



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS

INTERNACIONALES

**E-commerce e importación en una empresa del sector ferretero
distrito de Pichanaki, provincia de Chanchamayo, 2021**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN
NEGOCIOS INTERNACIONALES**

AUTOR:

Gonzales Espinoza, Yair Jesus (ORCID: 0000-0002-3653-4480)

ASESOR:

Mg. Berta Hinostroza, Mike Paul (ORCID: 0000-0001-9996-3787)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Mercados Emergentes

Lima — Perú

2021

Dedicatoria:

Dedicado para mi yo del futuro, que siempre recuerde que, aunque te digan que te es imposible hacerlo, que es muy difícil, o que eso no se puede hacer en tu nivel; solo tires sus comentarios al viento, levantes la cabeza con la mirada al cielo y les demuestres con hechos que los simples limitados y conformistas no pueden parar a los que están destinados a la gloria. 劍龍

Agradecimiento

Quiero agradecer en primer lugar Dios, por darme las fuerzas de continuar y terminar esta investigación, en segundo lugar, a mis padres, abuelos, hermanos y familiares por apoyarme y comprenderme durante este tiempo y, en tercer lugar, pero no menos importante a mi asesor el Mg. Paul Berta que no encasillo mi investigación en sus gustos si no que me dio libertad, apoyo e impulso a desarrollar el tipo de investigación que yo desee realizar.

Índice de contenidos

Caratula.....	
Dedicatoria:.....	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Resumen	v
Abstract	vi
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	4
III. METODOLOGÍA	12
3.1. Tipo y diseño de investigación.....	12
3.2. Categorías, Subcategorías y matriz de categorización.	12
3.3. Escenario de estudio	13
3.4. Participantes	13
3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	14
3.6. Procedimiento	14
3.7. Rigor científico	14
3.8. Método de análisis de datos.....	15
3.9. Aspectos éticos	15
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	16
V. CONCLUSIONES	23
VI. RECOMENDACIONES.....	24
REFERENCIAS.....	25
ANEXOS	30

Resumen

El objetivo de estudio fue caracterizar el e-commerce y la importación en una empresa del sector ferretero en pandemia distrito de Pichanaki, provincia de Chanchamayo, 2021, para ello se utilizó un estudio de enfoque cualitativo, de tipo aplicada, de diseño estudio de caso, siendo el escenario de estudio una empresa del sector ferretero en el departamento de Junín, provincia de Chanchamayo, distrito de Pichanaki. La cantidad de participantes fueron 6 personas pertenecientes a esta empresa, se aplicó la técnica de la entrevista utilizando como instrumento una guía de entrevista semiestructurada. El resultado fue que el e-commerce es una salida muy rentable y viable para salvar los negocios de muchos empresarios golpeados por la pandemia y por el lado de la importación encontramos una manera de obtener mejores ganancias comprando productos del exterior para venderlos dentro del mercado nacional sin embargo existe mucho desconocimiento de los certificaciones internacionales y medioambientales. Finalmente se concluyó que dada la coyuntura actual el empresario opto por el e-commerce como una manera de salvar su negocio lo cual asociado a la descentralización comercial que existe en el internet le brinda oportunidades de obtener mayores ganancias a través de la importación y comercialización de productos del exterior.

Palabras clave: E-commerce, Importación, Pandemia

Abstract

The objective of the study was to characterize e-commerce and importation in a company in the hardware sector in a pandemic, Pichanaki district, Chanchamayo province, 2021, for this a qualitative approach study was used, of an applied type, of a case study design. The study scenario being a company in the hardware sector in the department of Junín, province of Chanchamayo, district of Pichanaki. The number of participants were 6 people belonging to this company, the interview technique was applied using a semi-structured interview guide as an instrument. The result was that e-commerce is a very profitable and viable way out to save the businesses of many entrepreneurs hit by the pandemic and on the import side we found a way to obtain better profits by buying products from abroad to sell them within the national market. However, there is much ignorance of international and environmental certifications. Finally, it was concluded that given the current situation, the businessman opted for e-commerce as a way to save his business, which, associated with the commercial decentralization that exists on the internet, provides him with opportunities to obtain greater profits through the importation and commercialization of products from abroad.

Keywords: E-commerce, Import, Pandemic

I. INTRODUCCIÓN

El aumento de las importaciones de productos ha permitido que muchas empresas obtengan márgenes de ganancias superiores al promedio, debido a que en algunos casos los precios del mercado internacional son mejores que los del mercado nacional. Sin embargo, durante el año 2020, la pandemia ha generado que muchos empresarios se adapten a un “nuevo modelo” de compras y ventas que es el e-commerce debido a que se estableció, en casi todos los países, un aislamiento social obligatorio buscando evitar la propagación del virus Covid-19. Esto ha impactado significativamente en las empresas de muchos países, ya que el problema que enfrentan las pymes ha pasado de una crisis de salud a una crisis económica y los dueños de negocios están tratando de sobrevivir a ambas crisis con menos recursos (Al-Fadly, 2020), lo cual se evidencia en el perjuicio de la disminución de ventas presenciales en sus establecimientos. En consecuencia, la “nueva normalidad” ha obligado indirectamente a las empresas a digitalizarse para no quebrar, potenciando de esta manera el e-commerce. Esta transición debería ser natural en cualquier negocio, ya que es necesario que se innoven y se adapten a las necesidades del cliente moderno que en la actualidad cuenta con una amplia cantidad de opciones en productos y servicios al alcance de un click (Cardona, 2020). Sin embargo, las PYMES con más años y consolidadas pueden considerar la adaptación de tecnologías digitales técnicamente exigentes. (Tolstoy et.al, 2021) A pesar de las dificultades, el desarrollo del e-commerce en Latinoamérica se ha visto beneficiado en esta pandemia, ya que en la primera semana de “cuarentena” se registró un aumento de tráfico de usuarios del 100%, mientras que, a la cuarta semana, fue de 387% (Vargas, 2020). Esto se da porque la población sabe que es mejor desarrollar un nuevo comportamiento, como es el de comprar y vender por internet, que salir a arriesgarse a contraer el virus en las calles (Kont, 2020). A su vez se evidencio que, en el Perú, el 20% de las marcas de e-commerce peruanas tuvieron que paralizar sus operaciones debido a la cuarentena impuesta por el gobierno, sin embargo, el 60% de estas empresas expresaron que se vieron afectadas en un inicio por el aislamiento

social obligatorio, pero a pesar de ello se han podido adaptar a las nuevas exigencias del mercado (Rojas, 2020).

Esta realidad ha obligado a la empresa Negociaciones Espinoza a pasar por un proceso de digitalización en sus importaciones del extranjero a través de plataformas de e-commerce para abastecer su negocio, situación distinta que realizaban en los meses de enero a marzo del 2019, en la cual el dueño de la empresa viajaba a Lima para comprar estas mercancías en lugares como el Centro de Lima, La Victoria, etc. Para ello el Sr Espinoza, su esposa y sus empleados han tenido que pasar por un proceso de aprendizaje en el uso del comercio electrónico siendo por momentos un poco frustrante debido a la adaptación a las nuevas plataformas comerciales online como lo son Amazon, E-bay, Alibaba, etc, los cuales presentan una gran variedad de ofertas y hace difícil la decisión de compra a su vez que existe la desconfianza que el producto que se muestra en estos marketplaces no sean los mismo tanto en dimensiones, cantidad y calidad; además el uso de métodos de pagos online genera temor por posibles fraudes en donde el dinero transferido sea muy complicado o imposible de recuperar.

EL problema general de investigación fue ¿Porque se desarrolla el e-commerce y la importación de una empresa del sector ferretero distrito de Pichanaki, provincia de Chanchamayo, 2021? Y los *problemas específicos fueron* ¿Cómo se desarrolla el e-commerce en una empresa del sector ferretero distrito de Pichanaki, provincia de Chanchamayo, 2021? y ¿Cómo se desarrolla la importación de una empresa del sector ferretero distrito de Pichanaki, provincia de Chanchamayo, 2021?. A continuación, se presenta la justificación teórica ya que la investigación se justifica en el desarrollo de los objetivos de la investigación y si sus planteamientos ayudan a orientar mejor la comprensión del problema si esto logra su cometido la teoría y la revisión bibliográfica usada demostrara su vigencia; por otro lado, la vigencia seria cuestionable y se debería plantear una actualización. También presenta justificación metodológica ya que la investigación se justifica rigor científico y la creación de una entrevista semiestructurada para el acopio de información sobre las variables en la

población estudiada. Siendo este instrumento orientativo para su uso en investigaciones similares, además se utilizaría la triangulación para obtener los resultados y proceder inmediatamente a la discusión. A su vez la justificación práctica ya que la investigación es de mucha importancia, ya que existe la necesidad de facilitar la importación de productos, esto se dará a través de las plataformas de e-commerce en la empresa Negociaciones Espinoza, lo cual permitirá a la empresa en estudio ser más competitivo en su sector. Y finalmente justificación social ya que la investigación se justifica en los resultados obtenidos ya que generaran información relevante para comprender mejor las problemáticas similares en empresas del mismo tamaño en el lugar de estudio. El objetivo general fue caracterizar el e-commerce y la importación en una empresa del sector ferretero en pandemia distrito de Pichanaki, provincia de Chanchamayo, 2021. Y los objetivos específicos fue describir la importación en una empresa del sector ferretero en pandemia distrito de Pichanaki, provincia de Chanchamayo, 2021 y describir el e-commerce en una empresa del sector ferretero en pandemia distrito de Pichanaki, provincia de Chanchamayo, 2021.

II. MARCO TEÓRICO

A continuación, se presentan los antecedentes nacionales para la presente investigación: Palomino et al. (2020) en su artículo científico “E-commerce y su importancia en épocas de COVID-19 en la zona norte del Perú”. Tuvo como objetivo analizar la influencia del Covid-19 en la motivación de compra online en los pobladores de la zona norte del Perú, el estudio fue de tipo descriptivo, correlacional. Para la obtención de información se realizó una encuesta a 3193 personas. Se concluyó que las empresas, deberían tener la capacidad de abastecer a sus consumidores y generar en ellos buenas experiencias. También tenemos a Vilcamiza (2018) en la investigación “El comercio electrónico en las importaciones postales de USA a Perú en el año 2014-2016”. Su objetivo fue establecer la influencia entre las importaciones postales de USA a Perú en el año 2014-2016, la investigación fue no experimental, ex post facto y se empleó la declaración estadística de la base de datos de las importaciones postales de USA a Perú durante el 2010-2016 de la SUNAT. Se concluyó que existe influencia entre las importaciones postales debido a que el crecimiento de este sector se enfoca en el canal de comercialización virtual de los productos, su rapidez en el tiempo de respuesta y la simplificación en el proceso de trámite aduanero. A su vez Arcelles (2019) en su investigación “E-commerce para las importaciones de la empresa Perú Brands, Surco 2018”. El objetivo general fue determinar la influencia del Ecommerce en las Importaciones de la empresa Perú Brands– Surco, 2018”. La investigación fue cuantitativa, explicativo–causal, se aplicó un cuestionario a 75 clientes. Concluyéndose que el e-commerce influye en las importaciones de la empresa, esto indica, que es conveniente para la compañía el uso del e-commerce debido a que, es un medio rentable y permitirá la obtención de un mayor índice de clientes. Además, Rios (2018) en su investigación “E-Commerce y venta en la empresa IACCION-centro de formación empresarial–Miraflores 2018”. El objetivo fue determinar la influencia del e-commerce en las ventas de la empresa iAcción-Centro de Formación Empresarial - Miraflores, 2018. El método utilizado fue cuantitativo, de nivel explicativo–causal, se aplicó un cuestionario a 40 clientes de la empresa. Se concluyó que el e-commerce influye en las ventas debido a que se ha podido

llegar a resultados excelentes, como también se logró un grado de sig. menor a 0.05. Y por último Rodríguez (2019) en su investigación "Gestión del E-commerce y la rentabilidad de la empresa importadora Special Book Services S.A. Lima, 2019" tuvo el objetivo de determinar la relación entre gestión del e-commerce y la rentabilidad en una empresa de servicios. La investigación fue de tipo básico, enfoque cuantitativo y nivel relacional, se aplicó un cuestionario a 35 colaboradores de la organización y se concluyó que las mejoras en la compra y venta de productos y/o servicios por el canal de Internet, eleva la eficiencia de la organización para mejorar sus ganancias económicas, financieras y sociales. También se presentan los siguientes antecedentes internacionales: Ansari and Farida (2021) en su artículo científico "Emerging Advances In E-Commerce: Panic And Impulse Buying During The Covid-19 Pandemic", Tuvo como objetivo examinar el impacto de la pandemia en el comercio electrónico de Indonesia. El artículo uso el método de estudio de casos para ello aplico una revisión literaria de fuentes secundarias como la opinión de expertos, noticias en línea, periódicos, etc. Se concluyo que la pandemia está provocando compras de pánico en donde el público realiza grandes adquisiciones de productos debido a la mal información de las noticias y redes sociales, que en realidad termina teniendo un impacto en las fluctuaciones de precios. También tenemos a Kang et al. (2021) en su artículo científico "The Role of Technology in Business-to-Consumer E-Commerce: Evidence from Asia". Tuvo como objetivo explorar las disparidades en los ingresos del comercio en línea B2C entre economías asiáticas. Su metodología fue cuantitativo, relacional, ex-post facto se tomaron los datos disponibles del informe de competitividad global, UIT, FMI, OIT y fuentes nacionales. Se concluyo que el estudio proporciona datos empíricos que evidencia en la población la adopción de tecnología y que existen problemas de inclusión financiera que no facilitan el comercio en línea. A su vez Jin et al. (2021) en su artículo científico "E-Commerce Under the Pandemic: What They Have Been Through?". Tuvo como objetivo evaluar el impacto de la epidemia en el desarrollo del comercio electrónico. Su método fue cuantitativo, relacional, ex-post-facto, se tomó la data del National Bureau of Statistics para analizar la demanda del consumo online y Tmall big data platform para analizar el flujo de

caja de 3286 empresas. Se concluyó que la pandemia ha generado un punto de inflexión para el desarrollo de nuevos hábitos de consumo online en la gente y ha propiciado un escenario óptimo para la integración del comercio tradicional con el internet. Además, Johar et al. (2020) en su artículo científico “Factors Affecting E-Commerce Adoption in Malaysia”. Tuvo como objetivo analizar la relación del comportamiento del cliente y la adopción del comercio electrónico. Método de investigación cuantitativa, correlacional, se aplicó un cuestionario a 50 personas de Wilayah Persekutuan y Selangor. Se concluyo que existe un crecimiento directo de la adopción del comercio electrónico entre los consumidores malayos por ello las Mypes y las empresas deben tomar ventaja y desarrollar negocios online. Y por último Haji (2021) en su artículo científico “E-commerce development in rural and remote areas of BRICS countries”, tuvo como objetivo examinar las áreas de cooperación potencial del BRICS en el desarrollo del comercio electrónico en áreas rurales y remotas para combatir la pobreza. Su método de investigación fue cuantitativo, ex post facto, longitudinal. Se tomo la data de la FAO, Banco mundial, Global Food Security Index y UNCTAD. Se concluyo a pesar del rápido desarrollo del comercio electrónico en los países del BRICS y de las importantes oportunidades creadas, todavía existen problemas de comercio de mercancías en diversas regiones y falta de cooperación de los BRICS en esta esfera.

Para el desarrollo de la investigación se presenta, para la unidad temática e-commerce, la teoría del modelo de aceptación tecnológica o TAM, la cual afirma que cuando los usuarios conocen una nueva tecnología, se da un grupo de causas que determinaran su decisión acerca de cómo y cuándo la utilizaran, siendo estos factores la utilidad percibida, facilidad de uso y disfrute (Davis, 1985). A su vez se define el e-commerce como todos aquellos métodos de intercambio comercial o de negocios que se desarrollan electrónicamente mediante las plataformas disponibles en internet y aplican como medio de cambio la moneda electrónica, este modelo de comercialización permite una capacidad de enfoque clara hacia el público objetivo, disponibilidad y flexibilidad para la consumación de la venta y una interactividad única que no ofrece el sistema tradicional (Martínez y Rojas, 2016). También comprende todas las

diligencias hechas por plataformas electrónicas que implica directamente al comprador, como procesos de compras y ventas, gestión de las interrelaciones con los clientes e implementación de estrategias de compromiso comercial. Las entidades que más se benefician de esta actividad son las entidades bancarias, seguidas de las grandes empresas y las Pymes en último término ya que les permite, a su oferta, acceder a un público mayor a un menor costo (Gaitan y Pruvost, 2001). Esto permite que toda persona, empresa o estado pueda poner cualquier cosa a la venta en cualquier lugar del mundo, en tiempo real y cualquiera pueda adquirirla generando así un “terremoto” en la dinámica competitiva de los negocios (Somalo, 2017). Para el presente trabajo se utilizaron las siguientes categorías del concepto de Martínez y Rojas: Capacidad de enfoque, la cual se define como una característica online que le permite, a las empresas, tener mayores posibilidades de acceder a su público objetivo y de forma simultánea adaptar su producto a los gustos y preferencias que presenta este mercado (Martínez y Rojas, 2016). De este concepto se obtienen las subcategorías: Público objetivo, producto y gustos y preferencias. Disponibilidad y flexibilidad, la cual determina que los comercios online poseen mayor disponibilidad y flexibilidad que los negocios tradicionales ya que su establecimiento es virtual y se puede encontrar abierto todos los días en todo tiempo lo que además permite una adaptación y automatización permanente en base a las tendencias (Martínez y Rojas, 2016). De este concepto se obtienen las subcategorías: Tiempo, adaptación y automatización. Interactividad, la cual explica que al realizar un comercio online el usuario tiene mayor posibilidad de obtener más información sobre el producto o servicio o incluso en algunos casos, posibilita la prueba gratuita durante un tiempo limitado como en el caso de la comercialización de distintas aplicaciones informáticas, además de que permite y da facilidad realizar seguimientos a los clientes de manera más personalizada en la postventa (Martínez y Rojas, 2016). De este concepto se obtienen las subcategorías: Información, personalización y facilidad.

