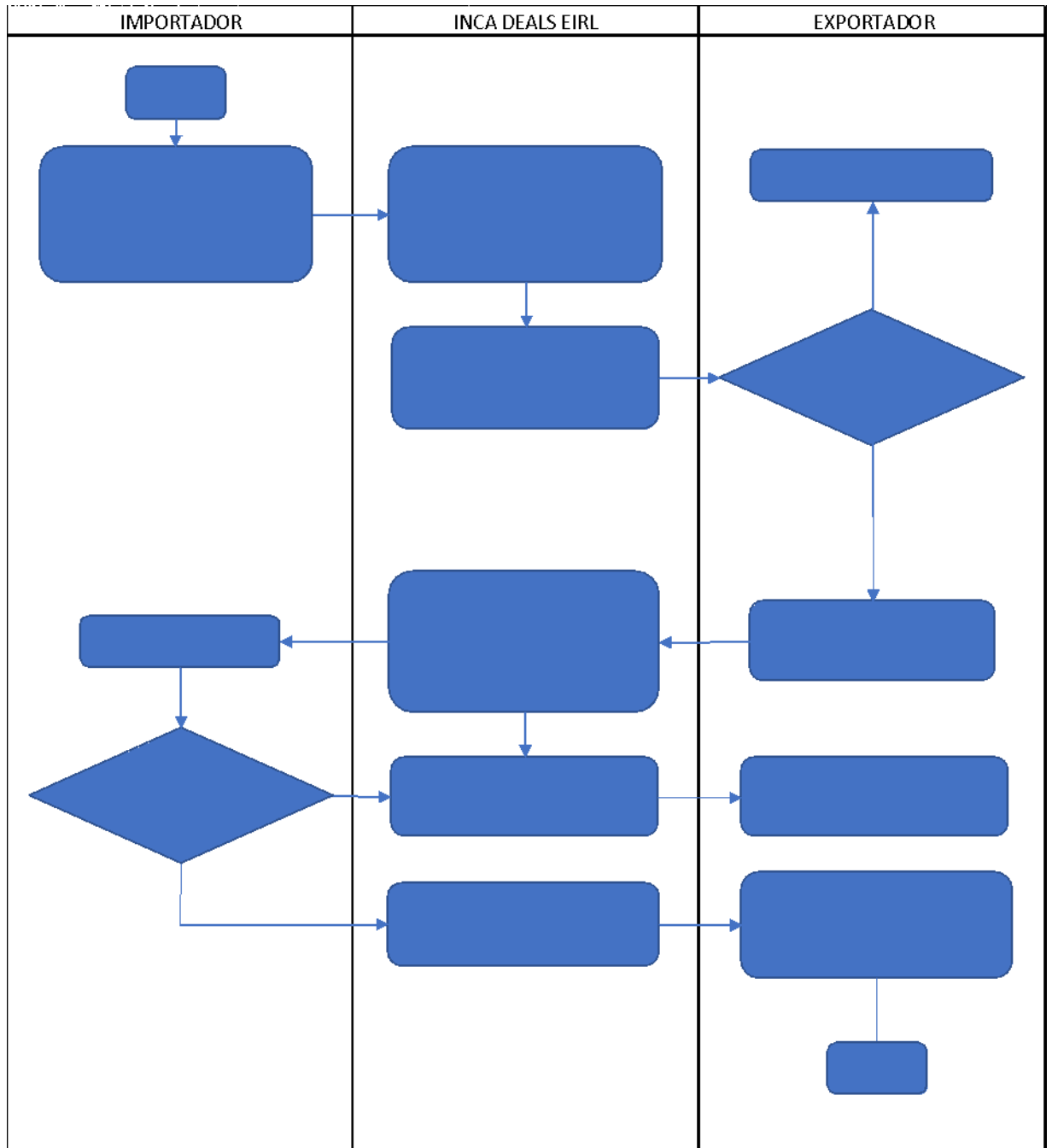
Para lograr el éxito sostenible del servicio es importante que los usuarios que hayan contratado el servicio perciban que sus expectativas han sido cubiertas para que decidan continuar contratándolo, los Marketplace como modelo de negocios ofrecen a sus usuarios muchos beneficios, según (MERCADO ELECTRONICO , 2018) entre las ventajas más resaltantes se encuentra la practicidad, reducción de costos de compra, reducción de tiempo en proceso de evaluación y aprobación de proveedores para los compradores, por otro lado ofrece visibilidad a los vendedores aumentando sus posibilidades de cerrar ventas y reduce los gastos de ventas al ser un canal de bajo costo.

Los usuarios de Inca Deals podrán medir la efectividad de contratar el servicio evaluando sus niveles de venta en el caso de los exportadores, por otro lado, los importadores constatarán la utilidad del servicio en la evaluación de sus costos y efectividad de procesos internos.

3.1.3 Estructura del servicio

Para la comprender el funcionamiento del servicio se realizó el siguiente flujograma.

Ilustración 14 Flujograma del servicio ofrecido por Inca Deals EIRL



Elaboración: Propia

Como se muestra en la ilustración anterior, el proceso del servicio es sencillo y ofrece autonomía a sus usuarios, sin embargo, es necesario describir con mayor detalle el funcionamiento del mismo.

1.- El Importador tiene una necesidad de compra de productos agrícolas, por lo que procede a publicar su requerimiento con sus especificaciones, mientras mayor sea la especificación del requerimiento más preciso será el filtro y recibirá ofertas más acertadas.

-Cada usuario accede a su perfil donde muestra la siguiente información: Nombre de la empresa, introducción, ubicación (País, Ciudad), Número de Registro de la compañía (de acuerdo al estado), tipo de empresa, video (opcional), fotografías del negocio, contacto, página web oficial, productos de interés, entre otros.

Es preciso mencionar que la plataforma cuenta con la opción de idioma inglés y español para más comodidad de los usuarios.

2.- Posteriormente ingresa al apartado “PUBLICAR REQUERIMIENTO” y completa el formulario de acuerdo a su necesidad:

*Producto: Nombre del Producto

*Partida Arancelaria: esta casilla es opcional, sin embargo, es muy útil para los siguientes procesos de exportación/importación, y precisa que tipo de producto requiere. Al lado incluye una casilla de Ayuda que contiene el listado de las Partidas del Sistema Armonizado.

*Cantidad: contiene una lista plegable de la unidad de medida

*Término Comercial: Contiene una lista plegable con los Incoterms

*Puerto de Destino: Incluye una lista plegable para el País y otra para el puerto.

*Método de Pago: Contiene una lista plegable de los métodos de pago

*Tiempo de envío esperado: Indica el tiempo en el que necesita recibir el pedido, contiene una lista plegable para señalar el número de días.

*Precio Estándar: Es el precio esperado, se puede cotizar las alto o más bajo es solo indicativo.

*Expiración de la vigencia del requerimiento

*Especificaciones: características físicas, certificaciones, empaque, etc.

Ilustración 15 Interfaz de Perfil de Importador – Recreado

https://incadeals.pe/myprofile

ID INCA DEALS.PE
E-MARKETPLACE

MY PROFILE MESSAGES DEALS SOCIAL English

HOME EXPORTERS MY REQUESTS SALE SEARCH... PUBLISH REQUEST

COMPANY NAME... (LOGO) -Country - State:
 -Type of company:
 -Control Number of the company in the state:
 -Company Page: <http://companyname.com/>
 -Contact: email@companyname.com

INSERT THE COMPANY'S PRESENTATION HERE, WHAT THEY WISH TO SHARE....
 ADD PICTURES: Products and facilities of the company
 ADD VIDEO: About the company
 Gallery

PRODUCTS OF INTEREST

FOR RESTAURANTS **FOR GROCERS** **FOR SEASON MARKETS**

CUSTOMER SERVICES TRADE SERVICES ABOUT INCA DEALS CONTACTO INCA DEALS FOLLOW US

Copyright 2020 INCA DEALS.PE E-MARKETPLACE | All Rights Reserved

Elaboración: Propia

Ilustración 16 Interfaz de publicación de requerimiento – Recreado

The screenshot displays the 'REQUEST FORM' on the INCA DEALS.PE E-MARKETPLACE website. The form is used to publish a requirement for a product. The fields are as follows:

- Product*:** Fresh Grapes
- Tariff:** 08.06. [HELP]
- Quantity*:** 17,000 Kg
- Terms*:** CIF
- Shipping*:** SEA
- Destiny Port*:** USA Philadelphia
- Payment:** T/T
- Expected delivery time:** 30 days
- Standar Price:** \$ 2.50/kg
- Expiration:** 10 days
- Specific Requirements:** (Empty text box)

A red box highlights the 'PUBLISH REQUEST' button in the top right corner of the page. A green box highlights the 'PUBLISH REQUEST' button at the bottom center of the form.

Navigation links at the bottom include: CUSTOMER SERVICES, TRADE SERVICES, ABOUT INCA DEALS, CONTACTO INCA DEALS, FOLLOW US.

Copyright 2020 INCA DEALS.PE E-MARKETPLACE | All Rights Reserved

Elaboración: Propia

3.- El sistema envía una alerta a los exportadores que han señalado en su perfil que cuentan con ese producto, y el exportador lo podrá visualizar en el apartado “REQUERIMIENTOS”.

El perfil del exportador incluye la información básica de la empresa, Nombre de la Empresa, Registro Único de Contribuyente, Ubicación, datos de contacto directo, Productos ofrecidos, Certificaciones, entre otros.

Ilustración 17 Interfaz de Perfil de Importador – Recreado

https://incadeals.pe/miperfil

ID INCA DEALS.PE
E-MARKETPLACE

MI PERFIL MENSAJES DEALS SOCIAL

Español |

INICIO IMPORTADORES MIS OFERTAS REQUERIMIENTOS 3

Buscar... **PUBLICAR OFERTA**

NOMBRE DE LA EMPRESA... (LOGO)

- Ubicación:
- Tipo de Empresa:
- Registro Único de Contribuyentes:
- SitioWeb: <http://companyname.com/>
- Contacto: email@companyname.com

Insertar aquí la presentación de la Empresa

ADJUNTAR : FOTOGRAFÍAS DE PRODUCTOS Y DE LAS INSTALACIONES DE LA EMPRESA, VIDEOS

Galería

PRODUCTOS PRINCIPALES

Arándanos (81.04 P.A.) \$ 3.43 / kg	Mandarinas (80.52 P.A.) \$ 1.31 / kg	Uvas (80.61) \$ 4.51 / kg	Fresas (81.01) \$ 3.14 / kg

CERTIFICACIONES

USDA ORGANIC FDA APPROVED GFSI Global Food Safety Initiative SQF LEVEL 2 CERTIFICATION

CUSTOMER SERVICES TRADE SERVICES ABOUT INCA DEALS CONTACTO INCA DEALS FOLLOW US

Copyright 2020 INCA DEALS.PE E-MARKETPLACE | All Rights Reserved

Elaboración: Propia

Ilustración 18 Interfaz del apartado: Requerimientos


INCA DEALS.PE
E-MARKETPLACE

MI PERFIL MENSAJES DEALS SOCIAL Español |

INICIO IMPORTADORES MIS OFERTAS **REQUERIMIENTOS** 3 Buscar... PUBLICAR OFERTA

ENCUENTRA TU OPORTUNIDAD Y ENVIA TU OFERTA!


Company Name (wholesaler) USA *Vence en 10 días*

 Producto: Uvas Frescas
Partida Arancelaria: 08.06
Cantidad requerida: 17,000 kg
Terminós: CIF
Envío: Marítimo
Puerto de Destino: Philadelphia
País: USA
Tipo de Pago: T/T

Tiempo de envío: 30 días
Precio estándar: \$ 2.50/kg
Certificaciones: FDA, USDA, APHIS, FSIS
Empaque: Caja de Carton
Requerimientos especiales:

ENVIA TU OFERTA

Company Name (distribuidor) Países Bajos *Vence en 10 días*

 Producto: Arándanos
Partida Arancelaria: 81.04
Cantidad requerida: 7,000 kg
Terminós: FOB
Envío: Aéreo
Puerto de Destino: Amsterdam
País: Países Bajos
Tipo de Pago: T/T

Tiempo de envío: 20 días
Precio estándar: \$ 3.45 / kg
Certificaciones: USDA, FDA, FSIS,
Empaque: APHIS
Requerimientos especiales:

ENVIA TU OFERTA

1 2 ... 9 >

CUSTOMER SERVICES TRADE SERVICES ABOUT INCA DEALS CONTACTO INCA DEALS FOLLOW US

Copyright 2020 INCA DEALS.PE E-MARKETPLACE | All Rights Reserved

Elaboración: Propia

4.- El exportador revisa el requerimiento y de cumplir con los requisitos básicos, decide enviar su oferta o no.

*Si no cumple con los requisitos, el exportador podrá revisar internamente su capacidad de producción y competitividad.

*Si cumple con los requisitos y decide enviar oferta, deberá ingresar al apartado “Envía tu Oferta”. La calificación de “Cumple” la coloca la plataforma automáticamente.

Ilustración 19 Interfaz de la Oferta del Exportador - Recreación

The screenshot shows the INCA DEALS.PE E-MARKETPLACE interface. At the top, there is a navigation bar with 'INICIO', 'IMPORTADORES', 'MIS OFERTAS', and 'REQUERIMIENTOS' (highlighted with a '3' notification). A search bar and a 'PUBLICAR OFERTA' button are also present. The main content area features a product image of red grapes and a 'Company Name (wholesaler)' section with a 'USA' flag and a 'Vence en 10 días' timer. A yellow button labeled 'ENVIA TU OFERTA' is highlighted with a red border.

Company Name (wholesaler) USA *Vence en 10 días*

Producto:	Uvas Frescas	Tiempo de envío:	30 días
Partida Arancelaria:	08.06	Precio estándar:	\$ 2.50/kg
Cantidad requerida:	17,000 kg		
Terminos:	CIF		
Envío:	Marítimo	Requerimientos especiales:	
Puerto de Destino:	Philadelphia		
Pais:	USA		-Red Globe
Tipo de Pago:	T/T		

OFERTA - NOMBRE DE LA EMPRESA

Nombre Comercial:	Uvas Frescas	✓ Cumple
Partida Arancelaria:	0806 10.00.00	✓ Cumple
Cantidad:	17,000 kg	✓ Cumple
Termino de Envío:	CIF	✓ Cumple
Via:	Marítima	✓ Cumple
Destino:	Philadelphia	✓ Cumple
Pais:	USA	✓ Cumple
Tiempo de envío:	30 días	✓ Cumple
Precio:	\$ 2 45 / kg	✓ Cumple

Especificaciones:

- Variedad: Red Globe
- Color: Rojo Oscuro con ligero brillo
- Calibre: Large (23 - 24 mm.)
- Empaque:
 - * Contenedor Frio 40 pies. 19TM
 - * Cada contenedor con: 20 Pallets
 - * Cada Pallets con: 114 cajas de carton corrugado de 8 kg
 - * Cada Caja con: 9 bolsas de 0.90 kg
- Zona de Cultivo: La Libertad - Peru

CUSTOMER SERVICES TRADE SERVICES ABOUT INCA DEALS CONTACTO INCA DEALS FOLLOW US

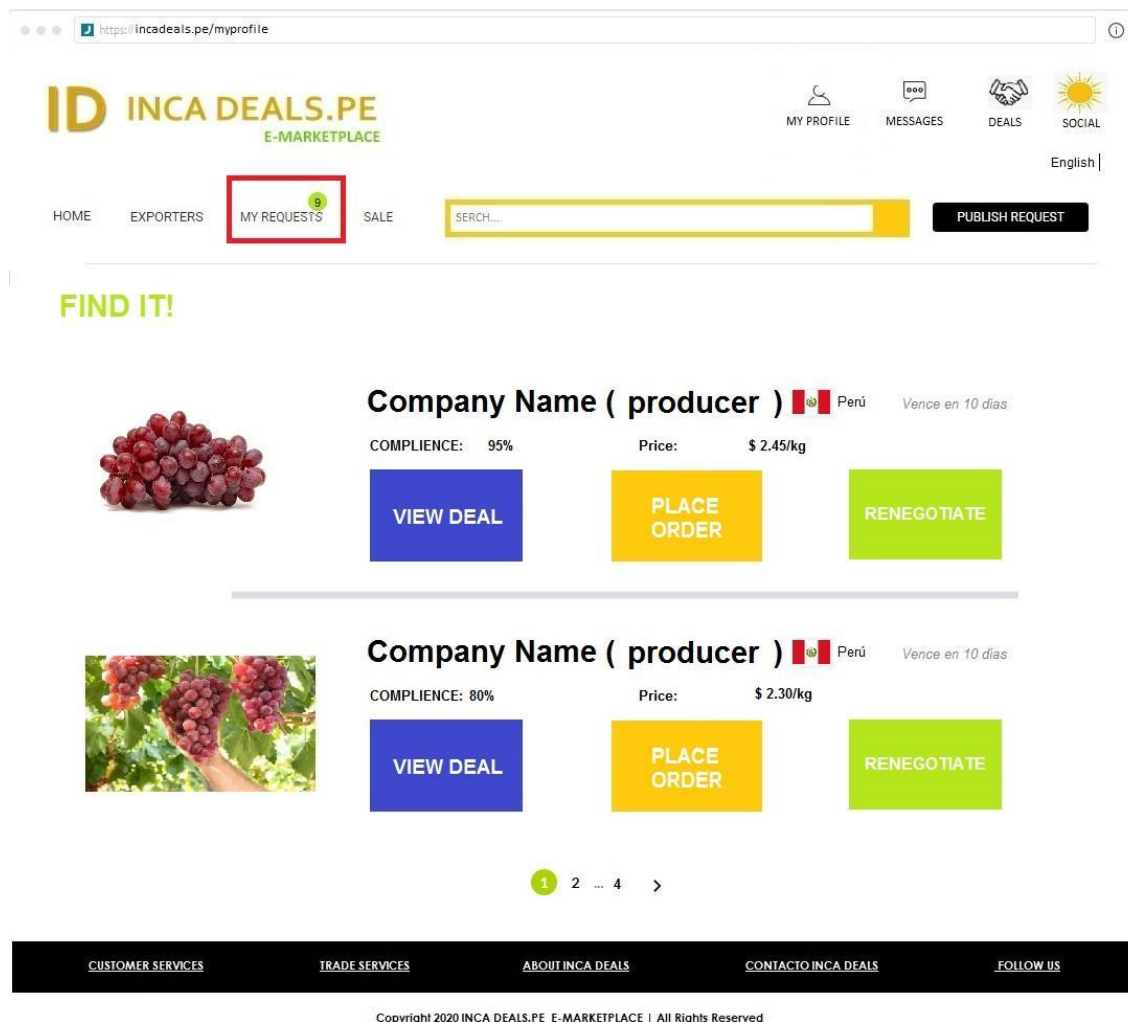
Copyright 2020 INCA DEALS.PE E-MARKETPLACE | All Rights Reserved

Elaboración: Propia

5.- El software analiza el grado de cumplimiento de las ofertas recibidas y las envía al perfil del importador, ordenadas por grado de cumplimiento, envía un documento que puede ser visualizado en línea o descargado como archivo PDF, contiene la oferta y un extracto del perfil del proveedor.

El importador podrá descargar la oferta y optar por colocar la orden o renegociar.

Ilustración 20 Interfaz Ofertas recibidas - Recreación



Elaboración: Propia

Como se puede visualizar, la plataforma realiza un previo filtro de todas las ofertas recibidas, para facilitarle al importador la comparación y tome su decisión.

*Si el importador decide colocar el pedido con cierto proveedor, el software enviara una notificación urgente para que este prepare el pedido, a través de mensajería interna podrán discutir los detalles y coordinaciones del envío y pago.

* La plataforma ofrece también un espacio para que el exportador pueda enviar los documentos de exportación y el tracking number.

*La plataforma ofrece la opción de realizar el pago de la suscripción a la plataforma

Para precisar el alcance del servicio a continuación se indica lo que obtiene el usuario al contratar el servicio:

Exportadores

- 1 perfil de la empresa
- 5 videos de la empresa
- 20 imágenes de la empresa
- Acceso al servicio de mensajería interna
- Acceso al networks “Social”
- 50 productos en el catalogo
- 10 imágenes por producto
- 2 videos por producto
- Ilimitadas postulaciones a requerimientos
- Servicio especializado de alertas de requerimientos
- 4 usuarios

Importadores

- 1 perfil de la empresa
- 5 videos de la empresa
- 20 imágenes de la empresa
- Acceso al servicio de mensajería interna
- Acceso al networks “Social”
- Ilimitadas publicaciones de requerimientos
- Servicio especializado de filtro de ofertas recibidas
- Servicio especializado de recepción de ofertas en formatos PDF
- 4 usuarios

Por otro lado, los Marketplace requieren continuo trabajo para lograr que exista la oferta y la demanda necesaria y que además exista un volumen de ventas entre estos que asegure el éxito de este proyecto, para ello es importante para INCA DEALS

realizar un continuo control del crecimiento de la empresa. Si los usuarios alcanzan sus expectativas respecto al servicio continuaran contratándolo.

Algunas métricas que son útiles para controlar el comportamiento del Marketplace son las siguientes:

- 1- Gross Merchandise Value: es el volumen total transaccionado en el Marketplace
- 2- Fill Rate: es el porcentaje de la demanda que haya sido efectivamente atendida por la oferta
- 3- Usuarios activos: contabilizar la cantidad de usuarios activos, los que realizan operaciones continuamente
- 4- Recurrencia de usuarios: Medir el tiempo que tarda cada usuario en volver a utilizar el Marketplace para concretar un negocio.
- 5- Equilibrio Oferta / Demanda: para evitar insatisfacciones de alguno de los segmentos, se recomienda hacer en base a usuarios activos
- 6- The Average Time to Fill: es el tiempo promedio que se tarda en atender la demanda de un usuario desde que publica su requerimiento, indica la velocidad con la que se concretan los negocios en el marketplace

3.2.- Investigación del Mercado de Objetivo

El presente plan de negocios es un servicio enfocado al sector agrícola, por lo cual es importante analizar el comportamiento de este sector en el comercio mundial.

Las exportaciones del sector agrícola muestran constante crecimiento en función al PBI mundial real, para el 2018 se preveía un crecimiento del 6.1% respecto al año anterior.

Tabla 40 Crecimiento del volumen de las exportaciones y la producción mundial de mercancías, 2010-2018

	2010-18	2016	2017	2018 (1)
Exportaciones mundiales de mercancías	3.0	1.6	4.5	2.8
Productos agrícolas	3.9	2.0	8.5	6.1
Combustibles y productos de las industrias extractivas	1.3	1.8	-2.7	3.7
Manufacturas	3.4	0.3	4.7	3.3
PIB mundial real	2.7	2.3	3.0	3.2

(1) Datos preliminares

Nota : Véanse los Metadatos para la estimación de las cifras mundiales sobre exportación de mercancías y PIB.

Fuente: Examen Estadístico del Comercio Mundial (ORGANIZACION MUNDIAL DEL COMERCIO , 2019)

3.2.1 Segmentación de mercado objetivo

Este servicio está enfocado a atender las necesidades de otras empresas, es decir es un modelo de negocio B2B (Negocio a Negocio). Esta condición es trascendente para realizar la segmentación adecuada.

Este proyecto agrupa a dos principales segmentos: Importadores y Exportadores, para eso se deberá precisar las características de los mismos.

Tabla 41 Cuadro de Segmentación de Mercado de Inca Deals EIRL

CRITERIO	IMPORTADORES	EXPORTADORES
GEOGRAFICO		
Ubicación Geográfica	Empresas ubicadas en países con alta demanda de productos agrícolas	Empresas ubicadas en Perú
DEMOGRAFICO		
Sector Económico:	Comercio al por Mayor	Agrícola
Estrato Empresarial	Medianas, pequeñas y microempresas	Medianas, pequeñas y microempresas
Actividad de la Empresa	* Mayoristas (vende a minoristas) * Distribuidores (Vende a Mayoristas)	* Productores (tercerizan el proceso de exportación) * Agroexportadores (producen y gestionan la exportación)
VARIABLES OPERATIVAS		
Tecnología de la Empresa	Con acceso a Internet	Con acceso a Internet
Capacidad Logística	Debe tener el conocimiento y capacidad de realizar una importación	Debe tener el conocimiento y capacidad de realizar una exportación
DE COMPORTAMIENTO		
Beneficios	Rápida respuesta a su necesidad. Precio bajo de uso del servicio	Eliminar intermediarios, contacto directo con el cliente. Precio bajo de uso del servicio
Uso del Servicio	A su requerimiento	Constantemente
Enfoques de Compra	Ferias Internacionales, Intermediarios	Ferias Internacionales, Intermediarios
Conocimiento	Debe tener conocimiento del comercio internacional	Debe tener conocimiento del comercio internacional

Elaboración: Propia

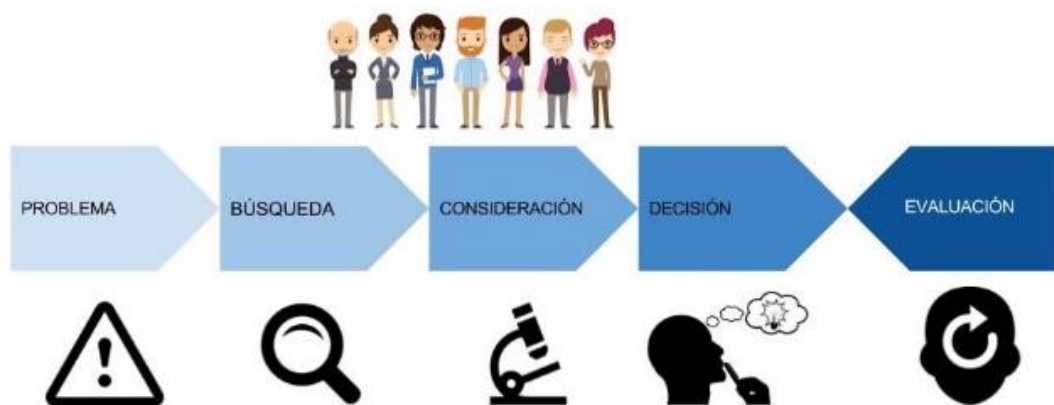
Segmento Importadores

En el comercio B2B, el grupo de personas encargadas de realizar la compra suelen tener amplio conocimiento del mercado y del producto y actúan en nombre de una corporación y posiblemente deben tomar la decisión en conjunto. Los

compradores del segmento B2B a diferencia de los compradores B2C construyen lazos de confianza y lealtad con mucha más dificultad, son mucho más racionales. (AXIOMA B2B, 2019. Recuperado de <https://www.axiomab2b.com/blog/marketing-b2b-es/conoce-realmente-el-comportamiento-de-sus-clientes-b2b/>).

El proceso de compra usualmente es más complejo y toma mucho más tiempo ya que al ser compras de mayor valor deben ser más rigurosos en la evaluación de los proveedores.

Tabla 42 Proceso de Compra B2B



Fuente: (COMUNICA WEB, 2019)

Es en el proceso de búsqueda, consideración y decisión donde Inca Deals busca posicionarse como una herramienta realmente útil.

Segmento Exportadores

En el caso de los exportadores, existen diversas formas de acceso a los mercados internacionales, este servicio se enfoca en las ventas por internet. La consultora de marketing CONNEXT señala en su portal web que los compradores antes de tomar contacto con un posible proveedor ya han realizado entre el 60% y 80% de su proceso de selección a través de internet, lo cual demuestra la importancia que tiene

la presencia y la capacidad de los vendedores de mostrarse y comunicarse a través del mundo digital, esto demuestra la utilidad de los Marketplace al ser un canal de bajo costo y de gran alcance. (CONNEXT, 2019. Recuperado de <https://connext.es/estrategias-de-ventas-b2b>)

Los vendedores B2B enfrentan muchas complicaciones antes de establecer contacto con las personas que toman la decisión de compra, cultivar un cliente B2B demanda mucho más esfuerzo, tiempo y es más costoso para el equipo de ventas. Específicamente cuando se trata de clientes internacionales establecer un primer contacto es muy complicado.

En este contexto Inca Deals como Marketplace, busca ser una vitrina para los vendedores de bajo costo y una fuente de oportunidades muy activa.

Por otro lado, ADEX indica que: “el 5.8% del total de número de empresas son consideradas grandes y participan con el 83.4% del total de las exportaciones. Además, el 1.3% son empresas medianas y participan con el 3.2% del total comercializado al exterior. El 16.8% son pequeñas empresas y participan con el 11% de las exportaciones. Mientras que las micro empresas son el 76.1% del total de número de empresas y solo comercializan el 2.3% de las exportaciones totales.” (AGRARIA.PE, 2017, Recuperado de <https://agraria.pe/noticias/grandes-empresas-concentran-el-834-de-las-10393>)

Esta información refleja que hay una mayor cantidad de empresas agroexportadoras en el segmento escogido para el presente plan de negocios y al comprender mayor cantidad de empresas es un sector más competitivo que necesitara más herramientas y canales para ofrecer su producción al mercado internacional.