En el e-commerce existen una gran variedad de tipos sin embargo los más abundantes son solo 2 tipos: Business to business (B2B) los cuales son transacciones comerciales, en su mayoría, entre empresas sin la intervención de

consumidores finales, se caracteriza porque sus compras y ventas suelen ser de gran volumen, los precios son más competitivos y los principales usuarios son fabricantes y comercializadoras. El siguiente tipo es Business to consumer (B2C) el cual está enfocado en el consumidor final, su característica principal es su venta al nivel minorista o al detalle para ello la empresa utiliza el internet como medio de comunicación y negociación, este modelo permite al consumidor acceder, desde cualquier parte del mundo, a una tienda virtual lo cual facilita en donde se pueda realizar la compra a su vez esto representa un gran ahorro para el empresario ya que no existen costos de infraestructura y personal presencial destinando este monto a las mejoras tecnológicas, pagos en línea, campañas de marketing, etc. (Chaffey, 2015). Para el desarrollo de esta forma de comercio, suele haber, en primer lugar, un intercambio de información en donde la empresa presenta su cartera de productos al público objetivo mediante distintos canales tecnológicos como las redes sociales, Marketplace, correos, etc. Si la oferta ofrecida despierta la intención de compra de un cliente se procede a la realización de un pedido la cual se da mediante una cotización. Una vez el comprador acepta el precio procederá a realizar el pago correspondiente, el cual se puede realizar de distintos métodos como lo son por medio de tarjetas de crédito, débito, monedas virtuales, etc. Posterior a eso se realizará el cumplimiento de entrega ya sean productos físicos o digitales garantizando la seguridad, integridad y confidencialidad. Luego de concretarse todos los pasos anteriores se le da seguimiento al cliente para saber si el producto o servicio fue de su agrado, cumplió sus expectativas o si tuviera recomendaciones que hacer, esta retroalimentación ayudara a la empresa a mejorar en el corto plazo (Bidgoli, 2002). Dentro del e-commerce una parte muy importante del proceso son los métodos de pago siendo lo más común el uso de tarjetas de crédito o débito, el dinero electrónico representada por monedas electrónicas para la compra exclusiva en una plataforma y por último la transferencia bancaria, todos los métodos suelen ser beneficiosos para la dinámica del e-commerce sin embargo se suele tener cierto temor a posibles fraudes, robos de identidad y estafas (Ferro, 2020). Así como el e-commerce presenta una gran cantidad de oportunidades también genera ciertas limitaciones para los empresarios como no

cumplir con las expectativas de los clientes especialmente en las presentaciones, calidad y diseño, también existe una necesidad de que el personal posea un correcto manejo de idiomas para brindar un buen servicio, en la parte logística se presentan limitaciones en el acceso fuera de áreas urbanas, la vulnerabilidad al fraude u otros tipos de delitos y la resistencia al cambio de las personas a comprar por vía online, pero a su vez también los clientes poseen limitaciones dentro de los aspectos que les preocupan se suele ser el recelo al fraude o riesgo de una transacción insegura, la desconfianza a cargos dobles o extras en la tarjeta de crédito, también existen personas que no cuentan con tarjeta de crédito o su nivel de uso es muy bajo, en la parte de infraestructura existe falta de acceso al internet en clientes asentados en zonas rurales o por su situación económica carecen de este servicio, en la parte de mercancías, los clientes sienten la necesidad de ver y tocar el producto que se comprara para así disipar el temor de recibir el bien con diferentes características al comprado, también hay temor sobre las garantías que ofrece vendedor posterior a la compra y que no se permita devoluciones en caso de que resulte defectuoso y en la parte cultural se encuentran dificultades debido a los diferentes lenguajes de comunicación, tipos de moneda y conductas o hábitos de consumo (Basantes et.al, 2016).

En el desarrollo de la unidad temática importación se presenta la teoría de la disponibilidad, la cual explica que el comercio nace por las desigualdades que se presentan en las naciones dada la presencia o falta de bienes naturales junto a la aparición y difusión de innovaciones tecnológicas; el comercio se dará en base a las disimilitudes de la oferta nacional con la extranjera y el avance técnico que posea la nación, importando los productos cuya oferta es insuficiente para la demanda local e inelástica lo cual genera costos productivos más elevados (Kravis,1956 como se citó en De la Hoz, 2014). A su vez se define como importación, a un bien o un servicio comprado por residentes de un país a residentes en otro a cambio de divisas (Goode, 2003). También se conceptualiza como el régimen aduanero que dispone que las mercancías entren en libre práctica en el territorio aduanero previo pago de los derechos e impuestos de importación exigibles y la realización de todos los trámites aduaneros necesarios

(Contreras et al., 2003). Por consiguiente, se sintetiza como la operación mediante la cual se somete a una mercancía extranjera a la regulación y fiscalización tributaria para poderla después libremente destinar a una función económica de uso, producción o consumo (Witker y Jaramillo, 1996). Para el presente trabajo se utilizaron las siguientes categorías del concepto de Witker y Jaramillo: Mercancía Extranjera, que es aquella que proviene del exterior y no ha sido nacionalizada, así como la producida o manufacturada en el país y que ha sido nacionalizada en el extranjero y dependiendo de la procedencia puede tener un costo más caro o más barato que una mercancía nacional (Ministerio de Economía y Finanzas [MEF], s.f.). De este concepto se obtienen las subcategorías: Producción, manufactura y costos. Fiscalización Tributaria, se define como el conjunto de actividades desarrolladas a verificar el cumplimiento de los regímenes relacionados con el impuesto, a través de esto se trata de determinar si el contribuyente cumplió con informar sobre todas las características de su mercancía como el uso, tamaño, costos y toda información que incida o afecte el cálculo del monto por pagar (MEF, 2015). De este concepto se obtienen las subcategorías: Régimen tributario, reporte de mercancías e impuestos a pagar. Consumo, se precisa como la acción de utilizar, gastar o adquirir un producto, un bien o un servicio para atender necesidades humanas tanto primarias como secundarias (Montes, 2015). De este concepto se obtienen las subcategorías: Uso, comercio y adquisición. Dentro del régimen de importación existe una opción llamada importación simplificada que corresponde a todas las legalidades que requiere la aduana y que debe realizar el importador para la nacionalización de su mercancía teniendo en cuenta que el valor FOB no debe superar los 2000 dólares americanos y que estas no deben estar destinadas para comercio o que su importe no sea significativo para la economía del país, sin embargo si la mercancía a importar no supera los 200 dólares americanos esta queda exenta de tributos (instituto pacifico, 2018). Para la realización de la importación de la mercancía a través de este régimen, el importador, dueño o consignatario, dentro del horario establecido, debe solicitar el formato respectivo de la Declaración Simplificada de Importación (DSI), rellenándola con la información correspondiente. Posteriormente se deberá

presentar la DSI, acompañada de los documentos respectivos, en las ventanillas del área de importación de la aduana para su numeración. A esto la SUNAT procederá a numerar la DSI y emitir los documentos para ello obligatoriamente se asignará un reconocimiento físico de la mercancía y el especialista en aduanas emitirá la liquidación de tributos respectivos, entregando SUNAT este documento al importador. A lo que el importador cancelará los impuestos de nacionalización en los bancos autorizados por la SUNAT con el número de código de documento aduanero (CDA) que figura en éste. Una vez realizada la liquidación se presentará la copia la SUNAT, la cual otorgará el levante y el consignatario tendrá libre disponibilidad de su mercancía (SUNAT, s.f.).

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

El enfoque fue cualitativo, ya que se busca examinar cómo las personas ven y experimentan el mundo (Given, 2008).

La presente investigación fue de tipo aplicada, ya que la problemática emerge directamente de la praxis social y genera efectos que pueden aplicarse (Jiménez, 1998).

El diseño de investigación fue estudio de caso ya que es una investigación que trata una situación técnicamente distintiva en la cual hay muchas más variables de interés que datos observacionales y como resultado, se basa en múltiples fuentes de evidencia, con datos que deben converger en un estilo de triangulación y también como resultado, se beneficia del desarrollo previo de proposiciones teóricas que guían la recolección y el análisis de datos (Yin, 2003).

3.2. Categorías, Subcategorías y matriz de categorización.

Se entiende como categoría a un concepto que abarca elementos o aspectos con características comunes o que se relacionan entre sí (Gomes 2003 como se citó en Romero, 2005). Y así como las categorías tiene un poder conceptual a su vez tienen la capacidad de reunir grupos de conceptos o subcategorías (Pérez, 2017).

Para este estudio se tomó la unidad temática e-commerce la cual se define como todos aquellos métodos de intercambio comercial o de negocios que se desarrollan electrónicamente mediante las plataformas disponibles en internet y aplican como medio de cambio la moneda electrónica, este modelo de comercialización permite una capacidad de enfoque clara hacia el público objetivo, disponibilidad y flexibilidad para la consumación de la venta y una interactividad única que no ofrece el sistema tradicional (Martínez y Rojas, 2016). De la cual se obtienen las siguientes categorías: Capacidad de enfoque, disponibilidad y flexibilidad, interactividad. A su vez cada categoría posee sus propias subcategorías las cuales son Público objetivo, producto y gustos y preferencias para la categoría capacidad de enfoque; Tiempo, adaptación y

automatización para la categoría disponibilidad y flexibilidad; Información, personalización y facilidad para la categoría interactividad.

La unidad temática importación se define como la operación mediante la cual se somete a una mercancía extranjera a la regulación y fiscalización tributaria para poderla después libremente destinar a una función económica de uso, producción o consumo (Witker y Jaramillo, 1996). De la cual se obtienen las siguientes categorías y subcategorías: Mercancía extranjera con producción, manufactura y costos; fiscalización tributaria con régimen tributario, reporte de mercancías e impuestos a pagar y consumo con uso, comercio y adquisición. Para mayor detalle y análisis respectivo observar (Anexo 1).

3.3. Escenario de estudio

El escenario de estudio es muy variado ya que puede abarcar desde una o varias empresas, áreas de una fábrica, regiones, comunidades indígenas, universidades, etc; el contexto implica una definición geográfica, pero puede variar, ampliarse o reducirse (Hernández et al. 2014)

El objeto de estudio fue en la empresa Negociaciones Espinoza, ubicada en el departamento de Junín, distrito de Pichanaki, la empresa que lleva activo desde 1994, se dedica al comercio al por menor de productos de ferretería especializado en artículos para el trabajo agrario.

3.4. Participantes

La selección de participantes, en la investigación cualitativa tiene un propósito la cual es que puedan informar mejor sobre las preguntas de investigación y mejorar la comprensión del fenómeno en estudio (Sargeant, 2012).

El siguiente estudio conto con la participación de todos los miembros que conforman la empresa en estudio lo cual representa seis sujetos: Entrevistado 1: Dueño del negocio, Entrevistado 2: Esposa del dueño del negocio, Entrevistado 3: Atención al cliente, Entrevistado 4: Cajera, Entrevistado 5: Repartidor 1 Entrevistado 6: Repartidor 2; los cuales accedieron voluntariamente a ser entrevistados.

3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

En la presente investigación se empleó la técnica de entrevista semi estructurada, este tipo de entrevista busca saber información específica que se puede comparar y contrastar con la información obtenida en otras entrevistas. Para ello, deben hacerse las mismas preguntas a cada entrevistado. Sin embargo, el investigador también puede mantener flexible las preguntas si surge alguna otra información importante (Dawson,2002).

El instrumento que se uso fue una guía de entrevista que conto con 9 preguntas guía por cada unidad temática, sin embargo, para ahondar mejor en la recolección de datos se utilizaron preguntas complementarias que permitieron comprender mejor el fenómeno de estudio. (ver anexo 2)

3.6. Procedimiento

Para iniciar se seleccionó a los integrantes de la empresa negociaciones Espinoza, posteriormente se procedió a explicarles tanto a los dueños como a los empleados el propósito, objetivos y justificación del estudio para conseguir la aprobación voluntaria de participar en la investigación.

Para lo cual se realizó la coordinación previa vía telefónica con los dueños de la empresa para organizar una reunión vía virtual por medio de la aplicación Zoom, las cuales se dispuso de 25 a 30 minutos por persona y en la que se aplicó la técnica de entrevista usando como instrumento una guía de entrevista semiestructurada a cada participante. Posteriormente se transcribió los datos cuidando el anonimato e identidad de los participantes, identificando las similitudes o diferencias en las respuestas para así generar un reporte final que tengan resultados congruentes para la discusión y aporte en la investigación; al finalizar la recolección de datos se le agradeció a los dueños y empleados por su colaboración.

3.7. Rigor científico

El rigor científico debe tener veracidad y aplicabilidad en el cual los hallazgos son determinados por los sujetos investigados y las condiciones de la indagación, y no por los sesgos, motivaciones o intereses del investigador (Lincoln y Guba, 1982;1985 como se citó en Arias y Giraldo, 2011). La

investigación cumple con todos los aspectos requeridos ya que da veracidad a toda la información que se presenta, tanto la parte teórica, conceptual y en la recolección de datos.

Asu vez la validez hace referencia a la medición de lo que se pretende medir; al grado en que las mediciones obtenidas describen el objeto de estudio, y a una reproducción fiel de la realidad (Grawitz, 1984 como se citó en Izcara, 2014)

3.8. Método de análisis de datos

En la investigación como método de análisis se utilizó la triangulación siendo esto un término metafórico en la búsqueda de patrones de convergencia para poder desarrollar o corroborar una interpretación global del fenómeno, humano u objeto de la investigación (Okuda y Gómez-Restrepo, 2005).

3.9. Aspectos éticos

Dentro de la investigación se consideran trabajos previos, tanto como nacionales como internacionales, citándolos debidamente teniendo en cuenta las normas APA de manera precisa y apropiada respetando así los derechos de autor. También la información brindada por la empresa en estudio será utilizada solo para fines académicos dentro de la presente investigación.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Resultados de la entrevista

En consecuencia, al objetivo general Caracterizar el e-commerce y la importación en una empresa del sector ferretero en pandemia distrito de Pichanaki, provincia de Chanchamayo, 2021.

Los participantes entrevistados respondieron que las “[...] webs de e-commerce son muy interesante y buena para ver qué productos compra más la gente [...]” (entrevistado 1) ya que “[...] se pueden identificar los productos más vendidos y a aquellos que tienen más valoración [...]” (entrevistado 3), esto puede ser encontrado en los “[...] comentarios en donde suben sus fotos de cómo les llega el producto [...]” (entrevistado 2). También se detalla que “[...] todos los fines de mes se realiza el recuento de mercadería en la empresa y en base al resultado se piden para el próximo mes [...]” (entrevistado 6). Para ello “[...] se compra productos que son económicos y que cuando se vende dan buenas ganancias a la empresa [...]” (entrevistado 4), a su vez el operar en la tendencia del e-commerce “[...] ayuda bastante a poder llegar a más clientes [...]” (entrevistado 5). Sin embargo, a la hora de importar los entrevistados afirman que los productos nacionalizados “[...] tienen altos estándares de calidad, pero no sabría decirte que estándares o normativas de calidad poseen la mercancía [...]” (entrevistado 2) al igual que desconocen tener “[...] conocimiento de si los productos que vende el negocio tengan algún certificado medioambiental [...]” (entrevistado 6). A un así, la empresa afirma estar “[...] al día en nuestros pagos de impuesto [...]” (entrevistado 1), también “[...] no ha habido ningún problema con la Sunat [...]” (entrevistado 5) por ello regularmente les llegan “[...] invitaciones a los seminarios y capacitaciones virtuales por parte de la Sunat [...]” (entrevistado 3).

Con la información recopilada de los entrevistados se sostiene que las características resaltantes del e-commerce y la importación dentro de una empresa del sector ferretero en la coyuntura actual son por el lado del e-commerce encontramos una salida muy rentable y viable para muchos empresarios golpeados por la crisis sanitaria y económica que permite en

muchos casos salvar negocios de una quiebra asegurada si no se pasaran a este modelo digital y por el lado de la importación encontramos una manera de obtener mejores ganancias comprando productos del exterior para venderlos dentro del mercado nacional sin embargo existe mucho desconocimiento de los certificaciones internacionales y medioambientales que les podrían beneficiar para su comercialización ya que podrían ser elementos diferenciativos que atraigan a nuevos tipos de consumidores.

Respecto al objetivo específico 1, Describir el e-commerce en una empresa del sector ferretero en pandemia distrito de Pichanaki, provincia de Chanchamayo, 2021.

Los entrevistados contestaron que “[...] las medidas de aislamiento que decreto el gobierno [...]” (entrevistado 2) prohibían los viajes y obligaban a las personas a permanecer en su hogar paralizando los comercio, en este contexto en la empresa se decidió averiguar “[...] sobre las paginas para comprar por internet [...] dándose [...] cuenta que los productos [...] eran más baratos comprarlo por internet que comprarlo en lima [...]” (entrevistado 1). Esta situación fue “[...] muy convenientes ya que [...] ayudo [...] a la empresa a tener varios proveedores y asi no depender de 1 solo [...]” (entrevistado 3), además que en su “[...] mayoría de veces las especificaciones de la web son similar al producto en si [...]” (entrevistado 6). Sin embargo, esta transición al mundo virtual “[...] no represento nada complicado en [...]” (entrevistado 5). personas jóvenes, sin embargo, para los de adultos les fue “[...] dificultoso aprender al principio, pero con el paso del tiempo [...]” (entrevistado 4) se fueron adaptando. También se registra que la adopción del e-commerce a conllevado a automatizar parcialmente el área de venta, en donde “[...] cada vez que [...] mandan un mensaje por Facebook, en automático se manda una respuesta dándole la opción al cliente que elija sobre hacer una consulta o algún catalogo [...]” (entrevistado 3).

Con la información recopilada se detalla que la implementación del e-commerce dentro de la empresa fue más por una necesidad de subsistencia que de un paso para mejorar, sin embargo este cambio aseguro la subsistencia de la misma y le abrió las puertas a una nueva perspectiva de modelo de negocio, para ellos se

tuvo que autocapacitarse el personal, siendo más sencilla la adaptación a las personas más jóvenes que las adultas sin embargo en la actualidad ya está asimilado este conocimiento y todos pueden operar la vía online, atreverse al cambio le permitió a la organización, ser más competitiva en su región pasando de tener unos pocos proveedores a varios de nivel internacional y con precios sustancialmente más “baratos” que los productos que solían comprar en la capital, además de tener un mejor control de las entradas y salidas de mercancía de la empresa, siendo más eficientes en el control de existencias del almacén, si bien no ha habido un avance en la automatización dentro del área de compras, esta se ha desarrollado dentro del área de ventas especialmente dentro de las redes sociales en cual responde a los clientes que preguntan por ese medio sin necesidad de que recurso humano este presente, todo esto a través de chatbots.

Respecto al objetivo específico 2, Describir la importación en una empresa del sector ferretero en pandemia distrito de Pichanaki, provincia de Chanchamayo, 2021.

Los participantes entrevistados mencionaron que la “[...] empresa está registrada como persona natural con negocio [...] y lleva [...] de formal más de 10 años [...]” (entrevistado 2). En este tiempo ha sido beneficiado con “[...] invitaciones a seminarios y capacitaciones virtuales por parte de la Sunat [...]” (entrevistado 3). La empresa ha estado importando durante todo el año 2019 y 2020, los productos que antes compraba en Lima llegando a la conclusión que “[...] los productos que importa suelen ser más baratos, pero de igual calidad que los de la competencia [...]” (entrevistado 6). Si bien no han “[...] tenido ningún problema con la Sunat sobre reporte de mercancías [...]” (entrevistado 5), en sus inicios en la importación de productos tuvieron un incidente ya que no sabían “[...] que existía un importe máximo para que los productos no paguen impuestos y se quedó la mercancía retenida ya que lo superamos. El máximo es 200 dólares y nosotros trajimos productos con un importe 575 dólares y para ellos tuvimos que asesorarnos con un familiar que conoce de ello para la liberación de la carga y ya ella nos explicó como importar para que no volviéramos a tener problemas [...]” (entrevistado 1). También se detectó que existe nulo conocimiento sobre los estándares internacionales y certificaciones

medioambientales relacionadas a los productos importados ya que la respuesta más común entre los entrevistados fue que “[...] no tenían idea si los productos que vendían tengan esos certificados [...]” (entrevistado 4).

Con la información recaudada se describe que la importación dentro de la empresa se está constantemente desde el año 2019, acentuándose más en el año 2020. Se reconoce que los productos poseen precios más económicos y accesibles en el mercado internacional que el dentro del territorio nacional siendo estos productos de igual calidad que la competencia, como toda empresa principiante en temas de importaciones no que libre de cometer algún error y eso se dio cuando se importó un grupo de mercancías con un precio mayor a 200 dólares quedando retenida en aduanas por falta de pagos de impuesto sin embargo la empresa se asesoró bien con un familiar que tenía experiencia en estos temas y les ayudó a solucionar este inconveniente para luego instruirlos sobre qué y cómo realizar las importaciones en el negocio además se recopiló que los participantes desconocen sobre certificaciones y estándares internacionales relacionados a los productos que importa.

Discusión

De acuerdo con el objetivo general: Caracterizar el e-commerce y la importación en una empresa del sector ferretero en pandemia distrito de Pichanaki, provincia de Chanchamayo, 2021, Johar et al. (2020) confirma que existe un crecimiento directo de la adopción del comercio electrónico entre los consumidores por ello las Mypes y las empresas deben tomar ventaja y desarrollar negocios online. Debido a la coyuntura actual que atraviesa el país y el mundo la adopción del comercio electrónico a resultado un salvavidas para muchos negocios que se han visto mermados por las políticas restrictivas en pro de salvaguardar la salud de los ciudadanos, el e-commerce por su naturaleza virtual le brinda al empresario herramientas que no posee el modelo tradicional como lo son de tener un mejor enfoque de su público objetivo permitiéndoles adaptarse casi en tiempo automático debido a la flexibilidad que este medio les brinda a su vez también permite un seguimiento personalizado e interactivo con los clientes lo

cual facilita la fidelización de los mismos; logrando de esta manera, la empresa, una posible estabilidad de ingresos superior a la que brinda el formato tradicional. A su vez Vilcamiza (2018) concluye que existe influencia entre las importaciones postales debido a que el crecimiento de este sector se enfoca en el canal de comercialización virtual de los productos, su rapidez en el tiempo de respuesta y la simplificación en el proceso de trámite aduanero. En los resultados de la investigación se evidencia que la competitividad de precios en el exterior ha motivado que varios empresarios hayan decidido optar por importar por primera vez algunos productos para sus negocios, siendo estos pedidos enviados por vía postal en la cual han encontrado un apoyo por la facilitación, rapidez y simplificación del proceso aduanero para la nacionalización de mercancías las cuales han ayudado a los comerciantes a iniciar nuevos negocios o mantener abastecidas sus tiendas manteniendo su rentabilidad y competitividad en el sector.

De acuerdo al objetivo específico 1: Describir el e-commerce en una empresa del sector ferretero en pandemia distrito de Pichanaki, provincia de Chanchamayo, 2021.

En relación con la categoría capacidad de enfoque, se reseña que esta característica les permite a las empresas determinar mejor a su público objetivo basándose en las tendencias del mercado las cuales pueden estar influenciadas por las noticias y redes sociales logrando de esta manera definir mejor los gustos y preferencias sobre los productos y servicios que estas personas desean comprar a esto Ansari and Farida (2021) complementa que la pandemia está provocando compras de pánico en donde el público realiza grandes adquisiciones de productos debido a la mal información de las noticias y redes sociales, que en realidad termina teniendo un impacto en las fluctuaciones de precios.

Para la categoría disponibilidad y flexibilidad se expone que los hábitos de consumo dadas por la coyuntura actual ha generado que el comercio online sea más óptimo que el comercio tradicional para los empresarios ya que la reducción de tiempo en los procesos, la flexibilidad de adaptación y la automatización permite a la empresa online sortear la gran mayoría de dificultades y moverse

más libre dentro del mercado en comparación con el modelo tradicional que depende mucho de un tráfico de personas tangibles y dadas las restricciones actuales ha generado que algunos negocios quiebren por falta de ingresos. A lo que Jin et al. (2021) complementa que la pandemia ha generado un punto de inflexión para el desarrollo de nuevos hábitos de consumo online en la gente y ha propiciado un escenario óptimo para la integración del comercio tradicional con el internet.

En relación a la categoría interactividad se resalta que la experiencia que se brinda al cliente dentro del proceso de venta y en el proceso de postventa es muy crucial para los negocios online ya que, al ser virtuales, el eje del negocio radica en cuan recurrente pueda ser un cliente ya que existen mucha competencia dentro del mundo online para ello hay que brindar buena información, personalizar el trato y brindarles facilidades, lo cual Palomino et al. (2020) complementa que las empresas, deberían tener la capacidad de abastecer a sus consumidores y generar en ellos buenas experiencias.

De acuerdo al objetivo específico 2: Describir la importación en una empresa del sector ferretero en pandemia distrito de Pichanaki, provincia de Chanchamayo, 2021. En relación a la categoría mercancía extranjera se detalla que el comercio de algunos productos no nacionales es beneficioso para las empresas ya que al ser de precios más competitivos representan una mejor ganancia económica para las organizaciones, a lo que Rodriguez (2019) complementa que las mejoras en la compra y venta de productos y/o servicios por el canal de Internet, eleva la eficiencia de la organización para mejorar sus ganancias económicas, financieras y sociales. En relación a la categoría fiscalización tributaria se detalla que el desarrollo del comercio ha brindado muchas oportunidades sin embargo también ha traído muchos problemas en lo que respecta a la fiscalización de la mercancía ya que muchas de ella no son declaradas y entran de contrabando al país, a lo que Haji (2021) complementa que a pesar del rápido desarrollo del comercio electrónico en los países del BRICS y de las importantes oportunidades creadas, todavía existen problemas de comercio de mercancías en diversas regiones y falta de cooperación de los BRICS en esta esfera.

Para la categoría consumo se expresa que es conveniente la adquisición de ciertos productos del exterior debido a que es más económico a su vez que permite al empresario reducir costos y ser más competitivo en su sector, a lo que Arcelles (2019) complementa que el e-commerce influye en las importaciones de la empresa, esto indica, que es conveniente para la compañía el uso del e-commerce debido a que, es un medio rentable y permitirá la obtención de un mayor índice de clientes.

V. CONCLUSIONES

1. Con relación al objetivo general se concluye que dada la coyuntura actual el empresario opto por el e-commerce como una manera de salvar su negocio lo cual asociado a la descentralización comercial que existe en el internet le brinda oportunidades de obtener mayores ganancias a través de la importación y comercialización de productos del exterior ya que los costos de adquisición son más competitivos que los precios ofertados dentro del país.
2. Con respecto al objetivo específico 1 se concluye que el e-commerce se da en la empresa en base a la necesidad de abastecer la tienda ya que las restricciones de movilidad impuestas por el gobierno evitaban que la persona encargada viajara a la capital para abastecerse. Este proceso fue complicado en adaptación para las personas adultas a diferencia de los empleados más jóvenes sin embargo con el uso constante esas dificultades fueron desapareciendo, para la empresa las webs de e-commerce es la herramienta principal para que se mantengan en el mercado, el acceso a los distintos proveedores del mundo le ofrece una amplia variedad de opciones, calidad, cantidad y precios que la empresa aprovecha para mantenerse competitivo en el sector.
3. Con respecto al objetivo específico 2, se concluye que la importación se da en la empresa de manera constante en los últimos años dada la coyuntura sanitaria del país, sin embargo, en sus primeras veces importando se suscitaron ciertos inconvenientes que pudieron superar gracias al apoyo de una persona con conocimientos en la materia, la cual los instruyo y asesoro para que no cometan errores en el futuro. Los productos que se suelen importar en su mayoría son repuestos para motosierras y kits o juegos de llaves y dados, a su vez se identificó que los participantes desconocían de certificaciones y estándares internacionales relacionados a los productos que importan.

VI. RECOMENDACIONES

1. Se recomienda que analizar el nivel de influencia del e-commerce en relación la cantidad de importaciones por parte de las pequeñas y medianas empresas para determinar si el e-commerce es la respuesta al incremento de las importaciones en dichas empresas.
2. Se recomienda investigar como el e-commerce se desarrolla en otras empresas similares para definir ciertas características universales dadas por la saturación de casos y contribuir de esta manera al desarrollo de una teoría estándar para los modelos de negocio electrónico.
3. Se recomienda a las empresas pequeñas y medianas que importan productos, estar más informadas con respecto a certificaciones y estándares internacionales ya que podrían incurrir en algún incidente a la hora de nacionalizar su mercancía o perder ciertos beneficios que otorga estos documentos.

REFERENCIAS

- Al-Fadly, A. (2020). Impact of covid-19 on smes and employment. *Enterpreneurship and Sustainability Issues*, 8(2), 629–648. [https://doi.org/10.9770/jesi.2020.8.2\(38\)](https://doi.org/10.9770/jesi.2020.8.2(38))
- Ansari, D., Farida, K., Irawati, N., Nurlaila. & Amanah, D. (2021). Emerging Advances In E-Commerce : Panic And Impulse Buying During The Covid-19 Pandemic. *Systematic Reviews in Pharmacy*, 12(3), 224–230. <https://doi.org/10.31838/srp.2021.3.37>
- Arias, M. y Giraldo, C. (2011). El rigor científico en la investigación cualitativa. *Investigación y Educación en Enfermería* 29 (3), 500-514. <https://www.redalyc.org/pdf/1052/105222406020.pdf>
- Arselles, A. (2019). *E-Commerce Para Las Importaciones De La Empresa Perú Brands, Surco 2018*. [Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio UCV. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/48472/Arcelles_SAN-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Basantés, A., Gallegos, M., Guevara, C., Jácome, A., Posso, A., Quiña, J. y Vaca, C. (2016). *Comercio Electrónico*. Editorial Ibarra ecuador
- Bidgoli, H. (2002). *Electronic Commerce Principles and Practice*. Editorial Academic Press.
- Cardona, S. (2020, agosto 26). Del comercio físico al electrónico: es imperativo apostar al E-commerce. *Forbes México*. <https://www.forbes.com.mx/del-comercio-fisico-al-electronico-es-imperativo-apostar-al-e-commerce/>
- Chaffey, D. (2015). *Digital Business and E-Commerce Management*. Editorial Pearson.
- Contreras, P., Fisher, P., Kotschwar, B., Lejarraga, I., Parga, C., Plank-Brumback, R., Robert, M., Stephenson, S., Vazquez, D., Victora, F., Wetter, T., Zúñiga, I., Alvarez, B., Berrios, M., Casanova, A., Cassar, L., Cornejo, R., Granados, J., Harris, J., & García, R. (2003). *Dictionary of Trade Terms*. <https://www.eafit.edu.co/programas->

academicos/pregrados/negocios-internacionales/acerca-programa/Documents/glossary-of-trade-terms.pdf

Davis, F. (1985). *A Technology Acceptance Model For Empirically Testing New End-User Information Systems: Theory And Results*. [Tesis doctoral, Massachusetts Institute of Technology]. Archivo digital. <https://dspace.mit.edu/bitstream/handle/1721.1/15192/14927137-MIT.pdf?sequence=2>

Dawson, C. (2002). *Practical Research Methods*. Editorial How to Books

De la Hoz, A. (2014). *Generalidades de Comercio Internacional*. Esumer. <https://colmayorbolivar.edu.co/files/generalidadesdecomerciointernacional.pdf>

Ferro, J. (2020). *Comercio Electrónico Y Métodos De Pago*. Editorial ECU. https://play.google.com/store/books/details?id=Q9bMDwAAQBAJ&rdid=book-Q9bMDwAAQBAJ&rdot=1&source=gbs_vpt_read&pcampaignid=books_booksearch_viewport

Gaitan, J. y Pruvost, A. (2001). *El comercio electrónico al alcance de su empresa*. Editorial Universidad Nacional del Litoral. <https://books.google.com.pe/books?id=yO8N2AUMDzAC&printsec=frontcover&dq=comercio+electronico&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwjymLTCpqTsAhULH7kGHfCQCpQQ6AEwAnoECAIQAg#v=onepage&q=comercio%20electronico&f=false>

Given, L. (Ed.). (2008). *The SAGE Encyclopedia of QUALITATIVE RESEARCH METHODS*. Editorial Board.

Goode, W. (2003). *Dictionary of Trade Policy Terms* (4th ed.). <http://ctrc.sice.oas.org/trc/WTO/Documents/Dictionary%20of%20trade%20%20policy%20terms.pdf>

Haji, K. (2021). E-commerce development in rural and remote areas of BRICS countries. *Journal of Integrative Agriculture*, 20(4), 979–997. [https://doi.org/10.1016/S2095-3119\(20\)63451-7](https://doi.org/10.1016/S2095-3119(20)63451-7)

Hernández, R., Baptista, P. y Fernández, C. (2014). *Metodología De Investigación*. (6ta ed.). Editorial Mc Graw Hill.

- Izcarra, S. (2014). *Manual De Investigación Cualitativa*. Editorial Fontamara
- Jin, R., Nan, J. & William, B. (2021). E-Commerce Under the Pandemic: What They Have Been Through?. *Atlantis Press*, 517(2). 703-707. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.210121.140>
- Gapar, J., Amril, A. & Ferdous, A. (2020). Factors Affecting E-Commerce Adoption in Malaysia. *Systematic Reviews in Pharmacy*, 11(1), 1082–1093. <https://www.sysrevpharm.org/articles/factors-affecting-ecommerce-adoption-in-malaysia.pdf>
- Kang, J., Wang, T. & Ramizo, D. (2021). The Role of Technology in Business-to-Consumer E-Commerce: Evidence from Asia. *Asian Development Bank Economics Working Paper Series*. (632). <https://doi.org/10.2139/ssrn.3785122>.
- Kont, J. (2020). *Comercio electrónico en su mejor momento*. <https://forbescentroamerica.com/2020/06/15/comercio-electronico-en-su-mejor-momento/>
- Lozano, M. (2019). *Despacho simplificado de exportación e importación*. Instituto pacifico. <https://docplayer.es/95532562-Despacho-simplificado-de-exportacion-e-importacion.html>
- Martínez, J. y Rojas, F. (2016). *Comercio electrónico*. Paraninfo. <https://books.google.com.pe/books?id=nCylDAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=comercio+electronico&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwjymLTCpqTsAhULH7kGHfCQCpQQ6AEwA3oECAUQAq#v=onepage&q=comercio%20electronico&f=false>
- Ministerio de Economía y Finanzas. (S.F.) Glosario de términos aduaneros. https://www.mef.gob.pe/defensoria/boletines/glosario_aduanero.pdf
- Ministerio de economía y finanzas. (2015). *Manuales Para La Mejora De La Recaudacion Del Impuesto Predial. Manual N°3: Fiscalizacion*. https://www.mef.gob.pe/contenidos/presu_public/migl/metas/3_Fiscalizacion.pdf
- Montes de Oca, J. (2015). Consumo. <https://economipedia.com/definiciones/consumo.html>

- Okuda, M y Gómez-Restrepo, C. (2005). Métodos en investigación cualitativa: triangulación. *Revista Colombiana de Psiquiatría*. 34 (1), 118-124. <https://www.redalyc.org/pdf/806/80628403009.pdf>
- Otero, A. (2018). Enfoques de investigación. https://www.researchgate.net/publication/326905435_ENFOQUES_DE_INVESTIGACION
- Palomino, A., Mendoza, C. y Oblitas, J. (2020). E-commerce and its importance in times of covid-19 in Northern Peru. *Revista Venezolana de Gerencia*, 25(3), 253–266. <https://doi.org/10.37960/rvg.v25i3.33367>
- Perez, M. (2017) En Torno A La Construcción De La Categoría De Adolescencias En Investigación Educativa [congreso nacional de investigación educativa]. Universidad pedagógica nacional. <http://www.comie.org.mx/congreso/memoriaelectronica/v14/doc/0852.pdf>
- Rios, A. (2018). *E-commerce y venta en la Empresa IACCION-centro de formación empresarial–Miraflores 2018*. [Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio UCV. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/50598>
- Rodriguez, M. (2019). *Gestión del E-commerce y la rentabilidad de la empresa importadora Special Book Services S.A. Lima, 2019*. [Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio UCV. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/44776/Rodriguez_BMM-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Romero, C. (2005). La Categorización Un aspecto crucial en la investigación Cualitativa. *Revista de Investigaciones Cesmag* 11(11) 113-118. http://proyectos.javerianacali.edu.co/cursos_virtuales/posgrado/maestria_asesoria_familiar/Investigacion%20I/Material/37_Romero_Categorizaci%C3%B3n_Inv_cualitativa.pdf
- Rojas, P. (2020, mayo 6). ¿Cómo se ha comportado el e-commerce peruano durante el periodo de cuarentena?. *Gestión*. <https://gestion.pe/economia/como-se-ha-comportado-el-e-commerce-peruano-durante-el-periodo-de-cuarentena-noticia/>

- Sargeant, J. (2012). Qualitative Research Part II: Participants, Analysis, and Quality Assurance. *Journal of graduate medical education*, 4(1), 1–3. <https://doi.org/10.4300/JGME-D-11-00307.1>
- Somalo, I. (2017). *El comercio electrónico: una guía completa para gestionar la venta online*. Esic. <https://www.alfaomegacloud.com/reader/el-comercio-electronico?location=1>
- Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria. (s.f.). Trámite Aduanero. <https://www.sunat.gob.pe/orientacionaduanera/despsimpimportacion/tramiteAduanero.html>
- Tolstoy, D., Rovira, E., Mellén, S. & Özbek, N. (2021). The development of international e-commerce in retail SMEs: An effectuation perspective. *Journal of World Business*, 56(3), 101-165. <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2020.101165>
- Vargas, P. (2020, mayo 4). Comercio electrónico ha crecido más de 300% en Latinoamérica en la pandemia. *La República*. <https://www.larepublica.co/globoeconomia/e-commerce-ha-crecido-mas-de-300-en-latinoamerica-en-medio-de-la-pandemia-3000424>
- Vilcamiza, C. (2018). *El comercio electrónico en las importaciones postales de USA a Perú en el año 2014-2016* [Tesis de licenciatura, Universidad César Vallejo]. Repositorio digital de la Universidad César Vallejo. <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/43783>
- Wikter, J. y Jaramillo, G. (1996). *Comercio Exterior De México, Marco Jurídico Y Operativo*. Editorial Mc Graw-Hill. <https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/4/1935/1.pdf>
- Yin, R. (2003). *Case study Research design and Methods*. Editorial Sage Publications.