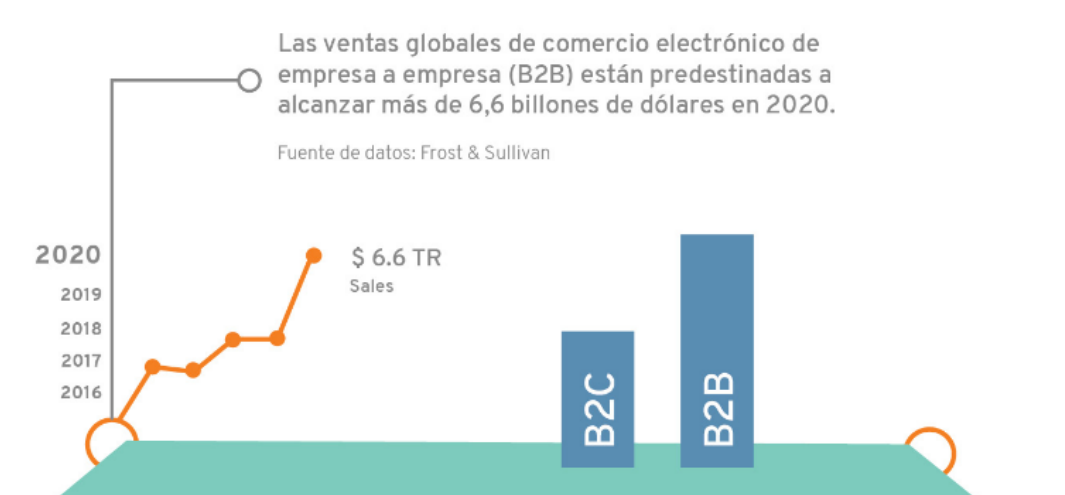
3.2.2 Tendencias de consumo

La FAO proyecta que para 2050 la población mundial crezca hasta 9700 millones de personas, de las cuales 820 millones no tendrán suficiente alimento para comer, lo que significa que el comercio internacional de productos agrícolas se incrementará y existirá una mayor demanda de los consumidores finales.

Asimismo, se proyecta que la región América Latina representara el 25% de las exportaciones mundiales de productos agrícolas para el 2028. (OCDE-FAO, 2019)

Por otro lado, en la siguiente ilustración se visualiza el crecimiento constante del comercio electrónico B2B, se proyecta que para el 2020 llegue a 6,6 billones de dólares.

Ilustración 21 Ventas globales de comercio electrónico B2B



Fuente: Olivia Blog (Recuperado de: <https://www.olivia.es/blog/el-comercio-electronico-b2b-en-2018-infografia/?cn-reloaded=1#>)

Esto representa una gran oportunidad para incrementar la participación del Perú en el mundo como país productor, es en este momento que se debe agenciar de diversos e innovadores portales que generen venta directa y mayor contacto con la demanda mundial.

El Perú actualmente está trabajando en incrementar la productividad y la competitividad de sus productores con diversos programas y proyectos de

iniciativas privadas y estatales. Es un hecho que para el 2018 el país ya había mejorado su posicionamiento respecto a la demanda mundial, sin embargo, es vital continuar diversificando los mercados y la canasta de productos.

Ilustración 22 Presencia del Perú en la demanda mundial de productos agrícolas 2018



Fuente: Desafíos de las Exportaciones Agrícolas (FRESH FRUIT, 2019)

Para el desarrollo de este proyecto se estudiarán las tendencias de consumo de los 5 principales productos agrícolas de la oferta exportadora peruana y de ese modo identificar a los principales actores de cada segmento de estudio (importadores, exportadores)

- UVAS FRESCAS, PALTAS, ARANDANOS, CAFÉ, ESPÁRRAGOS.

Ilustración 23 Principales productos exportados en el 2018 (US\$ millones)



Fuente: Exportaciones Perú 2019 (MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO , 2019)

Segmento Importadores

En el siguiente cuadro se muestra la cantidad de operaciones y el valor FOB de las exportaciones de los cinco productos, indicando los principales destinos de exportación de los últimos cinco años, esta segmentación en adelante se denominará “la muestra”.

Esta información muestra claramente cuáles son las principales zonas geográficas donde existe mayor interés por los productos peruanos, es decir mayor posibilidad de atraer usuarios a la plataforma.

Tabla 43 Exportaciones Agrícolas Peruanas de los 5 principales productos – Valor FOB (expresado en dólares)

Concepto	Suma de U\$ FOB Tot					Total, general
	2015	2016	2017	2018	2019	
UVAS FRESCAS	604365445.2	566567076	556983656.9	707493767	767971962	3203381907
UNITED STATES	210125657.4	247390252.7	272932603	302448359	383950272	1416847144
NETHERLANDS	87941713.91	71479830.35	75849883.27	138040927	112905555	486217909.5
HONG KONG	77462791.45	65942083.86	60377672.6	84054570	74675710	362512827.9
CHINA	86268565.72	54463316.01	31640332	41407342	43909066	257688621.7
UNITED KINGDOM	45714480.25	35256957.39	36986620	53977234	47863820	219799111.6
CANADA	26610364.47	24520852.47	15387123	15994758	26518401	109031498.9
KOREA	22285467.35	16184513.78	17305715	22100017	22007565	99883278.13
MEXICO	4345279.33	18396876.73	15319428	19485246	29365466	86912296.06
THAILAND	25034366.19	19931282.37	14659914	14488768	11478994	85593324.56
RUSSIAN FEDERATION	18576759.11	13001110.4	16524366	15496546	15297113	78895894.51
LOS DEMÁS CAFÉ SIN TOSTAR; CASCARILLA DE CAFÉ; SUCEDÁNEOS DEL CAFÉ	541395253.5	675214737	617125111.9	607035317	551459973	2992230392
UNITED STATES	150666901.7	217451362.8	182712099.9	181848472	171097149	903775985.4

GERMANY	173246146.8	193400418.6	167977837.1	154842905	144469976	833937283.6
BELGIUM	68430257.87	80622209.88	72212062	78882515	60648443	360795487.8
SWEDEN	33577855.89	40736886.3	44869286.35	40304729	38391344	197880101.5
CANADA	34401976.77	35520828.22	37909931.93	34766395	34765252	177364383.9
KOREA	31995844.89	27809581	30400790	17500161	21287877	128994253.9
UNITED KINGDOM	16744138.12	23336630.59	22426170.57	26784518	22016252	111307709.3
ITALY	11080913.08	24502329.46	27344032	22369334	22163708	107460316.5
FRANCE	18312678.05	22469496.62	12734732	17573643	20796672	91887221.67
COLOMBIA	2938540.3	9364993.57	18538170	32162645	15823300	78827648.87
AGUACATES (PALTAS), FRESCAS O SECAS	300392536.2	392694075	581362447.8	717694016	740457527	2732600602
NETHERLANDS	116402290.1	163341363.8	209579687	266350237	250922420	1006595998
UNITED STATES	83461582.61	74787285.49	175158595.6	175984959	232319001	741711423.7
SPAIN	50326459.32	78113732.34	89538825.73	110155444	114987230	443121691.4
UNITED KINGDOM	31759402.11	44240385.44	61725749.54	65371045	58897886	261994468.1
CHILE	13343876.89	12479692.9	10110473.26	35210886	26353328	97498257.05
CHINA	103909.84	4580117.92	13786644.5	30240964	25702751	74414387.26
JAPAN	38813.3	2050056.64	9243868.58	13532142	12389272	37254152.52
HONG KONG	975449.99	4699592.33	5362176.59	12465132	9689307	33191657.91
COSTA RICA	3190704.97	7294705.68	4986770	5201227	716628	21390035.65
RUSSIAN FEDERATION	790047.08	1107142.6	1869657	3181980	8479704	15428530.68
ARANDANOS O MURTONES Y DEMAS FRUTOS DEL GENERO VACCINIUM FRESCOS.	95632855.49	237465524	369360272.5	543883742	807964816	2054307210
UNITED STATES	53437456.93	129022973.2	166268470.8	280361586	458430460	1087520947
NETHERLANDS	27140437.05	56472615.33	100664481.3	122334537	179323582	485935652.7
UNITED KINGDOM	12158697.45	35409457.82	39698521.21	56678181	64122581	208067438.5
CHINA		6304.61	33248763	33424051	70387727	137066845.6
HONG KONG	1422908.07	4418544.25	13957952	11623225	17679898	49102527.32
SPAIN	519627.5	3251011.17	5284546.02	21149679	7453069	37657932.69
CANADA	286923.74	5093635.99	7587786	13976790	7514248	34459383.73
SINGAPORE	485893.31	1651110.89	1234942	705740	1140303	5217989.2
GERMANY	158953.16	1593203.32	511170	2491269	419974	5174569.48
THAILAND	21958.28	546667.66	903640.15	1138684	1492974	4103924.09
ESPARRAGOS, FRESCOS O REFRIGERADOS	402286322.3	404213067	392337487.2	364372884	379570780	1942780541
UNITED STATES	271983982.9	268028847.7	260982551.9	230971639	251196767	1283163788

UNITED KINGDOM	44817061.96	46929904.22	43267951.64	42616208	38471276	216102401.8
NETHERLANDS	42416388.21	40813245.36	40524763.5	41811927	38101773	203668097.1
SPAIN	24545186.39	28980003.95	30081054.4	29388230	31445196	144439670.7
BRAZIL	3764660.9	3810164.75	4628434.55	4780646	4657866	21641772.2
AUSTRALIA	5426196.47	4189838.88	3156249.14	3791838	1709665	18273787.49
FRANCE	3591645.1	3391241.27	2734011.76	2734121	2526439	14977458.13
BELGIUM	678027.3	2240855.21	3543294.3	3450535	4426059	14338770.81
CANADA	2738720.28	2404983.41	1864865	1759562	4481590	13249720.69
GERMANY	2324452.79	3423982.93	1554311	3068178	2554149	12925073.72
Total, general	1944072413	2276154480	2517168976	2940479726	3247425058	12925300653

Fuente: Veritrade (Desde Ene-19 al Dic-19) Recuperado el 01 de mayo del 2020

Elaboración: Propia

Tabla 44 Exportaciones Agrícolas Peruanas de los 5 principales productos, según cantidad de operaciones.

Concepto	2015	2016	2017	2018	2019	Total
UVAS FRESCAS	15469	14419	13590	18177	20333	81988
UNITED STATES	4526	5635	5930	7418	9361	32870
NETHERLANDS	3105	2367	2324	4304	3724	15824
HONG KONG	1951	1541	1617	1797	1853	8759
CHINA	2244	1504	882	975	1150	6755
UNITED KINGDOM	1058	936	839	1402	1293	5528
CANADA	549	511	313	404	708	2485
KOREA, REPUBLIC	510	380	369	491	497	2247
MEXICO	133	524	388	549	967	2561
THAILAND	749	569	442	380	336	2476
RUSSIAN FEDERATION	644	452	486	457	444	2483
LOS DEMÁS CAFÉ SIN TOSTAR; CASCARILLA DE CAFÉ; SUCEDÁNEOS DEL CAFÉ	3972	4710	5589	5889	5576	25736
UNITED STATES	1535	1910	2079	2196	2150	9870
GERMANY	796	893	931	948	969	4537
BELGIUM	460	467	551	604	588	2670
SWEDEN	187	271	364	385	350	1557
CANADA	363	360	561	509	483	2276
KOREA, REPUBLIC	107	84	106	75	141	513
UNITED KINGDOM	223	237	263	352	327	1402
ITALY	123	187	256	213	205	984
FRANCE	132	114	101	122	153	622

COLOMBIA	46	187	377	485	210	1305
AGUACATES (PALTAS), FRESCAS O SECAS	8377	9255	11873	18332	16045	63882
NETHERLANDS	3199	3876	4564	7073	5478	24190
UNITED STATES	2276	1549	3142	4378	4869	16214
SPAIN	1547	2006	2016	2875	2356	10800
UNITED KINGDOM	819	983	1149	1416	1168	5535
CHILE	400	377	290	1028	798	2893
CHINA	3	108	270	697	590	1668
JAPAN	2	65	193	399	352	1011
HONG KONG	26	107	106	297	201	737
COSTA RICA	79	148	82	89	13	411
RUSSIAN FEDERATION	26	36	61	80	220	423
ARANDANOS O MURTONES Y DEMÁS FRUTOS DEL GÉNERO VACCINIUM FRESCOS.	1582	3511	4457	8076	12228	29854
UNITED STATES	660	1525	1657	3687	6465	13994
NETHERLANDS	502	971	1236	1893	2786	7388
UNITED KINGDOM	166	347	395	754	850	2512
CHINA		9	396	486	1077	1968
HONG KONG	97	178	234	317	455	1281
SPAIN	66	158	230	407	187	1048
CANADA	16	92	82	225	162	577
SINGAPORE	55	107	91	70	62	385
GERMANY	15	86	41	90	31	263
THAILAND	5	38	95	147	153	438
ESPARRAGOS, FRESCOS O REFRIGERADOS	29961	29775	27240	28912	27670	143558
UNITED STATES	13279	12584	11752	12058	10926	60599
UNITED KINGDOM	6056	6880	5646	5800	5347	29729
NETHERLANDS	4269	3642	3436	3749	3520	18616
SPAIN	3975	4131	4308	4939	5350	22703
BRAZIL	541	374	422	460	475	2272
AUSTRALIA	493	342	260	367	166	1628
FRANCE	709	706	551	664	640	3270
BELGIUM	95	447	470	467	543	2022
CANADA	171	196	161	135	316	979
GERMANY	373	473	234	273	387	1740
Total, general	59361	61670	62749	79386	81852	345018

Fuente: Veritrade (Desde Ene-19 al Dic-19) Recuperado el 01 de mayo del 2020

Elaboración: Propia

De acuerdo con las tablas anteriores se pueden ubicar geográficamente a los países que consumen los productos agrícolas peruanos en gran cantidad, para una

mejor evaluación geográfica se pueden segmentar en continentes de la siguiente manera.

Tabla 45 Agrupación de principales países importadores por continentes

ASIA	EUROPA	AMERICA	OCEANIA
CHINA	NETHERLANDS	UNITED STATES	AUSTRALIA
HONG KONG	SPAIN	CHILE	
KOREA	UNITED KINGDOM	CANADA	
JAPAN	GERMANY	COLOMBIA	
THAILAND	ITALY	MEXICO	
SINGAPORE	BELGIUM	BRAZIL	
RUSSIAN	FRANCE		
	SWEDEN		

Elaboración: Propia

Ilustración 24 Ubicación Geográfica de los destinos de exportación más importantes



Elaboración: Propia

Segmento Exportadores

Se realiza un análisis de la productividad geográfica para ubicar donde se encuentran los mayores productores del país y su injerencia en las exportaciones, de ese modo se rastrearán los nichos donde se podrán atraer más usuarios a la plataforma.

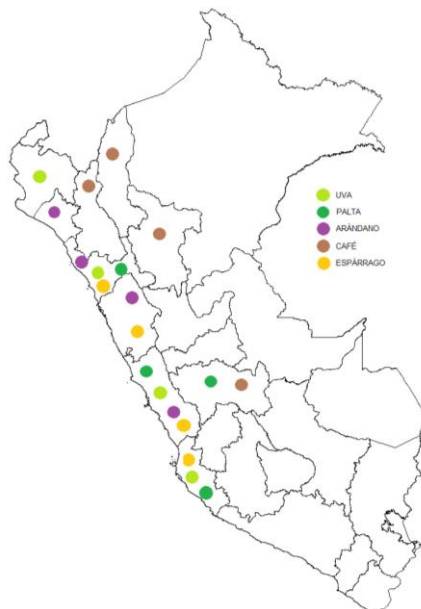
Tabla 46 Producción anual de los cinco productos según región (t), 2017

	UVA	PALTA	ARAND ANOS	CAFÉ	ESPAR RAGOS
Nacional	645 012	466 796	52 301	337 330	383 098
Amazonas	0	1 155	0	38 893	0
Áncash	2 321	11 473	784	0	12 370
Apurímac	0	3 945	0	0	0
Arequipa	29 577	15 862	3	0	0
Ayacucho	55	7 772	0	3 781	0
Cajamarca	1 495	5 699	0	62 863	0
Callao	0	0	0	0	0
Cusco	0	4 868	0	26 615	0
Huancavelica	0	811	0	12	0
Huánuco	0	3 297	0	9 427	0
Ica	238 919	53 924	833	0	180 003
Junín	0	36 607	0	75 100	0
La Libertad	51 229	197 271	39 359	227	161 101
Lambayeque	9 318	9 904	10 560	1 553	8 348
Lima	74 621	86 304	762	0	21 276
Lima Metropolitana	477	1 739	0	0	0
Loreto	0	3 513	0	171	0
Madre de Dios	0	423	0	14	0
Moquegua	5 977	5 061	0	0	0
Pasco	0	3 066	0	11 669	0
Piura	223 491	8 364	0	4 050	0
Puno	0	2 463	0	7 754	0
San Martín	954	313	0	91 197	0
Tacna	6 578	410	0	0	0
Tumbes	0	0	0	0	0

Fuente: Gerencias/Direcciones Regionales de Agricultura - SIEA
Elaboración: Ministerio de Agricultura y Riego - Dirección General de Evaluación y Seguimiento de Políticas - Dirección de Estadística Agraria

Fuente: Anuario Estadístico de Producción Agrícola, (MINAGRI, 2017)

Ilustración 25 Ubicación geográfica de las zonas más productivas, por producto.



Elaboración: Propia

Por otro lado, el objetivo de este proyecto es captar la mayor cantidad de empresas que paguen la membresía y accedan a esta plataforma, por lo que se debe analizar la demografía empresarial del segmento exportadores.

Se ha identificado que la cantidad de empresas peruanas en el sector agropecuario (agrario y pecuario) para el segundo trimestre del 2019 es de 42,808.

Ilustración 26 Stock, altas y bajas de las empresas según actividad económica del Perú del 2019

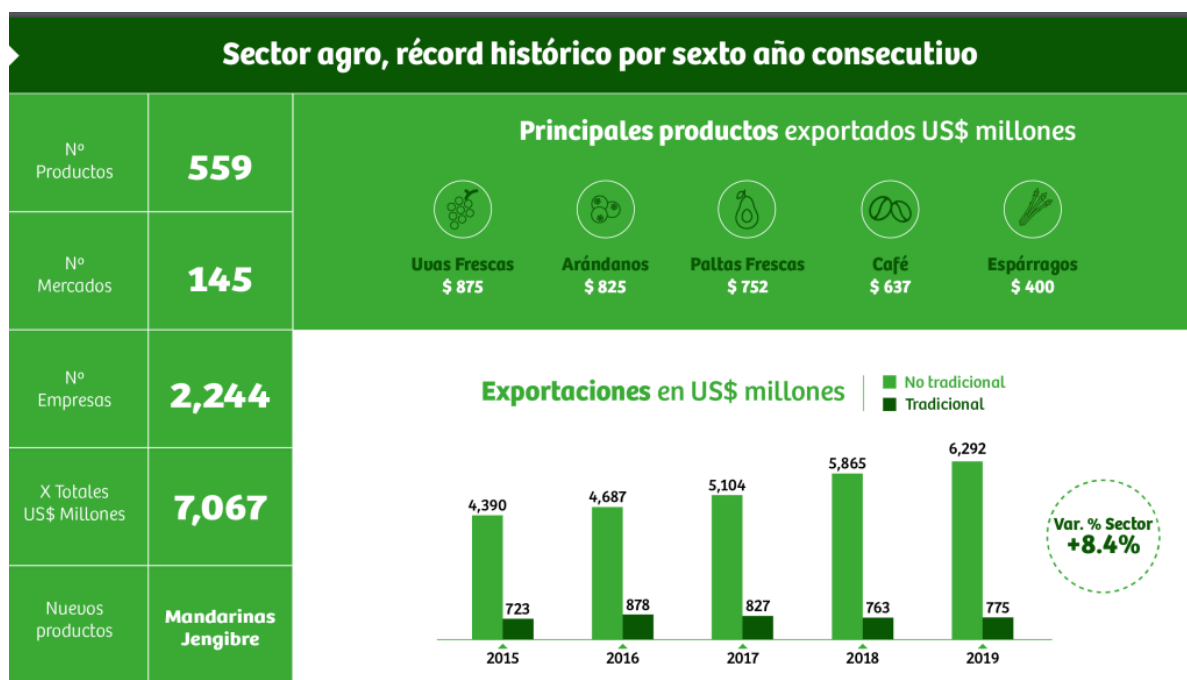
Actividad económica	Stock 1/	Altas 2/	Bajas 3/	Variación Neta 4/	Tasa de altas (%) 5/	Tasa de bajas (%) 6/	Tasa neta (%) 7/
Total	2 662 940	72 365	31 165	41 200	2,7	1,2	1,5
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	42 808	1 244	1 051	193	2,9	2,5	0,5
Explotación de minas y canteras	16 568	530	579	-49	3,2	3,5	-0,3
Industrias manufactureras	207 611	5 051	3 062	1 989	2,4	1,5	1,0
Construcción	83 919	3 934	1 156	2 778	4,7	1,4	3,3
Venta y reparación de vehículos	74 225	2 036	947	1 089	2,7	1,3	1,5
Comercio al por mayor	254 916	9 018	4 883	4 135	3,5	1,9	1,6
Comercio al por menor	825 795	19 096	6 517	12 579	2,3	0,8	1,5
Transporte y almacenamiento	163 822	5 827	3 344	2 483	3,6	2,0	1,5
Actividades de alojamiento	28 157	543	262	281	1,9	0,9	1,0
Actividades de servicio de comidas y bebidas	215 554	6 666	1 840	4 826	3,1	0,9	2,2
Información y comunicaciones	56 276	1 070	391	679	1,9	0,7	1,2
Servicios prestados a empresas	263 431	7 051	2 638	4 413	2,7	1,0	1,7
Salones de belleza	39 222	1 138	221	917	2,9	0,6	2,3
Otros servicios 8/	390 636	9 161	4 274	4 887	2,3	1,1	1,3

1/ Resultados preliminares
2/ Comprende a las empresas que se crean o se reactivan.
3/ Número de empresas que dejan de operar por el cierre o cese definitivo de sus actividades, suspensión temporal, fallecimiento en el caso de personas naturales y fusión o escisión en el caso de personas jurídicas.
4/ Es la diferencia entre el número de empresas creadas o reactivadas y las que se dieron de baja.
5/ Es la relación de altas de empresas con el stock al final del período.
6/ Es la relación de bajas de empresas con el stock al final del período.
7/ Es la relación de la variación neta con el stock al final del período.
8/ Incluye actividades inmobiliarias, administración pública, enseñanza, salud, actividades artísticas, de entretenimiento y otras actividades de servicios personales.
Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Directorio Central de Empresas y Establecimientos.

Fuente: Directorio Central de Empresas y Establecimientos, (INEI, 2019)

Teniendo en cuenta que el servicio está enfocado a los agroexportadores se debe desagregar la cantidad total de empresas agroexportadoras, en el año 2019 SIICEX indico que la cantidad de empresas agroexportadoras eran 2244 en total. En la siguiente infografía se puede verificar.

Ilustración 27 Infografía de las agroexportaciones 2019



Fuente: Exportaciones Perú 2019 (MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO , 2019)

Marketplaces

Otro factor a considerar es la tendencia de crecimiento del e-commerce B2B, según el estudio de Forrester Research para el 2017 ya representaba el 56% de las compras, el mismo estudio indica las empresas B2B pueden reducir sus costos de servicio y venta hasta en un 90% mediante el comercio electrónico, es un método ágil para concretar negocios internacionales a un bajo costo ya que por los métodos tradicionales la intermediación incrementa el precio final. (ECOMMERCENEWS, 2017, Recuperado de: <https://ecommerce-news.es/b2b-ventas-online-billon-dolares-2020/>)

La pasarela de pago Stripe ha realizado una investigación para conocer el nivel de ingresos de los marketplaces que operan con ellos, según los resultados obtenidos los ingresos incrementan en un 300% demostrando que al comercio electrónico le

espera un gran crecimiento, afirmó Borja Santos responsable de Stripe para España y Portugal (ECOMMERCE NEWS, 2018. Recuperado de: <https://ecommerce-news.es/los-ingresos-de-marketplaces-aumentan-a-un-ritmo-anual-del-300/>)

Actualmente la supremacía del comercio electrónico mundial B2B le pertenece a Alibaba, empresa que maneja aproximadamente el 75% de las ventas online del mundo, según su portal oficial.

3.3.- Análisis de la oferta y la demanda

Previamente al análisis de la oferta y la demanda es importante conocer el ambiente en el que se desenvolverá el proyecto, respecto a los factores externos e internos, para el análisis del Macro Entorno se utilizó la herramienta de análisis PESTEL, examinando las oportunidades y amenazas de cada factor, lo cual será de

utilidad para la formulación del análisis FODA y posteriormente en el planteamiento de las estrategias.

Para el Micro Entorno, se utilizó el método estratégico de Michael Porter, del análisis de las 5 fuerzas, esto define el nivel de competencia del proyecto

Macro Entorno

Tabla 47 Análisis PESTEL de INCA DEALS EIRL

FACTOR	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Político	<ul style="list-style-type: none"> *Estabilidad política *Beneficios Políticos que apoyen al comercio exterior de productos agrícolas *Incremento de TLC's que faciliten la comercialización con nuevos mercados *Apoyo del estado a los canales de venta directa como la empresa Inca Deals 	<ul style="list-style-type: none"> *Inestabilidad política en alguno de los países donde se encuentren gran concentración de usuarios. *Políticas proteccionistas de los gobiernos extranjeros que reduzcan las importaciones *Imposiciones de la política fiscal para las empresas digitales en Perú.
Económico	<ul style="list-style-type: none"> *Crecimiento económico de los países donde se encuentre gran concentración de usuarios *Desarrollo económico del Sector Agrícola en los países con gran concentración de usuarios *Aumento del Tipo de Cambio, (la membresía se cobra en dólares y se pueden vender dólares cuando el tipo de cambio aumente) * Baja de la tasa de interés para obtener préstamos bancarios e invertir en la plataforma 	<ul style="list-style-type: none"> *Crisis Económica de alguno de los países donde se encuentre gran concentración de usuarios *Incremento de los precios de insumos agrícolas que reduzca la competitividad en precios de los productos finales y los usuarios (exportadores) prefieran vender en el mercado local *Falta de Liquidez
Social	<ul style="list-style-type: none"> *Gran acogida de los productos digitales y que brindan autonomía *Diversas y muchas alternativas para comunicarse con personas a través de otros idiomas * Atracción por productos naturales a nivel mundial, a mayor demanda será necesario más operaciones comerciales y mayor actividad en la plataforma 	<ul style="list-style-type: none"> * Poco conocimiento del mundo digital de los productores peruanos * Barreras de idioma entre exportadores e importadores en la parte final del contacto directo * Mucho apego a los canales tradicionales de exportación/importación *Poca confianza por ser un servicio nuevo

Tecnológico	<p>*Nuevas tecnologías para incrementar la productividad y competitividad de los productos y mejore la reputación de la oferta exportable agrícola peruana en el mundo, por ende, más interés en acceder a la plataforma</p> <p>* Aparición de nuevas tecnologías que mejoren el funcionamiento de la plataforma</p>	<p>* Alta inversión tecnológica en el desarrollo de la plataforma</p> <p>* Poco acceso del sector agrícola en el Perú a las nuevas tecnologías del mundo y quedar retrasados en competitividad y productividad.</p>
Legal	* Marco legal para el desarrollo de los e-Marketplace	* Vacíos legales respecto al funcionamiento del e-Marketplace
Ecológico	<p>* Incremento de la superficie agrícola que permita diversificar los productos que ofrecen los productores peruanos, por ende, más atracción del mercado mundial y mayor actividad en la plataforma.</p> <p>* Intervención del gobierno en proteger las áreas de cultivo</p>	<p>*Fenómenos Naturales que afecten la producción agrícola</p> <p>* Desastres naturales en los países de importación que afecten la demanda de productos peruanos, por ende, menos usuarios activos</p> <p>* Poco desarrollo hidráulico que afecte la producción</p>

Elaboración: Propia

Microentorno

Tabla 48 Fuerzas de Porter

FUERZAS	INCA DEALS EIRL
----------------	------------------------

Poder de Negociación de los Clientes	<ul style="list-style-type: none"> * Los usuarios buscan canales de comercialización directos, de bajo costo, accesibles y de rápido resultado. * Usuarios muy diversos que requieren atención para que la plataforma siga satisfaciendo sus necesidades * Los usuarios (exportadores) están agrupados por gremios * Los usuarios (importadores) son mayoristas y obtienen ofertas de todas partes del mundo
Poder de Negociación con Proveedores	<ul style="list-style-type: none"> * Existen diversos proveedores que ofrezcan: Hosting, dominio, mensajería. * Alta dependencia del Programador, ya que conoce la plataforma muy bien
Amenaza de Entrada de Nuevos Competidores	<ul style="list-style-type: none"> * No se presentan graves barreras de ingreso al mercado de nuevos competidores, sin embargo, la propuesta de valor del proyecto integra el conocimiento informático, conocimiento del sector, la visión comercial y todo con un enfoque de administración y negocios internacionales que ofrece además el servicio de exportación, lo cual permite ofrecer un servicio con más valor al usuario
Amenaza de Entrada de Productos sustitutos	<ul style="list-style-type: none"> * Existen diversos servicios sustitutos que son los canales tradicionales de comercio internacional, el contexto actual permite que los canales digitales por su menor costo estén sobre los servicios sustitutos
Rivalidad entre Competidores	<ul style="list-style-type: none"> * Alibaba es el servicio que actualmente contiene el 75 % de las e-commerce del B2B, sin embargo, presenta deficiencias en su servicio, el proyecto propone servicios adicionales que le agrega valor y mejoran la experiencia del usuario para que continúe utilizando el servicio.

Elaboración: Propia

Es importante también utilizar la matriz FODA para una mejor comprensión de los factores internos y externos.

Tabla 49 Matriz FODA de Fortalezas y Debilidades de Inca Deals EIRL

Criterios	Peso %	Debilidad				Fortaleza				Suma	Peso Total
		-3	-2	-1	0	1	2	3			

Alta dependencia del proveedor de la Programación de la plataforma	8.51%			1						-1	-0.09
Invierte en sistemas de inteligencia de negocios (Veritrade)	9.93%						1			2	0.20
Diversos proveedores del sostenimiento de la plataforma en línea	8.51%						1			2	0.17
Realiza el análisis para ubicar nuevos nichos y obtener más usuarios	14.18%							1		3	0.43
No requiere gran inversión en infraestructura física	11.35%					1				1	0.11
Requiere de mucha inversión en Publicidad	10.64%		1							-2	-0.21
Servicio poco conocido, debe iniciar desde cero	11.35%		1							-2	-0.23
Poca estabilidad porque es un proyecto nuevo	5.67%	1								-3	-0.17
Oportunidad a los trabajadores de viajar	8.51%						1			2	0.17
Optimización de procesos, ideas creativas	11.35%							1		3	0.34
	100.00%										0.72

Elaboración: Propia

Tabla 50 Matriz FODA Oportunidades y Amenazas de Inca Deals EIRL

Criterios	Peso %	Amenazas				Oportunidades			Suma	Peso Total
		-3	-2	-1	0	1	2	3		
Sus clientes se encuentran distribuidos en muchas partes del mundo, sujeto a la estabilidad política de cada país	14.40%						1		2	0.29
Políticas proteccionistas de cada país	9.60%		1						-2	-0.19
Tratamiento tributario de las empresas digitales en el Perú	9.60%			1					-1	-0.10

Crecimiento del sector agrícola a nivel mundial	15.20%							1	3	0.46
Fluctuaciones del Tipo de Cambio	9.60%					1			1	0.10
Boom del e-commerce	16.00%							1	3	0.48
Nivel de Conocimiento tecnológico de los productores agrícolas	6.40%		1						-2	-0.13
Alta Inversión en la creación de la plataforma	7.20%				1				0	0.00
Actual marco legal del desarrollo de negocios digitales en el Perú	4.80%			1					-1	-0.05
La oferta exportable está sujeta a la productividad de los productos agrarios y la situación climatológica	7.20%		1						-2	-0.14
	100.00%									0.71

Elaboración: Propia

3.3.1 Análisis de la oferta

Para el análisis de la Oferta se elaboró una matriz comparativa entre las principales empresas que ofrecen un servicio semejante.

Estas empresas están ubicadas en diversas partes del mundo, pero orientadas al mismo sector económico: agrario. Pueden ser privadas o estatales.

Tabla 51 Cuadro comparativo de la Oferta actual de E-Marketplace del sector agrícola

OFERTA	ALIBABA	PPFAM	SMATTCOM	Chile B2B - PROChile
Logo				
País de Origen	China	España - México	México	Chile
Año de Fundación	1999	2016	2017	2019
Presencia	190+ países	110+ países	4+ países	100+ países
Sector / Productos	40+ Rubros Millones de productos	Agrícola 20,000 Productos	Agrícola No indica	Diverso 1500+ Productos
Usuarios	650 millones de usuarios	13000+ usuarios	No indica	1963+ Usuarios
Costo del servicio	3% por cada operación, se descuenta del pago al exportador.	Membresía 105 USD mensual para compradores y vendedores	Servicio Gratuito, cobra por publicidad y certificación de cuentas.	Es de acceso gratuito
Concepto	Líder del E-Marketplace mundial, conecta a compradores y proveedores de todo el mundo para hacer negocios	Conecta a Compradores y Vendedores del sector agrícola, eliminando intermediarios	* Permite que el usuario busque el producto que necesita con sus especificaciones y encontrar los productos disponibles (previamente publicados), permite comprar precios	* Es una iniciativa del gobierno de Chile, muestra la oferta exportable del país,

Observaciones	<p>*Poca especialización del rubro agrícola</p> <p>*Poca atención personalizada a cada usuario</p> <p>*La plataforma conecta a los actores del comercio internacional pero la interrelación depende únicamente de ellos</p> <p>*La función de Solicitar Cotización, no ofrece filtros previos y las ofertas que se reciben no se ajustan a la solicitud.</p>	<p>* La plataforma consiste en mostrar los productos de los vendedores y los compradores buscan el producto que necesitan, la plataforma no genera ningún valor agregado</p> <p>* El comprador debe buscar el producto que necesita y el vendedor debe esperar a que lo contacten, es poco interactiva</p>	<p>* La plataforma realiza la búsqueda de coincidencias con las ofertas previamente publicadas, no propicia una retroalimentación</p> <p>* Mayormente enfocado en el mercado local mexicano.</p>	<p>* Permite la cotización de productos y servicios, pero el comprador debe tomarse el tiempo de buscar cada oferta previamente publicada.</p>
---------------	--	--	--	--

OFERTA	S.JN.PE	PERU MARKETPLACE	MERCADO LIBRE B2B
Logo			
País de Origen	Alemania	Perú	Argentina
Año de Fundación	1999	2019	2018
Presencia	80+ países	No indica	18+ países
Sector / Productos	40+ Rubros Millones de productos	11 categorías (incluye Agrícola)	87 millones de producto
Usuarios	5.5 millones de usuarios	57 + usuarios	No indica

Costo del servicio	Membresía de 528 Euros anuales	Servicio Gratuito	No indica
Concepto	Uno de los líderes del mercado en el campo de buscadores B2B y búsqueda de proveedores de Alemania	Es la iniciativa estatal del comercio electrónico, busca promover las exportaciones	* Es el Marketplace B2C Líder de América Latina y ha incursionado en el modelo de negocios B2B en conjunto con SAP
Observaciones	<p>*No genera mayor interacción entre compradores y vendedores.</p> <p>* Se concentra en maquinaria y equipos</p> <p>*</p>	<p>* Enfocado principalmente en los exportadores, los importadores no obtienen una cuenta</p> <p>*Ofrece poco espacio a los exportadores para su perfil y productos</p>	<p>* El software requiere capacitación para su uso.</p> <p>*No indica el precio, pero está dirigido a las grandes empresas.</p> <p>*No incluye productos agrícolas en su catálogo.</p>

Fuente: En base a las paginas oficiales de las plataformas.

Elaboración: Propia

Como se puede observar, en su mayoría la oferta brinda al mercado un sistema tradicional donde el vendedor muestra el producto que tiene disponible y es el importador el que debe buscar la mejor oferta. Mientras que, Inca Deals, cambia el sistema brindándole la oportunidad al importador de enviar su requerimiento con sus requisitos y que sean los vendedores los que busquen la oportunidad de hacer negocios, este sistema es mucho más dinámico y se ajusta a las reales necesidades de los usuarios (importadores / exportadores).

3.3.2 Análisis de la demanda

Es importante mencionar que para generar una dinámica óptima en el Marketplace que promueva una mayor cantidad de actividad entre los usuarios, es indispensable contemplar estrategias específicas para cada segmento.

Los cálculos se basarán en “la muestra” presentada anteriormente basada en los cinco productos de mayor exportación y sus principales países de destino. Esta información fue obtenida de la herramienta de inteligencia de negocios VERITRADE.

Para el cálculo de la demanda potencial se aplicarán los filtros de acuerdo a la segmentación elegida y para la proyección de la demanda de los próximos cinco años utilizaré el método de regresión lineal para cada sector y por último se realizará la sumatoria de ambos sectores para obtener los datos generales del proyecto, cada segmento debe ser analizado por individual ya que tienen características distintas.

Segmento Importadores

En base a la muestra y las estadísticas presentadas en la Tendencia de consumo se obtendrá la cantidad total de empresas importadoras por un periodo de cinco años.

- 56% de empresas realizan sus compras online
- Alibaba cubre el 75% de compras online

Tabla 52 Cantidad de empresas importadoras en base a la muestra.

CANTIDAD DE EMPRESAS	2015	2016	2017	2018	2019
IMPORTADORES	1170	1631	1689	1961	1825
56 % COMERCIO ELECTRONICO B2B	655	913	946	1098	1022
(-) 75% CUBIERTO POR LA COMPETENCIA	491	685	709	824	767
DEMANDA POTENCIAL	164	228	236	275	256

Fuente: Veritrade (Ene 2018 hasta May 2020)

Elaboración: Propia

Tabla 53 Método de Mínimos cuadrados segmento importadores

AÑO	PERIODO (X)	CANTIDAD DE EMPRESAS (Y)	X (Y)	X2
2015	1	164	164	1
2016	2	228	457	4
2017	3	236	709	9
2018	4	275	1098	16
2019	5	256	1278	25
SUMATORIAS	15	1159	3706	55

Elaboración: Propia

$$A = 163$$

$$B = 23$$

$$A = \frac{(\sum Y)(\sum X^2) - (\sum X)(\sum XY)}{n(\sum X^2) - (\sum X)^2} ; \quad B = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{n(\sum X^2) - (\sum X)^2}$$

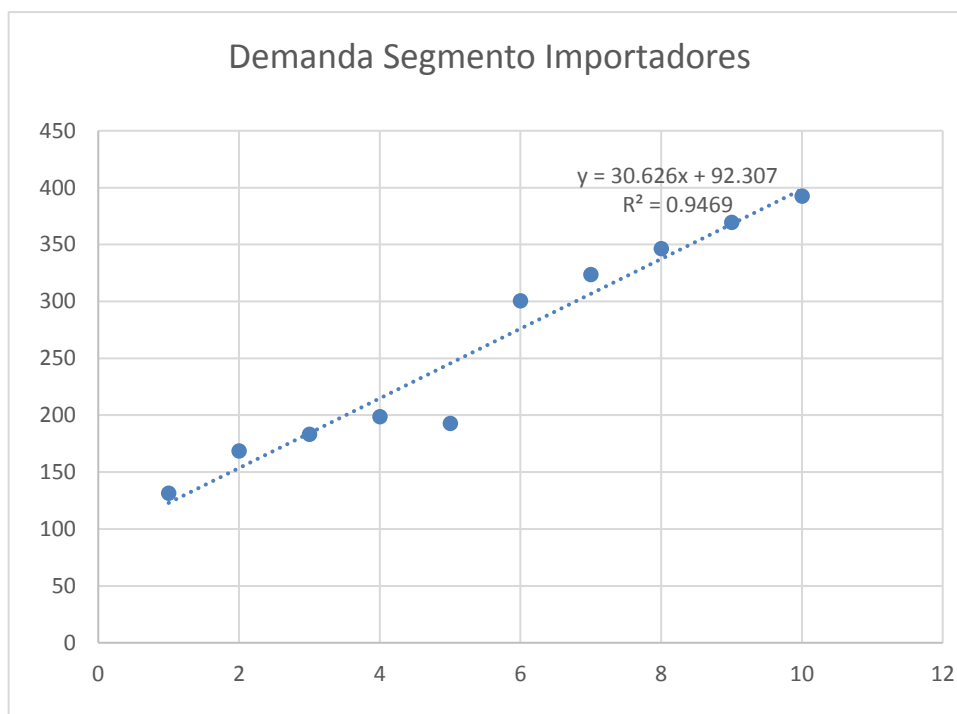
$$Y = a + bx$$

Tabla 54 Proyección de la demanda potencial segmento importadores

Proyección de la Demanda Potencial		2021	2022	2023	2024	2025
Cantidad de Empresas Importadoras		301	324	347	369	392

Elaboración: Propia

Ilustración 28 Grafica de la proyección de la demanda – Segmento Importadores



Elaboración: Propia

Segmento Exportadores

De acuerdo a la muestra se han determinado la cantidad de empresas exportadoras y en base a los datos de ADEX, tal como se ha indicado anteriormente, el 5.8% de las empresas no corresponden al segmento escogido, en la siguiente tabla se muestran la cantidad de empresas exportadoras que conforman la demanda potencial.

Tabla 55 Cantidad de empresas exportadoras de la muestra

CANTIDAD DE EMPRESAS	2015	2016	2017	2018	2019
EXPORTADORES	479	522	514	533	570
(-) 5.8% GRANDES EMPRESAS	28	30	30	31	33
DEMANDA POTENCIAL	451	492	484	502	537

Fuente: Veritrade (Desde Ene-18 al May-2020)

Elaboración: Propia

Tabla 56 Método Mínimo Cuadrados segmento exportadores

AÑO	PERIODO (X)	CANTIDAD DE EMPRESAS (Y)	X (Y)	X2
2015	1	451	451	1
2016	2	492	983	4
2017	3	484	1453	9
2018	4	502	2008	16
2019	5	537	2685	25
SUMATORIA	15	2466	7580	55

Elaboración: Propia

$$A = 439$$

$$B = 18$$

$$A = \frac{(\sum Y)(\sum X^2) - (\sum X)(\sum XY)}{n(\sum X^2) - (\sum X)^2} ; \quad B = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{n(\sum X^2) - (\sum X)^2}$$

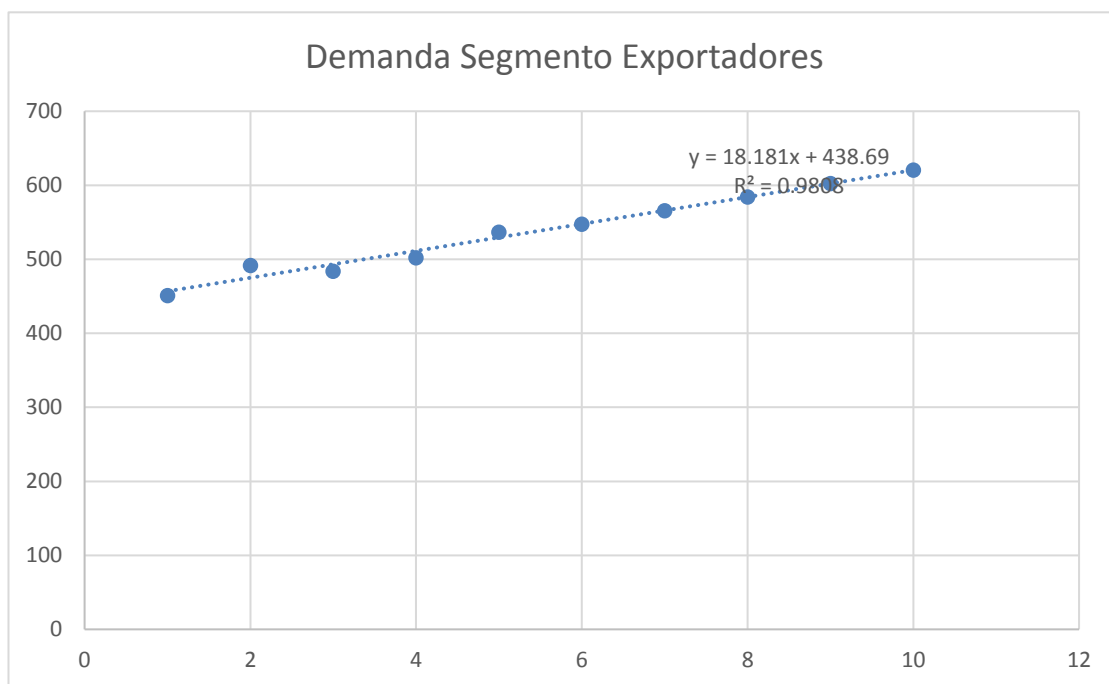
$$Y = a + bx$$

Tabla 57 Proyección de la demanda potencial segmento exportadores

Proyección de la Demanda Potencial		2021	2022	2023	2024	2025
Cantidad de Empresas Exportadoras		548	566	584	602	620

Elaboración: Propia

Ilustración 29 Gráfica de demanda proyectada – Segmento Exportadores



Teniendo en cuenta que es un proyecto nuevo que está iniciando en el mercado y la capacidad de captación de cliente de la empresa se considera el 40% de la demanda potencial del mercado, por consiguiente, en el siguiente cuadro se muestra la demanda potencial de Inca Deals EIRL

Tabla 58 Proyección de la demanda potencial Inca Deals EIRL

Proyección de la Demanda Potencial	1	2	3	4	5
Cantidad de Empresas Importadoras	120	129	139	148	157
Cantidad de Empresas Exportadoras	219	226	234	241	248
TOTAL	339	356	372	389	405

Elaboración: Propia

Debido a que el contexto mundial es muy variable las proyecciones a largo plazo son necesarias para trazar los objetivos de la empresa y alinear las acciones a

tomar, este plan de negocios opta por un análisis en base a las variables que pudieran influir positiva o negativamente, que nos permita obtener un factor de crecimiento para proyectar la demanda a un plazo de cinco años. Cabe mencionar que esta proyección debe ser constantemente reevaluada de acuerdo al contexto externo e interno de la empresa, de ese modo las decisiones podrán ser más certeras en el corto plazo.

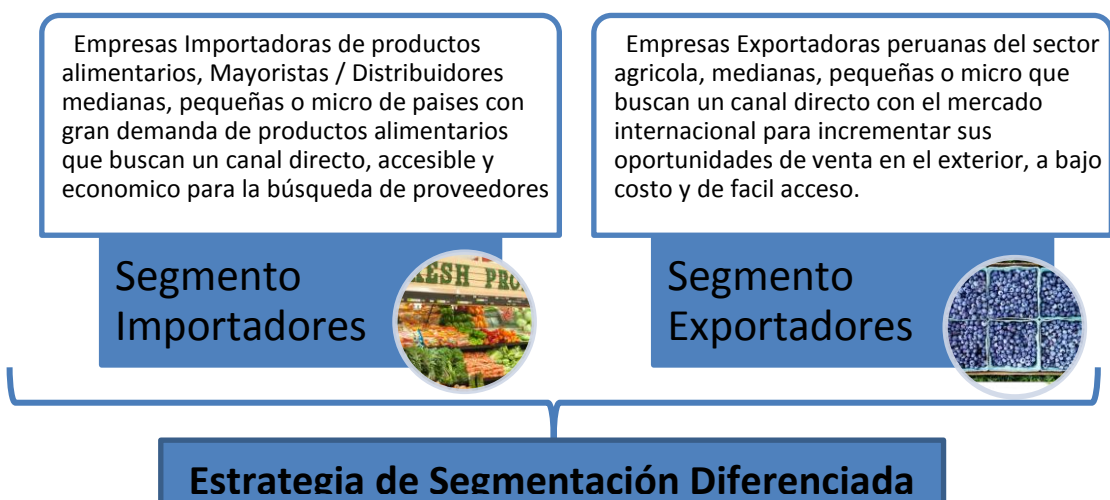
3.4. Estrategias de Ventas y Distribución

Para el planteamiento de estrategias de este plan de negocios se debe considerar que son dos segmentos de clientes los que deben ser atendidos.

3.4.1 Estrategias de segmentación

Según la Ilustración 34. Se han determinado los dos segmentos de usuarios a atender: importadores y exportadores, cada cual con sus necesidades propias que se complementan entre si a través de un canal que es el servicio ofrecido.

Ilustración 30 Segmentos de Usuarios Inca Deals



Elaboración: Propia

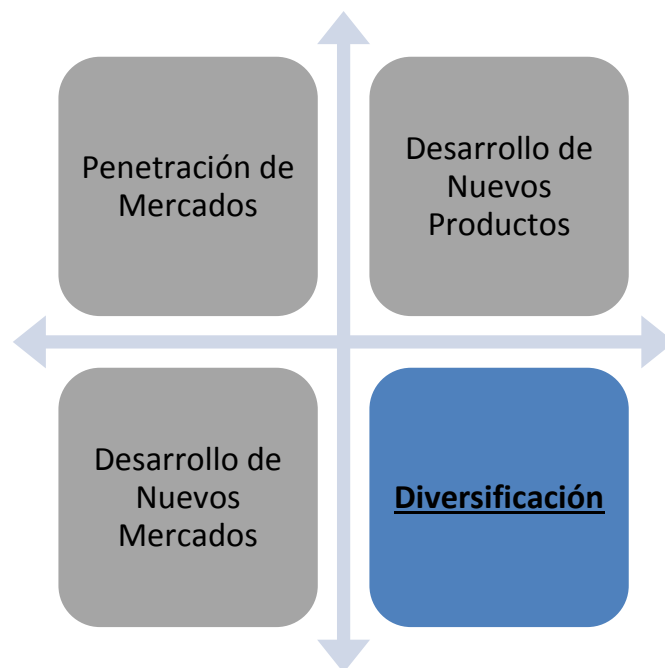
Debido a la existencia de dos segmentos de usuarios, se ha optado por la estrategia de segmentación diferenciada, para definir acciones específicas por cada segmento.

Cabe mencionar que esta estrategia significa una mayor inversión económica y un estudio más profundo para cada segmento.

3.4.2 Estrategias de posicionamiento

Para comenzar, se utilizará la herramienta Matriz de Igor Ansoff con el objetivo de identificar el status del proyecto en el presente, para tomar acciones y decisiones respecto al desarrollo y crecimiento del plan de negocios.

Ilustración 31 Matriz Ansoff Inca Deals EIRL



Elaboración: Propia

Según el análisis de la Matriz Ansoff el plan de negocios debe aplicar estrategias de crecimiento de Diversificación, esta estrategia es más costosa y arriesgada que las demás al ser una combinación del Desarrollo de Nuevos Productos y Nuevos Mercados, sin embargo, con las acciones correctas y con la calidad del servicio se puede lograr el éxito.

Como ya se ha mencionado anteriormente las estrategias deberán estar dirigidas para cada segmento de usuarios y para un plan más integral se utilizará el Marketing Mix.

Tabla 59 Marketing Mix por segmento de usuario de Inca Deals

Acciones	Segmento Importadores	Segmento Exportadores
Precio	<p>El servicio buscara destacarse al indicar que el precio es fijo, una membresía mensual que proporcionara al usuario ingresar y realizar la cantidad de operaciones que requiera.</p> <p>En comparación con la competencia que realiza un cobro porcentual de cada operación (entre 5% y 3%)</p>	<p>El servicio buscara destacarse al indicar que el precio es fijo, una membresía mensual que proporcionara al usuario ingresar y realizar la cantidad de operaciones que requiera.</p> <p>En comparación con la competencia que realiza un cobro porcentual de cada operación (entre 5% y 3%)</p>
Producto	<p>La empresa se debe asegurar de que el valor agregado del servicio sea comprendido por los clientes potenciales</p> <p>Es por eso que en la primera fase se ofrecerá gratuitamente el acceso de los clientes potenciales por un periodo de prueba de 60 días, para que pueda familiarizarse con la plataforma</p>	<p>La empresa se debe asegurar de que el valor agregado del servicio sea comprendido por los clientes potenciales</p> <p>Es por eso que en la primera fase se ofrecerá gratuitamente el acceso de los clientes potenciales por un periodo de prueba de 30 días, para que pueda familiarizarse con la plataforma</p>
Plaza	<p>Para captar la mayor cantidad de usuarios será necesario participar en Ferias Internacionales del sector, de eso modo se captarán los primeros usuarios.</p> <p>Desarrollar estrategias de posicionamiento digital en el buscador más importante Google.</p>	<p>Coordinación con los gremios de productores para realizar capacitaciones respecto a temas de interés del sector y a la vez promocionar el servicio.</p> <p>Desarrollar estrategias de posicionamiento digital en el buscador más importante Google.</p>
Promoción	<p>Contacto vía email con los clientes potenciales, atención personalizada</p> <p>Precios de lanzamiento.</p>	<p>Visitas personalizadas a los clientes potenciales y gremios.</p> <p>Precios rebajados por suscripción masiva.</p>
Publicidad	<p>Merchandising para los asistentes a ferias internacionales.</p> <p>Anuncios pagados en el buscador Google.</p>	<p>Columna publicitaria en medios escritos y digitales</p> <p>Merchandising a cada cliente potencial, identificando al trabajador</p>

		encargado de tomar decisiones de compra
--	--	---

Elaboración: Propia

Posicionamiento por Beneficio

Para lograr el posicionamiento del servicio, los esfuerzos se concentrarán en mostrar los beneficios del servicio, aclarar cuales son los valores agregados que le ofrece a su usuario y como responde a sus necesidades. Poniendo énfasis en el Mayor atributo del software: **Filtro Automático de las ofertas**

Es de vital importancia que los clientes puedan comprender en su totalidad el concepto y los beneficios que ofrece este nuevo servicio, que se animen a utilizarlo y constatar cómo funciona, para esto se ofrecen experiencias como el plazo inicial de prueba gratuita, asesoría telefónica o por chat y material impreso o digital explicativo.

3.5.- Estrategias de Promoción

Se deben considerar acciones que tengan gran impacto y generen respuesta inmediata. las acciones más importantes a tomar para promocionar Inca Deals son las siguientes:

Segmento Exportadores

- Publicar el lanzamiento de la plataforma en la Revista Agro & Exportación, dirigida al sector agroexportador y de distribución gratuita. Distribuir a lo largo del año 4 publicaciones.
- Capacitaciones respecto a temas de importancia para el sector y utilizar la congregación de clientes potenciales para promocionar el servicio.

- Concretar reuniones personalizadas con los gremios más importantes del sector, a través de la Asociación de Gremios Productores Agrarios del Perú AGAP.

Tabla 60 Gremios de Productores Peruanos, por producto

Producto	Gremio
Uva	PROVID Asociación de Productores de Uva de Mesa del Perú
Palta	PROHASS Asociación de Productores de Palta Hass del Perú
Arándanos	PROARANDANOS Asociación de Productores de Arándanos del Perú
Café	Cámara de Café y Cacao
Espárragos	Instituto Peruano del Espárrago y Hortalizas

Elaboración: Propia

- Concretar citas con los exportadores con mayor volumen de operaciones, con la persona encargada de compras.
- Material Informativo impreso y digital enviado por mail a los clientes potenciales
- Precios especiales por una cantidad de 20 o más usuarios pertenecientes al mismo gremio. Suscripciones corporativas.
- Publicar constantemente artículos de interés a través de la plataforma

Segmento Importadores

- Asistir a Ferias Internacionales – Expo alimentaria (Perú) y dar a conocer el concepto del servicio, entregar merchandising a los visitantes
- Anuncios pagados para obtener un buen posicionamiento en el buscador Google.
- Precios de lanzamiento, descuentos de 15% para los 3 primeros meses de uso, después de los primeros 60 días de uso sin cargo, debido a que es más difícil ingresar a este segmento por temas geográficos y la competencia. Se deben ofrecer mayores descuentos económicos.

- Enviar material informativo y la presentación del servicio a través de email a los clientes potenciales

4.- PLAN DE LOGÍSTICA INTERNACIONAL

Este servicio requiere de una e-logística, término que se le atribuye a la gestión logística de un negocio online, para operaciones comerciales B2B este factor es una pieza clave para el éxito del servicio.

De acuerdo a la naturaleza del servicio la e-logística abarca todos los servicios que tiene la plataforma para cumplir con lo ofrecido al usuario y asegure la efectividad, incluye la plataforma, la infraestructura digital y los servicios adicionales post venta.

4.1 Plataforma Inca Deals

La plataforma cuenta con las siguientes funcionalidades:

- a) Plataforma del exportador: funcionalidades de la plataforma del exportador
 - a. Inicio: Resumen de la actividad del exportador en la plataforma, registro de pago de membresía, conexión a PayPal, actualizar usuario y contraseña
 - b. Perfil de la empresa: información básica y catálogo de productos, Inca Deals coloca un logo de “Verificado” cuando constata que la información colocada es verídica.
 - c. Mensajería: Caja de mensajes internos
 - d. “Deals”: Pagina con el histórico de los contratos obtenidos, almacena: el requerimiento, la oferta, la alerta de la orden de compra o renegociación, los documentos de exportación. Y vía para enviar los documentos de exportación para las operaciones en curso y el numero tracking.

- e. “Importadores”: Pagina para buscar el perfil de los importadores usuarios de la plataforma.
 - f. “Mis Ofertas”: Pagina que muestra todas las ofertas enviadas.
 - g. “Requerimientos”: Página que muestra los requerimientos vigentes para que pueda enviar su oferta, y demás requerimientos vigentes ordenados por tipo de producto.
- b) Perfil de importador: datos básicos
- a. Inicio: Resumen de la actividad del importador en la plataforma, registro de pago de membresía, actualizar usuario y contraseña
 - b. Perfil de la empresa: información básica y productos de interés, Inca Deals coloca un logo de “Verificado” cuando constata que la información colocada es verídica.
 - c. Mensajería: Caja de mensajes internos.
 - d. “Deals”: Página con el histórico de las compras realizadas, almacena: el requerimiento, las ofertas recibidas, orden de compra o renegociación, los documentos de exportación recibidos. Y vía para recibir los documentos de exportación para las operaciones en curso y el numero tracking.
 - e. “Exportadores”: Página para buscar el perfil de los exportadores usuarios de la plataforma.
 - f. “Mis Requerimientos”: Pagina que muestra todos los requerimientos publicados.
 - g. “En Venta”: Página que muestra las los productos en venta de los exportadores, productos en stock de los exportadores ordenados por tipo de producto.
- c) Social: Pagina que permite la interacción entre usuarios, generando networks

- d) Inca Deals: Muestra el concepto del negocio, buzón de comunicación directa con el equipo de sectoristas de la empresa, guía de funcionamiento, redes sociales, términos y condiciones legales, política de privacidad de datos, aviso legal, aviso acerca del uso de cookies,
- e) “Buscar”: casilla que permite a usuarios en general a buscar productos o empresas.