ANEXOS

ANEXO 1: MATRIZ DE CATEGORIZACION APRIORISTICA

Ámbito temático	Problema de investigación	Preguntas de investigación	Objetivo general	Objetivos específicos	Categorías	Sub categorías	Método	Unidad de análisis	Técnica	Instrumento		
Geográfico: comprendió una empresa del sector ferretero en el departamento de Junín, provincia de Chanchamayo, distrito de Pichanaki	¿Porque se desarrolla el e-commerce y la importación de una empresa del sector ferretero distrito de Pichanaki, provincia de Chanchamayo, 2021?	¿Cómo se desarrolla el e-commerce en una empresa del sector ferretero distrito de Pichanaki, provincia de Chanchamayo, 2021?	Caracterizar el e-commerce y la importación en una empresa del sector ferretero en pandemia distrito de Pichanaki, provincia de Chanchamayo, 2021.	Describir el e-commerce en una empresa del sector ferretero en pandemia distrito de Pichanaki, provincia de Chanchamayo, 2021.	Capacidad de enfoque	Público Objetivo	Estudio de caso	6 participantes	Entrevista semi-estructurada	Guía de entrevista		
Espacial: Comprende el periodo		¿Cómo se desarrolla la importación				Describir la importación en una					Mercancía extranjera	Gustos Y Preferencias
	Información		Personalización	Facilidad	Producción							Manufactura

2021 en el que se realizó el estudio.		n de una empresa del sector ferretero distrito de Pichanaki, provincia de Chanchamayo, 2021?		empresa del sector ferretero en pandemia distrito de Pichanaki, provincia de Chanchamayo, 2021.		Costos				
					Fiscalización tributaria	Régimen tributario				
						Reporte de mercancías				
						Impuestos a pagar				
					Consumo	Uso				
						Comercio				
Adquisición										

ANEXO 2: GUIA DE ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA

GUIA DE ENTREVISTA SOBRE E-COMMERCE E IMPORTACIÓN

Estimado (a) participante

La presente entrevista es parte de un proyecto de investigación que tiene por finalidad la obtención de información acerca del e-commerce en la compañía que Ud. pertenece. La presente entrevista es anónima; Por favor responda explícitamente y con sinceridad.

SALUDO E INFORMACION DEL PROCEDIMIENTO	
UT1. E-COMMERCE	
Preguntas de confort para conocer y comprender su conocimiento sobre el tema en general	
C1. Capacidad de enfoque	
SC1. Público objetivo	
P1	¿Qué motivo su uso constante de plataformas de e-commerce en la empresa?
SC2. Gustos y preferencias	
P2	¿Como valora usted las webs de e-commerce para poder determinar las preferencias del mercado y tomar una decisión de compra al respecto?
SC3. Producto	
P3	¿Qué características son importantes en los productos que usted adquiere y si estos han tenido problemas al momento de nacionalizarse?
C2. Disponibilidad y flexibilidad	
SC1. Tiempo	
P4	¿Como la empresa maneja los tiempos de aprovisionamiento de los productos, y si estos han tenido algunos inconvenientes, me podría especificar alguno de ellos?
SC2. Adaptabilidad	
P5	¿Considera usted que ha sido adecuado adaptarse a la virtualidad en la empresa en medio de esta realidad?
SC3. Automatización	
P6	¿La empresa ha tenido algún proceso de automatización en el área de compras? ¿Cuáles y como ha sido este proceso?

C3. Interactividad	
SC1. Información	
P7	¿Considera oportuno la información que le brindan las webs de e-commerce sobre los productos a comprar?
SC2. Personalización	
P8	¿Cuál es su opinión sobre la personalización de ofertas por parte de los proveedores internacionales hacia la empresa?
SC3. Facilidad	
P9	¿Le resulta fácil el uso de las webs de e-commerce? ¿si es positivo me podría detallar el proceso y en caso de que sea negativo cuales fueron las dificultades?
Agradecimiento y despedida	

SALUDO E INFORMACION DEL PROCEDIMIENTO	
UT2. IMPORTACIÓN	
Preguntas de confort para conocer y comprender su conocimiento sobre el tema en general	
C1. Mercancía extranjera	
SC1. Producción	
P1	¿La producción de productos que usted importa cuenta con estándares de calidad a nivel internacional? ¿detalle en que consiste esos estándares?
SC2. Manufactura	
P2	¿conoce usted los certificados medioambientales que se le otorga a los productos que importa?
SC3. Costos	
P3	¿Cuáles son las diferencias sustanciales en los costos del producto nacional y extranjero? ¿me podría detallar algunos de ellos?
C2. Fiscalización tributaria	
SC1. Régimen tributario	
P4	¿Cuáles son sus responsabilidades con el régimen tributario que posee su negocio? ¿y qué beneficios le ha traído?

SC2. Reporte de mercancías	
P5	¿Qué situaciones se han suscitado en el reporte de mercancías importadas a la Sunat? ¿y como se ha solucionado esa situación?
SC3. Impuestos a pagar	
P6	¿Ha tenido algún inconveniente en la declaración de los impuestos respectivos ante la Sunat? ¿Cuáles han sido estos?
C3. Consumo	
SC1. Uso	
P7	¿Qué ventajas o desventajas se da al importar productos para su uso interno? ¿Cómo usted valora esto?
SC2. Comercio	
P8	¿Qué productos importa para el comercio en la tienda? ¿y cómo es la rotación de estos?
SC3. Adquisición	
P9	¿Cuáles son las ventajas y desventajas en el proceso de adquisición en la actualidad frente a la situación en el cual no había pandemia?
Agradecimiento y despedida	

ANEXO 3: VALIDACION DEL INSTRUMENTO POR EXPERTOS



INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: BERTA HINOSTROZA MIKE PAUL
- I.2. Especialidad del Validador: MAGISTER EN ADMINISTRACION Y RRII
- I.3. Cargo e Institución donde labora: DTP
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Entrevista semiestructurada
- I.5. Autor del instrumento: Gonzales Espinoza, Yair Jesús

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					X
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica					X
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					X
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables					X
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					X
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					X
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación					X
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					X
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					X
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					X
PROMEDIO DE VALORACIÓN						

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

.....

.....

.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

90%

Los Olivos, 20 de MAYO del 2021.


Firma de experto informante
DNI: 09861796
Teléfono: _____

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN
I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: ROCCA CARVAJAL, YADIT
- I.2. Especialidad del Validador: MBA ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS
- I.3. Cargo e Institución donde labora: DTC - Universidad Cesar Vallejo
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Entrevista semi estructurada
- I.5. Autor del instrumento: Yair Jesus Gonzales Espinoza

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					X
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica					X
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					X
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables					X
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					X
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					X
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación					X
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					X
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					X
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					X
PROMEDIO DE VALORACIÓN						90%

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

.....

.....

.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

90%

Los olivos, 20 de Mayo del 2020

.....
Firma de experto informante

DNI: 46460382

Teléfono: _____

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN
I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: PASACHE RAMOS, MÁXIMO FIDEL
- I.2. Especialidad del Validador: ING. ECONOMISTA, MG. DOCENCIA UNIVERSITARIA
- I.3. Cargo e Institución donde labora: DTC Universidad Cesar Vallejo
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Entrevista semi estructurada
- I.5. Autor del instrumento: Gonzales Espinoza, Yair Jesus

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					X
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica					X
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					X
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables					X
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					X
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					X
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación					X
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					X
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					X
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					X
PROMEDIO DE VALORACIÓN						

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

.....

.....

.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

91%

Los olivos, 20 de MAYO del 2020



.....

Firma de experto informante

DNI: 07903350

Teléfono: _____

ANEXO 4: MATRICES DE CONVERGENCIA Y DIVERGENCIA POR PREGUNTAS

UNIDAD TEMÁTICA: E-COMMERCE									
PREGUNTAS	ENTREV. 1	ENTREV. 2	ENTREV. 3	ENTREV. 4	ENTREV. 5	ENTREV. 6	CONVERGENCIAS	DIVERGENCIAS	COMENTARIO
¿Qué motivo su uso constante de plataformas de e-commerce en la empresa?	La cuarentena que puso Vizcarra impedía que fuera a lima donde yo solía comprar mis productos, cuando averigüé sobre las paginas para comprar por internet me di cuenta que los productos que yo vendo eran más baratos comprarlo	Las medidas de aislamiento que decreto el gobierno prohibían a mi esposo ir a comprar los productos a la capital y cuando descubrimos las páginas webs para comprar nuestros productos nos gusto	Según lo que cuentan los dueños fue por que los precios son mas bajos y asi podemos tener mas ganancias en las ventas.	Lo que tengo entendido es que el Sr Espinoza no podía ir a lima por la cuarentena puesta por la covid y estuvieron buscando otras maneras de tener productos para el stock hasta que decidieron comprar por la internet.	No sé supongo que será porque hay mas variedad de precios y productos .	Bueno yo no uso las plataformas de e-commerce porque soy solo repartidor, pero creo que será por que te dejan los productos en la tienda y no hay que ir a un lugar donde comprarlo sino esperar a que lleguen.	La mayoría de entrevistados concuerdan que comprar por internet es mas barato que hacerlo de la manera tradicional y que se empezó a usar el e-commerce en consecuencia de las medidas de restricción de transito impuestas por el gobierno.	Algunos mencionaron que creen que también pudo ser porque en las páginas de comercio electrónico existe más variedad de productos y que la entrega lo hacen en la puerta del local.	Se concluye que los motivos predominant es están relacionados a las medidas de cuarentena y los precios económicos del mercado internacional. Sin embargo, cabe resaltar también la mayor cantidad de oferta existente en las webs de e-commerce y la posibilidad

	por internet que comprarlo en lima.	que los precios fueran mas económicos.							de una logística que te lleve el pedido a la puerta del local.
¿Como valora usted las webs de e-commerce para poder determinar las preferencias del mercado y tomar una decisión de compra al respecto?	Es muy interesante y buena para ver que productos compra mas la gente y asi me es mas facil decidir que traer para vender en el negocio.	Considero que aportan mucho para el negocio, poder saber que productos son los más vendidos, además que tengan comentarios en donde suben sus fotos de como les llega el producto nos ayuda a mi y mi	Creo que son muy convenientes ya que ayudan a la empresa a tener varios proveedores y asi no depender de 1 solo, además de que se pueden identificar los productos más vendidos y a aquellos que tienen mas valoración por los	Diría que son buenos, el señor siempre menciona que si no fuera por las paginas de internet donde compra la mercancía más barata ahora el negocio hubiera quebrado.	Debe ser beneficioso para la empresa ya que gracias a esas paginas de internet siempre tenemos productos nuevos y novedosos que le gustan a nuestra clientela.	Supongo que es importante ya que desde que utilizamos las webs para comprar online la empresa tiene variedad de productos que la competencia no tiene.	Todos los entrevistados valoran positivamente las webs de e-commerce porque concuerdan que les ayuda a tomar decisiones sobre qué productos comprar en base a los comentarios y valoración de otros usuarios que hayan comprado anteriormente.	Algunos mencionan que se valora las webs de e-commerce por la variedad de oferta y costos que presenta.	Se concluye que se valora a las webs de forma positiva ya que ayudan a la toma de decisión sobre que producto importar en base a la variedad de oferta, los costos asequibles y los comentarios y valoraciones hechas por los usuarios.

		esposo a la hora de decidir que productos traer.	usuarios de la pagina de internet						
¿Qué características son importantes en los productos que usted adquiere y si estos han tenido problemas al momento de nacionalizarse?	<p>Cuando compro los productos miro primero los más vendidos luego clasifico por precios, después leo las descripciones de los productos busco siempre que sean de buen material y que sean productos de calidad.</p> <p>Problemas... tuvimos uno</p>	<p>A la hora de comprar nos fijamos bastante en las fotos de otras personas que han comprado el producto que queremos adquirir, buscamos que el producto sea de calidad, novedoso y muy útil para su uso en el</p>	<p>Los productos que compro siempre cumplen un par de características, son calidad y tienen un buen precio de compra.</p> <p>En el tiempo que llevo trabajando solo recuerdo que una vez se demoró mucho tiempo en</p>	<p>Siempre se compra productos que son económicos y que cuando se venden dan buenas ganancias a la empresa.</p> <p>Lo que compramos en el extranjero siempre nos llega bien solo que a veces se demora en su llegada a la tienda.</p>	<p>Las características de los productos que vendemos en la tienda son que están hechas de buen material, son duraderas y de precio accesible.</p> <p>Que yo sepa hasta ahora no hemos tenido problemas .</p>	<p>La mayoría de productos son de buena calidad, fáciles de usar y a un buen precio.</p> <p>La empresa no ha tenido problemas con lo que importa al menos en el tiempo que llevo trabajando.</p>	<p>La mayoría de entrevistados convergen en que la característica más importante al comprar algún producto es la calidad, lo cual los entrevistados expresan como “que sea de un buen material”.</p> <p>La mayoría también reporta que en una sola ocasión hubo un retraso en la recepción</p>	<p>Algunos entrevistados declaran que también es de importancia para la adquisición de productos: los costos bajos, la variedad y la facilidad de uso.</p>	<p>Se concluye que la mayor característica que busca la empresa en los productos que adquiere es la calidad de los materiales que se usan en su elaboración, a su vez también se reconoce otras características como la variedad de diseños, costos bajos y facilidades de uso. Además, solo existe un reporte de un</p>

	cuando comenzábamos a importar no recuerdo si fue la 5ta o 7ma vez que importamos una pequeña cantidad de productos y el paquete se perdió en Serpost, pasaron unos meses para que lo encontraran y nos lo entreguen.	campo, chacras o parcelas. El único problema que recuerde fue cuando el servicio postal se demoró la entrega de nuestro paquete.	llegar un pedido, creo que fue alrededor de 2 meses.				de un paquete porque supuestamente este se encontraba perdido.		caso de retraso de llegada de la mercancía que se soluciono por el sistema postal peruano.
¿Como la empresa maneja los tiempos de aprovisionamiento de los productos, y si estos han tenido algunos inconvenient	En la actualidad manejamos un ciclo de rotación de productos cada 25 días, ya que en ese tiempo solemos vender casi	Mi esposo y yo solemos hacer inventarios cada semana y en base a como van saliendo los	Se suele comprar productos en la ultima semana de mes revisando la cantidad de productos	Siempre llegan productos nuevos a fin de mes, supongo que el señor y la señora hacen pedidos revisando	Por lo que tengo entendido , el dueño decide que productos comprar para que cada inicio de mes de	Todos los fines de mes se realiza el recuento de mercadería en la empresa y en base al resultado se piden para	Todos los entrevistados concuerdan que los tiempos de aprovisionamiento de la mercancía son alrededor de 1 mes, siendo la		Se concluye que el aprovisionamiento de productos se da 1 vez al mes y la llegada de los mismos se da en la primera semana del

<p>es, me podría especificar alguno de ellos?</p>	<p>toda la cantidad de productos que importamos. Cuando iniciábamos a importar nuestros productos una vez calculamos mal las compras y nos sobrestockeamos por suerte el exceso de productos se logro vender en los meses siguientes</p>	<p>productos compramos un nuevo stock de productos cada fin de mes, para que asi nos lleguen los productos en la primera semana del siguiente mes. Al principio teníamos problemas con los tiempos de llegada y nos quedaba producto que no se vendía en el mes.</p>	<p>que nos quedan en tienda y almacén, por suerte desde que compramos en internet nunca nos hemos quedado sin productos, ya que antes como dependíamos de unos pocos proveedor es a veces no teníamos para vender ciertos productos. En la actualidad</p>	<p>cuantos productos quedan en inventario. No he visto que haya inconvenientes con los pedidos actualmente.</p>	<p>nos lleguen productos y no nos quedemos sin mercancía. La empresa no tiene problemas con lo referido a los stocks.</p>	<p>el próximo mes. No he visto que ya habido problemas con la mercadería que llega del exterior.</p>	<p>última semana del mismo el momento en que se hacen los pedidos llegando la entrega la primera semana del mes siguiente. En incidencias solo se reporta un problema de sobre stock por el mal manejo de los tiempos de llegada.</p>		<p>mes siguiente de la orden de compra. Se menciona una incidencia de sobre abastecimiento debido al mal manejo de los tiempos de llegada de los productos.</p>
---	--	--	---	---	---	--	---	--	---

			no tenemos problemas , pero en una ocasión compramos de más, pero era cuando iniciábamos comprando online, ahora ya no hay esos problemas .						
¿Considera usted que ha sido adecuado adaptarse a la virtualidad en la empresa en medio de esta realidad?	Si, ha sido lo más adecuado. Esto de la virtualidad no es algo reciente que haya escuchado, tiempo atrás mis familiares y	Por supuesto, ha sido la mejor decisión que hemos tomado en este tiempo. Con tantas muertes a causa de la	Si me parece que ha sido bueno pasarnos a las compras virtuales, tenemos más opciones sobre qué	Considero que, si es beneficioso para la empresa que se usen medios online para la compra de productos, con esto de	Si a sido bueno que ahora las cosas se hagan por internet, nos ayuda bastante a poder llegar a mas clientes,	Si, gracias a que ahora también operamos de manera virtual hemos podido tener más clientes, ya que últimament	Los entrevistados concuerdan que si ha sido beneficioso pasarse a la virtualidad La mayoría declara que el motivo principal ha sido la	Algunos entrevistados declaran que los motivos de adaptarse a la virtualidad han traído beneficios como el aumento de las ventas por	Se concluye que la adaptación a la virtualidad ha sido beneficioso para la empresa siendo el principal motivo el temor de

	<p>amigos me mencionaron sobre emplear nuevas tecnologías en la tienda, pero el temor, desconocimiento y confort en lo que ya conocía hacia que resistiera al cambio. Durante esta pandemia mas que un paso a dar voluntariamente, ha sido como una obligación ya que sino ahora mismo mi negocio hubiera quebrado.</p>	<p>pandemia seria muy riesgoso que mi esposo vaya a lima y compre como lo hacia antes, ahora a través de la computadora podemos hacer lo mismo y solo debemos esperar en el negocio a que lleguen nuestros productos, además últimamente también estamos recibiendo</p>	<p>productos comprar, también nos permite tener mas control de los productos que llegan o van a llegar para así nunca decirles a los clientes que no tenemos "x" o tal producto.</p>	<p>la pandemia es muy riesgoso exponerse a grandes masas de gente como lo son ir a la capital y esto de las compras por internet nos ayuda mucho</p>	<p>hay veces que yo cuando entrego los productos las personas me piden el numero de la empresa o su página de Facebook para realizar pedidos o ver que productos tienen.</p>	<p>e tenemos más ventas por delivery.</p>	<p>coyuntura actual sanitaria y los riesgos que conlleva exponerse a grandes conglomerados de personas.</p>	<p>delivery, y un mayor control de los productos que entran y salen de la empresa.</p>	<p>contagiarse con el virus pandémico y los motivos secundarios son los aumentos de ventas por delivery, la mejor gestión de la entrada y salida de productos.</p>
--	---	---	--	--	--	---	---	--	--

		pedidos por nuestra página de Facebook, cosa que nos alegra mucho ya que estamos llegando a más posibles nuevos clientes.							
¿La empresa ha tenido algún proceso de automatización en el área de compras? ¿Cuáles y como ha sido este proceso?	No sé si se debería llamarse automatización, pero antes solíamos tener todo el inventario en un cuaderno, en la actualidad usamos un programa llamado Excel en la	Si me preguntas sobre si hay cosas que antes hacíamos nosotros y ahora lo hace la maquina diría que Si, muchas cuentas y cálculos que antes lo	Considero que en el área de compras no se ha automatizado nada, pero en el área de ventas creo que sí, ya que cada vez que nos mandan un	No se ha automatizado nada, la computadora y el internet nos ayudan para el desarrollo de nuestras actividades, pero aún se depende la labor humana para que todo siga en	No creo que hayamos automatizado nada, seguimos haciendo todas las cosas nosotros mismos, pero lo que sí, es que nos ha facilitado en parte el	Te diría que no automatizamos nada en lo que respecta a compras ya que no se hacen pedidos automáticos, los dueños evalúan las cantidades y los	La mayoría de entrevistados están de acuerdo que no consideran que la empresa haya pasado por un proceso de automatización.	Algunos entrevistados dudan si el manejo del Excel y la digitalización de los inventarios son automatizaciones. También se refieren a la automatización de un proceso en la	Se concluyo que la empresa no ha pasado por ningún proceso de automatización sin embargo sugieren que en el área de ventas si ha habido tal proceso.