4.2 Infraestructura Digital

Para la creación y funcionamiento de la plataforma digital se requieren seleccionar a los proveedores que ofrezcan el mejor servicio que asegure la efectividad y cumplimiento.

- a) Dominio: para el presente plan de negocios se ha determinado utilizar el nombre de dominio www.incadeals.pe, este se obtiene a través de un registrador de dominios que otorga el derecho de utilizarlo, se debe pagar una cuota anual.

Tabla 61 Evaluación de Registradores de Dominios

Características	NameCheap	Gandi	GoDaddy
Costo anual	\$ 58.98/año s/. 206.43/año	\$ 50/año s/. 175/año	\$ 79.99/año s/. 279.96/año
Simplicidad de Procesos	5/5	4/5	5/5
Reputación	9/10	8/10	10/10
Tiempo de respuesta del soporte técnico	24h	No indica	24h
WhoisGuard (Privacidad)	Gratis	Gratis	Gratis

Elaboración: Propia

Tras la evaluación de los posibles registradores de dominios se decide optar por NameCheap.

- b) Hosting: para el servicio de alojamiento web se ha optado por A2 Hosting, esta empresa tiene muy buena reputación en la actualidad, es un proveedor estadounidense que tiene una amplia trayectoria en el mercado, se destaca por su velocidad y es una de las 10 compañías de alojamiento más grandes del mundo.

Además, el servicio contratado es VPS Hosting, es decir un servidor virtual privado, que otorga alto grado de libertad.

Tabla 62 Evaluación de Proveedores de Hosting Web

VPS Hosting	BlueHost	HostGator	A2 Hosting
Servicio	Standard	Snappy 8000	Pinnacle+
Precio	\$ 960/año s/. 3,360/año	\$ 480/año s/. 1,650/año	\$600/año s/. 2,100/año
Copias de seguridad	CodeGuard	No incluye	CodeGuard
Velocidad	4 cores @ 2.3 GHz	4 cores	8 cores
Memoria RAM	4 GB RAM	8 GB RAM	8 GB RAM
Ancho de Banda	5 TB Bandwidth	3 TB Bandwidth	4 TB Bandwidth
Espacio en Disco	500GB (Mirrored) Storage	240 GB Disk Space	150 GB Disk Space
Certificado SSL	Gratis	Gratis	Gratis
Soporte Técnico	24h960/	24h	24h
Direcciones IP	3 IP Addresses	2 IP Addresses	3 IP Addresses

Elaboración: Propia

- c) Servicio Email: para el servicio de mensajería interno de la empresa se ha optado por contratar el servicio de G Suite por su funcionalidad y

reputación. El costo del servicio es de \$ 64.8/ anual por cada usuario del paquete básico.

En base a la estructura orgánica de la empresa son 6 trabajadores los que requerirán cuentas email. Con un costo total de \$ 388.8/anual o s/. 1,360.8/anual (tipo de cambio referencial de s/. 3.50)

- d) Desarrollo del Software: para el desarrollo del software se contratará a un programador FreeLancer que desarrollará el proyecto exclusivamente para Inca Deals bajo un contrato de trabajo que incluye la cláusula donde cede los derechos a la empresa. El ciclo de desarrollo inicia con el Diseño, continua con la codificación y por último se realizan las pruebas necesarias hasta construir el software planificado, este trabajo tiene un costo de USD 9,000.00 Posteriormente se ha considera contar con la asesoría externa del mismo programador para el mantenimiento del software web.

4.3 Servicios Adicionales – Post Venta

- a) Pasarela de Pago: es el servicio con el que se autorizan los pagos para negocios electrónicos, este factor es de vital importancia pues si no se consideran las opciones correctas puede ser una complicación y un motivo de perdida de usuarios, después del análisis de las mejores opciones se ha determinado que para brindarle la mayor comodidad a los clientes se trabajara con dos pasarelas de pago:
- PayU que es las más adecuada para pagos nacionales, pues es muy sencilla y con alto posicionamiento en el Perú.
 - PayPal para los usuarios nacionales y sobre todo internacionales que consideren esta una mejor opción por la confianza y posicionamiento mundial.

Es importante señalar que contar con dos pasarelas de pago significa una gestión de cobros con mayor complejidad, por lo que se considerará a Stripe

en reemplazo de ambas pasarelas, a su próximo ingreso al mercado peruano, el mismo que ya es muy inminente.

Tabla 63 Evaluación de Pasarelas de Pago

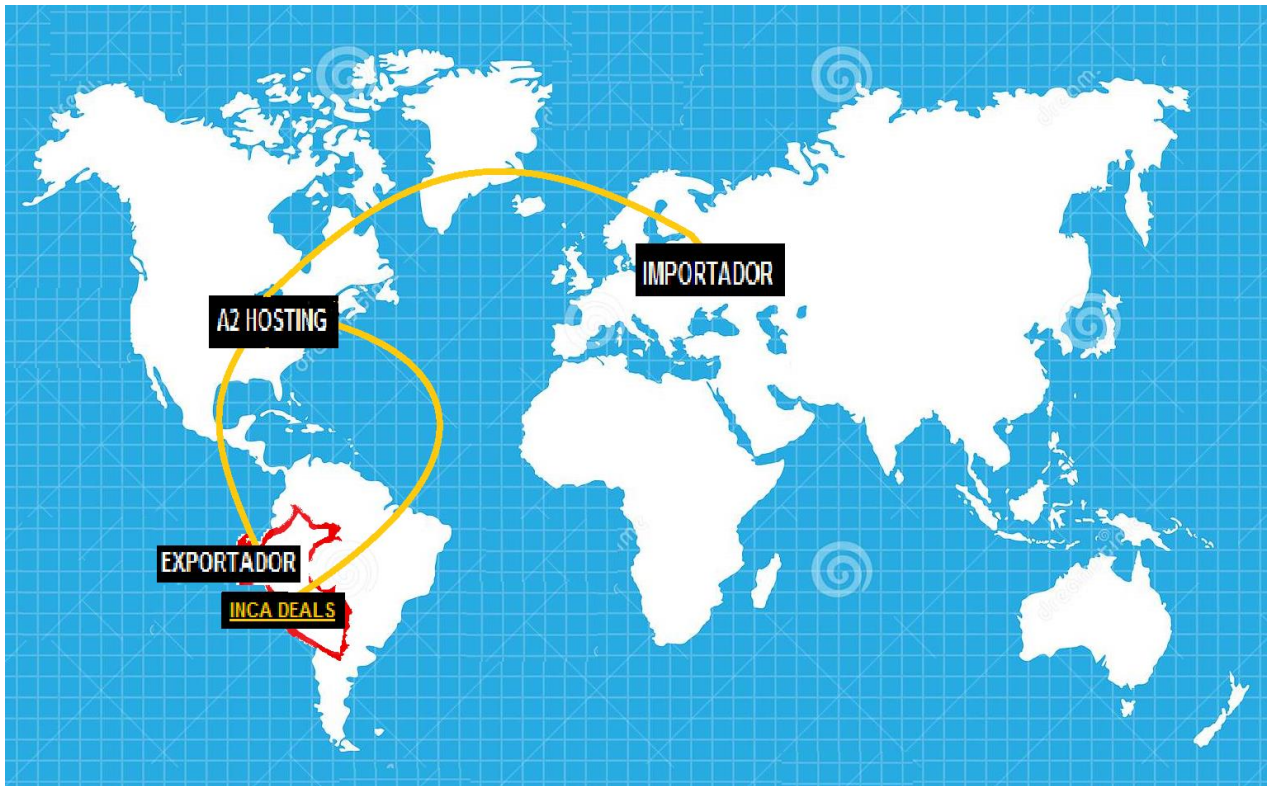
Criterios	PayPal	Stripe	PayU
Comisión	5.4% + \$ 0.30 5.4% + s/. 1.05	2.9% + \$ 0.30 2.9% + s/.1.05	4.59% + \$ 0.50 4.59% + s/. 1.75
Posicionamiento	200 países	39 países	7 países
Seguridad (SSL)	Cifrado de 168 Bits	PCI Nivel 1	PCI – DSS
Antifraude	Sistema de Verificación de PayPal	Radar Tool	Modulo Antifraude
Canal	Cuenta PayPal	Tarjeta Debito, Crédito, Bitcoin, Apple Play, Android Play, Transferencias Bancarias	Tarjeta Debito, Crédito, Pago en Bancos BCP, Transferencia o Deposito

Elaboración: Propia

- b) Buzón para envío de documentos y del número tracking: es una funcionalidad que le ofrece a los usuarios la alternativa de utilizar la plataforma como un único canal de comunicación e interacción.
- c) Atención personalizada para los usuarios: la plataforma busca brindar autonomía a sus usuarios, sin embargo, es importante el factor humano, es por eso que en la estructura organización se ha incorporado a un sectorista por cada segmento de usuarios (importadores / exportadores), quienes además de encargarse de las ventas, se encargaran del acompañamiento de los usuarios, absolver dudas, asegurarse de la constante actividad de los mismos en la plataforma y resolver problemas.

Todas estas consideraciones son necesarias para asegurar una buena experiencia en cada usuario y con eso la reputación de la empresa. En el siguiente grafico se visualiza la e-logística del servicio.

Ilustración 32 Diagrama de e-Logística del servicio de Inca Deals



Elaboración: Propia

5.- PLAN DE COMERCIO INTERNACIONAL

En esta etapa del plan de negocios se determinará el precio del servicio y los términos comerciales.

5.1.- Fijación de precios

El precio por definición es el valor pecuniario en que se estima algo, según (MEJIA, 2019) para la determinación del mismo existen factores a considerar:

- a) La demanda estimada
- b) La competencia
- c) Marketing Mix

5.1.1 Costos y precio

Para establecer la política de precios según (MEJIA, 2019) existe una metodología la cual consiste en seis pasos:

- 1) Objetivo de la fijación de precios: Ingresar al mercado, se trata de un servicio nuevo en etapa de penetración.
- 2) Determinar la demanda: según el análisis del plan de marketing la demanda potencial es 339 empresas con membresías para el primer año.
- 3) Estimación de costos: los costos fijos, variables y gastos operacionales serán evaluados en dólares americanos, con el tipo de cambio s/. 3.5

Costos Variables

Tabla 64 Comisión a los sectoristas (por cada suscripción)

Concepto	Precio de Venta inc. IGV	Costo Unitario	Costo Anual
Comisión PayPal - Importadores	320	18	2116
Comisión PayPal - Exportadores	320	18	3856
Comisión de PayPal			5973

Elaboración: Propia

La pasarela de pago debita automáticamente el 5.5% de cada pago recibido por los suscriptores.

Tabla 65 Comisión a los sectoristas (por cada suscripción)

Concepto	Costo Variable Unitario	Costo anual
Comisión de Venta	10.00	3394
TOTAL		3394

Elaboración: Propia

Se motivarán las actividades de los sectoristas y su capacidad de concretar mayor cantidad de suscripciones con una recompensa de USD 10 por cada suscripción.

Tabla 66 Mano de Obra Directa

Cargo	N° de trabajadores	Rem. Mensual	Rem. Anual (12 Rem.)	SIS Anual (S/. 15.00 mensual)	Gratificación 1 Rem. (No obligatoria)	Vacaciones 1/2 Rem.	Asignación Anual
Sectorista Importaciones	1	343	4114	51	343	171	4680
Sectorista Exportaciones	1	343	4114	51	343	171	4680
TOTAL		686	8229	103	686	343	9360

Elaboración: Propia

Los sectoristas son los encargados de contactar directamente con los posibles encargados de tomar la decisión de suscribirse al Marketplace. En el cuadro anterior se considera su pago básico fijo mensual.

Costos Fijos

Tabla 67 Costos de funcionamiento web (expresado en dólares)

Concepto	Costo mensual	Costo anual
Dominio	4.92	58.98
Hosting	50.00	600.00
Servicio de e-mail	32.40	388.80
TOTAL	87.32	1047.78

Elaboración: Propia

La tabla anterior muestra los servicios contratados para el funcionamiento de la plataforma en la web, se realizan contratos anuales con los proveedores seleccionados.

Tabla 68 Costo de Planilla (expresado en dólares)

Cargo	N° de trabajadores	Rem. Mensual	Rem. Anual (12 Rem.)	SIS Anual (S/. 15.00 mensual)	Gratificación 1 Rem. (No obligatoria)	Vacaciones 1/2 Rem.	Asignación Anual
Gerente General	1	629	7543	51	629	314	8537
As. Administrativo	1	371	4457	51	371	186	5066
Gerente Marketing	1	514	6171	51	514	257	6994
Gerente Comercial	1	514	6171	51	514	257	6994
TOTAL		2029	24343	206	2029	1014	27591

Tipo de Cambio Referencial: S/. 3.50

Elaboración: Propia

Gastos operacionales

Gastos Administrativos

Tabla 69 Costo de asesorías externas (expresados dólares)

Cargo	N° de trabajadores	Honorario Mensual	Asignación Anual
Contador	1	97.96	1175.51
Programador de Sistemas	1	65.31	783.67
		163.27	1959.18

Tipo de Cambio Referencial: S/. 3.50

Elaboración: Propia

Tabla 70 Costo de espacio de trabajo (expresado en dólares)

Concepto	Diario (inc. IGV)	Mensual (inc. IGV)	Anual (inc. IGV)
Coworking (6 personas)	25.00	750.00	9000.00

Tipo de cambio referencial: S/. 3.5

Elaboración: Propia

El servicio Coworking incluye: arrendamiento espacio de trabajo en oficinas premium, recepción y manejo de correspondencia, Fotocopias

e impresiones gratuitas, botiquín, extintores, ventiladores, horas en salas de reunión, Internet banda ancha, servicio de luz, agua, seguridad y limpieza. La empresa contratara un espacio adecuado para 6 personas, el cual tiene un costo de USD 750.00 mensuales.

Tabla 71 Gastos de Materiales de oficina anual (expresado en dólares)

Concepto	Cant anual	Unid	Costo Unitario (inc. IGV)	Anual (inc. IGV)
Hoja bond	30	paq	2.86	85.71
Archivadores	20	unid	4.29	85.71
Folder Manila	10	paq	2.86	28.57
Engrapador	12	unid	2.29	27.43
Grapas	10	caj	1.43	14.29
Perforador	12	unid	1.43	17.14
Lapicero	12	caj	2.43	29.14
Lápiz	6	caj	2.00	12.00
Sellos	6	unid	2.29	13.71
Calculadora	12	unid	4.29	51.43
Total				365.14

Tipo de cambio referencial: S/. 3.5

Elaboración: Propia

La tabla anterior fue muestra los gastos regulares de material de oficina para las seis personas que trabajan en la empresa.

Tabla 72 Gasto Línea Telefónica (expresado en dólares)

Concepto	Costo Unitario (inc. IGV)	Costo Total Mensual (inc. IGV)	Costo Total Anual (inc. IGV)
Línea Telefónica (6 líneas)	11.43	68.57	822.86

Tipo de cambio referencial: S/. 3.5

Elaboración: Propia

Asimismo, se considera el gasto de telefonía asignada al personal de la empresa

Gastos de Ventas

Tabla 73 Gasto de Merchandising (expresado en dólares)

Proveedor: Create Publicidad	Cant	Tipo	Frecuencia	Costo Unitario (inc. IGV)	Total, Mensual	Total, Anual
Lapiceros Publicitarios	100.00	Unid	mensual	0.18	17.53	210.38
Cuadernos Publicitarios	50.00	Unid	mensual	1.35	67.43	809.14
Flyers informativos (Ing./Esp)	300.00	Unid	mensual	0.07	21.24	254.88
Banner	4.00	Unid	anual	6.85		27.40
Volantes (Ing. - Esp)	500.00	Unid	mensual	0.02	11.80	141.60
Total						1443.40

Tipo de cambio referencial: S/. 3.5

Elaboración: Propia

Constituye la cantidad de material promocional que servirá para conectar con los clientes o posibles clientes.

Según el plan de marketing se realizarán cuatro publicaciones en la revista Agro & Negocios, cada publicación tiene un costo de 250 dólares americanos, el detalle en la siguiente tabla:

Tabla 74 Gastos de publicación en prensa escritas (expresado en dólares)

Concepto	Cant	Costo Unitario (inc. IGV)	Total, Anual (inc. IGV)
Revista Agro & Negocios	4 anuncios	250.00	1000.00
			1000.00

Elaboración: Propia

Asimismo, respecto a la asistencia a la Feria Internacional Expo alimentaria se considera únicamente la asistencia a la Feria de seis personas, mas no el alquiler de un stand. La feria de desarrolla en Lima y se desarrolla todos los años.

Tabla 75 Gastos de asistencia a Expo alimentaria (expresado en dólares)

Concepto	Cant	Costo Unitario (inc. IGV)	Total, Anual (inc. IGV)
Entrada a Feria Internacional	6 personas	28.57	171.43
Gastos de Representación	6 personas	20.00	120.00
			291.43

Tipo de cambio referencial: S/. 3.5

Elaboración: Propia

Respecto a los anuncios en Google Ads, la plataforma ofrece generar actividad en base a un presupuesto previamente asignado, el presupuesto asignado es de 250 dólares americanos mensuales.

Tabla 76 Gasto de publicidad digital (expresado en dólares)

Concepto	Cant	Costo Unitario	Total, Anual
Google Ads	12 meses	250.00	3000.00
			3000.00

Elaboración: Propia

Tabla 77 Herramienta de Investigación (expresado en dólares)

Concepto	Cant	Costo Unitario (inc. IGV)	Total, Anual (inc. IGV)
Veritrade	12 meses	63.92	767.00
			767.00

Elaboración: Propia

En conclusión, la estructura de costos del proyecto incluye los costos fijos y los gastos operacionales, este último incluye los gastos administrativos y gastos de venta, según se aprecia en la siguiente tabla el monto asciende a USD 66,014.00 Dólares Americanos.

Tabla 78 Estructura de Costos anual (expresado en dólares)

	Total, Anual
Costo Variable	18726
Comisión PayPal	5973
Comisión de Venta	3394
Mano de Obra Directa	9360
Costos Fijos	28639
Costos de funcionamiento web	1048
Costo de Planilla	27591
Gastos Operacionales	18649
Gastos Administrativos	12147
Costo de Asesorías Externas	1959
Gasto de espacio de trabajo	9000
Gasto material de oficina	365
Línea Telefónica	823
Gastos de Ventas	6502
Merchandising	1443
Publicación en Prensa Escrita	1000
Asistencia Feria Internacional	291
Publicidad Digital	3000
Investigación	767
TOTAL	66014

Elaboración: Propia

- 4) Analizar los costos, precios y ofertas de los competidores: la manera de cobrar de los competidores es diversa, pero los competidores que más se asemejan al modelo de negocio de este proyecto son PPFAM y SJN.PE.

Tabla 79 Precios de los competidores

Competidor	Tipo de cobro	Costo del Servicio
Alibaba	Porcentual, por cada operación	3%
PPFAM	Suscripción anual	USD 1200.00
SMATCOM	Cobra por publicidad	0
CHILE B2B	Plataforma Estatal	0
SJN.PE	Suscripción anual	EUROS 528
PERU MARKETPLACE B2B	Plataforma Estatal	0
MERCADO LIBRE B2B	Software SAP	No indica

Elaboración: Propia

- 5) Escoger método de fijación de precios: según (VALLADARES, 2018) existen cinco métodos para establecer el precio.

Tabla 80 Tipos de Métodos para fijar precio

	Método
Método de fijación de precios a partir de márgenes.	Se basa en establecer el precio del producto o servicio añadiendo el margen que se quiere obtener respecto a los costos que tenemos
Método de fijación de precios basado en un Precio Objetivo.	Se basa en conocer la cantidad de productos o servicios que se deben vender para que todos los costos queden cubiertos
Método de fijación de precios basado en la demanda.	Se pretende conocer el precio al cual los consumidores están dispuestos a comprar el producto o servicio y, a partir de ahí, ajustarse a sus necesidades
Método de fijación de precios basado en la competencia.	Se basa en conocer el precio que ha establecido la competencia a sus productos para fijar unos similares.
Método de fijación de precios basado en el valor.	Se basa en el valor que se entrega al consumidor y este percibe. Dependerá de la capacidad de percibir los beneficios del producto por parte de los clientes.

Fuente: (VALLADARES, 2018) Recuperado de:

<https://alvarovalladares.com/fijacion-de-precios/>

Elaboración: Propia

El método de fijación de precios elegido es el basado en la competencia, ya que este servicio se encuentra en la etapa de penetración en el mercado. Por medio de este método existen tres opciones: poner los mismos precios que la competencia, precios más bajos, precios más altos.

- 6) Seleccionar el precio final: en base al análisis previo se determina que el precio será menor al de la competencia pues se busca ingresar al mercado y obtener una amplia cuota.

En base a eso el precio del servicio será de USD 320 anual (inc. IGV).

Tabla 81 Precio del servicio (expresado en dólares)

Concepto	MEMBRESIA ANUAL (inc. IGV)
Precio Inca Deals	320.00

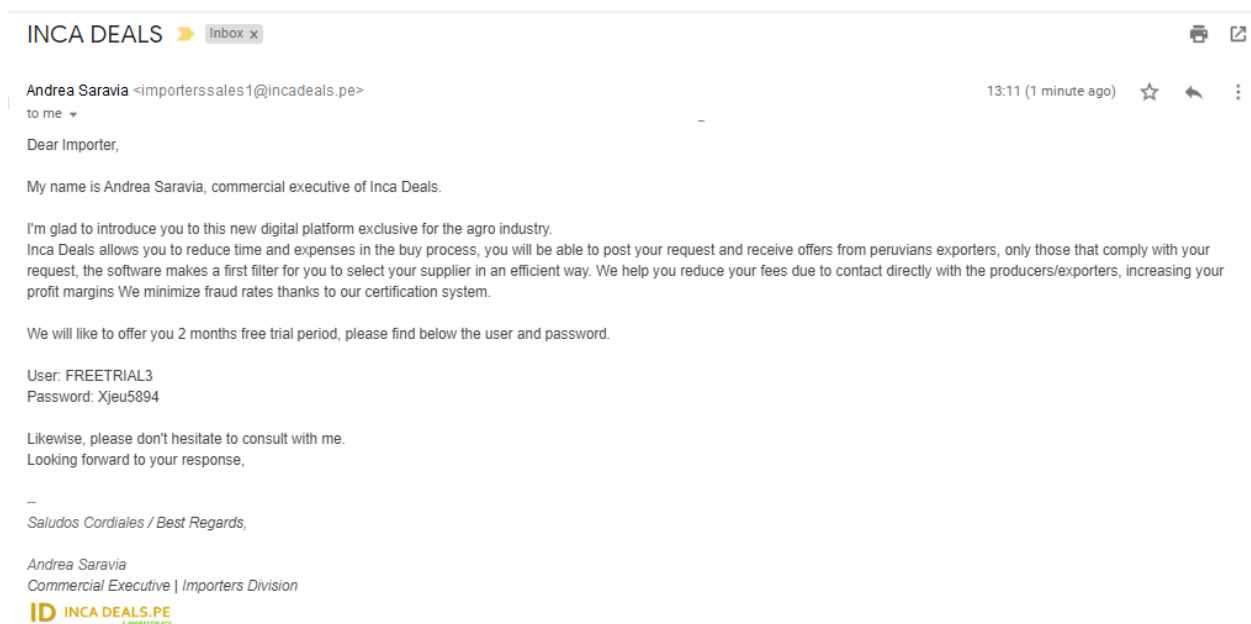
Elaboración: Propia

5.1.2 Cotización internacional

Al generarse el primer contacto con los usuarios potenciales se estimula el interés de los mismos con el uso gratuito del servicio por un periodo determinado para que el usuario pueda constatar por su experiencia propia los beneficios del servicio, al ser un servicio con ciertas características exclusivas será necesario la estrategia de periodos de prueba gratis.

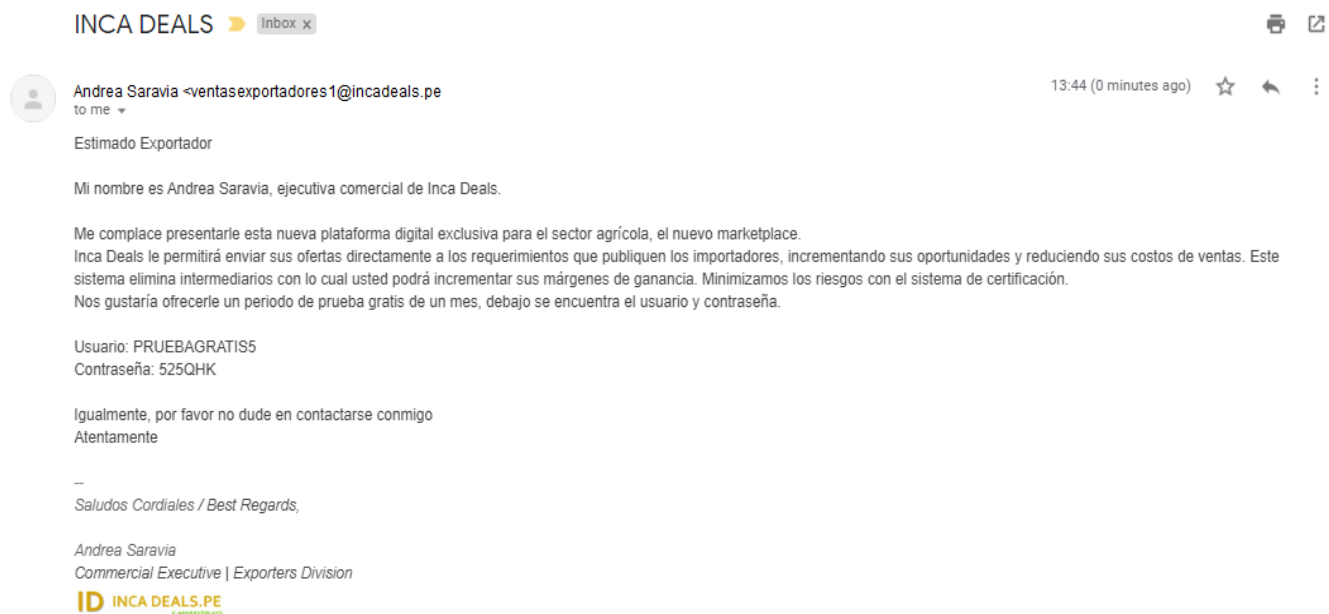
El contacto directo de la empresa con los usuarios será a través de los Sectoristas de cada segmento (importadores / exportadores) y así generar una conexión confiable con el usuario, mostrando que el servicio le ofrece autonomía, pero tiene capacidad de respuesta ante sus necesidades específicas.

Ilustración 33 Formato de contacto por correo - Importadores



Elaboración: Propia

Ilustración 34 Formato de contacto por correo - Exportadores



Elaboración: Propia

5.2.- Contrato de adquisición del servicio y sus documentos

Según el (CODIGO CIVIL PERUANO , 1997) el contrato es un acto jurídico plurilateral, referente a una relación jurídica obligacional de carácter patrimonial, que quedan concertados por el consentimiento de las partes, excepto aquellos en los que el consentimiento debe expresarse con la formalidad prescrita por la ley. Los contratos deben negociarse, concertarse y ejecutarse según las reglas de buena fe y común intención de las partes.

Para el presente plan de negocios el contrato se concertará entre la plataforma y sus usuarios, sean estos peruanos (exportadores) o extranjeros (importadores), a través de su aceptación de las condiciones generales de contratación toda vez que haya registrado su cuenta y realice el pago correspondiente.

Los Contratos que deberán ser firmados por los usuarios son dos:

- Aviso de Política de Privacidad
- Condiciones Generales de Contratación del servicio.

Estos documentos serán “firmados “digitalmente al indicar su conformidad marcando la opción de aceptación en la plataforma web. Cabe mencionar que la web tiene disponibilidad en español e inglés por lo que los usuarios pueden revisarlo en su idioma predilecto.

POLÍTICA DE PRIVACIDAD

El presente Política de Privacidad establece los términos en que INCA DEALS EIRL usa y protege la información que es proporcionada por sus usuarios al momento de utilizar su sitio web. Esta compañía está comprometida con la seguridad de los datos de sus usuarios. Cuando le pedimos llenar los campos de información personal con la cual usted pueda ser identificado, lo hacemos asegurando que sólo se empleará de acuerdo con los términos de este documento. Sin embargo, esta Política de Privacidad puede cambiar con el tiempo o ser actualizada por lo que le recomendamos y enfatizamos revisar continuamente esta página para asegurarse que está de acuerdo con dichos cambios.

Información que es recogida

Nuestro sitio web podrá recoger información personal, por ejemplo: Nombre, información de contacto como su dirección de correo electrónica e información demográfica. Además, el sitio web podrá recoger información respecto a la persona jurídica, tal como: Nombre de la compañía, Numero de Identidad Jurídica, dirección, entre otros. Así mismo cuando sea necesario podrá ser requerida información específica para procesar algún pedido o realizar una entrega o facturación.

Uso de la información recogida

Nuestro sitio web emplea la información con el fin de proporcionar el mejor servicio posible, particularmente para mantener un registro de usuarios, de pedidos en caso que aplique, y mejorar nuestros productos y servicios. Es posible que sean enviados correos electrónicos periódicamente a través de nuestro sitio con ofertas especiales, nuevos productos y otra información publicitaria que consideremos relevante para usted o que pueda brindarle algún beneficio, estos correos electrónicos serán enviados a la dirección que usted proporcione y podrán ser cancelados en cualquier momento.

INCA DEALS EIRL está altamente comprometido para cumplir con el compromiso de mantener su información segura. Usamos los sistemas más avanzados y los actualizamos constantemente para asegurarnos que no exista ningún acceso no autorizado.

Cookies

Una cookie se refiere a un fichero que es enviado con la finalidad de solicitar permiso para almacenarse en su ordenador, al aceptar dicho fichero se crea y la cookie sirve entonces para tener información respecto al tráfico web, y también facilita las futuras recurrentes. Otra función que tienen las cookies es que con ellas las webs pueden reconocerte individualmente y por tanto brindarte el mejor servicio personalizado de su web.

Nuestro sitio web emplea las cookies para poder identificar las páginas que son visitadas y su frecuencia. Esta información es empleada únicamente para análisis estadístico y después la información se elimina de forma permanente. Usted puede eliminar las cookies en cualquier momento desde su ordenador. Sin embargo, las cookies ayudan a proporcionar un mejor servicio de los sitios web, estás no dan acceso a información de su ordenador ni de usted, a menos de que usted así lo quiera y la proporcione directamente. Usted puede aceptar o negar el uso de cookies, sin embargo, la mayoría de navegadores aceptan cookies automáticamente pues sirve para tener un mejor servicio web. También usted puede cambiar la configuración de su ordenador para declinar las cookies. Si se declinan es posible que no pueda utilizar algunos de nuestros servicios.

Control de su información personal

En cualquier momento usted puede restringir la recopilación o el uso de la información personal que es proporcionada a nuestro sitio web. Cada vez que se le solicite rellenar un formulario, como el de alta de usuario, puede marcar o desmarcar la opción de recibir información por correo electrónico. En caso de que haya marcado la opción de recibir nuestro boletín o publicidad usted puede cancelarla en cualquier momento.

Esta compañía no venderá, cederá ni distribuirá la información personal que es recopilada sin su consentimiento, salvo que sea requerido por un juez con un orden judicial.

INCA DEALS EIRL Se reserva el derecho de cambiar los términos de la presente Política de Privacidad en cualquier momento.

Este contrato de términos y condiciones especifica la información recabada por la web de cada usuaria y el uso que recibirá, las cookies y el control de los usuarios respecto a la información proporcionada.

CONDICIONES GENERALES DE CONTRATACIÓN DEL SERVICIO

Las presentes condiciones regularizan la relación jurídica entre Inca Deals EIRL y el Importador o Exportador (en adelante, el Usuario) respecto a cualquier servicio suscrito por este. A dicho servicio le resultarán aplicables las presentes Condiciones generales, que Inca Deals tiene publicadas en el sitio web y que el Usuario declara conocer.

Primera. - De Definiciones y Objeto

1.1. En virtud del presente contrato, Inca Deals EIRL prestará al Usuario los servicios especificados en la cláusula de “Aceptación del Servicio” (en adelante, el Servicio).

1.2. Definiciones: Servicio: conjunto de soportes comerciales que ofrece Inca Deals EIRL con el fin de que el Usuario publique su requerimiento y/o envíe su oferta comercial a través de la web y se asegure un uso correcto de los mismos. INCA DEALS EIRL se reserva la posibilidad de cambiar las condiciones de cualquier servicio en cualquier momento o a dar por finalizado un servicio específico.

Segundo. – Aceptación del Servicio

2.1 Inca Deals EIRL ofrece a cambio de una retribución económica un espacio en el software web, que le permite al Usuario construir un perfil comercial con información básica, establecer contacto con otros usuarios, enviar mensajes privados, publicar información en la página “Social”, verificar las estadísticas de su perfil (cantidad de visitas, cantidad de actividad). El Usuario Importador tiene la opción de publicar sus requerimientos y recibir ofertas, mientras que el Usuario Exportador tiene la opción de participar activamente en los requerimientos públicos y elaborar sus ofertas comerciales.

2.2 El Usuario acepta que Inca Deals EIRL revise la información proporcionada por sí mismo para verificar su autenticidad y le permite que muestre su distintivo de “Verificado” cuando se haya realizado el proceso respectivo.

2.3 La retribución económica asciende a USD 1100.00 por doce meses del servicio. El servicio puede ser contratado también por un periodo mínimo de un mes, con

la retribución económica de USD 100.00. El periodo contratado es contado desde el minuto exacto de emitir el pago.

2.4 Inca Deals emitirá un documento factura al recibir el pago como comprobante del servicio contratado. El documento será enviado al usuario a través de su mensajería interna propia de la plataforma y al correo electrónico que haya indicado.

Tercero. - Obligaciones y manifestaciones

3.1. El Usuario declara que la actividad y contenidos del Usuario cumple con las Condiciones legales del Servicio.

3.2. INCA DEALS EIRL se reserva el derecho a suspender temporalmente la prestación del Servicio por la eventual necesidad de efectuar operaciones de mantenimiento, reparación, actualización o mejora de dicho Servicio. Asimismo INCA DEALS EIRL se reserva el derecho de modificar las presentes Condiciones, así como los sistemas, contenidos y servicios relacionados con los mismos, avisando de ello al Usuario con una antelación no inferior a quince (15) días naturales a través del menú privado del Usuario en INCA DEALS EIRL y/o mediante correo electrónico a la dirección facilitada por el Usuario; la continuación por el Usuario en el uso del Servicio prestado por INCA DEALS EIRL tras la comunicación de modificaciones por INCA DEALS EIRL supondrá la aceptación por el Usuario de tales modificaciones.

3.3. Asimismo, el Servicio está condicionado por el estado de la red de telecomunicaciones Internet, por lo que INCA DEALS EIRL no será responsable por interrupciones, demoras, errores, o mal funcionamiento del Servicio y otros inconvenientes que tengan su origen en causas que se escapen del control de INCA DEALS EIRL, y/o debida a una actuación negligente, dolosa o culposa del Usuario y/o tenga por origen causas de fuerza mayor.

3.4. INCA DEALS EIRL, salvo lo enunciado específicamente en estas condiciones y en las condiciones especiales, no se responsabiliza del rendimiento económico y resultados comerciales del Servicio.

3.5. El incumplimiento de cualquier obligación por parte del Usuario, en especial la carga de datos incorrectos y el incumplimiento en el pago, facultará a INCA DEALS EIRL para, en su caso, proceder a la suspensión inmediata de cualquiera de los Servicios contratados por el Usuario por el tiempo que dure

Cuarta. - Precio y condiciones de pago

4.1. En contraprestación al Servicio, el Usuario se obliga a satisfacer puntualmente todos los pagos debidos en virtud de lo establecido en este contrato. En este sentido, el Usuario abonará a INCA DEALS EIRL la cantidad devengada por el Servicio prestado según las tarifas puestas en conocimiento del Usuario, establecidas en la cláusula Aceptación del Servicio” o vigentes en cada momento.

4.2. En caso de incumplimiento por parte del Usuario de los pagos establecidos, INCA DEALS EIRL podrá, suspender el Servicio y considerar resuelto de pleno derecho el presente contrato, siendo exigible el importe de los servicios efectivamente prestados. Asimismo, el Usuario deberá pagar por anticipado la totalidad de las anualidades o mensualidades.

Quinta. - Prohibición de cesión del contrato y cambio de circunstancias

5.1. El Usuario no puede revender, ceder o transmitir de cualquier modo el presente contrato ni los derechos derivados del mismo. Cualquier reventa, cesión o transmisión por el Usuario del presente contrato o de sus derechos será nula frente a INCA DEALS EIRL y constituirá causa automática e inmediata de resolución del contrato.

5.2. Las partes deberán informarse mutuamente de las alteraciones de las circunstancias que puedan influir en el presente contrato.

Sexta. - Entrada en vigor, duración e inicio del Servicio

6.1. El presente contrato entrará en vigor en el momento que el Usuario manifiesta su conformidad y aceptación de las presentes Condiciones. Se entenderá que el Usuario manifiesta dicha conformidad y aceptación desde que se concluya el proceso de contratación online del Servicio e INCA DEALS EIRL reciba el pago establecido.

6.2. Duración del Servicio. El presente contrato tiene una duración anual o mensual según el plan requerido por el Usuario y se renovará tácitamente cada vez que el Usuario realice el pago respectivo.

Séptima. - Extinción del contrato. Interrupción definitiva del contrato

El presente contrato se extinguirá por las causas generales de extinción de los contratos y, en particular, por las que se establecen en la cláusula sexta y en caso de que la otra incumpliera cualquiera de sus obligaciones contenidas en el presente contrato, y, no subsanase tal incumplimiento en el término de siete (7) días naturales contados a partir del vencimiento de dicha obligación, o desde el conocimiento de tal circunstancia. En caso de que el incumplimiento fuera por parte del Usuario, durante dicho tiempo INCA DEALS EIRL podrá suspender el Servicio, sin que ello suponga exoneración del pago por parte del Usuario durante el período de suspensión. Las comunicaciones entre las Partes respecto a la finalización del Servicio deberán realizarse a través correo electrónico con acuse de recibo asignado por las Partes para la comunicación entre ellas. En ningún caso la extinción de este contrato exonerará al Usuario de sus obligaciones de pago frente a INCA DEALS EIRL por la utilización del Servicio.

Octava. - Comunicación efectiva

Todas las comunicaciones y/o notificaciones que puedan efectuarse en relación con el presente Contrato deberán realizarse a través de correo electrónico con acuse de recibo asignado por las Partes para la comunicación entre ellas. Asimismo, INCA DEALS EIRL podrá utilizar como sistema de comunicación la inclusión de un mensaje en el Menú de Centro. Salvo que la normativa vigente establezca un plazo distinto, INCA DEALS EIRL podrá modificar este Contrato, e informará de la citada modificación por una de las siguientes vías: (i) bien mediante notificación individual escrita al Usuario con una antelación mínima de 15 días respecto a su entrada en vigor o (ii) bien mediante publicación de la modificación, con dos meses de antelación a su entrada en vigor, en el menú de Centro y en la página web de INCA DEALS EIRL.

Novena. - Ley aplicable y jurisdicción

La declaración de cualquiera de estas cláusulas como nula, inválida o ineficaz no afectará a la validez o eficacia de las restantes, que permanecerán siendo vinculantes para las partes. La renuncia por cualquiera de las partes a exigir en un momento determinado el cumplimiento de una cualquiera de las Condiciones generales estipuladas en el presente documento no implicará la renuncia con carácter general ni creará derecho adquirido para la otra parte. El presente Contrato se regirá por la legislación española, que será aplicable con relación a su validez, interpretación, ejecución y cumplimiento. Cualquier discrepancia derivada de la interpretación del presente contrato, será sometida a los Juzgados

y Tribunales de Barcelona ciudad, renunciando, en consecuencia, ambas partes expresamente a su fuero interno.

El documento de Condiciones Generales de Contratación del Servicio deberá ser aceptado por el usuario al momento de crear su cuenta y realizar el pago por el servicio, como muestra de su aceptación y conocimiento del mismo deberá marcar la opción correspondiente en la misma plataforma.

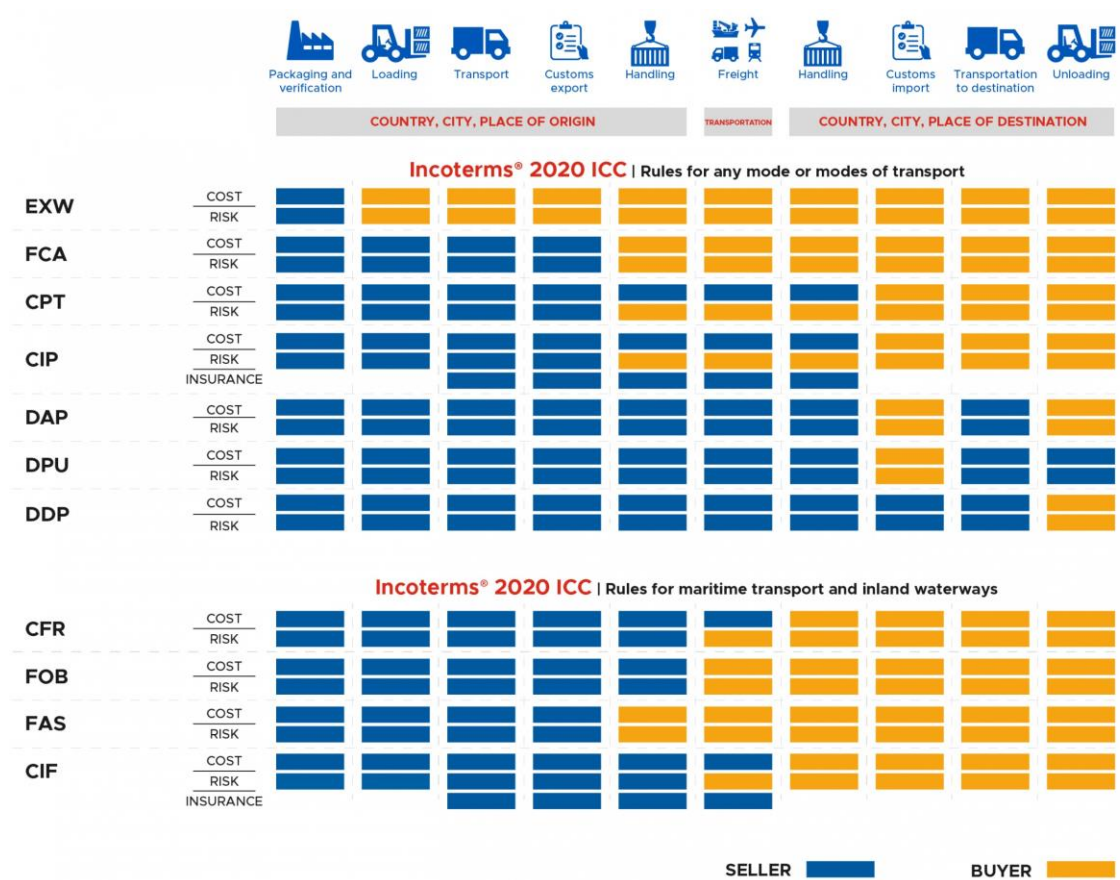
5.3 Elección y aplicación del Incoterm

El servicio en el que se basa el presente plan de negocios, Inca Deals EIRL Marketplace, no aplica la utilización de Incoterms directamente ya que es un servicio que se internacionaliza digitalmente.

Sin embargo, en la actividad que realizan los usuarios dentro de la plataforma se utilizan los términos Incoterms para las negociaciones, es por eso que la plataforma incluye información al respecto al alcance de todos los usuarios.

En la imagen anterior se muestra el interfaz de la elaboración de la oferta realizada por los exportadores, como ejemplo de la ubicación de la información adicional que la plataforma ofrece a sus usuarios para generar una negociación más amigable y accesible, especialmente para aquellos que están ingresando al mundo de los negocios internacionales.

Ilustración 35 Incoterms 2020



Fuente: TIBA Recuperado de: <https://www.tibagroup.com/blog/incoterms-2020>

5.4.- Determinación del medio de pago y cobro

Políticas de Cobro

Según el documento de Condiciones Generales de Contratación del servicio la política de la empresa respecto al pago del servicio se destaca que:

- El servicio debe ser pagado POR ANTICIPADO, una vez realizado el pago se habilitará el acceso al servicio por el tiempo determinado.
- El cobro será realizado a través PayPal o PayU según corresponda, tal como se describe en el plan de logística. Dichas pasarelas de pago realizan la transferencia del dinero cobrando una comisión la cual será asumida por la empresa y se encuentra incluida en el precio final.

Políticas de Pago

Según la naturaleza de la empresa y de las negociaciones con los proveedores las políticas de pago con las siguientes:

Costos Fijos

- Los servicios de funcionamiento del software web deben ser pagados con anticipación, al momento de adquirir el servicio.
- El pago a la Planilla se realizará mensualmente, el último día de cada mes.
- El pago a los asesores externos se realizará mensualmente, el último día de cada mes.
- El pago del servicio Coworking, se realizará mensualmente por anticipado.

Gastos Operacionales

Gastos Administrativos

- Se trabajará con un proveedor local que abastezca los materiales de oficina, y el pago se negociará con crédito a 15 días a partir de la entrega de los productos.

Gastos de Ventas

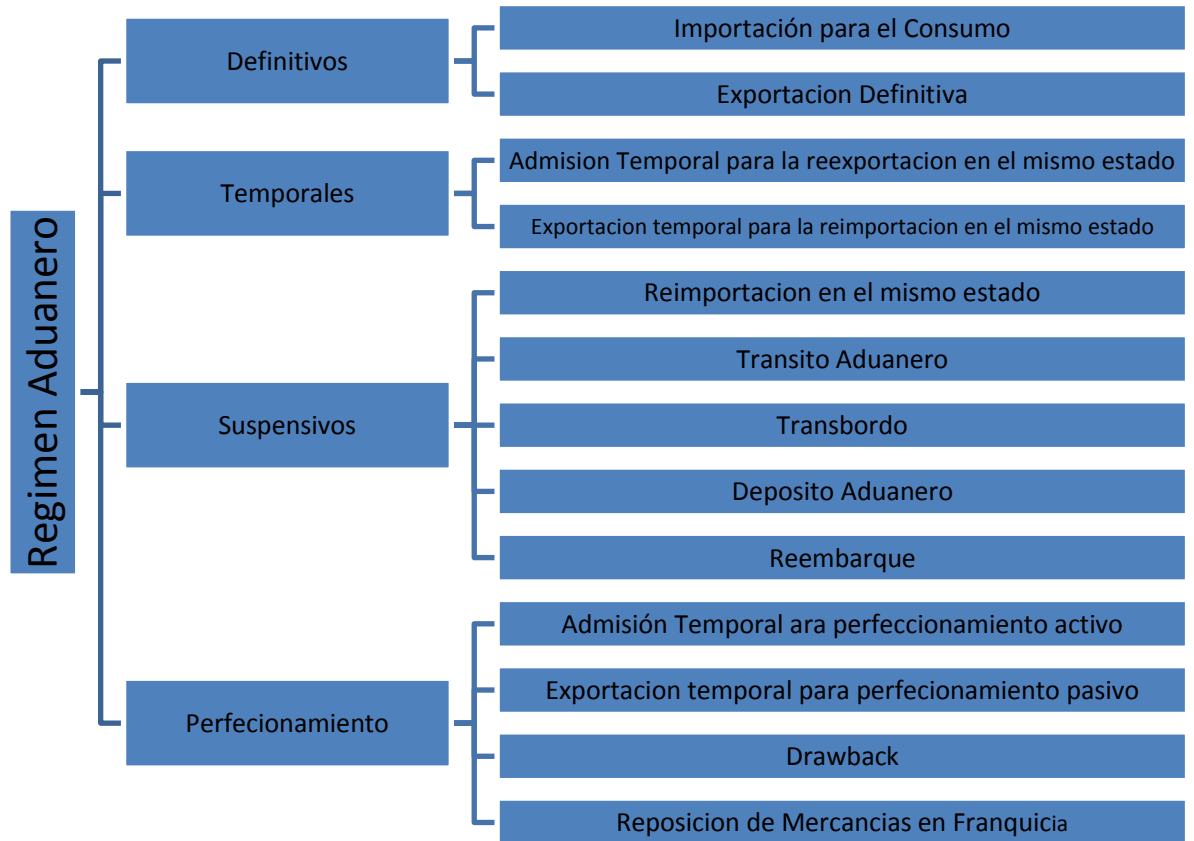
- Respecto a los gastos de venta, de acuerdo a la naturaleza de cada producto o servicio adquirido se negociarán los pagos por anticipado y en lo posible a crédito.

5.5.- Gestión aduanera del comercio internacional

El presente plan de negocios no contempla una gestión aduanera directamente ya que se comercializa un servicio intangible. Sin embargo, la plataforma genera operaciones comerciales que requieren de la gestión aduanera internacional entre exportadores peruanos e importadores extranjeros.

En el segmento de exportadores rige la gestión aduanera peruana la cual considera los siguientes regímenes aduaneros.

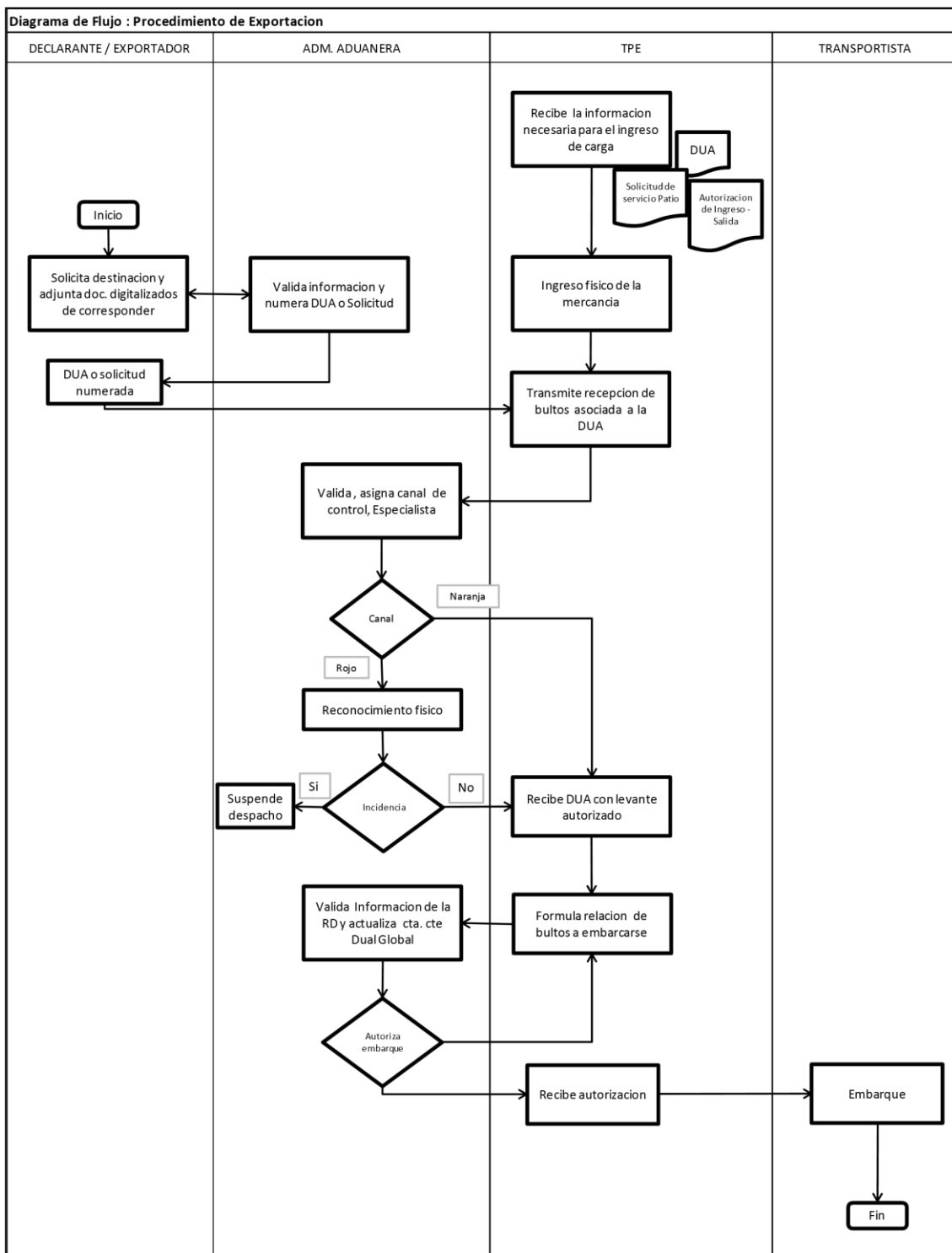
Ilustración 36 Regímenes Aduaneros Perú



Elaboración: Propia

Por la naturaleza de los productos a exportar generalmente el régimen utilizado es la Exportación Definitiva.

Ilustración 37 Flujo de Exportación Definitiva



Fuente: TERMINALES PORTUARIOS EUROANDINOS

Respecto al segmento de importadores, ellos aplicarán la gestión aduanera que corresponda con cada país de destino, de acuerdo a su responsabilidad según el Incoterm negociado.

Asimismo, teniendo en cuenta la naturaleza de los productos que se comercializaran en la plataforma web es interesante presentar la trazabilidad de los cinco productos más exportados por el Perú.