	<p>computador a que con unas formulas hace todos los cálculos de cuanto tenemos que pedir de productos para el siguiente mes, además con ese mismo Excel podemos ver la cantidad de stock sin necesidad de ir a almacén y ver si hay lo que nos piden.</p>	<p>solíamos hacer a mano con una calculadora a ahora los hace el Excel solo ponemos los datos que tenemos de inventario o de cuentas a pagar y el programa nos da los resultados rápidamente.</p>	<p>mensaje por Facebook, en automático se manda una respuesta dándole la opción al cliente que elija sobre hacer una consulta o pedir algún catálogo.</p>	<p>funcionamiento.</p>	<p>trabajo, ya que ahora con los programas de computadora muchas cosas como cálculos, cuentas y respaldo de información lo tenemos mas a mano.</p>	<p>proveedores a quien comprar, pero el uso de la tecnología a acelerado el proceso de compra y llegada de productos a la empresa.</p>		<p>parte de ventas por redes sociales (Facebook) ya que poseen un chatbot de respuesta inmediata a los clientes que preguntan por esa red social.</p>	
<p>¿Considera oportuno la información que le brindan las webs de e-commerce sobre los</p>	<p>Si, las páginas de comercio online que frecuento suelen tener la información</p>	<p>Considero que la información de los productos que compro s dentro</p>	<p>La información es buena ya que los productos que poseen las webs</p>	<p>Si, en las paginas de internet se encuentran fotos y videos de los productos y</p>	<p>Si, creo que la información de los sitios webs es muy oportuna</p>	<p>Si ya que en su mayoría de veces las especificaciones de la web son similar al producto</p>	<p>Los entrevistados concuerdan que la información brindada por las webs de e-commerce</p>		<p>Se concluye que la información que brindan las webs de e-commerce son muy oportunas a</p>

<p>productos a comprar?</p>	<p>bien detallada del producto, con todas sus especificaciones, medidas, material, etc. Además, también hay información de la empresa y lo que yo considero más importantes reseñas con fotos de otras personas que han comprado antes.</p>	<p>de la pagina de e-commerce es muy buena ya que nos detalla correctamente lo que recibimos, a su vez que podemos saber que productos que mas salen por la cantidad de artículos de vendidos por el proveedor .</p>	<p>tienen una descripción casi exacta al producto que nos llegan, además las fotos que se pone en los anuncios no son muy editadas y nos permiten saber como es realmente el producto, también importante es la valoración que deja la gente.</p>	<p>son casi igual a los que recibimos. Asi que opino que la información que muestran en su pagina web es verdadera.</p>	<p>ya que nos da una idea de como es el producto y como será su funcionalidad.</p>	<p>en si y a veces usamos los videos e información para vender los productos antes que lleguen.</p>	<p>son muy importante para la empresa, ya que se brinda información detallada del producto como son sus especificaciones, medidas, fotos, videos, etc.</p>		<p>la hora de comprar productos ya que presentan de manera detallada las especificaciones, contienen fotos y en algunos casos videos.</p>
<p>¿Cuál es su opinión sobre la</p>	<p>Considero que es normal, con</p>	<p>Bueno los proveedor es no son</p>	<p>Las ofertas especiales que</p>	<p>Diría que son buenas porque</p>	<p>no sabría que decirte,</p>	<p>Yo creo que los proveedore</p>	<p>Los entrevistados convergen en</p>		<p>Se concluye que no existe diferencia en</p>

<p>personalización de ofertas por parte de los proveedores internacionales hacia la empresa?</p>	<p>proveedores que ya tenemos confianza para comprar en algunas ocasiones nos ofrecen productos en preventa, o sea antes que lo posteen en su perfil de vendedor dentro las paginas de comercio online.</p>	<p>muy distintos que los nacionales en el trato, con proveedor es nuevos no son de ofrecernos muchas ofertas, pero con los que llevamos trabajando por varios meses no suelen enviar ofertas de preventa, boletines de la actualización de productos relacionados a nuestro rubro o de</p>	<p>solemos recibir son mediante correos a la cuenta de gmail de la empresa, la mayoría de ellas son ofertas de preventa y boletines informativos de nuevos productos que podríamos importar.</p>	<p>cada vez que converso con el dueño me comenta que algunos proveedores le envían ofertas especiales con precios más bajos.</p>	<p>pero creo que debe ser buena porque llevamos ya un largo tiempo trabajando con ellos</p>	<p>s internacionales son muy similares a los nacionales ambos ofrecen descuentos y boletines informativos.</p>	<p>que las personalizaciones de ofertas por parte de los proveedores internacionales no son muy distintas que los nacionales. La mayoría utilizan boletines ofreciendo ofertas en preventa y descuentos esto se da por lo correo electrónico.</p>		<p>la personalización de ofertas entre los proveedores internacionales y nacionales. Y la forma más común de personalización son a través de boletines virtuales donde ofrecen productos en preventa y otros tipos de ofertas.</p>
--	---	--	--	--	---	--	---	--	--

		productos que le compramos.							
¿Le resulto facil el uso de las webs de e-commerce? ¿si es positivo me podría detallar el proceso y en caso de que sea negativo cuales fueron las dificultades?	En lo personal, no fue facil al principio era dificultoso saber en qué página entrar, cual sería de confianza y donde no me puedan estafar. Con la ayuda de mi hija y videos tutoriales de internet fui aprendiendo sobre como reconocer buenos proveedores , que paginas eran seguras y los mas complicado	No fue facil aprender a usar este tipo de comercio, yo solía ser muy reacia a comprar por internet ya que había escuchado de muchas historias de fraude que se hacen por este medio, sin embargo la pandemia nos obligo a reinventar nos si	Si me resulto facil, gran parte sobre como utilizar las webs de e-commerce es algo que ya sabía hacer lo único que si tuve que aprender fue elegir a los proveedor es y saber negociar los precios de los productos.	Las compras solo lo hacen el señor, la señora o la cajera. Pero a veces apoyo en la búsqueda de nuevos productos y proveedores, considero que no me ha sido muy dificultoso aprender, al principio si solía preguntar mucho a los dueños, pero con el paso del tiempo le agarre la maña y	Dentro de la empresa no manejo la computad ora, ya que yo soy de delivery sin embargo desde mi celular ayudo a buscar nuevos productos que podrían ser rentables para la empresa. Este proceso no	Mi labor es el delivery de productos, pero cuando no hay pedidos me quedo en la tienda y desde mi teléfono veo productos o proveedores que puedan ser beneficioso s, este proceso no me represento ninguna dificultad grave, lo que si tu ve que aprender	La mayoría de entrevistados concuerdan que no les fue muy difícil adecuarse al uso de las plataformas sin embargo les costo trabajo aprende a identificar buenos y malos proveedores.	Dos de los entrevistados declararon que si les fue complicado adaptarse al manejo de las webs de e-commerce ya que no poseían conocimiento en el manejo de computadora s, sin embargo, con la ayuda de sus hijos pudieron aprender y pasar esta dificultad.	Se concluye que dentro de la empresa le resulto facil adaptarse al manejo de las webs de e-commerce al personal mas joven, sin embargo, al dueño y su esposa le resulto más complicado. El principal problema que se encontró en el manejo de las webs fue la de reconocer que proveedores eran confiables y que cuales

	<p>fue confiar en poner datos financieros ya que tenía temor de que me robaran el dinero de la tarjeta, así que decidí sacarme una cuenta nueva en la que solo depositaba la cantidad exacta para las compras, en la actualidad aún tengo recelo sobre ese tema pero ahora la tarjeta siempre tiene un monto extra de saldo por si acaso es</p>	<p>queríamos mantener el negocio con la ayuda de mis hijos poco a poco comprendí como utilizar cada página, que característica deben tener los proveedores para reconocerlos como confiables, también fue complicado aprender a negociar por los productos ya que al inicio</p>		<p>ahora puedo hacerlo solo. Solo me encargo de encontrar proveedores o productos y presentarlo a los dueños para que ellos decidan si comprar o no.</p>	<p>represento o na complicado en mi persona.</p>	<p>son como buscar proveedores e identificar los que son buenos y malos.</p>			<p>eran sospecha de fraude.</p>
--	---	---	--	--	--	--	--	--	---------------------------------

	necesario para compras que no estaban proyectadas u oportunidad es que se presentan en el momento.	comprábamos guiados por el precio de lista que aparecía pero con investigación nos dimos cuenta que los precios son referenciales y que podíamos obtener mejores precios negociando.							
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

UNIDAD TEMÁTICA: IMPORTACIÓN

PREGUNTAS	ENTREV. 1	ENTREV. 2	ENTREV. 3	ENTREV. 4	ENTREV. 5	ENTREV. 6	CONVERGENCIAS	DIVERGENCIAS	COMENTARIO
<p>¿La producción de productos que usted importa cuenta con estándares de calidad a nivel internacional? ¿detalle en que consiste esos estándares?</p>	<p>No sabría responderle, cuando yo compro en las paginas webs no me fijo mucho en eso de certificaciones ISO o niveles de estándares sin embargo veo que los productos que compre sean de buen material, duraderos, que no se dañen o averíen en poco tiempo sino mis</p>	<p>Los productos que importamos son buenos, son duraderos, de materiales resistentes, yo considero que tienen altos estándares de calidad, pero no sabría decirte que estándares o normativas de calidad poseen la mercancía.</p>	<p>Desconozco cuales son los estándares internacionales, aun así los que me mencionas no los he escuchado antes, pero supongo que los productos que importamos deberán tener buenos estándares porque hasta el momento no hemos tenido quejas de los productos que vendemos.</p>	<p>No sé qué estándares tendrán los productos que importa la tienda, aun así los ejemplos que me mencionas no he escuchado hablar de ellos.</p>	<p>Supongo que sí, pero no sabría que estándares utilizan o tienen los productos importados. Considero que la empresa ve más que los productos sean de calidad que no se malogren o se</p>	<p>No sé, creo que sí. Sin embargo, no he oído hablar de los ISO's que mencionas, es un tema que desconozco.</p>	<p>Todos los entrevistados afirman que desconocen los estándares internacionales, certificaciones ISO's, sin embargo, especulan que los productos que importan si poseen esos estándares ya que lo avalan en que todo el tiempo que llevan importando no han presentado</p>		<p>Se concluye que existe desconocimiento total en los que se refiere a certificaciones internacionales y que no parece ser un factor importante a la hora de comprar un producto internacional, sin embargo, se especula que los</p>

	clientes perderían la confianza en mi tienda.				dañen rápido para que no haya reclamos o desconfianza por parte de los clientes.		ningún tipo de reclamo o queja.		productos que comercian den poseer estos estándares ya que su aval son las nulitas quejas o reclamos por los productos vendidos.
¿conoce usted los certificados medioambientales que se le otorgan a los productos que importa?	No, como te mencione anteriormente no me fijo en esos temas, soy indiferente a los certificados que puedan tener, pero si considero que los productos que se hagan	No, no conozco esos certificados que mencionas, pero comprendo que debemos cuidar el medio ambiente y espero que los productos	¿Los productos suelen ahora tener certificados medioambientales?, No estaba enterada de eso, espero que estemos vendiendo productos amigables con la naturaleza.	Ni idea si los productos que vendemos tengan esos certificados.	No sé si los productos que se venden en la tienda sean buenos o malos para el ambiente o si tengan algún	No tengo conocimiento de si los productos que vende el negocio tengan algún certificado medioambiental.	Los entrevistados convergen que no tienen conocimiento sobre certificados medioambientales relacionados a los productos importados. Sin embargo, esperan que los productos		Se concluye que no existe conocimiento sobre los certificados medioambientales asociados a los productos importantes, sin

	deben tener el menor daño al medio ambiente.	que solemos importar tengan algún certificado			certificado.		comercializados si los tengan.		embargo, se infiere una conducta amigable con el medio ambiente por parte de la empresa.
¿Cuáles son las diferencias sustanciales en los costos del producto nacional y extranjero? ¿me podría detallar algunos de ellos?	Los productos en el extranjero suelen ser más económicos, en las webs que usamos para comprar los productos vemos una gran competencia de precios por productos	Comprar en el extranjero nos sale mucho mas rentable para el negocio que comprar en lima, los precios en las webs de e-commerce son mucho mas baratos y mantienen la misma	Los precios en el exterior son más económicos, pero no por ello son de menor calidad, sino que en algunos casos son mejores esto supongo que se da por la competitividad en tecnología para la producción	Yo diría que las principales diferencias de los costos se dan por que en el extranjero existe más tecnología para producir los productos que compramos.	Los productos que importamos son de mas calidad en algunas veces a comparación de los productos que podemos encontrar en el país.	Los productos que importa la empresa suelen ser más baratos, pero de igual calidad que los de la competencia, además de tener mas variedad	Los entrevistados concuerdan que la principal diferencia es en el precio de compra de los productos siendo más baratos adquirirlos en el exterior que a nivel nacional, siendo el producto mas relevante el de las	Algunos entrevistados detallan que la gran competencia de proveedores y la gran variedad de productos similares son las diferencias mas relevantes de los costos mas económico	Se concluye que las diferencias en los costos se deben al mayor nivel de tecnología, mayor cantidad de proveedores y mayor variedad de productos sustitutos, lo cual

	<p>que poseen casi las mismas características como indistinta que sucede en el Perú, en donde los precios suelen ser mas elevados y no hay mucha variedad de productos. El mejor ejemplo que te puedo dar es el caso de las cadenas de motosierra en Lima yo las compraba entre 30 a 40 soles y por internet</p>	<p>calidad de lo que solíamos comprar en la capital. Un ejemplo de diferencia de precio seria la bomba de aceite para las motosierras, ese producto en el extranjero nos sale por 4 a 5 dólares nacionalizado, pero si lo compramos en Lima seria alrededor de 8 a 10 dólares.</p>	<p>como por la cantidad de ofertantes para un mismo producto. El producto mas importante en diferencia de precios son las cadenas de motosierra ya que si comparamos el precio en el extranjero con el precio nacional, es mas caro casi duplicando al precio internacional.</p>	<p>Para mi el producto que más ganancia se le puede sacar es a las bombas de aceite porque el precio para comprarlo acá en Perú es 2 a 3 veces más que si lo importamos.</p>	<p>El producto que mas resalta esta diferencia de precios es la cadena de motosierra la ganancia que se le puede comprado en el extranjero o en comparación al nacional es de casi 3 veces más.</p>	<p>de modelos por el mismo precio. El producto estrella de la empresa es las cadenas de motosierras ya que tenemos distintos modelos compatibles con distintas marcas y el precio que lo compramos es 2 veces menor que el</p>	<p>cadenas para motosierra, en la cual el precio nacional suele ser casi el doble o triple que el precio nacional.</p>	<p>s en el exterior.</p>	<p>afecta al precio, esto se refleja en el costo de las cadenas para las motosierras que importa la empresa, siendo su precio nacional 2 a 3 veces más que el precio internacional.</p>
--	--	--	--	--	---	--	--	--------------------------	---

	me salen a 15 a 20 soles nacionalizadas, esa diferencia me da buen margen de ganancia caso mucho más que si la comprara en lima					precio nacional			
¿Cuáles son sus responsabilidades con el régimen tributario que posee su negocio? ¿y qué beneficios le ha traído?	Nosotros somos una empresa de persona natural con negocio estamos asociados al RUS, estamos al día en nuestros pagos de impuesto. Los beneficios mas	Nuestra empresa esta registrada como persona natural con negocio, llevamos de formal mas de 10 años, siempre estamos al día con nuestras responsabil	La empresa esta en el RUS, somos una empresa formal de mas 10 años en el mercado y cumplimos puntualmente nuestras responsabilidades tributarias. Los beneficios que he visto	Este negocio pertenece al régimen RUS, siempre el señor y la señora están al día en su pago, no estoy enterado de que beneficios te da ser formal,	Desconozco que régimen tributario es el negocio ya que recién llevo casi 1 año, pero nunca me he interesado en preguntar sobre	No sé qué régimen tributario tenga la empresa, yo laboro recién hace unos 4 meses.	La mayoría de entrevistados concuerdan que la empresa pertenece al régimen RUS y que están a día en sus responsabilidades tributarias, los beneficios referidos a	Dos de los entrevistados desconocen el regimen tributario de la empresa ya que su tiempo de trabajo es solo de 1 año.	Se concluye que el régimen de la empresa pertenece al RUS y se encuentran al día en sus responsabilidades tributarias. Y los beneficios que han

	importantes serían las capacitaciones online para llevar el negocio bien en esta coyuntura, antes nos solían invitar a eventos que se solían realizar en Lima y en distintas partes del país.	idades tributarias. Los beneficios que nos ha traído el régimen ha sido que hemos podido trabajar tranquilos sin temor, también hemos recibido invitaciones para conferencias virtuales en temas tecnológicos y manejo del negocio en pandemia.	son las invitaciones a los seminarios y capacitaciones virtuales por parte de la Sunat en estos últimos meses.	más allá de poder trabajar tranquilo sin que te boten de la calle o te confisque tus cosas.	su régimen tributario porque considero que es privado		este régimen son seminarios y conferencias virtuales para el manejo de los negocios en tiempo de pandemia		adquirido por ello son capacitaciones, conferencias y seminarios virtuales en este tiempo, anterior a esto solían recibir invitaciones a eventos en lima.
¿Qué situaciones se han suscitado en	En lo que respecta al reporte de mercancías	Sobre la declaración de cantidades	No hemos tenido problemas en relación a la	Sobre reportar incorrectamente lo	No hemos tenido ningún	Hasta el momento no ha habido	Los entrevistados concuerdan que no han		Se concluye que la empresa no