Tabla 82 Tipología de productos

Productos Frescos o Congelados	Uva
	Aguacate
	Arándanos
	Espárragos
	Productos secos
	Café

Elaboración: Propia

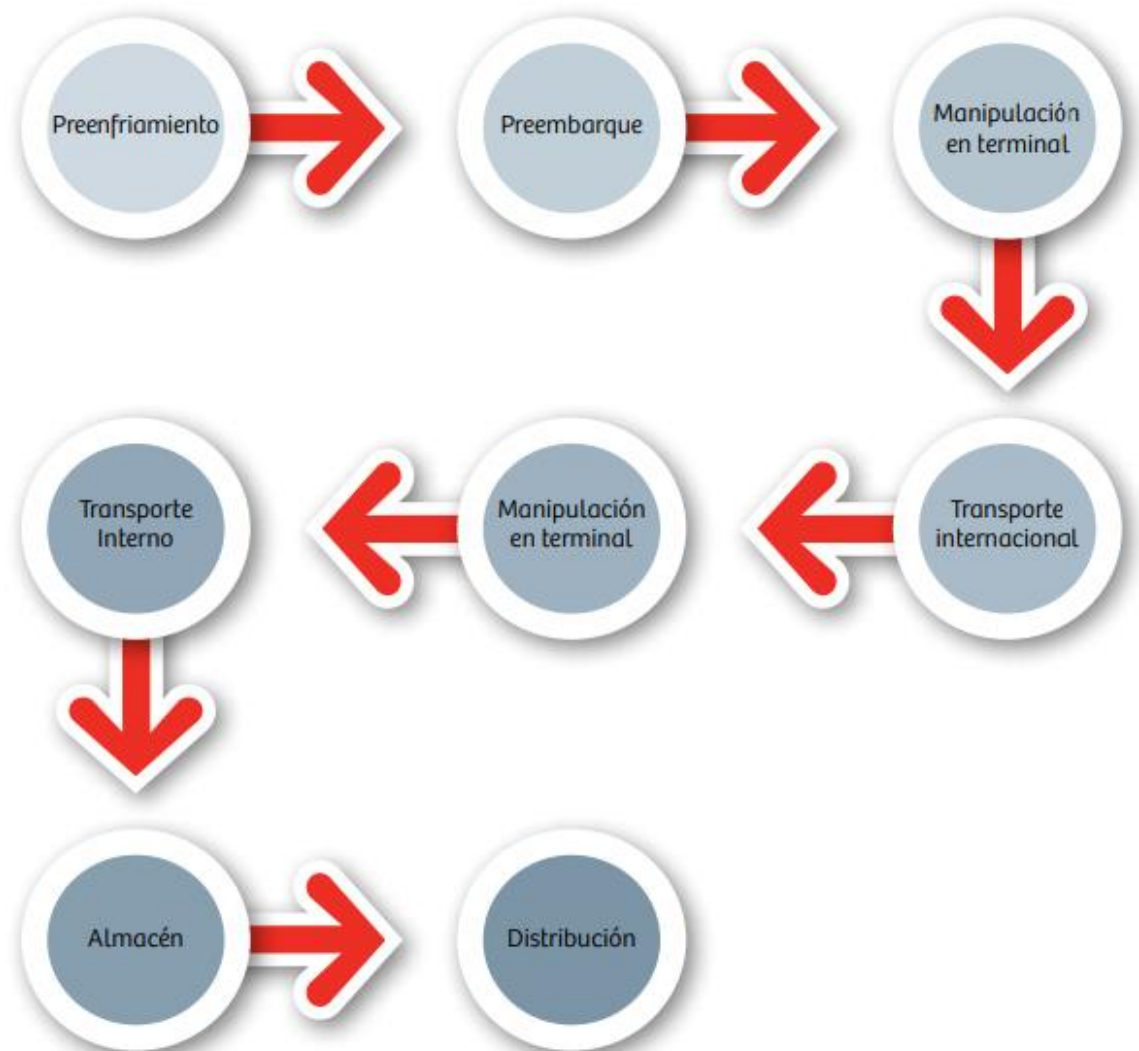
Ilustración 38 Trazabilidad de Productos Frescos o Congelados

Destino	Estados Unidos	Peso kg	30.000	Origen	Plura	Total días	40			
Trazabilidad de operaciones. Envío marítimo de productos frescos o congelados										
Origen						Destino				
Fase 1	Fase 2	Fase 3	Fase 4	Fase 5	Fase 6	Fase 7	Fase 8	Fase 9	Fase 10	Fase 11
Cosecha	Selección calibre	Empaque cámara de frío	Despacho y tránsito	Zona de enchufe terminal	Trámite de aduana	Ingreso a terminal marítimo	Tránsito	Recepción terminal	Trámite en aduana	Delivery cámara cliente
Días										
3	3	3	3	5	2	2	15	2	3	2

Fuente: Guía de Exportación de Productos Perecibles (PROMPERU , 2013)

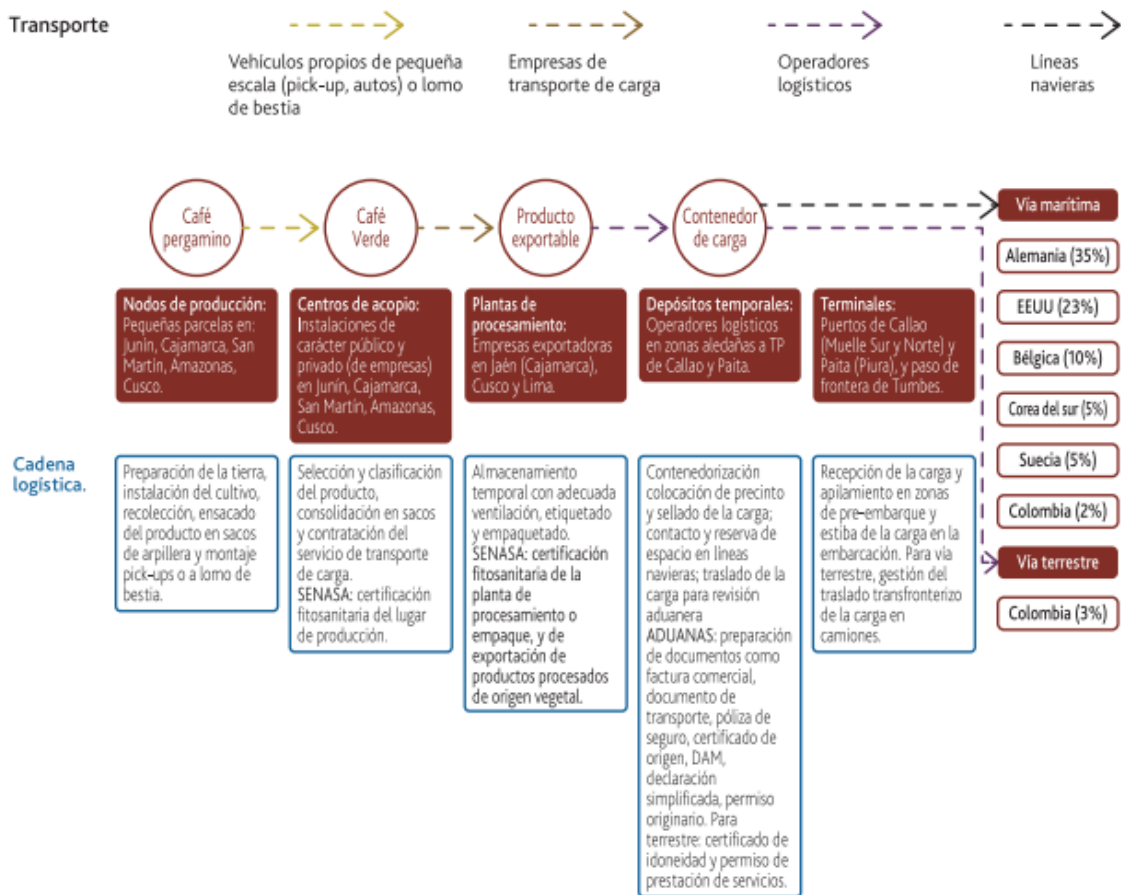
Para la exportación de los productos congelados es importante tener en cuenta la Cadena de frío, en el siguiente grafico se observan las etapas por las que debe pasar el producto para llegar a destino en buen estado.

Ilustración 39 Etapas de la Cadena de Frío de Exportación



Fuente: Guía de Exportación de Productos Perecibles (*PROMPERU*, 2013)

Ilustración 40 Trazabilidad de la exportación del Café



Fuente: Análisis Integral de la Logística en el Perú (MINCETUR, 2018)

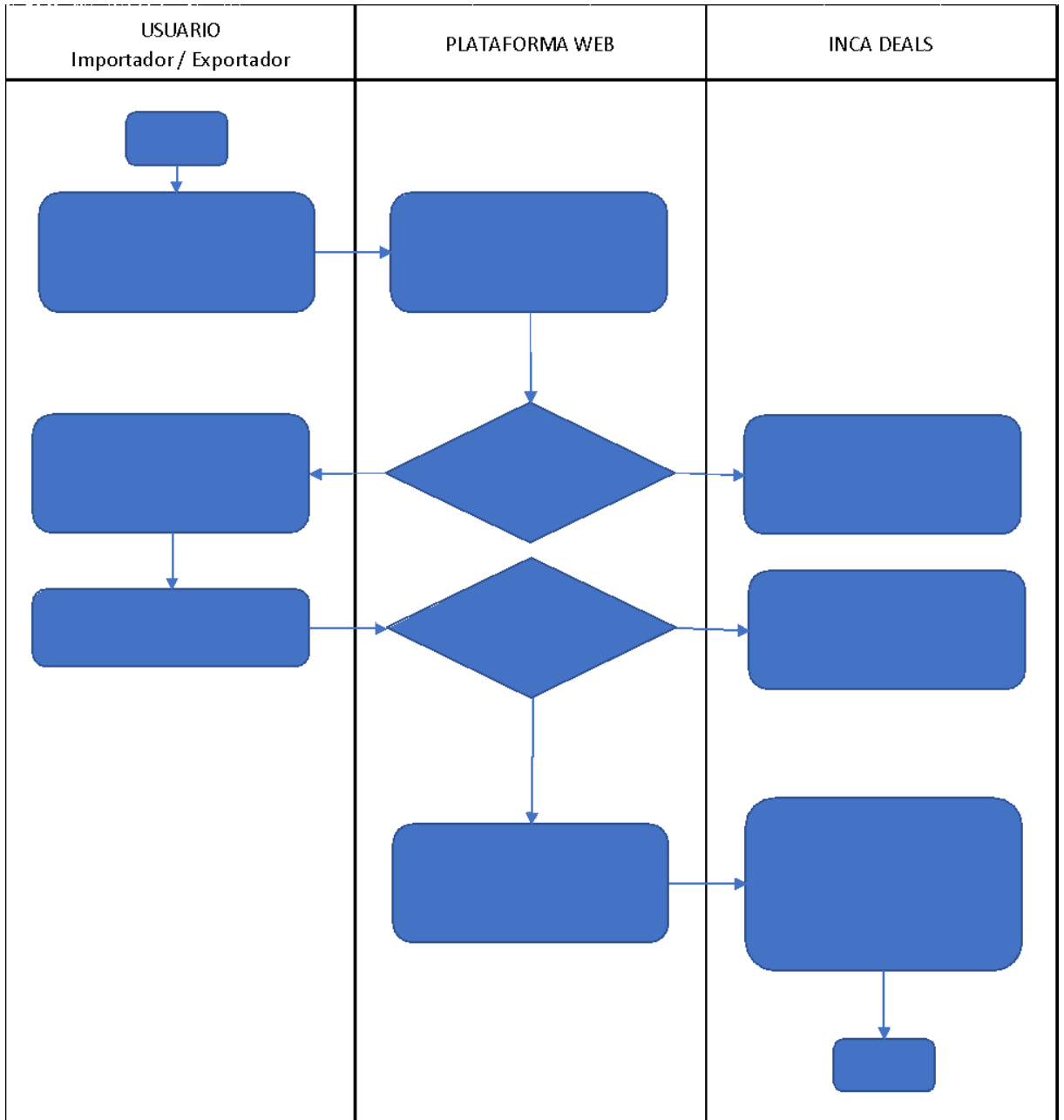
5.6.- Gestión de las operaciones del servicio a ejecutar: Flujo Grama.

Inca Deals al ser un servicio digital se caracteriza por brindar autonomía al usuario, sin embargo, debido al modelo de negocio y al sector al cual está enfocado es necesario la interacción de sectoristas que fortalezcan la confianza en el servicio, mostrando un respaldo humano y atención personalizada.

La interacción entre el posible usuario, la plataforma digital y la empresa se visualiza en el siguiente flujograma.

Cabe mencionar que la casilla “Plataforma Web” hace referencia al espacio digital el cual incluye el software alojado en el servidor A2 HOSTING, ubicado físicamente en USA y que se gestiona desde las oficinas físicas de Inca Deals.

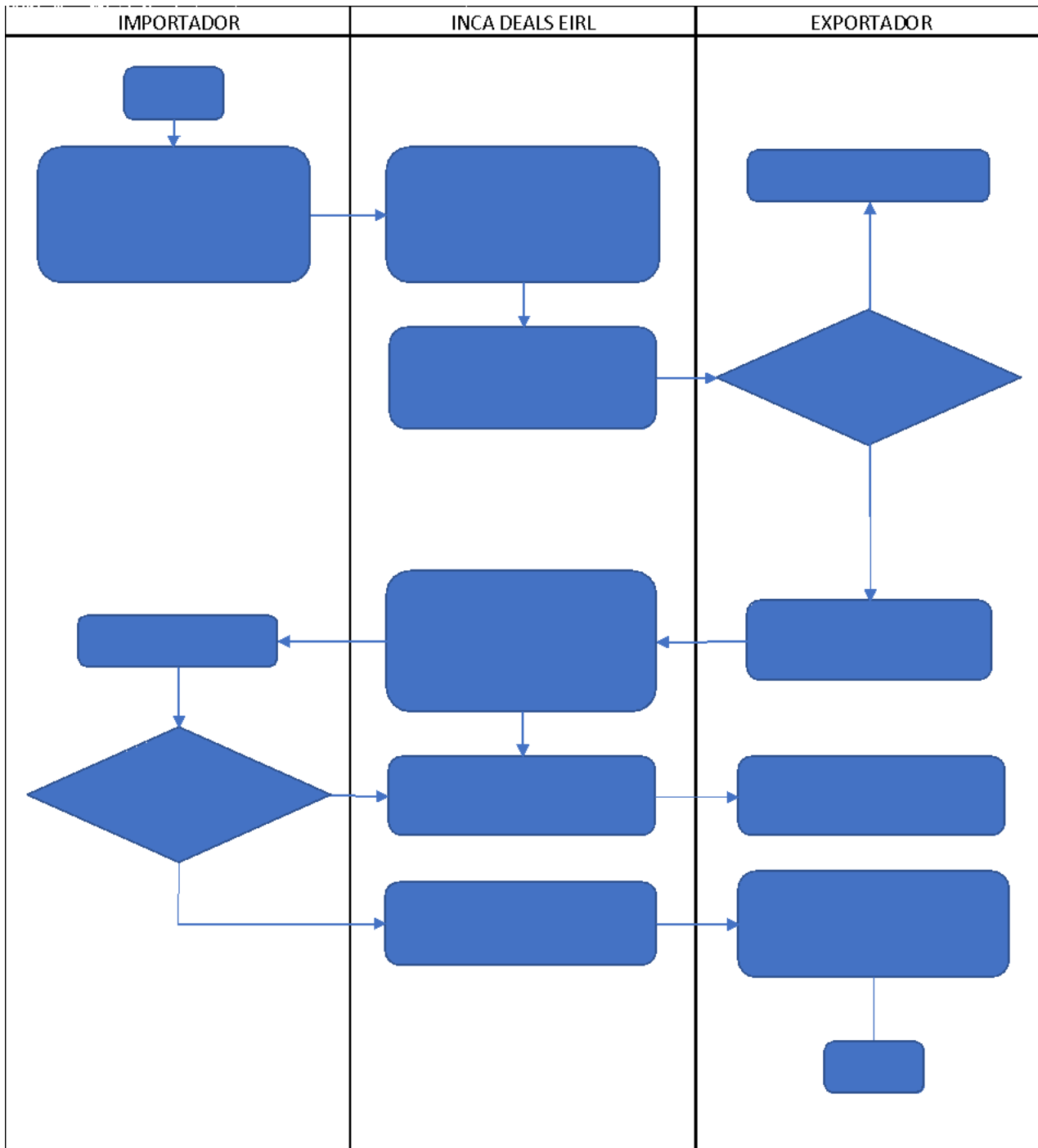
Ilustración 41 Flujograma del proceso de suscripción de usuarios



Elaboración: Propia

Después de la suscripción del usuario, el funcionamiento del servicio y el proceso de negociación se visualiza en el siguiente flujograma.

Ilustración 42 Flujoograma del servicio Inca Deals EIRL



Elaboración: Propia

6.- PLAN ECONÓMICO FINANCIERO

En esta unidad se analizarán los ingresos, costos y se proyectarán los mismos en un plazo de cinco años, dichos resultados se evaluarán económica y financieramente para determinar si resulta rentable realizarlo.

Para realizar un análisis coherente se ha definido realizar toda la evaluación en dólares americanos, tomando de referencia el tipo de cambio de 1 dólar por S/. 3.50 soles.

6.1 Inversión Fija

Compuesta por los activos tangibles e intangibles que requerirá el proyecto en el Año 0.

6.1 1 Activos tangibles

Los activos tangibles que requiere el proyecto consisten en los equipos electrónicos necesarios para realizar las actividades propias del servicio.

Laptops para que cada trabajador del equipo pueda gestionar el software web y realizar sus funciones. Los celulares necesarios para propiciar la comunicación adecuada, asimismo será una herramienta útil para conectar a la empresa con los clientes potenciales.

Tabla 83 Activos Tangibles (expresado en dólares)

	Cant	Costo Unitario	Costo Total
Laptops	6	514	3086
Equipos Celulares	6	143	857
Total			3943
IGV			601
Total, sin IGV			3341

Elaboración: Propia

6.1.2 Activos intangibles

Los activos intangibles incluyen la constitución de la empresa, los registros de marca y derechos de autor (del software), y el desarrollo del software propiamente.

Tabla 84 Activos Intangibles (expresado en dólares)

	Cant	Costo Unitario	Costo Total
Constitución			183
Reserva de Nombre	1	6	6
Tramites Notariales de Constitución	1	86	86
Licencia de Funcionamiento	1	52	52
ITSE	1	39	39
Registros			570
Registro de Marca	1	153	153
Registro de Nombre Comercial	1	153	153
Registro de Lema Comercial	1	153	153
Registro de Derechos de Autor	1	112	112
Software			9000
Desarrollo del Software	1	9000	9000
ACTIVOS INTANGIBLES			9753
IGV			1488

Elaboración: Propia

6.2. Capital de Trabajo

Para determinar el capital de trabajo se utilizó el Método de Déficit Acumulado Máximo, para ello se elabora una estimación de ingresos y costos de los primeros 12 meses del proyecto para hallar el tiempo de mayor desfase, se considera el método más preciso para evitar problemas de liquidez. Según el análisis numérico el capital de trabajo es de USD 19988.00, sin embargo, para otorgarle mayor holgura al proyecto se redondea a USD 20000.00

Tabla 85 Capital de Trabajo - Método de Déficit Acumulado Máximo

Concepto	Anual	1	2	3	4	5	6	7
Total, Ingresos	108593					5430	5430	10859
Costos Variables	18726	694	694	694	694	1163	1163	1974
Comisión PayPal	5973					299	299	597
Comisión de Venta	3394					170	170	339
Mano de Obra Directa	9360	694	694	694	694	694	694	1037
Sectorista Importadores	4680	347	347	347	347	347	347	519
Sectorista Exportadores	4680	347	347	347	347	347	347	519
Costos Fijos	28639	2133	2133	2133	2133	2133	2133	3147
Costos de funcionamiento web	1048	87	87	87	87	87	87	87
Dominio	59	5	5	5	5	5	5	5
Hosting	600	50	50	50	50	50	50	50
Servicio de e-mail	389	32	32	32	32	32	32	32
Costo de Planilla	27591	2046	2046	2046	2046	2046	2046	3060
Gerente General	8537	633	633	633	633	633	633	947
Asistente Administrativo	5066	376	376	376	376	376	376	561
Gerente Marketing	6994	519	519	519	519	519	519	776
Gerente Comercial	6994	519	519	519	519	519	519	776
Gastos Operacionales	18649	2781	1360	1360	1360	1360	1360	1473
Gastos Administrativos	12147	1118	992	992	992	992	992	1105
Costo de Asesorías Externas	1959	163	163	163	163	163	163	163
Contador	1176	98	98	98	98	98	98	98
Programador de Sistemas	784	65	65	65	65	65	65	65
Costo de espacio de trabajo – Coworking	9000	750	750	750	750	750	750	750
Gastos de Materiales de oficina	365	137	11	11	11	11	11	123
Hoja bond	86	7	7	7	7	7	7	7
Archivadores	86	43						43
Folder Manila	29	14						29
Engrapador	27	14						7
Grapas	14	7						4
Perforador	17	9						4
Lapicero	29	2	2	2	2	2	2	2
Lápiz	12	1	1	1	1	1	1	1
Sellos	14	14						
Calculadora	51	26						26
Línea Telefónica	823	69	69	69	69	69	69	69
Gastos de Ventas	6502	1662	368	368	368	368	368	368
Merchandising	1443	145	118	118	118	118	118	118
Lapiceros Publicitarios	210	18	18	18	18	18	18	18
Cuadernos Publicitarios	809	67	67	67	67	67	67	67
Flyers informativos (Ing. - Esp)	255	21	21	21	21	21	21	21
Banner	27	27						
Volantes (Ing. - Esp)	142	12	12	12	12	12	12	12
Publicación en Prensa Escrita	1000	500						
Asistencia Feria Internacional	291							
Publicidad Digital - Google Ads	3000	250	250	250	250	250	250	250

Investigación – Veritrade	767	767							
Egresos	66014	5608	4188	4188	4188	4656	4656	6594	
Imprevistos 10%	6601	561	419	419	419	466	466	659	
Total, Egresos	72616	6169	4606	4606	4606	5122	5122	7253	
Saldo Mensual	35977	-6169	-4606	-4606	-4606	308	308	3606	
Saldo Acumulado		-6169	-10775	-15382	-19988	-19680	-19372	-15767	-1

Elaboración: Propia

6.3. Inversión Total

En la siguiente tabla se muestra el total de la inversión que requiere el proyecto para llevarse a cabo. Este monto puede ser cubierto por capital propio o financiado.

El monto previsto como inversión total es coherente con la realidad del socio participacionista.

Tabla 86 Inversión Total

Concepto	Costo Total
Inversión Fija	13696
Inversión Tangible	3943
Laptops	3086
Equipos Celulares	857
Inversión Intangible	9753
Constitución	183
Registros	570
Software	9000
Capital de Trabajo	20000
INVERSION TOTAL	33696

Elaboración: Propia

6.4. Estructura de Inversión y Financiamiento

De acuerdo al cálculo de la inversión total de USD 33,696.00 se ha determinado que el capital propio será de USD 16,696.00 que representa un 49.5%, mientras que el financiamiento será de USD 17,000 que representa el 50.5%.

El capital propio será aportado por el único socio participacionista, mientras que el Financiamiento será adquirido a través de un préstamo con el banco.

Tabla 87 Estructura de Inversión

Concepto	Estructura del Financiamiento	Inversión
Capital Propio	49.5%	16696
Financiamiento	50.5%	17000
INVERSION TOTAL	100%	33696

Elaboración: Propia

6.5. Fuentes financieras y condiciones de crédito

Teniendo en cuenta el monto que deberá ser financiado, el siguiente paso es determinar la mejor opción y que se adecue al proyecto.

La entidad bancaria elegida es el Banco del Comercio el cual ofrece la tasa más baja y demás características.

Tabla 88 Cuadro Comparativo de las opciones de financiamiento

Conceto	Banco del Comercio	BanBif	Scotiabank	BCP
Monto	\$ 17,000.00	\$ 17,000.00	\$ 17,000.00	\$ 17,000.00
Plazo (años)	3	3	3	3
TEA	19.50%	34%	39%	40%
TCEA	20.44%	35.30%	41.84%	40.02%
Desgravamen	0.066%	0.056%	0.075%	0.090%
ITF	0.005%	0.005%	0.005%	0.005%

Fuente: Simulador de cuotas de los bancos respectivos

Elaboración: Propia

Por medio de la entidad elegida, se elabora la tabla de amortización para el financiamiento a tres años.

El análisis se ha realizado anualmente para sintetizar el análisis, pero el cuadro mensual se encuentra en los Anexos.

Tabla 89 Financiamiento de deuda

Monto Total	17000
Años	3
Tipo de Interés Anual (TCEA)	20.44%

Periodo	Saldo Pendiente	Amortización	Intereses	Cuota Base	ITF	Cuota a Pagar
0	17000					
1	12349	4651	3475	8126	0	8126
2	6747	5602	2524	8126	0	8126
3	0	6747	1379	8126	0	8126

Elaboración: Propia

6.6. Presupuesto de costos

Para el presupuesto de costos se han proyectado los costos a un plazo de 5 años, para realizar esos cálculos se han utilizado herramientas como la Inflación y la proyección de la demanda.

- Inflación: se ha considerado el 3% como inflación, teniendo en cuenta que es el punto máximo de la meta del BCRP.
- Demanda Proyectada

Tabla 90 Proyección de la demanda de Inca Deals EIRL

Proyección de la Demanda Potencial	1	2	3	4	5
Cantidad de Empresas Importadoras	120	129	139	148	157
Cantidad de Empresas Exportadoras	219	226	234	241	248
TOTAL	339	356	372	389	405

Elaboración: Propia

Costos Variables

Tabla 91 Proyección Comisión de Pasarela de Pago

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Comisión PayPal - Importadores	1793	1930	2067	2204	2341
Comisión PayPal - Exportadores	3268	3377	3485	3593	3702
Comisión de PayPal sin IGV	5062	5307	5552	5798	6043
IGV	911	955	999	1044	1088
Total, Comisión de PayPal	5973	6262	6552	6841	7131

Elaboración: Propia

El proveedor de la pasarela de pago PayPal debita automáticamente el 5.5% de cada pago recibido, por lo tanto, este costo depende directamente de la cantidad de suscripciones recibidas. Para la proyección se tomó en cuenta la demanda proyectada.

Tabla 92 Proyección de Comisión de Venta

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Comisión de Venta	3394	3558	3723	3887	4052
Costo Variable	3394	3558	3723	3887	4052

Elaboración: Propia

Con el objetivo de motivar al personal encargado de generar ventas se ha fijado una comisión de USD 10 por cada suscripción, sin embargo, esta comisión incrementara en un 10 % cada año para evitar la rotación de personal que genera gastos. Para la proyección se tomó en cuenta la demanda.

Tabla 93 Proyección de pagos a Mano de Obra Directa

Cargo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sectorista Importaciones	4680	5148	5663	6229	6852
Sectorista Exportaciones	4680	5148	5663	6229	6852
TOTAL	9360	10296	11326	12458	13704

Elaboración: Propia

Costos Fijos

Tabla 94 Proyección de Costos de mantenimiento de la Web

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Dominio	50	51	53	55	56
Hosting	508	524	539	556	572
Servicio de e-mail	329	339	350	360	371
Total, sin IG	888	915	942	970	999
IG	160	165	170	175	180
Total	1048	1079	1112	1145	1179

Elaboración: Propia

Para el mantenimiento de la Web son indispensables los servicios mencionados en la tabla anterior, cabe mencionar que para la proyección se ha considerado la inflación.

Tabla 95 Proyección de Planilla

Cargo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gerente General	8537	9391	10330	11363	12499
Asistente Administrativo	5066	5572	6130	6742	7417
Gerente Marketing	6994	7694	8463	9309	10240
Gerente Comercial	6994	7694	8463	9309	10240
TOTAL	27591	30351	31868	33462	35135

Elaboración: Propia

Se proyectó el incremento de los sueldos de la planilla en base a un 10% para cada año, ya que se busca consolidar el equipo de trabajo y evitar rotación de personal.

Gastos Operacionales

Gastos Administrativos

Tabla 96 Proyección de Costo de Asesorías Externas

Cargo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Contador	1176	1293	1422	1565	1721
Programador de Sistemas	784	862	948	1043	1147
	1959	2155	2371	2608	2868

Elaboración: Propia

Para la proyección del sueldo de los asesores externos se ha considerado el mismo criterio que para la planilla.

Tabla 97 Proyección de Coworking

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Coworking (6 personas)	7627	7856	8092	8334	8584
IGV	1373	1414	1456	1500	1545
Total	9000	9270	9548	9835	10130

Elaboración-. Propia

El servicio Coworking fue proyectado únicamente en base a la inflación, ya que se considera mantener la misma cantidad de trabajadores, lo que mantendrá el presupuesto coordinado con el proveedor.

Tabla 98 Proyección de Materiales de Oficina

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Hoja bond	73	75	77	79	82
Archivadores	73	75	77	79	82
Folder Manila	24	25	26	26	27
Engrapador	23	24	25	25	26
Grapas	12	12	13	13	14
Perforador	15	15	15	16	16
Lapicero	25	25	26	27	28
Lápiz	10	10	11	11	11
Sellos	12	12	12	13	13
Calculadora	44	45	46	48	49
Total	309	319	328	338	348
IGV	56	57	59	61	63
Total, con IGV	365	376	387	399	411

Elaboración: Propia

Los materiales necesarios para las labores diarias de la empresa están comprendidos en la tabla anterior, cabe mencionar que la proyección se ha determinado en base a la inflación.

Tabla 99 Proyección del servicio telefónico

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Línea Telefónica (6 líneas)	697	718	740	762	785
IGV	126	129	133	137	141
TOTAL, con Igv.	823	848	873	899	926

Elaboración: Propia

Una herramienta importante para el personal administrativo y de ventas es la línea telefónica, básica para las coordinaciones internas y contacto con los clientes o posibles clientes.

Gastos de Ventas

Tabla 100 Proyección del Gasto en Merchandising

Proveedor: Create Publicidad	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Lapiceros Publicitarios	178	184	189	195	201
Cuadernos Publicitarios	686	706	727	749	772
Flyers informativos (Ing. - Esp)	216	222	229	236	243
Banner	23	24	25	25	26
Volantes (Ing. - Esp)	120	124	127	131	135
Total	1223	1260	1298	1337	1377
IGV	220	227	234	241	248
Total, con IGV	1443	1487	1531	1577	1625

Elaboración: Propia

La proyección del material publicitario se ha basado en la inflación y en base a los precios del proveedor local Create Publicidad, estos productos han sido escogidos para ser entregados a los clientes o posibles clientes.

Tabla 101 Proyección del Costo de Publicidad escrita

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Revista Agro & Negocios	847	873	899	926	954
IGV	153	157	162	167	172
TOTAL, con Igv	1000	1030	1061	1093	1126

Elaboración: Propia

Para este proyecto se ha contemplado cuatro publicaciones anuales en la revista Agro & Negocios, especialista en el rubro agro y distribuida a nivel nacional. Está enfocada en el segmento Exportadores.

Tabla 102 Proyección del Costo de Asistencia a Feria Internacional

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Entrada a Feria Internacional	145	150	154	159	164
Gastos de Representación	102	105	108	111	114
Total	247	254	262	270	278
IGV	44	46	47	49	50
Total, con IGV	291	300	309	318	328

Elaboración: Propia

El proyecto contempla como otra de sus estrategias para contactar posibles clientes la asistencia a la feria Expo alimentaria llevada a cabo en el Perú anualmente, esta feria convoca a peruanos exportadores y extranjeros importadores del sector alimentos.

Tabla 103 Proyección de Publicidad Digital

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Google Ads	2542	2619	2697	2778	2861
IGV	458	471	485	500	515
Total, con IGV	3000	3090	3183	3278	3377

Elaboración: Propia

La proyección del presupuesto asignado a la publicidad digital a través de Google Ads se ha determinado en base a la Inflación. Esta herramienta está enfocada en el segmento importadores.

Tabla 104 Herramienta de Inteligencia de Mercados

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Veritrade	650	670	690	710	732
IGV	117	121	124	128	132
Total, con IGV	767	790	814	838	863

Elaboración: Propia

El tipo de servicio ofrecido requiere mucha actualización y estar a al tanto de las fluctuaciones del mercado, es por eso que es necesario utilizar una herramienta que

permita obtener datos reales, la herramienta elegida es Veritrade, para la proyección se está utilizando la inflación.

Gastos Financieros

Tabla 105 Proyección de Intereses del Préstamo

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Intereses	3,474.80	2,524.10	1,379.07		

Elaboración: Propia

El gasto financiero proviene del cálculo de la deuda con la entidad financiera, considerando únicamente los intereses por pagar.

Asimismo, se ha determinado el costo unitario para cada año, en la siguiente tabla se puede apreciar.