<p>el reporte de mercancías importadas a la Sunat? ¿y como se ha solucionado esa situación?</p>	<p>no hemos tenido problemas hasta el momento.</p>	<p>de mercancías ante la Sunat no hemos tenido problemas, hasta el momento siempre hemos declarado bien. Ya que no queremos multas o situaciones que dañen a la empresa.</p>	<p>situación de la pregunta siempre se ha reportado correctamente a la Sunat lo que se importa en la empresa.</p>	<p>que importamos a la Sunat, hasta el momento no hemos tenido ningún tipo de problemas</p>	<p>problemas con la Sunat sobre el reporte de mercancías</p>	<p>problemas sobre ese tema con la Sunat que yo este enterado.</p>	<p>tenido problemas en el reporte de mercancías hasta el momento.</p>		<p>ha tenido problemas en el reporte de mercancías ante Sunat hasta la fecha de la entrevista.</p>
<p>¿Ha tenido algún inconveniente en la declaración de los impuestos respectivos ante la Sunat?</p>	<p>En la actualidad no tenemos ningún problema con la Sunat, aunque una vez cuando comenzábamos a</p>	<p>Una vez cuando comenzábamos con esto de la importación se nos quedó retenida la mercancía porque</p>	<p>En las primeras veces que importamos en una ocasión la mercadería quedó retenida en aduanas por que se</p>	<p>Solo tuvimos un pequeño problema en las primeras importaciones en la cual se nos quedó</p>	<p>No ha habido ningún problema con la Sunat en el tiempo que llevo trabajando aquí.</p>	<p>Hasta el momento no ha habido problemas con la Sunat que yo sepa.</p>	<p>La mayoría concuerda que en la actualidad no tienen problemas con la declaración de impuestos, pero</p>	<p>Dos entrevistados declararon que no ha habido problemas con la Sunat en el tiempo que llevan</p>	<p>Se concluye que la empresa no posee ningun tipo de problema con la Sunat, sin embargo,</p>

<p>¿Cuáles han sido estos?</p>	<p>importar no sabíamos que existía un importe máximo para que los productos no paguen impuestos y se nos quedó la mercancía retenida ya que lo superamos. El máximo es 200 dólares y nosotros trajimos un importe 575 dólares y para ellos tuvimos que asesorarnos con un familiar que conoce de ello para la liberación</p>	<p>excedimos el monto máximo de valor de los productos que trajimos, al saber esto la mercancía quedo detenida en aduanas y tuvo que ayudarnos mi sobrina que conoce de esos temas y nos ayudó a recuperar el paquete, y nos enseñó a como importar.</p>	<p>excedió en el monto máximo que podíamos traer sin pagar impuesto asi que tuvo que venir un familiar de los dueños a solucionar el problema, ella nos instruyó sobre como importar y evitar cualquier inconveniente. Actualmente no hemos vuelto a tener problemas con la Sunat.</p>	<p>la mercancía retenida por no pagar impuestos ya que habíamos sobrepasado el monto máximo para importar sin pagar impuestos .</p>			<p>mencionan un problema que tuvieron cuando empezaban a importar y tuvieron una carga que supero el monto máximo que permitía la ley para que esta entre libre de impuesto y tuvieron que llamar a un familiar experto en estos temas y lograron liberar la mercancía.</p>	<p>laborando para la empresa.</p>	<p>existe un pequeño inconveniente cuando empezaban a importar en la cual tuvieron que llamar a un familiar que conocía de estos temas para poder liberar su mercancía.</p>
--------------------------------	---	--	--	---	--	--	---	-----------------------------------	---

	de la carga y ya ella nos explicó como importar para que no volvamos a tener problemas.								
¿Qué ventajas o desventajas se da al importar productos para su uso interno? ¿Cómo usted valora esto?	Como ventajas se puede mencionar la reducción de costos ya que los productos son mas baratos y como desventaja seria que si queremos mas productos de lo mismo no podemos conseguirlo en el mercado	Lo mejor de comprar en el exterior algunos productos que son para uso interno de la empresa es la reducción de costos ya que sale mas barato comprarlo afuera que en el país. Yo valoro como positivo la importación	Considero que la compra de productos para el uso interno es beneficioso para la empresa, ya que se aprovecha la importación de los productos a comercializar para traerlos y esto optimiza el pago del flete consiguiendo los productos	Opino que importar productos para el uso en la empresa es ventajoso ya que al compran en la cantidad en la exterior resulta mas barato que comprar unitariamente dentro del	Debe ser que ahorran dinero cuando importan, si es eso esta bien porque les saldría mas rentable importar que comprar acá. Si es asi lo valoro como muy	Pienso que si la compra es planificada es rentable importarla, ya que los precios del mercado exterior son más competitivos, además que cuando se compra al por mayor	Los entrevistados concuerdan que la compra de productos para el uso interno es ventajosa para la empresa ya que representa un ahorro en los gastos mensuales referidos a estos productos ya que los precios	Algunos entrevistados comentan que si se planifican las compras con antelación sería más eficiente la compra de productos de uso interno, también que se puede optimizar el flete que se cotiza	Se concluye que importar productos para el uso interno de la empresa es ventajosa ya que representa un ahorro en ellos gastos mensuales sin embargo se recomienda que deben ser

	nacional y debemos sustituirlo con productos sustitutos. Para mi valoraría positivamente la importación de productos para el uso interno.	n de estos productos.	mas baratos que en el mercado local, valoro como buena esta practica en la empresa.	país. Esto lo valoro positivamente para la empresa.	bueno y ventajas o para el negocio.	los costos se reducen. Valoro que es bueno que lo hagan ya que favorece a que la empresa obtenga mas ganancias .	internacional es son mas económicos.	por los productos a comercializar.	planificados para aprovechar más eficientemente los gastos de fletes en la importación de los productos que están destinados a comercializarse.
¿Qué productos importa para el comercio en la tienda? ¿y cómo es la rotación de estos?	Son varios los productos que importamos , pero los que más traemos regularmente son bombas de aceite para motosierra, cadenas de	Los productos que más importamos suelen ser las cadenas de motosierras , las barras bases para la motosierra, varios tipos de	La empresa suele importar bastantes productos de repuestos para motosierras, herramientas y algunos productos para el campo.	Los productos del extranjero que mas vendemos suelen ser las cadenas de motosierras, es lo que mas sale.	La empresa suele importar bastante repuestos para la maquina en especial para las motosierras	Solemos importar bastantes cadenas de motosierras y juegos de llaves, en base a los delivery que hago, también algunas	Los entrevistados concuerdan que los productos que se suele importar son cadenas de motosierra, barras bases para motosierras, cilindros de motor,		Se concluye que los productos que más importa la empresa está relacionado a los repuestos para motosierra y kits o

	<p>motosierra, cilindros para los motores de la motosierra, kits de herramientas, juegos de llaves y tuercas, juego de dados, etc</p> <p>Bueno los productos antes mencionados son los que más rápido se venden, aproximadamente se nos acaba el stock en 18 a 23 días.</p>	<p>herramientas en paquetes o kits.</p> <p>Estos productos suelen venderse mas en un tiempo de 2 a 3 semanas.</p>	<p>Por lo general todo lo que se importa se vende en 15 a 20 días, raras veces nos quedamos con stock de un mes anterior.</p>	<p>También se venden bien los juegos de llaves y algunas bombas de aceite.</p> <p>Todos se suele vender en 1 mes y casi nunca nos queda stock de lo que importa el negocio.</p>	<p>ras, siendo las cadenas y las barras bases las que más he repartido.</p> <p>Calculo que todo lo importado se acaba en menos de 1 mes.</p>	<p>bombas de aceite y cilindros para los motores de las mismas.</p> <p>La mercancía que nos llega del exterior se suele acabar en 3 a 4 semanas.</p>	<p>bombas de aceite, kits de herramientas, juegos de llaves y dados. Y su tiempo de rotación de productos es de 18 a 25 días aproximadamente siendo la última semana de mes, la fecha en que se realizan un pedido nuevo y la fecha de entrega se estima en la primera semana del siguiente mes una vez hecho el pedido.</p>		<p>juego de herramientas.</p> <p>También se afirma que la rotación de los productos importados no son mayor aun mes y que cada 30 días aproximadamente llega nueva mercancía.</p>
¿Cuáles son las ventajas	La gran ventaja que	Yo considero	Estamos mejor	Adquirir los	No podría	Desconozco la	La mayoría de	Dos entrevistad	Se concluye

<p>y desventajas en el proceso de adquisición en la actualidad frente a la situación en el cual no había pandemia?</p>	<p>encuentro en el proceso de adquisición ahora frente al modelo antiguo es que ahora puedo pedir mis productos desde cualquier parte del mundo, sin salir de casa y así no exponer a mi familia y personal a un contagio que pueda coger si es que viajase a lima cada cierto tiempo para abastecerme a su vez que también</p>	<p>que la pandemia nos ayudo a mejorar el cómo adquiríamos nuestro inventario, el poder ahora ahorrar el dinero de los viajes de mi esposo a lima, evitar que se exponga a un posible contagio y tener el control de seguimientos de la carga es una ventaja muy importante para el negocio en</p>	<p>adquiriendo los productos de manera online que de la manera antigua, desque utilizamos este nuevo sistema se me es mas facil tener un control de los productos que llegan o puedo organizarme mejor para su recepción caso contrario era cuando el señor iba a lima y teníamos que esperar que llegara para recién inventariar y</p>	<p>productos por internet nos ayudado a tener un mejor control en el almacén ya que también los inventarios se han virtualizado y todo lo que llega ya esta codificado y podemos verlo en el Excel, saber si tenemos o no los productos y así poder</p>	<p>opinar sobre este punto porque yo ingrese a laborar cuando esta empresa ya hacia compras por internet.</p>	<p>situación de la empresa antes de pandemia , yo recién tengo 4 meses laborando .</p>	<p>entrevistados concuerdan en que el dueño que antes solía viajar a la capital para comprar los inventarios actualmente puede hacerlos desde la comodidad de la tienda y reduce el riesgo de que se contagie y pueda contagiar el virus a su familia y trabajadores, también se menciona que el uso de la tecnología en la actualidad les permite</p>	<p>os refirieron que no podrían opinar debido a que trabajan en la empresa posterior a la implementación de herramientas tecnológicas en la empresa y desconocen la realidad del negocio antes de la crisis sanitaria.</p>	<p>que la importación de los productos le ha beneficiado a la empresa comenzando por el resguardo de la salud de los integrantes del negocio y dándoles un mejor orden y control en el manejo de los inventarios .</p>
--	---	--	---	---	---	--	--	--	--

	me ahorro dinero en los pasajes de ida y vuelta, los viáticos y los costos de encomienda .	la adquisición de mercancía, quizás lo único malo por así decirlo sería los tiempos de espera de llegada de los productos a la tienda.	ver donde acomodar la mercadería que llegaba con él.	vender mejor al cliente sin miedo a concretar una venta y después decirle al cliente que su producto esta agotado.			tener un mejor control de los inventarios caso contrario antes de la pandemia donde era muy ineficiente.		
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

ANEXO 5: MATRICES DE CONVERGENCIA Y DIVERGENCIA POR OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL	UNIDAD TEMATICA	CATEGORIAS	CONVERGENCIAS	DIVERGENCIAS
Caracterizar el e-commerce y la importación en una empresa del sector ferretero en pandemia distrito de Pichanaki, provincia de Chanchamayo, 2021.	E-COMMERCE	Capacidad de enfoque	La mayoría de entrevistados concuerdan que comprar por internet es más barato que hacerlo de la manera tradicional, también concuerdan que les ayuda a tomar decisiones sobre qué productos comprar y la característica mas importante es la calidad. A su vez se reportó que en una sola ocasión hubo un retraso en la recepción de un paquete porque supuestamente este se encontraba perdido.	En las páginas de comercio electrónico existen más variedad de productos y que la entrega lo hacen en la puerta del local. También es importante para la adquisición de productos: los costos bajos, la variedad y la facilidad de uso.
		Disponibilidad y flexibilidad	Los entrevistados concuerdan que los tiempos de aprovisionamiento de la mercancía son alrededor de 1 mes, siendo la última semana del mismo el momento en que se hacen los pedidos llegando la entrega la primera semana del mes siguiente, también afirman que si ha sido beneficioso pasarse a la virtualidad. A su vez declaran que la empresa no ha sufrido ninguna automatización en sus procesos.	Los beneficios de esta dimensión es el aumento de las ventas por delivery, y un mayor control de los productos que entran y salen de la empresa. Asu vez se detalla que la automatización se ha desarrollado en el área de ventas atraves de chatbot en las redes sociales.
		Interactividad	La información brindada por las webs de e-commerce son muy importante para la empresa, las personalizaciones de ofertas por parte de los proveedores internacionales no son muy distintas que los nacionales y que a los empleados no les fue muy difícil adecuarse al uso de las plataformas sin embargo les costó trabajo aprende a identificar buenos y malos proveedores	Dos de los entrevistados declararon que si les fue complicado adaptarse al manejo de las webs de e-commerce ya que no poseían conocimiento en el manejo de computadoras, sin embargo, con la ayuda de sus hijos pudieron aprender y pasar esta dificultad.
	IMPORTACIÓN	Mercancía extranjera	los entrevistados afirman que desconocen los estándares internacionales, certificaciones ISO's, tampoco sobre certificados medioambientales relacionados a los productos importados. Sin embargo, reconocen que la principal diferencia es el precio de compra de los productos siendo más baratos adquirirlos en el exterior que a nivel nacional	Algunos entrevistados detallan que la gran competencia de proveedores y la gran variedad de productos similares son las diferencias más relevantes de los costos más económicos en el exterior.
		Fiscalización tributaria	La mayoría de entrevistados concuerdan que la empresa pertenece al régimen RUS y que están a día en sus responsabilidades tributarios, a su vez la empresa no ha tenido problemas en el reporte de mercancías hasta el	Dos de los entrevistados desconocen el régimen tributario de la empresa ya que su tiempo de trabajo es solo de 1 año. También aseveran que en el tiempo que llevan

			momento ni en lo que respecta a los impuestos a pagar, pero tuvieron un inconveniente cuando comenzaban a importar con una carga que supero el monto máximo que permitía la ley para que esta entre libre de impuesto y tuvieron que llamar a un familiar experto en estos temas y lograron liberar la mercancía.	trabajando no han presenciado problemas con los tributos por parte de la empresa.
		Consumo	Los entrevistados concuerdan que la compra de productos para el uso interno es ventajosa para la empresa, también los productos que más se suele importar son cadenas de motosierra, barras bases para motosierras, cilindros de motor, bombas de aceite, kits de herramientas, juegos de llaves y dados. Y su tiempo de rotación de productos es de 18 a 25 días aproximadamente siendo la última semana de mes, la fecha en que se realizan un pedido nuevo y la fecha de entrega se estima en la primera semana del siguiente mes una vez hecho el pedido. Y afirman que la situación actual es más beneficiosa para la empresa dada la coyuntura en comparación con el modelo antiguo de llevar el negocio.	Algunos entrevistados comentan que si se planifica las compras con antelación sería más eficiente la compra de productos de uso interno.

OBJETIVO ESPECIFICO 1	CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	CONVERGENCIAS	DIVERGENCIAS
Describir el e-commerce en una empresa del sector ferretero en pandemia distrito de Pichanaki, provincia de Chanchamayo, 2021.	Capacidad de enfoque	Público Objetivo	La mayoría de entrevistados concuerdan que comprar por internet es más barato que hacerlo de la manera tradicional y que se empezó a usar el e-commerce en consecuencia de las medidas de restricción de tránsito impuestas por el gobierno.	Algunos mencionaron que creen que también pudo ser porque en las páginas de comercio electrónico existe más variedad de productos y que la entrega lo hacen en la puerta del local.
		Gustos Y Preferencias	Todos los entrevistados valoran positivamente las webs de e-commerce porque concuerdan que les ayuda a tomar decisiones sobre qué productos comprar en base a los comentarios y valoración de otros usuarios que hayan comprado anteriormente.	Algunos mencionan que se valora las webs de e-commerce por la variedad de oferta y costos que presenta.
		Producto	La mayoría de entrevistados convergen en que la característica más importante al comprar algún producto es la calidad, lo cual los entrevistados lo expresan como "que sea de un buen material".	Algunos entrevistados declaran que también es de importancia para la adquisición de productos: los costos bajos, la variedad y la facilidad de uso.

			La mayoría también reporta que en una sola ocasión hubo un retraso en la recepción de un paquete porque supuestamente este se encontraba perdido.	
Disponibilidad y flexibilidad	Tiempo		Todos los entrevistados concuerdan que los tiempos de aprovisionamiento de la mercancía son alrededor de 1 mes, siendo la última semana del mismo el momento en que se hacen los pedidos llegando la entrega la primera semana del mes siguiente. En incidencias solo se reporta un problema de sobre stock por el mal manejo de los tiempos de llegada.	
	Adaptación		Los entrevistados concuerdan que si ha sido beneficioso pasarse a la virtualidad La mayoría declara que el motivo principal ha sido la coyuntura actual sanitaria y los riesgos que conlleva exponerse a grandes conglomerados de personas.	Algunos entrevistados declaran que los motivos de adaptarse a la virtualidad han traído beneficios como el aumento de las ventas por delivery, y un mayor control de los productos que entran y salen de la empresa.
	Automatización		La mayoría de entrevistados están de acuerdo que no consideran que la empresa haya pasado por un proceso de automatización.	Algunos entrevistados dudan si el manejo del Excel y la digitalización de los inventarios son automatizaciones. También se refieren a la automatización de un proceso en la parte de ventas por redes sociales (Facebook) ya que poseen un chatbot de respuesta inmediata a los clientes que preguntan por esa red social.
Interactividad	Información		Los entrevistados concuerdan que la información brindada por las webs de e-commerce son muy importante para la empresa, ya que se brinda información detallada del producto como son sus especificaciones, medidas, fotos, videos, etc.	
	Personalización		Los entrevistados convergen en que las personalizaciones de ofertas por parte de los proveedores internacionales no son muy distintas que los nacionales. La mayoría utilizan boletines ofreciendo ofertas en preventa y descuentos esto se da por lo correo electrónico.	
	Facilidad		La mayoría de entrevistados concuerdan que no les fue muy difícil adecuarse al uso de las plataformas sin	Dos de los entrevistados declararon que si les fue complicado adaptarse al manejo de

			embargo les costó trabajo aprende a identificar buenos y malos proveedores.	las webs de e-commerce ya que no poseían conocimiento en el manejo de computadoras, sin embargo, con la ayuda de sus hijos pudieron aprender y pasar esta dificultad.
--	--	--	---	---

OBJETIVO ESPECIFICO 2	CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	CONVERGENCIAS	DIVERGENCIAS
Describir la importación en una empresa del sector ferretero en pandemia distrito de Pichanaki, provincia de Chanchamayo, 2021.	Mercancía extranjera	Producción	Todos los entrevistados afirman que desconocen los estándares internacionales, certificaciones ISO's, sin embargo, especulan que los productos que importan si poseen esos estándares ya que lo avalan en que todo el tiempo que llevan importando no han presentado ningún tipo reclamo o queja.	
		Manufactura	Los entrevistados convergen que no tienen conocimiento sobre certificados medioambientales relacionados a los productos importados. Sin embargo, esperan que los productos comercializados si los tengan.	
		Costos	Los entrevistados concuerdan que la principal diferencia es en el precio de compra de los productos siendo más baratos adquirirlos en el exterior que a nivel nacional, siendo el producto más relevante el de las cadenas para motosierra, en la cual el precio nacional suele ser casi el doble o triple que el precio nacional.	Algunos entrevistados detallan que la gran competencia de proveedores y la gran variedad de productos similares son las diferencias más relevantes de los costos más económicos en el exterior.
	Fiscalización tributaria	Régimen tributario	La mayoría de entrevistados concuerdan que la empresa pertenece al régimen RUS y que están a día en sus responsabilidades tributarios, los beneficios referidos a este régimen son seminarios y conferencias virtuales para el manejo de los negocios en tiempo de pandemia	Dos de los entrevistados desconocen el régimen tributario de la empresa ya que su tiempo de trabajo es solo de 1 año.
		Reporte de mercancías	Los entrevistados concuerdan que no han tenido problemas en el reporte de mercancías hasta el momento.	
		Impuestos a pagar	La mayoría concuerda que en la actualidad no tienen problemas con la declaración de impuestos, pero mencionan un problema que tuvieron cuando empezaban a importar y tuvieron una carga que supero	Dos entrevistados declararon que no ha habido problemas con la Sunat en el tiempo que llevan laborando para la empresa.

			el monto máximo que permitía la ley para que esta entre libre de impuesto y tuvieron que llamar a un familiar experto en estos temas y lograron liberar la mercancía.	
	Consumo	Uso	Los entrevistados concuerdan que la compra de productos para el uso interno es ventajosa para la empresa ya que representa un ahorro en los gastos mensuales referidos a estos productos ya que los precios internacionales son más económicos.	Algunos entrevistados comentan que si se planifica las compras con antelación sería más eficiente la compra de productos de uso interno, también que se puede optimizar el flete que se cotiza por los productos a comercializar.
		Comercio	Los entrevistados concuerdan que los productos que se suele importar son cadenas de motosierra, barras bases para motosierras, cilindros de motor, bombas de aceite, kits de herramientas, juegos de llaves y dados. Y su tiempo de rotación de productos es de 18 a 25 días aproximadamente siendo la última semana de mes, la fecha en que se realizan un pedido nuevo y la fecha de entrega se estima en la primera semana del siguiente mes una vez hecho el pedido.	
		Adquisición	La mayoría de entrevistados concuerdan en que el dueño que antes solía viajar a la capital para comprar los inventarios actualmente puede hacerlos desde la comodidad de la tienda y reduce el riesgo de que se contagie y pueda contagiar el virus a su familia y trabajadores, también se menciona que el uso de la tecnología en la actualidad les permite tener un mejor control de los inventarios caso contrario antes de la pandemia donde era muy ineficiente.	Dos entrevistados refirieron que no podrían opinar debido a que trabajan en la empresa posterior a la implementación de herramientas tecnológicas en la empresa y desconocen la realidad del negocio antes de la crisis sanitaria.

ANEXO 6: MATRIZ DE REVISIÓN DOCUMENTAL Y ANTECEDENTES

OBJETIVO GENERAL	UNIDADES TEMÁTICAS	CATEGORÍAS	REVISIÓN DOCUMENTAL	ANTECEDENTES	COMENTARIOS
<p>Caracterizar el e-commerce y la importación en una empresa del sector ferretero en pandemia distrito de Pichanaki, provincia de Chanchamayo, 2021.</p>	<p>E-COMMERCE</p>	<p>Capacidad de enfoque</p>	<p>Son todos aquellos métodos de intercambio comercial o de negocios que se desarrollan electrónicamente mediante las plataformas disponibles en internet y aplican como medio de cambio la moneda electrónica, este modelo de comercialización permite una capacidad de enfoque clara hacia el público objetivo, disponibilidad y flexibilidad para la consumación de la venta y una interactividad única que no ofrece el sistema tradicional (Martínez y Rojas, 2016).</p>	<p>Se concluyo que existe un crecimiento directo de la adopción del comercio electrónico entre los consumidores malayos por ello las Mypes y las empresas deben tomar ventaja y desarrollar negocios online (Johar et al., 2020).</p>	<p>Respecto a la unidad temática e-commerce se señala que debido a la coyuntura actual que atraviesa el país y el mundo la adopción del comercio electrónico a resultado un salvavidas para muchos negocios que se han visto mermados por las políticas restrictivas en pro de salvaguardar la salud de los ciudadanos, el e-commerce por su naturaleza virtual le brinda al empresario herramientas que no posee el modelo tradicional como lo son de tener un mejor enfoque de su público objetivo permitiéndoles adaptarse casi en tiempo automático debido a la flexibilidad que este medio les brinda a su vez también permite un seguimiento personalizado e interactivo con los clientes lo cual facilita la fidelización de los mismos; logrando de esta manera, la empresa, una posible estabilidad de ingresos superior a la que brinda el formato tradicional.</p>
		<p>Disponibilidad y flexibilidad</p>			
		<p>Interactividad</p>			

	IMPORTACIÓN	Mercancía extranjera	Es la operación mediante la cual se somete a una mercancía extranjera a la regulación y fiscalización tributaria para poderla después libremente destinar a una función económica de uso, producción o consumo (Witker y Jaramillo, 1996).	Se concluyó que existe influencia entre las importaciones postales debido a que el crecimiento de este sector se enfoca en el canal de comercialización virtual de los productos, su rapidez en el tiempo de respuesta y la simplificación en el proceso de trámite aduanero (Vilcamiza, 2018).	Sobre la unidad temática importación se detalla que la competitividad de precios en el exterior ha motivado que varios empresarios hayan decidido optar por importar por primera vez algunos productos para sus negocios, siendo estos pedidos enviados por vía postal en la cual han encontrado un apoyo por la facilitación, rapidez y simplificación del proceso aduanero para la nacionalización de mercancías las cuales han ayudado a los comerciantes a iniciar nuevos negocios o mantener abastecidas sus tiendas manteniendo su rentabilidad y competitividad en el sector.
		Fiscalización tributaria			
		Consumo			

OBJETIVO ESPECÍFICO 1	CATEGORÍAS	SUBCATEGORÍAS	REVISIÓN DOCUMENTAL	ANTECEDENTES	COMENTARIOS
Describir el e-commerce en una empresa del sector ferretero en pandemia distrito de Pichanaki, provincia de Chanchamayo, 2021.	CAPACIDAD DE ENFOQUE	Público Objetivo	se define como una característica online que le permite, a las empresas, tener mayores posibilidades de acceder a su público objetivo y de forma simultánea adaptar su producto a los gustos y preferencias que presenta este mercado (Martínez y Rojas, 2016).	Se concluyó que la pandemia está provocando compras de pánico en donde el público realiza grandes adquisiciones de productos debido a la mal información de las noticias y redes sociales, que en realidad termina	En la categoría capacidad de enfoque se reseña que esta característica les permite a las empresas determinar mejor a su público objetivo basándose en las tendencias del mercado las cuales pueden estar influenciadas por las noticias y redes sociales logrando de esta manera definir mejor los gustos y preferencias sobre los
		Gustos Y Preferencias			
		Producto			

				teniendo un impacto en las fluctuaciones de precios (Ansari and Farida, 2021).	productos y servicios que estas personas desean comprar.
DISPONIBILIDAD Y FLEXIBILIDAD	Tiempo	Automatización	determina que los comercios online poseen mayor disponibilidad y flexibilidad que los negocios tradicionales ya que su establecimiento es virtual y se puede encontrar abierto todos los días en todo tiempo lo que además permite una adaptación y automatización permanente en base a las tendencias (Martínez y Rojas, 2016).	Se concluyó que la pandemia ha generado un punto de inflexión para el desarrollo de nuevos hábitos de consumo online en la gente y ha propiciado un escenario óptimo para la integración del comercio tradicional con el internet (Jin et al., 2021).	Respecto a la categoría disponibilidad y flexibilidad se expone que los hábitos de consumo dadas por la coyuntura actual ha generado que el comercio online sea más óptimo que el comercio tradicional para los empresarios ya que la reducción de tiempo en los procesos, la flexibilidad de adaptación y la automatización permite a la empresa online sortear la gran mayoría de dificultades y moverse mas libre dentro del mercado en comparación con el modelo tradicional que depende mucho de un trafico de personas tangibles y dadas las restricciones actuales ha generado que algunos negocios quiebren por falta de ingresos.
	Adaptación				
INTERACTIVIDAD	Información		explica que al realizar un comercio online el usuario tiene mayor posibilidad de obtener	Se concluyo que las empresas, deberían tener la capacidad de abastecer a sus	Lo resaltante en la categoría Interactividad es que la experiencia que se brinda al cliente dentro del proceso de

		Personalización	<p>más información sobre el producto o servicio o incluso en algunos casos, posibilita la prueba gratuita durante un tiempo limitado como en el caso de la comercialización de distintas aplicaciones informáticas, además de que permite y da facilidad realizar seguimientos a los clientes de manera más personalizada en la postventa (Martínez y Rojas, 2016).</p>	<p>consumidores y generar en ellos buenas experiencias (Palomino et al., 2020)</p>	<p>venta y en el proceso de postventa es muy crucial para los negocios online ya que, al ser virtuales, el eje del negocio radica en cuan recurrente pueda ser un cliente ya que existen mucha competencia dentro del mundo online para ello hay que brindar buena información, personalizar el trato y brindarles facilidades.</p>
		Facilidad			

OBJETIVO ESPECÍFICO 2	CATEGORÍAS	SUBCATEGORÍAS	REVISIÓN DOCUMENTAL	ANTECEDENTES	COMENTARIOS
<p>Describir la importación en una empresa del sector ferretero en pandemia distrito de Pichanaki, provincia de</p>	<p>Mercancía extranjera</p>	Producción	<p>que es aquella que proviene del exterior y no ha sido nacionalizada, así como la producida o manufacturada en el país y que ha sido nacionalizada en el extranjero y dependiendo de la procedencia puede tener un costo más caro o más</p>	<p>se concluyó que las mejoras en la compra y venta de productos y/o servicios por el canal de Internet, eleva la eficiencia de la organización para mejorar sus ganancias económicas, financieras</p>	<p>Para la categoría mercancía extranjera se detalla que el comercio de algunos productos no nacionales es beneficioso para las empresas ya que al ser de precios mas competitivos representan una mejor ganancia económica para las organizaciones.</p>
		Manufactura			
		Costos			

Chanchamayo, 2021.			barato que una mercancía nacional (Ministerio de Economía y Finanzas, s.f.).	y sociales (Rodríguez, 2019).	
	Fiscalización tributaria	Régimen tributario	se define como el conjunto de actividades desarrolladas a verificar el cumplimiento de los regímenes relacionados con el impuesto, a través de esto se trata de determinar si el contribuyente cumplió con informar sobre todas las características de su mercancía como el uso, tamaño, costos y toda información que incida o afecte el cálculo del monto por pagar (MEF, 2015).	Se concluyo a pesar del rápido desarrollo del comercio electrónico en los países del BRICS y de las importantes oportunidades creadas, todavía existen problemas de comercio de mercancías en diversas regiones y falta de cooperación de los BRICS en esta esfera (Haji, 2021).	En base a la categoría fiscalización tributaria se detalla el desarrollo del comercio ha brindado muchas oportunidades sin embargo también ha traído muchos problemas en lo que respecta a la fiscalización de la mercancía ya que muchas de ella no son declaradas y entran de contrabando al país.
		Reporte de mercancías			
		Impuestos a pagar			
	Consumo	Uso	se precisa como la acción de utilizar, gastar o adquirir un producto, un bien o un servicio para atender necesidades humanas tanto primarias como secundarias (Montes, 2015).	Concluyéndose que el e-commerce influye en las importaciones de la empresa, esto indica, que es conveniente para la compañía el uso del e-commerce debido a que, es un medio rentable y permitirá la obtención de un mayor índice de clientes (Arcelles, 2019).	Para la categoría consumo se expresa que es conveniente la adquisición de ciertos productos del exterior debido a que es más económico a su vez que permite al empresario reducir costos y ser mas competitivo en su sector.
		Comercio			
Adquisición					

ANEXO 8: MATRIZ DE REVISIÓN DOCUMENTAL Y ENTREVISTAS

OBJETIVO GENERAL	UNIDADES TEMATICAS	REVISION DOCUMENTAL	CATEGORIAS	ENTREVISTAS						Ideas principales
				E1	E2	E3	E4	E5	E6	
Caracterizar el e-commerce y la importación en una empresa del sector ferretero en pandemia distrito de Pichanaki, provincia de Chancha mayo, 2021.	E-COMMERCE	Son todos aquellos métodos de intercambio comercial o de negocios que se desarrollan electrónicamente mediante las plataformas disponibles en internet y aplican como medio de cambio la moneda electrónica, este modelo de comercialización permite una capacidad	Capacidad de enfoque	cuando averigüé sobre las paginas para comprar por internet me di cuenta que los productos que yo vendo eran más baratos comprarlo por internet que comprarlo en lima. Las webs de e-commerce son muy interesante y buena para ver qué productos compra más	las páginas webs nos gustó porque los precios fueron más económicos. Poder saber que productos son los más vendidos, además que tengan comentarios en donde suben sus fotos de cómo les	los precios son más bajos y así podemos tener más ganancias en las ventas. ayudan a la empresa a tener varios proveedores y así no depender de 1 solo, además de que se pueden identificar los productos más vendidos y a aquellos	Por la covid estuve buscando otras maneras de tener productos para el stock hasta que decidieron comprar por la internet. las páginas de internet donde se compra la mercancía son más	Porque hay más variedad de precios y productos Esas páginas de internet siempre tenemos productos nuevos y novedosos que le gustan a nuestra clientela los productos que	Será porque te dejan los productos en la tienda Desde que utilizamos las webs para comprar online la empresa tiene variedad de productos que la competencia no tiene. Los productos son de buena calidad, fáciles de	-Comprar por internet es más barato que hacerlo de la manera tradicional. - Los comentarios y valoración de otros usuarios son importantes antes de comprar. -La característica más importante al comprar algún producto es la calidad

		de enfoque clara hacia el público objetivo, disponibilidad y flexibilidad para la consumación de la venta y una interactividad única que no ofrece el sistema tradicional (Martínez y Rojas, 2016).		la gente y así me es más fácil decidir que traer para vender en el negocio. Para comprar productos miro primero los más vendidos luego clasifico por precios, después leo las descripciones de los productos	llega el producto nos ayuda a elegir mejor buscamos que el producto sea de calidad, novedoso y muy útil para su uso en el campo, chacras o parcelas	que tienen más valoración. Los productos que compramos siempre cumplen un par de características, son calidad y tienen un buen precio de compra.	barata y rentable. Siempre se compra productos que son económicos y que cuando se venden dan buenas ganancias a la empresa.	vendemos en la tienda son que están hechas de buen material, son duraderas y de precio accesible	usar y a un buen precio	
			Disponibilidad y flexibilidad	Manejamos un ciclo de rotación de productos cada 25 días	compramos un nuevo stock de productos	Se suele comprar productos en la última semana de	Siempre llegan productos nuevos a fin de mes,	el dueño decide que productos comprar	Todos los fines de mes se realiza el recuento de mercadería	Los tiempos de aprovisionamiento de la mercancía son

				<p>Si, ha sido lo más adecuado ya que sino ahora mismo mi negocio hubiera quebrado.</p> <p>la actualidad usamos un programa llamado Excel en la computadora a que nos permite tener ordenado todo el inventario.</p>	<p>cada fin de mes</p> <p>Por supuesto, ha sido la mejor decisión que hemos tomado en este tiempo.</p> <p>muchas cuentas y cálculos que antes lo solíamos hacer a mano con una calculadora a ahora los hace el Excel</p>	<p>mes revisando la cantidad de productos que nos quedan en tienda y almacén</p> <p>tenemos más opciones sobre qué productos comprar, también nos permite tener mas control de los productos que llegan o van a llegar</p> <p>Considero que en el área de compras</p>	<p>si es beneficio so para la empresa que se usen medios online para la compra de productos</p> <p>No se ha automatizado nada</p>	<p>para que cada inicio de mes de lleguen</p> <p>Si a sido bueno que ahora las cosas se hagan por internet, nos ayuda bastante a poder llegar a mas clientes</p> <p>No creo que hayamos automatizado nada</p>	<p>en la empresa y en base al resultado se piden para el próximo mes.</p> <p>hemos podido tener más clientes, ya últimament e tenemos más ventas por delivery</p> <p>no automatizamos nada en lo que respecta a compras</p>	<p>alrededor de 1 mes.</p> <p>Si ha sido beneficioso pasarse a la virtualidad</p> <p>- No consideran que la empresa haya pasado por un proceso de automatización.</p>
--	--	--	--	--	--	---	---	---	---	---

					no se ha automatizado nada					
			Interactividad	<p>las páginas de comercio online que frecuento suelen tener la información bien detallada del producto, con todas sus especificaciones, medidas, material, etc</p> <p>Considero que la personalización es normal</p> <p>En lo personal, no fue fácil al principio era dificultoso</p>	<p>la información de los productos que compramos dentro de la página de e-commerce es muy buena ya que nos detalla correctamente lo que recibimos</p> <p>Bueno los proveedores no son muy distintos que los nacionales</p>	<p>La información es buena ya que los productos que poseen las webs tienen una descripción casi exacta al producto que nos llegan</p> <p>Las ofertas especiales son en su mayoría ofertas de preventa y boletines informativos</p>	<p>Si, en las páginas de internet se encuentran fotos y videos de los productos y son casi igual a los que recibimos</p> <p>algunos proveedores le envían ofertas especiales con precios más bajos.</p>	<p>Si, creo que la información de los sitios webs es muy oportuna</p> <p>no sabría que decirte</p> <p>Este proceso no representa complicación en mi persona.</p>	<p>Si ya que en su mayoría de veces las especificaciones de la web son similar al producto</p> <p>los proveedores internacionales son muy similares a los nacionales</p> <p>este proceso no me represento ninguna dificultad grave, lo que si tu ve</p>	<p>La información brindada por las webs de e-commerce son muy importante para la empresa.</p> <p>Las personalizaciones de ofertas por parte de los proveedores internacionales es no son muy distintas que los nacionales.</p> <p>No les fue muy difícil adecuarse al uso de las plataformas</p>

					s en el trato No fue fácil aprender a usar este tipo de comercio	Si me resulto fácil, gran parte sobre cómo utilizar las webs de e-commerce	considero que no me ha sido muy difícil o		que aprender son como buscar proveedores e identificar los que son buenos y malos.	sin embargo les costó trabajo aprender a identificar buenos y malos proveedores.
	IMPORTACIÓN	Es la operación mediante la cual se somete a una mercancía extranjera a la regulación y fiscalización tributaria para poderla después libremente destinar a una función económica de uso, producción	Mercancía extranjera	cuando yo compro en las páginas webs no me fijo mucho en eso de certificación es ISO o niveles de estándares No, como te mencione anteriormente no me fijo en esos temas, soy indiferente a los certificados	yo considero que tienen altos estándares de calidad, pero no sabría decirte que estándares o normativas de calidad poseen la mercancía .	Desconozco cuales son los estándares internacionales, No estaba enterada de eso, Los precios en el exterior son más económicos, pero por ello son de menor calidad,	No sé qué estándares tendrán los productos que importa la tienda Ni idea si los productos que vendemos tengan esos certificados	no sabría que estándares utilizan o tienen los productos importados No sé si los productos que se venden en la tienda sean buenos o malos	No sé, creo que sí. Sin embargo, no he oído hablar de los ISO's No tengo conocimiento de si los productos que vende el negocio tengan algún certificado medioambiental. Los productos	Desconocen los estándares internacionales, certificaciones ISO's. No tienen conocimiento sobre certificados medioambientales relacionados a los productos importados La principal diferencia es

		o consumo (Witker y Jaramillo, 1996).		Los productos en el extranjero suelen ser más económicos	No, no conozco esos certificados que mencionas Comprar en el extranjero nos sale mucho más rentable para el negocio que comprar en lima,	sino que en algunos casos son mejores	Yo diría que las principales diferencias de los costos se dan por que en el extranjero o existe más tecnología	para el ambiente Los productos que importamos son de más calidad en algunas veces a comparación de los productos que podemos encontrar en el país.	que importa la empresa suelen ser más baratos, pero de igual calidad que los de la competencia	en el precio de compra de los productos siendo más baratos adquirirlos en el exterior que a nivel nacional
			Fiscalización tributaria	somos una empresa de persona natural con negocio estamos asociados al RUS, los	Nuestra empresa está registrada como persona natural con	La empresa está en el RUS, los beneficios que he visto son las	Este negocio pertenece al régimen RUS, beneficio se da ser	Desconozco que régimen tributario No hemos tenido	No sé qué régimen tributario tenga la empresa, No hemos tenido	La empresa pertenece al régimen RUS y que están a día en sus responsabilidades tributarias.