Tabla 106 Costos Unitarios (sin IGV)

Concepto	Costo Unitario	Año 1	Costo Unitario	Año 2	Costo Unitario	Año 3	Costo Unitario	Año 4	Costo Unitario	Año 5
Costo Variable	52	17815	54	19161	55	20601	57	22143	59	23799
Comisión PayPal	15	5062	15	5307	15	5552	15	5798	15	6043
Comisión de Venta	10	3394	10	3558	10	3723	10	3887	10	4052
Mano de Obra Directa	28	9360	29	10296	30	11326	32	12458	34	13704
Costos Fijos	84	28479	88	31265	88	32810	89	34432	89	36134
Costos de funcionamiento web	3	888	3	915	3	942	2	970	2	999
Costo de Planilla	81	27591	85	30351	86	31868	86	33462	87	35135
Gastos Operacionales	47	16103	47	16723	47	17376	46	18063	46	18788
Gastos Administrativos	31	10593	31	11048	31	11530	31	12042	31	12586
Costo de Asesorías Externas	6	1959	6	2155	6	2371	7	2608	7	2868
Coworking	22	7627	22	7856	22	8092	21	8334	21	8584
Gastos de Materiales de oficina	1	309	1	319	1	328	1	338	1	348
Línea Telefónica	2	697	2	718	2	740	2	762	2	785
Gastos de Ventas	16	5510	16	5675	16	5846	15	6021	15	6202
Merchandising	4	1223	4	1260	3	1298	3	1337	3	1377
Publicación en Prensa Escrita	2	847	2	873	2	899	2	926	2	954
Asistencia Feria Internacional	1	247	1	254	1	262	1	270	1	278
Google Ads	7	2542	7	2619	7	2697	7	2778	7	2861
Veritrade	2	650	2	670	2	690	2	710	2	732
Gastos Financieros	4	3475	3	2524	2	1379	0	0	0	0
Intereses de Préstamo	4	3475	3	2524	2	1379	0	0	0	0
Egresos	188	65872	192	69674	192	72166	192	74638	194	78721

Elaboración: Propia

6.7. Punto de Equilibrio

Para hallar el Punto de Equilibrio, el cual es la cantidad mínima que se requiere de ventas para igualar la suma de los costos y así no incurrir en pérdidas, se ha considerado incluir todos los gastos a la fórmula matemática, de ese modo exigirle más al proyecto.

Tabla 107 Punto de Equilibrio

Concepto	Monto
Costos Totales	\$ 48,057.29
Costo Unitario Variable	\$ 52.50
Costo Unitario Fijo	\$ 135.47
Margen de Ganancia	\$ 83.22
Valor de Venta	\$ 271.19
IGV	\$ 48.81
Precio de Venta	\$ 320.00
Punto de Equilibrio (en dólares)	\$ 59,593.62
Punto de Equilibrio (cantidad de membresías)	220

Elaboración: Propia

Se ha determinado que la cantidad mínima de ventas es de 220 suscripciones anuales, mientras que el monto que se requiere es de USD 59,593.62

6.8. Tributación del servicio

Para analizar la tributación del proyecto se debe tener en cuenta que este contempla dos segmentos principales, el de los exportadores, los cuales se encuentran dentro del territorio nacional y el de los importadores, los cuales se encuentran fuera del territorio nacional. También, que el proyecto incluye proveedores que se encuentran fuera del territorio nacional.

Según el Informe N° 011-2005-SUNAT, el tratamiento tributario que reciben los servicios realizados en el extranjero por empresas peruanas también generan

impuestos que deben ser pagados al estado. Por otro lado, los servicios obtenidos de proveedores no domiciliados y utilizados dentro del territorio nacional, también deben ser pagados, pero por la misma empresa que utilice los servicios mediante la guía de pagos N° 1662.

Tabla 108 Evaluación del IGV

Concepto	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
DEBITO FISCAL	0	16565	17368	18172	18975	19778
IGV Ingresos	0	16565	17368	18172	18975	19778
CREDITO FISCAL	2089	3617	3742	3870	4000	4133
Operaciones	0	3617	3742	3870	4000	4133
IGV Costos Variables	0	911	955	999	1044	1088
IGV Costos Fijos	0	160	165	170	175	180
IGV Gastos Operativos	0	2546	2622	2701	2782	2865
IGV Gastos Financieros	0	0	0	0	0	0
Inversiones	2089	0	0	0	0	0
IGV Activos Tangibles	601	0	0	0	0	0
IGV Activos Intangibles	1488	0	0	0	0	0
DIFERENCIA	-2089	12948	13626	14302	14975	15645
TOTAL, A PAGAR A SUNAT	0	10859	13626	14302	14975	15645

Elaboración: Propia

Para hallar el Total a pagar de Impuestos se utilizó el monto total de IGV de los ingresos y de los costos de ambos segmentos.

Respecto al Impuesto de Renta, se mantiene la misma premisa de incluir los ingresos de clientes extranjeros y los costos de los servicios de proveedores extranjeros.

Cabe mencionar que la empresa se encuentra bajo Régimen Especial a la Renta, por lo tanto, el porcentaje a tributar es de 1.5% sobre los ingresos netos.

6.9. Presupuesto de ingresos

Según la proyección de la demanda y teniendo en cuenta que se mantendrá el mismo precio durante todo el proyecto se evalúan los ingresos a lo largo de cinco años. Asimismo, tal como se indica en el análisis se mantendrá la misma participación de mercado a lo largo de los 5 años.

Tabla 109 Presupuesto de Ingresos

Presupuesto de Ingresos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos de Empresas Importadoras	32608	35099	37589	40080	42571
Ingresos de Empresas Exportadoras	59419	61392	63364	65336	67308
TOTAL	92028	96490	100953	105416	109879
IGV	16565	17368	18172	18975	19778
INGRESOS TOTALES	108593	113859	119125	124391	129657

Elaboración: Propia

6.10. Flujo de caja proyectado

Esta evaluación consiste en la estimación de los ingresos y egresos del ejercicio de la actividad de los próximos cinco años del proyecto.

Esta evaluación excluye los gastos financieros.

Tabla 110 Flujo de Caja Económico

Concepto	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS	0	108593	113859	119125	124391	129657
Ingresos por suscripciones	0	108593	113859	119125	124391	129657
EGRESOS	33696	77932	85627	90119	94825	99762
Operaciones	0	66014	70892	74657	78638	82854
Costos Variables	0	18726	20116	21600	23187	24887
Costos Fijos	0	28639	31430	32980	34606	36314
Gastos Operativos	0	18649	19346	20077	20845	21653
Gastos Financieros	0	0	0	0	0	0
Inversiones	33696	0	0	0	0	0
Activos Tangibles	3943	0	0	0	0	0
Activos Intangibles	9753	0	0	0	0	0
Capital de Trabajo	20000	0	0	0	0	0
IGV a Pagar	0	10859	13626	14302	14975	15645
Impuesto a la Renta (RER)	0	1058	1110	1161	1212	1264
FLUJO DE CAJA ECONOMICO	-33696	30661	28231	29006	29565	29894

Elaboración: Propia

Se comprueba que el negocio otorgará beneficios económicos a lo largo de los cinco años del proyecto.

Tabla 111 Flujo de Caja Financiero

Concepto	0	1	2	3	4	5
Flujo de Caja Económico	-33696	30661	28231	29006	29565	29894
Préstamo	17000			0		
Amortización		4651	5602	6747		
Intereses		3475	2524	1379		
Escudo Tributario		52	38	21		
Financiamiento Neto	17000	8074	8088	8105		
FLUJO DE CAJA FINANCIERO	-16696	22587	20143	20900	29565	29894

Elaboración: Propia

El Flujo de Caja Financiero incluye la deuda obtenida con el banco y los egresos por el costo del servicio crediticio.

6.11. Estado de Ganancias y Pérdidas

Para el estado de ganancias y pérdidas se debe de considerar los ingresos y egresos proyectados, asimismo la depreciación y amortización de los activos de la empresa.

Tabla 112 Depreciación de los Activos Tangibles

Concepto	Valor Inicial (inc. IGV)	Tasa Anual	1	2	3	4	5	Depreciación Acumulada	Valor Residual
Laptops	3086	25%	771	771	771	771	0	3086	0
Equipos Celulares	857	25%	214	214	214	214	0	857	0
Total	3943		986	986	986	986	0	3943	0
IGV	601		150	150	150	150	0	601	0
Total, sin IGV	3341		835	835	835	835	0	3341	0

Elaboración: Propia

De acuerdo al Decreto Legislativo N° 1488 se establece que la tasa de depreciación de los equipos electrónicos de procesamiento de datos es de 25%.

Tabla 113 Amortización de los Activos Intangibles

Concepto	Valor Inicial (inc. IGV)	Tasa Anual	1	2	3	4	5	Amortización Acumulada
Constitución	183		37	37	37	37	37	183
Reserva de Nombre	6	20%	1	1	1	1	1	6
Tramites Notariales de Constitución	86	20%	17	17	17	17	17	86
Licencia de Funcionamiento	52	20%	10	10	10	10	10	52
ITSE	39	20%	8	8	8	8	8	39
Registros	570		114	114	114	114	114	570
Registro de Marca	153	20%	31	31	31	31	31	153
Registro de Nombre Comercial	153	20%	31	31	31	31	31	153
Registro de Lema Comercial	153	20%	31	31	31	31	31	153

Registro de Derechos de Autor	112	20%	22	22	22	22	22	112
Software	9000		1800	1800	1800	1800	1800	9000
Desarrollo del Software	9000	20%	1800	1800	1800	1800	1800	9000
ACTIVOS INTANGIBLES	9753		1951	1951	1951	1951	1951	9753
IGV	1488	0	298	298	298	298	298	1488
TOTAL, sin IGV	8265	0	1653	1653	1653	1653	1653	8265

Elaboración: Propia

La amortización de los activos intangibles es el reconocimiento de la pérdida de valor que sufren los activos intangibles de acuerdo al paso del tiempo, para este análisis de utilizo la tasa de 20%.

A continuación, se presenta el estado de ganancias y pérdidas del proyecto para los cinco primeros años, se comprueba que el negocio genera ganancias desde el primer año, ya que los costos son mucho menores a los ingresos proyectados.

Tabla 114 Estado de Ganancias y Pérdidas

Concepto	1	2	3	4	5
Ingresos	92028	96490	100953	105416	109879
Costos Totales	46294	50426	53411	56575	59933
UTILIDAD BRUTA	45733	46064	47542	48841	49946
Gastos Operacionales	16103	16723	17376	18063	18788
Depreciación de Activos Tangibles	835	835	835	835	0
Amortización de Activos Intangibles	1653	1653	1653	1653	1653
UTILIDAD OPERATIVA	27142	26852	27678	28289	29505
Gastos Financieros	3475	2524	1379	0	0
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	23667	24328	26299	28289	29505
Impuesto a la Renta (RER)	1058	1110	1161	1212	1264
Utilidad Neta	22609	23219	25138	27077	28241

Elaboración: Propia

6.12 Evaluación de la Inversión

Para continuar con la evaluación del proyecto se presentan las evaluaciones económicas y financieras del proyecto, lo cual definirá si el proyecto es viable o no.

6.12.1 Evaluación Económica

La evaluación Económica consiste en determinar ratios como el VAN, TIR, Beneficio/Costo y Periodo de Retorno, en base al flujo de caja económico,

- VAN

Finalmente se logra determinar el valor VAN, utilizando la tasa TMAR que incluye la tasa de riesgo más la inflación, en este caso se tomó la tasa WACC como la tasa de riesgo y la inflación de 3%. El valor obtenido es positivo, lo que indica que el proyecto es altamente rentable.

Tabla 115 Valor Presente Neto Económico

	TMAR	21.32%
VALOR PRESENTE NETO		
Concepto	Beneficios Netos	Beneficios Actualizados
AÑO 0	33696	
AÑO 1	30661	25273
AÑO 2	28231	19180
AÑO 3	29006	16243
AÑO 4	29565	13647
AÑO 5	29894	11373
SUMATORIA DE BENEFICIOS ACTUALIZADO		85716
VPN		52020

Elaboración: Propia

- TIR

Para obtener el TIR se debe realizar el proceso del VPN, pero utilizando la tasa que logre obtener un resultado negativo, de ese modo se aplican los cálculos matemáticos y se obtuvo el valor de 22.66%, siendo esta tasa mayor a la tasa WACC, lo que comprueba nuevamente la rentabilidad del negocio.

Tabla 116 Tasa Interna de Retorno Económico

VPN POSITIVO	21%	52020
VPN NEGATIVO	90%	-2033
TIR	22.6609	

Elaboración: Propia

- Beneficio / Costo

Para obtener la ratio de beneficio/costo se deben actualizar tanto los ingresos como los costos, en la siguiente tabla se aprecian los valores reales.

El valor obtenido es mayor a 1, lo que indica la rentabilidad del proyecto.

Tabla 117 Ratio Beneficio – Costo (económico)

INGRESOS ACTUALIZADOS	340316
COSTOS ACTUALIZADOS	254601
INVERSION	33696
BENEFICIO/ COSTO	1.1804

Elaboración: Propia

- Periodo de Recuperación

El periodo de recuperación se puede determinar en base a los Ingresos, Egresos e Inversión. El Periodo de Recuperación es de trece meses y seis días

Tabla 118 Periodo de Recuperación

Concepto	0	1	2	3	4	5
Inversión	33696					
Ingresos		108593	113859	119125	124391	129657
Costos		77932	85627	90119	94825	99762
Beneficios Netos	33696	30661	28231	29006	29565	29894
		3035	-25196	-54202	-83767	-113662
PERIODO DE RECUPERACION						395.63

Elaboración: Propia

6.12.2. Evaluación Financiera

A continuación, se muestra la evaluación financiera, para lo cual se utilizó la tasa de interés del banco.

- VAN (f)

Tabla 119 VAN Financiero

TMAR		20.44%
VALOR PRESENTE NETO		
Concepto	Beneficios Netos	Beneficios Actualizado
AÑO 0	33696	
AÑO 1	22587	18754
AÑO 2	20143	13886
AÑO 3	20900	11963
AÑO 4	29565	14051
AÑO 5	29894	11796
SUMATORIA DE BENEFICIOS ACTUALIZADO		70450
VPN		36754

Elaboración: Propia

- TIR (f)

La Tasa Interna de Retorno de la evaluación financiera indica que el proyecto es rentable.

Tabla 120 TIR Financiero

VPN POSITIVO	20.44%	36754
VPN NEGATIVO	65%	-1522
TIR	22.4503	

Elaboración: Propia

- PERIODO DE RECUPERACION FINANCIERA

El periodo de recuperación financiera es de un año con nueve meses y 17 días

Tabla 121 Periodo de Recuperación Financiera

Concepto	0	1	2	3	4	5
Flujo de Caja Financiero Actualizado	-33696	18754	13886	11963	14051	11796
Flujo de Caja Financiero Acumulado		-14942	-1056	10907	24958	36754
PERIODO DE RECUPERACION				646.83		

Elaboración: Propia

6.12.3. Evaluación social

El presente plan de negocio tiene dentro de sus objetivos el “Ser un actor importante en el desarrollo de las agroexportaciones peruanas”, esto representa el interés de la empresa de incrementar las exportaciones peruanas del sector en calidad y cantidad.

La empresa se preocupa por fomentar nuevos negocios que le permitan al sector peruano agricultor incrementar sus oportunidades de venta y también una retroalimentación de las exigencias del mercado internacional que le permita al agricultor o exportador revisar su competitividad.

Asimismo, busca incrementar sus márgenes de ganancias eliminando intermediarios, con mayores ingresos económicos este sector podrá desarrollarse y por ende mejorar la calidad de vida de los involucrados.

El enfoque social de la empresa consta en ofrecerle una herramienta útil que les permita a los agricultores lograr el éxito de sus empresas y con eso las condiciones de sus colaboradores e implicados.

6.12.4 Impacto ambiental

El modelo de negocio consiste en ofrecer una plataforma electrónica en la cual los importadores y exportadores del sector agrícola puedan concretar negocios rentables, es decir un canal de ventas directa.

Si bien es cómodo pensar que el uso del internet no causa ningún impacto al medio ambiente, esto es erróneo, ya que según (GREENPEACE, 2019) el sector de información y tecnología consume alrededor del 7% de la electricidad global, asimismo la consultora (MCKINSEY, 2019) señala que el para el 2020 el uso de la web representaría el 3 o 4% del total de las emisiones de dióxido de carbono. Es real que realizar compras por internet es menos contaminante que por los medios tradicionales, sin embargo, se debe estar al tanto de la situación para poder generar conciencia sobre ello y plantear estrategias que puedan permitirle al proyecto impactar positivamente.

Por otro lado, la empresa Inca Deals EIRL se preocupa por promover entre sus usuarios el compromiso de ser responsables de sus actividades y de entender como estas impactan negativa o positivamente al entorno.

Principalmente respecto al transporte de carga internacional el cual es uno de los mayores responsables de las emisiones de gases invernaderos, y el packaging cuyos residuos generan gran impacto ambiental

Según (BIOLOGISTIK, 2016) el transporte de carga internacional representa cerca del 64% del consumo final del petróleo, el panorama es preocupante, sin embargo, existen iniciativas que tienen como objetivo reducir el impacto negativo a través de métodos sostenibles.

Del mismo modo respecto a los residuos de los empaques y embalajes de mercancías.

El presente proyecto busca ser respetuoso con el medio ambiente en la realización de sus actividades y se compromete a las siguientes acciones:

- Compartir Material altamente calificado y de interés en materias del medio ambiente en el portal “SOCIAL” dentro de la plataforma al alcance de todos los usuarios.

Ilustración 43 Interfaz "SOCIAL"



Elaboración: Propia

- Promover entre sus usuarios la importancia contar con las certificaciones respecto al cuidado ambiental y la sostenibilidad, premiando sus logros con un mes de membresía gratis. Ejemplo: Obtener la certificación ISO 14001
- Incentivar el compromiso del equipo de trabajo de la empresa, con concursos internos de reciclaje, teniendo como premio almuerzos pagados, horas libres, entre otros.
- Generar conciencia entre el equipo de trabajo respecto al uso eficiente de la energía dentro y fuera de la empresa.
- Generar conciencia entre el equipo de trabajo respecto al uso responsable del agua dentro y fuera de la empresa.

Con las acciones antes mencionadas la empresa busca impactar positivamente en el medio ambiente.

6.13.-Evaluación de costo oportunidad del capital de trabajo

Se hallará la tasa COK y para eso se utilizará el Método de Precios Activos del Capital, en las siguientes tablas se explicarán las variables utilizadas.

- Rf: Tasa Libre de Riesgo: Proyecto alternativo, colocar el dinero en Fondos Mutuos (Scotia Fondos)
- Rm: Riesgo Mercado: Según la Bolsa de Valores de Lima
- Riesgo País: Según EMBI
- Beta Apalancado: Para determinar este valor se utilizan los siguientes:
 - o Beta no apalancada: Bolsa de Valores de Lima
 - o Tasa Impositiva: El proyecto pertenece al Régimen Especial
 - o Deuda con el Banco
 - o Capital Propia

Tabla 122 Tasa COK

Concepto	%
Rf	14.78%
Rm	10.70%
Rp	1.44%
Beta apalancada	1.34%
COK	16.17%

Concepto	%
Beta no apalancada	0.67%
T	1.50%
Deuda	17000.00
Capital	16695.93
Ratio D/C	1.02
Beta Apalancado	1.34%

Elaboración: Propia

Con el valor COK, se procede a determinar la tasa WACC, para ello se utiliza la siguiente matriz.

Tabla 123 Cálculo de la tasa WACC

Concepto	Inversión	Relativo	Tasa
Capital Propio	16696	49.55%	16.17%
Financiamiento	17000	50.45%	20.44%
INVERSION TOTAL	27853	100%	
WACC			18.32%

Elaboración: Propia

6.14.-Cuadro de riesgo del tipo de cambio

En el presente proyecto el precio ha sido determinado en Dólares Americanos para todos los usuarios, asimismo los proveedores en su mayoría son extranjeros y también cotizan sus servicios en Dólares americanos. En consecuencia, es muy importante verificar el impacto de la variación del tipo de cambio en la rentabilidad del proyecto.

Es por eso que se realiza un análisis de sensibilidad y de esta manera comprobar la estabilidad del proyecto.

Tabla 124 Análisis de sensibilidad del Tipo de Cambio

Tipo de Cambio	VAN (e)	TIR (e)	B/C
3.70	59504.4794	22.6953	1.2120
3.50	52019.8132	22.6609	1.1804
3.30	43621.1096	22.6145	1.1470

Elaboración: Propia

Como resultado de la evaluación se comprueba que el proyecto es resistente ante posibles escenarios que pueda presentar el tipo de cambio.

Se visualiza que a medida que el Tipo de Cambio sube respecto al sol peruano el proyecto incrementa su rentabilidad, mientras que en el escenario contrario la rentabilidad disminuye.

Se puede concluir que en cualquiera de los escenarios los resultados son positivos, por lo tanto, el proyecto es viable.

7.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

De acuerdo con los estudios en aspectos legales, marketing, logísticos y financieros a continuación se presentarán las conclusiones y recomendaciones.

7.1.- Conclusiones

- Inca Deals EIRL es un Marketplace enfocado al sector agrícola que conecta directamente a importadores y exportadores y propicia negocios rentables para sus usuarios a través de una metodología innovadora.
- Inca Deals cuenta solo con un socio participacionista por lo cual la persona jurídica es EIRL y se ubica en el estrato empresarial de las microempresas, con opción a cambiar si los ingresos sobrepasan los límites.
- Inca Deals EIRL cumple con el principio de empresa en marcha en todos los aspectos.
- Se puede afirmar que la segmentación de mercado es adecuada para el proyecto y tiene tendencia creciente.
- La estrategia de segmentación será de diferenciación mientras que la estrategia comercial es la diversificación.
- Los proveedores elegidos para colaborar en el proyecto han sido seleccionados diligentemente y se puede afirmar que son los apropiados para asegurar el correcto funcionamiento del servicio.
- El precio determinado para el servicio es coherente y adecuado para el mercado.

- La inversión requerida es coherente con la realidad del socio participacionista y a la capacidad crediticia del mismo. Es por eso que no es alta.
- El resultado la evaluación económica – financiera concluye que el proyecto es viable y rentable, con un Valor Actual Neto (económico) de USD 52,019.81 y una Tasa Interna de Retorno del 22.66%.
- El proyecto ha demostrado superar las posibles fluctuaciones del tipo de cambio.

7.2.- Recomendaciones

- Se recomienda amortizar la deuda en un periodo más corto, sin afectar la liquidez del proyecto y obtener un nuevo financiamiento que le permita al proyecto invertir más en publicidad y en opciones que fortalezcan las ventajas diferenciales del servicio.
- Se recomienda implementar un servicio de intermediación logística que le permita al proyecto ser una alternativa más integral del comercio internacional.
- Se recomienda propiciar un espacio en el portal para publicidad paga, el cual no debe sofocar a los usuarios.
- Se recomienda organizar anualmente espacios digitales en el software web que le permita a los usuarios reuniones comerciales bajo la modalidad de Rondas de Negocios.

Referencias

- AGRARIA.PE. (23 de FEBRERO de 2017). *AGRARIA.PE*. Obtenido de <https://agraria.pe/noticias/grandes-empresas-concentran-el-834-de-las-10393>
- AXIOMA B2B . (2019). *AXIOMA B2B - MARKETING* . Obtenido de <https://www.axiomab2b.com/blog/marketing-b2b-es/conoce-realmente-el-comportamiento-de-sus-clientes-b2b/>
- BIOLOGISTIK. (16 de OCTUBRE de 2016). *BIOLOGISTIK S.A.* . Obtenido de <https://www.bilogistik.com/blog/transporte-mercancias-medio-ambiente/>
- CODIGO CIVIL PERUANO . (1997). *CODIGO CIVIL PERUANO* . LIMA.
- COMUNICA WEB. (2019). *COMUNICA WEB*. Obtenido de https://www.comunica-web.com/verarticulo-inbound-marketing-proceso-comprador-b2b_925.php
- CONNEXT. (2019). *CONNEXT*. Obtenido de <https://blog.connex.es/6-pasos-para-conseguir-una-estrategia-de-ventas-b2b>
- ECOMMERCE NEWS. (12 de Septiembre de 2018). *ECOMMERCE NEWS*. Obtenido de <https://ecommerce-news.es/los-ingresos-de-marketplaces-aumentan-a-un-ritmo-anual-del-300/>
- FRESH FRUIT. (2019). *DESAFIO DE LAS EXPORTACIONES AGRICOLAS*.
- GREENPEACE. (2019). *INTERNET, UNA MAQUINA INVISIBLE*.
- INDECOPI. (2019). *PAGINA OFICIAL INDECOPI - MARCA Y SIGNOS DISTINTIVOS*. Obtenido de <https://www.indecopi.gob.pe/marcas-que-puedo-proteger>
- INDECOPI. (2019). *PAGINA OFICIAL INDECOPI - OBRAS*. Obtenido de <https://www.indecopi.gob.pe/obras-que-protejo>
- INEI. (2010). *Clasificacion Industrial Internacional Uniforme de todas las Actividades Economicas - Rev 4*.
- INEI. (2019). *DEMOGRAFIA EMPRESARIAL II TRIMESTRE 2019*.
- INEI. (2020). *Informe de Producto Bruto Interno Trimestral*.
- MCKINSEY. (2019). *¿CUANTO CONTAMINA INTERNET EL MEDIO AMBIENTE?*
- MEJIA, C. A. (2019). *METODOS PARA LA DETERMINACION DEL PRECIO*. *PLANNING S.A. - COLOMBIA*.

MERCADO ELECTRONICO . (2018). *MERCADO ELECTRONICOE*. Obtenido de <https://blog.mercadoe.com/es/english-what-is-a-b2b-marketplace-and-what-are-the-benefits-of-being-part-of-it/>

MINAGRI . (2017). *ANUARIO ESTADISTICO DE PRODUCCION AGRICOLA 2017*.

MINAGRI. (2019). *PLAN NACIONAL DE CULTIVOS*.

MINCETUR. (2018). *ANALISIS INTEGRAL DE LA LOGISTICA EN EL PERU* .

MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO . (2019). *EXPORTACIONES PERU 2019*.

MINISTERIO DE ECONOMIA Y FINANZAS. (16 de DICIEMBRE de 2016). ARANCEL DE ADUANAS. *EL PERUANO* , pág. SEPARATA ESPECIAL.

MINISTERIO DE TRABAJO Y PROMOCION DEL EMPLEO . (2007). *GUIA DE CONSTITUCION DE EMPRESAS*.

MINISTERIO DE TRABAJO Y PROMOCION DEL EMPLEO . (2014). *EL 1,2,3 DE LA FORMALIZACION LABORAL*.

MINISTERIO DE TRABAJO Y PROMOCION DEL EMPLEO . (2019). *REGIMEN LABORAL ESPECIAL DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA*.

MUNICIPALIDAD DE LOS OLIVOS. (s.f.). *TEXTO UNICO DE PROCEDIMIENTOS ADMINISTRATIVOS - ORD 518*.

OCDE-FAO. (2019). *PERSPECTIVAS AGRICOLAS 2019 -2028*.

ORGANIZACION MUNDIAL DEL COMERCIO . (2019). *EXAMEN ESTADISTICO DEL COMERCIO MUNDIAL* .

PROMPERU . (2013). *GUIA DE EXPORTACION DE PRODUCTOS PERECIBLES* .

SOCIEDAD NACIONAL DE INDUSTRIAS. (2006). *ENVASE Y EMBALAJE* .

SUNARP . (2019). *CONSTITUCION DE EMPRESA* .

VALLADARES, A. (2018). *METODOS DE FIJACION DE PRECIOS* . España: ALVARO VALLADARES.

Anexos

1.- SOLICITUD DE RESERVA DE NOMBRE

 Superintendencia Nacional de los Registros Públicos	SOLICITUD DE RESERVA DE PREFERENCIA REGISTRAL DE NOMBRE DE PERSONA JURIDICA
	2020- V1843934

1. RESERVA DE NOMBRE DE PERSONA JURÍDICA
CONSTITUCION

2. DENOMINACIÓN o RAZÓN SOCIAL

INCA DEALS

3. TIPO DE PERSONA JURÍDICA
Tipo de persona jurídica

EMPRESAS INDIVIDUALES DE RESPONSABILIDAD LIMITADA

4. DOMICILIO DE LA PERSONA JURÍDICA

Departamento	Provincia
LIMA	LIMA

5. DATOS DEL SOLICITANTE

SARAVIA Apellido Paterno	GUTIERREZ Apellido Materno	ROSA MILAGROS ANDREA Nombres
------------------------------------	--------------------------------------	--

Identificado(a) con: DOCUMENTO NACIONAL DE IDENTIDAD No: 70856361
Domiciliado(a) en: DPTO 12B URN PEDRO CUEVA, 12B
Correo Electrónico: **milagrossaraviagutierrez@gmail.com**

6. SOLICITO:
La inscripción de (acto o derecho):

RESERVA DE DENOMINACION

7. INTEGRANTES DE LA PERSONA JURÍDICA

SARAVIAGUTIERREZ ROSA MILAGROS ANDREA	DNI: 70856361
--	---------------

8. ASIENTO

--

“No olvide imprimir este documento y presentarlo en la Oficina Registral correspondiente, cancelando los derechos registrales en plazo de tres días hábiles contados o desde el día hábil siguiente (si es que aquél es inhábil) de llenada la solicitud “

2.- CONSTITUCIÓN PARA UNA EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA E.I.R.L

SEÑOR NOTARIO

SÍRVASE USTED EXTENDER EN SU REGISTRO DE ESCRITURAS PÚBLICAS UNA DE CONSTITUCIÓN DE EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA, QUE OTORGA: ROSA MILAGROS ANDREA SARAVIA GUTIERREZ DE NACIONALIDAD PERUANA, CON DOCUMENTO DE IDENTIDAD NUMERO 70856361 OCUPACIÓN: BACHILLER EN ADMINISTRACION DE NEGOCIOS INTERNACIONALES ESTADO CIVIL SOLTERA SEÑALANDO DOMICILIO PARA EFECTOS DE ESTE INSTRUMENTO EN DPTO 12 B URB PEDRO CUEVA – VENTANILLA EN LOS TÉRMINOS SIGUIENTES:

PRIMERA. - POR EL PRESENTE, ROSA MILAGROS ANDREA SARAVIA GUTIERREZ CONSTITUYE UNA EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA BAJO LA DENOMINACIÓN DE: “**INCA DEALS E.I.R.L.**”, CON DOMICILIO EN JR. MANUEL GONZALES PRADA N° 631 LOS OLIVOS PROVINCIA DE LIMA, DEPARTAMENTO DE LIMA, QUE INICIA SUS OPERACIONES A PARTIR DE SU INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO MERCANTIL CON UNA DURACIÓN INDETERMINADA, PUDIENDO ESTABLECER SUCURSALES EN TODO EL TERRITORIO NACIONAL.

SEGUNDA. - EL OBJETO DE LA EMPRESA ES: GESTIONAR UN MARKETPLACE, SE ENTIENDEN INCLUIDOS EN EL OBJETO, LOS ACTOS RELACIONADOS CON EL MISMO, QUE COADYUVEN A LA REALIZACIÓN DE SUS FINES EMPRESARIALES. PARA CUMPLIR DICHO OBJETO, PODRÁ REALIZAR TODOS AQUELLOS ACTOS Y CONTRATOS QUE SEAN LÍCITOS, SIN RESTRICCIÓN ALGUNA.

TERCERA. - EL CAPITAL DE LA EMPRESA ES DE S/. 10,000.00 (DIEZ MIL SOLES CONSTITUIDO POR EL APORTE EN EFECTIVO DEL TITULAR.

CUARTA. - SON ÓRGANOS DE LA EMPRESA, EL TITULAR Y LA GERENCIA. EL RÉGIMEN QUE LE CORRESPONDA ESTÁ SEÑALADO EN EL DECRETO LEY N.º 21621, ARTÍCULOS 39 Y 50 RESPECTIVAMENTE Y DEMÁS NORMAS MODIFICATORIAS Y COMPLEMENTARIAS.

QUINTA. - LA GERENCIA ES EL ÓRGANO QUE TIENE A SU CARGO LA ADMINISTRACIÓN Y REPRESENTACIÓN DE LA EMPRESA. SERÁ DESEMPEÑADA POR UNA O MÁS PERSONAS NATURALES. EL CARGO DE GERENTE ES INDELEGABLE. EN CASO DE QUE EL CARGO DE

GERENTE RECAIGA EN EL TITULAR, ÉSTE SE DENOMINARÁ TITULAR GERENTE.

SEXTA. - LA DESIGNACIÓN DEL GERENTE SERÁ EFECTUADA POR EL TITULAR, LA DURACIÓN DEL CARGO ES INDEFINIDA, AUNQUE PUEDE SER REVOCADO EN CUALQUIER MOMENTO.

SÉPTIMA. - CORRESPONDE AL GERENTE:

1. ORGANIZAR EL RÉGIMEN INTERNO DE LA EMPRESA.
2. CELEBRAR CONTRATOS INHERENTES AL OBJETO DE LA EMPRESA, FIJANDO SUS CONDICIONES; SUPERVISAR Y FISCALIZAR EL DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES DE LA EMPRESA.
3. REPRESENTAR A LA EMPRESA ANTE TODA CLASE DE AUTORIDADES. EN LO JUDICIAL GOZARA DE LAS FACULTADES GENERALES Y ESPECIALES, SEÑALADAS EN LOS ARTÍCULOS 74°, 75°, 77° Y 436° DEL CÓDIGO PROCESAL CIVIL. EN LO ADMINISTRATIVO GOZARÁ DE LA FACULTAD DE REPRESENTACIÓN PREVISTA EN EL ARTICULO 115° DE LA LEY N.º 27444 Y DEMÁS NORMAS CONEXAS Y COMPLEMENTARIAS. TENIENDO EN TODOS LOS CASOS FACULTAD DE DELEGACIÓN O SUSTITUCIÓN. ADEMÁS, PODRÁ CONSTITUIR PERSONAS JURÍDICAS EN NOMBRE DE LA EMPRESA Y REPRESENTAR A LA EMPRESA ANTE LAS PERSONAS JURÍDICAS QUE CREA CONVENIENTE Y DEMÁS NORMAS COMPLEMENTARIAS. ADEMÁS, PODRÁ SOMETER LAS CONTROVERSIAS A ARBITRAJE, CONCILIACIONES EXTRAJUDICIALES Y DEMÁS MEDIOS ADECUADOS DE SOLUCIÓN DE CONFLICTO, PUDIENDO SUSCRIBIR LOS DOCUMENTOS QUE SEAN PERTINENTES
4. CUIDAR LOS ACTIVOS DE LA EMPRESA.
5. ABRIR Y CERRAR CUENTAS CORRIENTES, BANCARIAS, MERCANTILES Y GIRAR CONTRA LAS MISMAS, COBRAR Y ENDOSAR CHEQUES DE LA EMPRESA, ASÍ COMO ENDOSAR Y DESCONTAR DOCUMENTOS DE CRÉDITO. SOLICITAR SOBREGIROS, PRÉSTAMOS, CRÉDITOS O FINANCIACIONES PARA DESARROLLAR EL OBJETO DE LA EMPRESA CELEBRANDO LOS CONTRATOS RESPECTIVOS.
6. SOLICITAR TODA CLASE DE PRÉSTAMOS CON GARANTÍAS HIPOTECARIA, PRENDARIA Y, DE CUALQUIER FORMA, ADEMÁS CONOCIMIENTO DE EMBARQUE, CARTA DE PODER, CARTA FIANZA, PÓLIZA, LETRAS DE CAMBIO, PAGARES, FACTURAS CONFORMADAS Y CUALQUIER OTRO TÍTULO VALOR.
7. SUSCRIBIR CONTRATOS DE ARRENDAMIENTO Y SUBARRENDAMIENTO.
8. COMPRAR Y VENDER LOS BIENES SEAN MUEBLES O INMUEBLES DE LA EMPRESA, SUSCRIBIENDO LOS RESPECTIVOS CONTRATOS.
9. CELEBRAR, SUSCRIBIR CONTRATOS DE LEASING O ARRENDAMIENTO FINANCIERO, CONSORCIO, ASOCIACIÓN EN

PARTICIPACIÓN Y CUALQUIER OTRO CONTRATO DE COLABORACIÓN EMPRESARIAL, VINCULADOS AL OBJETO DE LA EMPRESA.

10. AUTORIZAR A SOLA FIRMA, LA ADQUISICIÓN DE BIENES, CONTRATACIÓN DE OBRAS Y PRESTACIÓN DE SERVICIOS PERSONALES.

11. NOMBRAR, PROMOVER, SUSPENDER Y DESPEDIR A LOS EMPLEADOS Y SERVIDORES DE LA EMPRESA.

12. CONCEDER LICENCIA AL PERSONAL DE LA EMPRESA.

13. CUIDAR DE LA CONTABILIDAD Y FORMULAR EL ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS, EL BALANCE GENERAL DE LA EMPRESA Y LOS DEMÁS ESTADOS Y ANÁLISIS CONTABLES QUE SOLICITE EL TITULAR.

14. SOLICITAR, ADQUIRIR, TRANSFERIR REGISTROS DE PATENTES, MARCAS, NOMBRES COMERCIALES CONFORME A LEY, SUSCRIBIENDO CUALQUIER CLASE DE DOCUMENTOS VINCULADOS, QUE CONLLEVE A LA REALIZACIÓN DEL OBJETO DE LA EMPRESA.

15. PARTICIPAR EN LICITACIONES, CONCURSOS PÚBLICOS Y/O ADJUDICACIONES, SUSCRIBIENDO LOS RESPECTIVOS DOCUMENTOS, QUE CONLLEVE A LA REALIZACIÓN DEL OBJETO DE LA EMPRESA.

OCTAVA. - PARA TODO LO NO PREVISTO RIGEN LAS DISPOSICIONES CONTENIDAS EN EL D.L. N.º 21621 Y AQUELLAS QUE LAS MODIFIQUEN O COMPLEMENTEN.

DISPOSICION TRANSITORIA. - ROSA MILAGROS ANDREA SARAVIA IDENTIFICADO CON DNI N.º 70856361 EJERCERÁ EL CARGO DE TITULAR GERENTE DE LA EMPRESA, PERUANO, CON DOMICILIO SEÑALADO EN LA INTRODUCCIÓN DE LA PRESENTE.

LIMA, XX DE XXXX DEL 202X

3.- CONTRATO CON EL PROGRAMADOR

CONTRATO DE DISEÑO WEB

En _____, a __ de ____ de 20__

REUNIDOS

_____, mayor de edad, con DNI _____ y domicilio en _____, en posesión de poderes suficientes para este acto. (El Desarrollador)

Rosa Milagros Andrea Saravia Gutierrez mayor de edad, con DNI 70856361 y domicilio en Dpto. 12B Urbe Pedro Cueva – Ventanilla, actuando en nombre y representación de Inca Deals EIRL inscrita en Registros Públicos de Lima con N° de Título 1111111, en posesión de poderes suficientes para este acto. (El cliente)

MANIFIESTAN

Que las partes están interesadas en formalizar el presente contrato; que poseen suficientes poderes para la firma del mismo; que se reconocen capacidad legal necesaria para poder llevar a cabo la celebración y declaran expresamente que actúan de forma libre, voluntaria y no viciada.

EXPONEN

El cliente está interesado en que el prestador lleve a cabo el diseño y desarrollo de un Software Web conforme a las necesidades específicas indicadas por el cliente.

Que el prestador tiene como objeto el diseño y desarrollo del Software Web y cuenta con el personal necesario para ello; que las características son las indicadas por el cliente; que ambas partes aceptan cumplir con sus respectivas obligaciones.

En relación a lo anteriormente expuesto, las partes otorgan el presente contrato que se registrará por las siguientes

CLAUSULAS

DESARROLLADOR

CLIENTE

I. OBJETO DEL CONTRATO

El presente contrato regula la prestación de servicio de diseño y programación Web solicitada por el cliente. El Software Web se acogerá en todo caso a las categorías, diseño y contenidos indicados por el cliente.

II. PROPIEDAD INTELECTUAL

El prestador garantiza al cliente que todo el material utilizado para el desarrollo del proyecto, así como el resultado obtenido, es un producto original que no vulnera ninguna ley o derechos de terceros, en especial los referidos a propiedad industrial e intelectual.

El prestador reconoce los derechos de explotación sobre la obra. El prestador renuncia de forma indefinida a ejercitar cualquier tipo de acción para recuperar sus derechos de propiedad intelectual respecto al desarrollo, a excepción del derecho de autoría por el que el desarrollador tiene derecho a exigir que aparezca su nombre o un link al su sitio Web.

III. OBLIGACIONES DEL PRESTADOR

El prestador se compromete a desarrollar el presente proyecto bajo las directrices del cliente, ajustándose a los términos indicados por éste y conforme a las mejores prácticas existentes en el mercado, así como con la máxima diligencia posible.

Una vez aceptadas las características del sitio Web pueden producirse variaciones en el diseño y/o contenido del mismo a petición del cliente. Salvo que conllevaran una variación sustancial del Proyecto Inicial no supondrá aumento del precio, considerando variación sustancial toda aquello que suponga un aumento del tiempo total de trabajo estimado inicialmente superior al 10 %.

El prestador se compromete a finalizar el desarrollo en el plazo acordado siempre que la otra parte haya colaborado activamente en el desarrollo del mismo (aceptando los diseños, entregando los contenidos, etc.)

IV. OBLIGACIONES DEL CLIENTE

El cliente se obliga a realizar el pago del precio en los términos indicados en la cláusula VI del presente contrato.

El cliente se obliga a mantener un contacto constante con el prestador entregando en tiempo y forma los contenidos del proyecto Web (Textos, imágenes, videos, categorías...), la aceptación del diseño y cualquier otra necesidad que requiera el prestador para poder finalizar el proyecto. En cualquier caso, se atenderá a lo dispuesto respecto a propiedad intelectual en la cláusula II.

V. COMUNICACIONES

Las partes se obligan a comunicarse toda la información que pudiera ser necesaria para el correcto desarrollo del proyecto. Toda comunicación entre las partes relativa al presente contrato se realizará por escrito o telefónicamente. A efectos de comunicaciones y/o notificaciones las partes designan:

Prestador

Domicilio en _____, con correo electrónico _____ y Teléfono _____

Cliente

Domicilio en Dpto. 12 Urbe Pedro Cueva – Ventanilla Callao, con correo electrónico milagrossaraviagutierrez@gmail.com y Teléfono 945882221

Cualquier cambio de domicilio o dirección de contacto deberá ser comunicado a la otra parte por escrito con una antelación mínima de 10 días hábiles.

VI. DURACIÓN Y PRECIO

El presente contrato entrará en vigor el día 15 de octubre del 2020 y tendrá una duración de 5 meses, siendo posible, a petición del prestador, añadir 30 días adicionales para llevar a cabo la entrega del proyecto, sin ello suponer repercusión económica alguna.

El precio a abonar por parte del cliente como pago por la prestación del servicio prestado equivale a USD 8,000.00 dólares americanos, dicha cantidad incluye el IGV correspondiente (18%)

Dicho precio será abonado de la siguiente forma:

USD 3,000.00 dólares americanos que corresponden al 37.5 % del precio, serán abonados en el momento de la firma del presente contrato.

El 62.5 % restante, equivalente USD 5,000.00 dólares americanos, serán abonados en el momento de finalización del proyecto.

El pago del 62.5 % final será llevado a cabo siempre que el prestador de por finalizado el proyecto y en cualquier caso cuando se cumpla el plazo de entrega y el cliente no haya entregado o colaborado activamente en la entrega de contenidos, validación de colores y diseño o entrega de categorías del sitio Web.

El pago será realizado mediante transferencia Bancaria en el número de cuenta _____.

VIII. CONFIDENCIALIDAD Y PROTECCIÓN DE DATOS

Las partes contratantes declaran conocer y cumplir la legislación peruana sobre protección de datos, comprometiéndose a tratar los datos personales obtenidos durante el desarrollo del proyecto de acuerdo con dicha normativa.

Se informa al cliente que sus datos quedarán almacenados en un fichero, automatizado o no, con las únicas finalidades de informarle sobre novedades y nuevos proyectos en los que se encuentre trabajando el prestador, así como para el mantenimiento de la relación contractual.

Se informa al afectado que puede ejercer los derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición de sus datos de carácter personal solicitándolo por escrito y acompañando una fotocopia del DNI en la dirección del prestador indicada en el presente contrato.

Toda la información relativa al proyecto, así como a los datos de carácter personal, tendrá el carácter de confidencial por lo que las partes deberán guardar el mayor secreto respecto a las mismas, garantizando en todo caso el no acceso por parte de terceros a dicha información.

XI. NO COMPETENCIA

El cliente se compromete a no realizar proyectos de equivalente o análoga naturaleza para un tercero, ni iniciar a partir del presente desarrollo una nueva línea de negocio relacionada con la realización de sitios Web. Se considerará que el cliente incurre en dicha circunstancia siempre que opere directamente o indirectamente mediante otra empresa en la que disponga de participación social, o que actúe como mero asesor o colaborador y que en definitiva obtenga como resultado un proyecto igual, semejante o con la misma finalidad a la ofrecida por el prestador.

El incumplimiento del anterior compromiso llevará aparejada una penalización equivalente a USD 25,000.00, sin perjuicio y de las indemnizaciones que correspondiesen por los daños y perjuicios causados al prestador.

XI. EXTINCIÓN

Además de por las causas generales del Derecho, este contrato se extinguirá:

Por el transcurso del mismo.

Por ser declarados en situación de suspensión de pagos, quiebra o concurso de acreedores cualquiera de las partes.

Por incumplimiento de las obligaciones estipuladas en el presente contrato.

Las partes aceptan expresamente el sometimiento a las penalizaciones económicas indicadas a continuación siempre que se rescinda el contrato de forma previa a la finalización del proyecto:

XII JURISDICCIÓN Y LEGISLACIÓN APLICABLE

Todas las cuestiones litigiosas sobre el presente contrato mercantil, quedarán regidas por la legislación peruana.

4.- CONTRATO DE TRABAJO INCA DEALS EIRL

CONTRATO DE TRABAJO

Conste por el presente documento que se extiende por duplicado EL CONTRATO DE TRABAJO que dentro de los alcances de la Ley de Productividad y Competitividad Laboral aprobada mediante Decreto Supremo No 003-97-TR celebran de una parte INCA DEALS. con RUC N° 2222222222, domiciliado en Jr. Manuel Gonzales Prada N° 631 Los Olivos, debidamente representado por la Srta. Rosa Milagros Andrea Saravia Gutierrez, identificado con D.N.I. 70856361 a quien en adelante se le denominará EL EMPLEADOR; y de la otra parte el Sr. XXXXXXXX, identificado con D.N.I. N° 00000000, con domicilio en XXXXXXXXXXXXX a quien en adelante se denominará EL TRABAJADOR; bajo los términos y condiciones siguientes:

PRIMERO. - EL EMPLEADOR, es una empresa dedicada a la gestión de un software web, según consta en la escritura de constitución N° 0000 Minuta 0000, Kardex 00000, por lo que se necesita de recursos humanos de servicios.

SEGUNDO. - En virtud a lo expuesto en la cláusula primera EL EMPLEADOR, al amparo del Art.57, de la ley de Productividad y Competitividad Laboral, amparada mediante Decreto Supremo N°003-97-TR, contrata los servicios de EL TRABAJADOR para realizar las labores vinculadas con el cargo de ASISTENTE ADMINISTRATIVA.

TERCERO. - Queda expresamente establecida entre las partes que las labores indicadas en la cláusula segunda de este contrato no tienen carácter de limitativo sino meramente enunciativo, por lo que no constituye pacto de labor fija. Corresponde en consecuencia a EL TRABAJADOR la realización de otras labores adicionales a la principal que disponga EL EMPLEADOR, siempre que tal medida no implique rebaja de categoría ni remuneración.

CUARTO: El plazo de vigencia del presente contrato es de 06 meses plazo que se iniciará el día 01 de enero del 2021 debiendo concluir el 30 de junio del 2021.

QUINTO. - EL TRABAJADOR cumplirá una jornada no mayor de 48 horas semanales, gozando de su descanso semanal respectivo en cualquier día de la semana a la elección de EL EMPLEADOR, siendo este último quien fijará el horario de trabajo según la necesidad de operación del negocio en ejercicio de la facultad conferida por el Decreto Legislativo 854.

SEXTO. - EL TRABAJADOR percibirá como contraprestación por sus servicios una remuneración total mensual de S/. 1,200.00 (Un Mil Doscientos y 00/100 Nuevos Soles).

Las ausencias injustificadas por parte de EL TRABAJADOR implican la pérdida de la remuneración proporcionalmente a la duración de dicha ausencia, sin perjuicio del ejercicio de las facultades disciplinarias propias de EL EMPLEADOR previstas en la legislación laboral y normas internas de la empresa.

SEPTIMO. - EL TRABAJADOR deberá cumplir con las normas propias del trabajo y las que se imparta por la necesidad de servicio en ejercicio de las facultades de administración de EL EMPLEADOR.

OCTAVO. - Queda entendido que EL EMPLEADOR no está obligado a dar aviso alguno adicional referente al término del presente contrato, operando su vencimiento en la fecha señalada en la cláusula Cuarta, oportunidad en la cual se le abonara a EL TRABAJADOR, los beneficios sociales que le pudiera corresponder dentro del plazo de la Ley.

NOVENO. - Ambas partes reconocen igualmente, que la presente contratación se efectúe dentro de los lineamientos de la Ley de Productividad y Competitividad Laboral, aprobada mediante Decreto Supremo No 003-97-TR, cuerpo legal que declaramos conocer.

DECIMO. - Las partes contratantes ratifican que el presente contrato constituye un Acto Jurídico válido que no se encuentra afectado por causal de nulidad alguna.

DECIMO PRIMERA. - EL TRABAJADOR, se compromete a guardar reserva de los secretos profesionales y laborales y reconoce que este hecho significa falta grave y motivo de despido inmediato.

DECIMO SEGUNDA. - EL TRABAJADOR declara haber recibido inducción sobre las medidas de seguridad que debe cumplir durante su labor; asimismo, forma parte integrante del presente contrato.

DECIMO TERCERA. - Será causal de disolución de este contrato no cumplir con los objetivos trazados por LA EMPRESA.

En señal de conformidad las partes suscriben este documento en la ciudad de Lima al día 00 de XXXX del 202X.

Saravia Gutierrez Rosa Milagros A.

RUC: 222222222222


Gerente General

Trabajador

5.- TABLA DE AMORTIZACION MENSUAL

Periodo	Saldo Pendiente	Amortización	Intereses	Cuota Base	ITF	Cuota a Pagar
	\$ 17,000.00					
1	\$ 16,644.58	\$ 355.42	\$ 265.52	\$ 620.94	\$ 0.03	\$ 620.97
2	\$ 16,283.61	\$ 360.97	\$ 259.97	\$ 620.94	\$ 0.03	\$ 620.97
3	\$ 15,917.00	\$ 366.61	\$ 254.33	\$ 620.94	\$ 0.03	\$ 620.97
4	\$ 15,544.66	\$ 372.34	\$ 248.61	\$ 620.94	\$ 0.03	\$ 620.97
5	\$ 15,166.51	\$ 378.15	\$ 242.79	\$ 620.94	\$ 0.03	\$ 620.97
6	\$ 14,782.45	\$ 384.06	\$ 236.89	\$ 620.94	\$ 0.03	\$ 620.97
7	\$ 14,392.39	\$ 390.06	\$ 230.89	\$ 620.94	\$ 0.03	\$ 620.97
8	\$ 13,996.24	\$ 396.15	\$ 224.79	\$ 620.94	\$ 0.03	\$ 620.97
9	\$ 13,593.91	\$ 402.34	\$ 218.61	\$ 620.94	\$ 0.03	\$ 620.97
10	\$ 13,185.29	\$ 408.62	\$ 212.32	\$ 620.94	\$ 0.03	\$ 620.97
11	\$ 12,770.28	\$ 415.00	\$ 205.94	\$ 620.94	\$ 0.03	\$ 620.97
12	\$ 12,348.80	\$ 421.48	\$ 199.46	\$ 620.94	\$ 0.03	\$ 620.97
13	\$ 11,920.73	\$ 428.07	\$ 192.88	\$ 620.94	\$ 0.03	\$ 620.97
14	\$ 11,485.98	\$ 434.75	\$ 186.19	\$ 620.94	\$ 0.03	\$ 620.97
15	\$ 11,044.43	\$ 441.54	\$ 179.40	\$ 620.94	\$ 0.03	\$ 620.97
16	\$ 10,595.99	\$ 448.44	\$ 172.50	\$ 620.94	\$ 0.03	\$ 620.97
17	\$ 10,140.55	\$ 455.45	\$ 165.50	\$ 620.94	\$ 0.03	\$ 620.97
18	\$ 9,677.99	\$ 462.56	\$ 158.39	\$ 620.94	\$ 0.03	\$ 620.97
19	\$ 9,208.21	\$ 469.78	\$ 151.16	\$ 620.94	\$ 0.03	\$ 620.97
20	\$ 8,731.08	\$ 477.12	\$ 143.82	\$ 620.94	\$ 0.03	\$ 620.97
21	\$ 8,246.51	\$ 484.57	\$ 136.37	\$ 620.94	\$ 0.03	\$ 620.97
22	\$ 7,754.37	\$ 492.14	\$ 128.80	\$ 620.94	\$ 0.03	\$ 620.97
23	\$ 7,254.54	\$ 499.83	\$ 121.12	\$ 620.94	\$ 0.03	\$ 620.97
24	\$ 6,746.91	\$ 507.64	\$ 113.31	\$ 620.94	\$ 0.03	\$ 620.97
25	\$ 6,231.34	\$ 515.56	\$ 105.38	\$ 620.94	\$ 0.03	\$ 620.97
26	\$ 5,707.73	\$ 523.62	\$ 97.33	\$ 620.94	\$ 0.03	\$ 620.97
27	\$ 5,175.93	\$ 531.79	\$ 89.15	\$ 620.94	\$ 0.03	\$ 620.97
28	\$ 4,635.83	\$ 540.10	\$ 80.84	\$ 620.94	\$ 0.03	\$ 620.97
29	\$ 4,087.29	\$ 548.54	\$ 72.41	\$ 620.94	\$ 0.03	\$ 620.97
30	\$ 3,530.19	\$ 557.10	\$ 63.84	\$ 620.94	\$ 0.03	\$ 620.97
31	\$ 2,964.38	\$ 565.81	\$ 55.14	\$ 620.94	\$ 0.03	\$ 620.97
32	\$ 2,389.74	\$ 574.64	\$ 46.30	\$ 620.94	\$ 0.03	\$ 620.97
33	\$ 1,806.12	\$ 583.62	\$ 37.33	\$ 620.94	\$ 0.03	\$ 620.97
34	\$ 1,213.39	\$ 592.73	\$ 28.21	\$ 620.94	\$ 0.03	\$ 620.97
35	\$ 611.39	\$ 601.99	\$ 18.95	\$ 620.94	\$ 0.03	\$ 620.97
36	\$ -0.00	\$ 611.39	\$ 9.55	\$ 620.94	\$ 0.03	\$ 620.97

6.- FORMATO DE PAGO DE IGV DE PROVEEDORES EXTRANJEROS.

SÓLO PARA SER USADO COMO BORRADOR		 SUNAT <small>SUPERINTENDENCIA NACIONAL DE ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA</small>
GUÍA PARA PAGOS VARIOS		
Utilice esta guía sólo si es MEDIANO O PEQUEÑO CONTRIBUYENTE		
MARQUE LO QUE DESEA PAGAR:		
<input type="checkbox"/> TRIBUTOS (incluye ÓRDENES DE PAGO Y RESOLUCIONES)		
<input type="checkbox"/> MULTAS (incluidas las del Nuevo Régimen Único Simplificado)		
<input type="checkbox"/> COSTAS Y GASTOS ADMINISTRATIVOS		
<input type="checkbox"/> FRACCIONAMIENTOS (ART. 36° CÓDIGO TRIBUTARIO, D.LEG. 848, PERT, PÉRTA, REFT, SEAP, RESIT)		
DATOS NECESARIOS PARA REALIZAR EL PAGO EN TODOS LOS CASOS		
NÚMERORUC		
PERÍODO TRIBUTARIO	Mes	Año
CÓDIGO DE TRIBUTO, CONCEPTO O MULTA (ver tabla al dorso)		
IMPORTE A PAGAR SIN DECIMALES	.00	
IMPORTANTE: 1. Si realiza pago por MULTAS verifique si debe consignar adicionalmente información en el rubro Tributo Asociado a la Multa (ver tabla al dorso). 2. SÓLO si realiza pago por fracc. Art. 36° Código Tributario, costas o gastos, indique el número de documento.		
DATOS ADICIONALES POR TIPO DE PAGO		
TRIBUTO ASOCIADO A LA MULTA	NÚMERO DE DOCUMENTO	
CÓDIGO DE TRIBUTO ASOCIADO (ver tabla al dorso) <div style="border: 1px solid black; width: 80px; height: 20px; margin: 5px auto;"></div> <p style="font-size: small;">Consigne información en este rubro sólo si el código de la multa corresponde a cualquiera de los siguientes: 6041; 6441; 6051; 6451; 6061; 6461; 6064; 6464; 6071; 6471; 6072; 6472; 6089; 6489; 6091; 6491; 6111; 6411 ó 6113.</p>	NÚMERO DE DOCUMENTO <div style="border: 1px solid black; width: 150px; height: 20px; margin: 5px auto;"></div> <p style="font-size: small;">Consigne el NÚMERO DE DOCUMENTO si efectúa pagos por alguno de los siguientes códigos o conceptos: - FRACC. ART. 36° DEL C. T. (8021; 5216; 5315 ó 5031) consigne el Número de Resolución que aprueba el Fraccionamiento. - COSTAS (5224; 8061 ó 8063) consigne el Nro Expediente de Cobranza Coactiva. - GASTOS (Código de tributo 5225; 8062; 8064 ó 8091); Número Resolución.</p>	
VER TABLA DE CÓDIGOS DE TRIBUTOS DE USO FRECUENTE AL DORSO		