			<p>beneficios más importantes serían las capacitaciones online para llevar el negocio bien en esta coyuntura</p> <p>En lo que respecta al reporte de mercancías no hemos tenido problemas</p> <p>tuvimos que asesorarnos con un familiar que conoce de ello para la liberación de la carga</p>	<p>negocio, hemos recibido invitaciones para conferencias virtuales</p> <p>Con la Sunat no hemos tenido problemas la importación se nos quedó retenida la mercancía porque excedimos el monto máximo de valor de los productos</p>	<p>invitaciones a los seminarios y capacitaciones virtuales por parte de la Sunat en estos últimos meses.</p> <p>No hemos tenido problemas en relación a la situación</p> <p>la mercadería quedó retenida en aduanas por que se excedió en el monto máximo que podíamos</p>	<p>formal, más allá de poder trabajar tranquilo sin que te boten de la calle o te confisquen tus cosas.</p> <p>no hemos tenido ningún tipo de problemas</p> <p>se nos quedó la mercancía retenida por no pagar impuestos ya que habíamos sobrepas</p>	<p>ningún problema</p> <p>No ha habido ningún problema con la Sunat</p>	<p>ningún problema</p> <p>Hasta el momento no ha habido problemas con la Sunat</p>	<p>-No han tenido problemas en el reporte de mercancías hasta el momento</p> <p>-En la actualidad no tienen problemas con la declaración de impuestos</p>
--	--	--	--	--	---	---	---	--	---

				que trajimos	traer sin pagar impuesto	ado el monto máximo para importar sin pagar impuestos				
			Consumo	<p>Como ventajas se puede mencionar la reducción de costos ya que los productos son mas baratos</p> <p>los que más traemos regularmente son bombas de aceite para motosierra, cadenas de motosierra, cilindros para los</p>	<p>La reducción de costos ya que sale más barato comprarlo afuera que en el país.</p> <p>Los productos que más importamos suelen ser las cadenas de motosierras, las barras bases</p>	<p>Es beneficioso para la empresa, ya que se aprovecha la importación de los productos y esto optimiza el pago del flete consiguiendo los productos mas baratos</p> <p>La empresa suele</p>	<p>Importar productos para el uso en la empresa es ventajoso</p> <p>Los productos del extranjero que mas vendemos suelen ser las cadenas de motosierras</p> <p>Todos se suele</p>	<p>Esta bien porque les saldría mas rentable importar que comprar acá.</p> <p>La empresa suele importar bastante repuestos para la maquinaria el campo en especial para las</p>	<p>Es rentable importarla, ya que los precios del mercado exterior son más competitivos</p> <p>Solemos importar bastantes cadenas de motosierras y juegos de llaves</p> <p>La mercancía que nos llega del exterior se suele</p>	<p>La compra de productos para el uso interno es ventajosa para la empresa ya que representa un ahorro en los gastos mensuales</p> <p>Los productos que mas se suele importar son cadenas de motosierra, barras bases para motosierras, cilindros de</p>

			<p>motores de la motosierra, kits de herramientas, etc los productos antes mencionado s son los que más rápido se venden, aproximadamente se nos acaba el stock en 18 a 23 días.</p> <p>La gran ventaja que encuentro es que ahora puedo pedir mis productos desde cualquier parte del mundo, sin salir de casa</p>	<p>para la motosierra, varios tipos de herramientas en paquetes o kits. Estos productos suelen venderse más en un tiempo de 2 a 3 semanas.</p> <p>la pandemia nos ayudó a mejorar el cómo adquiríamos nuestro inventario y tener el control de seguimiento de la carga es una</p>	<p>importar bastantes productos de repuestos para motosierras, herramientas y algunos productos para el campo, Por lo general todo lo que se importa se vende en 15 a 20 días</p> <p>este nuevo sistema se me es más fácil tener un control de los productos que llegan o van a llegar y</p>	<p>vender en 1 mes</p> <p>Adquirir los productos por internet nos ayudado a tener un mejor control en el almacén</p>	<p>motosierras, todo lo importado se acaba en menos de 1 mes.</p> <p>No podría opinar sobre este punto</p>	<p>acaban en 3 a 4 semanas</p> <p>Desconozco la situación de la empresa antes de pandemia</p>	<p>motor, bombas de aceite, kits de herramientas, juegos de llaves y dados.</p> <p>-Su tiempo de rotación de productos es de 18 a 25 días aproximadamente. El uso de la tecnología en la actualidad les permite tener un mejor control de los inventarios caso contrario antes de la pandemia donde era muy ineficiente</p>
--	--	--	---	---	--	--	--	---	---

					ventaja muy importante	puedo organizar me mejor para su recepción				
--	--	--	--	--	------------------------	--	--	--	--	--

OBJETIVO ESPECIFICO 1	CATEGORIAS	REVISION DOCUMENTAL	SUBCATEGORIAS	ENTREVISTAS						Ideas principales
				E1	E2	E3	E4	E5	E6	
Describir el e-commerce en una empresa del sector ferretero en pandemia distrito de Pichanaki, provincia de Chancha mayo, 2021.	Capacidad de enfoque	se define como una característica online que le permite, a las empresas, tener mayores posibilidades de acceder a su público objetivo y de forma simultánea adaptar su producto a	Público Objetivo	La cuarentena que puso Vizcarra impedía que fuera a lima donde yo solía comprar mis productos, cuando averigüé sobre las paginas para comprar por internet me di	Las medidas de aislamiento que decreto el gobierno prohibían a mi esposo ir a comprar los productos a la capital y cuando descubrimos las páginas webs para	Según lo que cuentan los dueños fue por que los precios son más bajos y asi podemos tener más ganancias en las ventas.	Lo que tengo entendido es que el Sr Espinoza no podía ir a lima por la cuarentena puesta por la covid y estuvieron buscando otras maneras de tener productos para el stock hasta	No sé supongo que será porque hay más variedad de precios y productos.	Bueno yo no uso las plataformas de e-commerce porque soy solo repartidor, pero creo que será porque te dejan los productos en la tienda y no hay que ir a un lugar donde comprarlo	- Comprar por internet es más barato que hacerlo de la manera tradicional -Se empezó a usar el e-commerce en consecuencia de las medidas de restricción de transito impuestas por el gobierno.

		los gustos y preferencias que presenta este mercado (Martínez y Rojas, 2016).		cuenta que los productos que yo vendo eran más baratos comprarlo por internet que comprarlo en lima.	comprar nuestros productos nos gustó que los precios fueran mas económicos.		que decidieron comprar por la internet.		sino esperar a que lleguen.	
			Gustos Y Preferencias	Es muy interesante y buena para ver que productos compra mas la gente y asi me es mas facil decidir que traer para vender en el negocio.	Considero que aportan mucho para el negocio, poder saber que productos son los más vendidos, además que tengan comentarios en donde suben sus fotos de	Creo que son muy convenientes ya que ayudan a la empresa a tener varios proveedores y asi no depender de 1 solo, además de que se pueden identificar los productos más	Diría que son buenos, el señor siempre menciona que si no fuera por las paginas de internet donde compra la mercancía más barata ahora el negocio hubiera quebrado.	Debe ser beneficioso para la empresa ya que gracias a esas paginas de internet siempre tenemos productos nuevos y novedosos que le gustan a nuestra clientela.	Supongo que es importante ya que desde que utilizamos las webs para comprar online la empresa tiene variedad de productos que la competencia no tiene.	-Se valora positivamente las webs de e-commerce porque ayuda a tomar decisiones sobre qué productos comprar -Los comentarios y valoración de otros usuarios son importantes antes de comprar.

					cómo les llega el producto nos ayuda a mí y mi esposo a la hora de decidir qué productos traer.	vendidos y a aquellos que tienen más valoración por los usuarios de la página de internet				
			Producto	<p>Cuando compro los productos miro primero los más vendidos luego clasifico por precios, después leo las descripción de los productos busco siempre que sean de buen</p>	<p>A la hora de comprar nos fijamos bastante en las fotos de otras personas que han comprado el producto que queremos adquirir, buscamos que el</p>	<p>Los productos que compramos siempre cumplen un par de características, son calidad y tienen un buen precio de compra. En el tiempo que llevo</p>	<p>Siempre se compra productos que son económicos y que cuando se venden dan buenas ganancias a la empresa. Lo que compramos en el extranjero siempre nos llega bien solo</p>	<p>Las características de los productos que vendemos en la tienda son que están hechas de buen material, son duraderas y de precio accesible.</p>	<p>La mayoría de productos son de buena calidad, fáciles de usar y a un buen precio. La empresa no ha tenido problemas con lo que importa al menos en el tiempo</p>	<p>-La característica más importante al comprar algún producto es la calidad</p> <p>-También se reporta que en una sola ocasión hubo un retraso en la recepción de un paquete porque supuestamente</p>

				<p>material y que sean productos de calidad.</p> <p>Problemas... tuvimos uno cuando comenzábamos a importar no recuerdo si fue la 5ta o 7ma vez que importamos una pequeña cantidad de productos y el paquete se perdió en Serpost, pasaron unos meses para que lo encontraran y nos lo entreguen.</p>	<p>producto sea de calidad, novedoso y muy útil para su uso en el campo, chacras o parcelas.</p> <p>El único problema que recuerde fue cuando el servicio postal se demoró la entrega de nuestro paquete.</p>	<p>trabajando o solo recuerdo que una vez se demoró mucho tiempo en llegar un pedido, creo que fue alrededor de 2 meses.</p>	<p>que a veces se demora en su llegada a la tienda.</p>	<p>Que yo sepa hasta ahora no hemos tenido problemas.</p>	<p>que llevo trabajando .</p>	<p>nte este se encontraba perdido.</p>
--	--	--	--	--	---	--	---	---	-------------------------------	--

	Disponibilidad y flexibilidad	<p>determina que los comercios online poseen mayor disponibilidad y flexibilidad que los negocios tradicionales ya que su establecimiento es virtual y se puede encontrar abierto todos los días en todo tiempo lo que además permite una adaptación y automatiza</p>	Tiempo	<p>En la actualidad manejamos un ciclo de rotación de productos cada 25 días, ya que en ese tiempo solemos vender casi toda la cantidad de productos que importamos . Cuando iniciábamos a importar nuestros productos una vez calculamos mal las compras y nos sobrestockeamos por suerte el</p>	<p>Mi esposo y yo solemos hacer inventarios cada semana y en base a como van saliendo los productos compramos un nuevo stock de productos cada fin de mes, para que así nos lleguen los productos en la primera semana del siguiente mes.</p>	<p>Se suele comprar productos en la última semana de mes revisando la cantidad de productos que nos quedan en tienda y almacén, por suerte desde que compramos en internet nunca nos hemos quedado sin productos , ya que antes como dependía</p>	<p>Siempre llegan productos nuevos a fin de mes, supongo que el señor y la señora hacen pedidos revisando cuantos productos quedan en inventario. No he visto que haya inconvenientes con los pedidos actualmente.</p>	<p>Por lo que tengo entendido, el dueño decide que productos comprar para que cada mes de nos lleguen productos y no nos quedemos sin mercancía. La empresa no tiene problemas con lo referido a los stocks.</p>	<p>Todos los fines de mes se realiza el recuento de mercadería en la empresa y en base al resultado se piden para el próximo mes. No he visto que ya habido problemas con la mercadería que llega del exterior.</p>	<p>- Los tiempos de aprovisionamiento de la mercancía son alrededor de 1 mes. -Siendo la última semana del mismo el momento en que se hacen los pedidos llegando la entrega la primera semana del mes siguiente. - En incidencias solo se reporta un problema de sobre stock por el mal manejo de</p>
--	-------------------------------	---	--------	---	---	---	--	--	---	---

		ción permanente en base a las tendencias (Martínez y Rojas, 2016).		exceso de productos se logro vender en los meses siguientes	Al principio teníamos problemas con los tiempos de llegada y nos quedaba producto que no se vendía en el mes.	mos de unos pocos proveedores a veces no teníamos para vender ciertos productos . En la actualidad no tenemos problemas, pero en una ocasión compramos de más, pero era cuando iniciábamos comprando online, ahora ya no hay esos				los tiempos de llegada.
--	--	--	--	---	---	---	--	--	--	-------------------------

						problemas.				
			Adaptación	Si, ha sido lo más adecuado. Esto de la virtualidad no es algo reciente que haya escuchado, tiempo atrás mis familiares y amigos me mencionaron sobre emplear nuevas tecnologías en la tienda, pero el temor, desconocimiento y confort en lo que ya conocía hacia que resistiera al	Por supuesto, ha sido la mejor decisión que hemos tomado en este tiempo. Con tantas muertes a causa de la pandemia sería muy riesgoso que mi esposo vaya a lima y compre como lo hacia antes, ahora a través de	Si me parece que ha sido bueno pasarnos a las compras virtuales, tenemos más opciones sobre qué productos comprar, también nos permite tener mas control de los productos que llegan o van a llegar para asi nunca decirles a los	Considero que, si es beneficioso para la empresa que se usen medios online para la compra de productos, con esto de la pandemia es muy riesgoso exponerse a grandes masas de gente como lo son ir a la capital y esto de las compras por internet	Si a sido bueno que ahora las cosas se hagan por internet, nos ayuda bastante a poder llegar a mas clientes, hay veces que yo cuando entrego productos las personas me piden el numero de la empresa o su página de Facebook	Si, gracias a que ahora también operamos de manera virtual hemos podido tener más clientes, ya que últimamente tenemos más ventas por delivery.	-Si ha sido beneficioso pasarse a la virtualidad. - El motivo principal ha sido la coyuntura actual sanitaria y los riesgos que conlleva exponerse a grandes conglomerados de personas.

				<p>cambio. Durante esta pandemia mas que un paso a dar voluntariamente, has sido como una obligación ya que sino ahora mismo mi negocio hubiera quebrado.</p>	<p>la computadora podemos hacer lo mismo y solo debemos esperar en el negocio a que lleguen nuestros productos , además últimamente también estamos recibiendo pedidos por nuestra página de Facebook, cosa que nos alegra mucho ya que estamos</p>	<p>clientes que no tenemos "x" o tal producto.</p>	<p>nos ayuda mucho</p>	<p>para realizar pedidos o ver que productos tienen.</p>		
--	--	--	--	---	---	--	------------------------	--	--	--

					llegando a más posibles nuevos clientes.					
			Automatización	<p>No sé si se debería llamarse automatización, pero antes solíamos tener todo el inventario en un cuaderno, en la actualidad usamos un programa llamado Excel en la computadora que con unas formulas hace todos los cálculos de cuanto tenemos</p>	<p>Si me preguntas sobre si hay cosas que antes hacíamos nosotros y ahora lo hace la maquina diría que Si, muchas cuentas y cálculos que antes lo solíamos hacer a mano con una calculadora a ahora los hace el Excel solo ponemos</p>	<p>Considero que en el área de compras no se ha automatizado nada, pero en el área de ventas creo que sí, ya que cada vez que nos mandan un mensaje por Facebook, en automático se manda una respuesta dándole la</p>	<p>No se ha automatizado nada, la computadora y el internet nos ayudan para el desarrollo de nuestras actividades , pero aún se depende la labor humana para que todo siga en funcionamiento.</p>	<p>No creo que hayamos automatizado nada, seguimos haciendo todas las cosas nosotros mismos, pero lo que sí, es que nos ha facilitado en parte el trabajo, ya que ahora con los programas de computadora</p>	<p>Te diría que no automatizamos nada en lo que respecta a compras ya que no se hacen pedidos automáticos, los dueños evalúan las cantidades y los proveedor es a quien comprar, pero el uso de la tecnología a acelerado el proceso de compra</p>	<p>- No consideran que la empresa haya pasado por un proceso de automatización.</p>

				que pedir de productos para el siguiente mes, además con ese mismo Excel podemos ver la cantidad de stock sin necesidad de ir a almacén y ver si hay lo que nos piden.	los datos que tenemos de inventario o de cuentas a pagar o cobrar y el programa nos da los resultados rápidamente.	opción al cliente que elija sobre hacer una consulta o pedir algún catálogo.		muchas cosas como cálculos, cuentas y respaldo de información lo tenemos a mano.	y llegada de productos a la empresa.	
	Interactividad	explica que al realizar un comercio online el usuario tiene mayor posibilidad de obtener más información	Información	Si, las páginas de comercio online que frecuento suelen tener la información bien detallada del producto,	Considero que la información de los productos que compramos dentro de la página de e-commerce	La información es buena ya que los productos que poseen las webs tienen una descripción	Si, en las páginas de internet se encuentran fotos y videos de los productos y son casi igual a los que recibimos.	Si, creo que la información de los sitios webs es muy oportuna ya que nos da una idea de como	Si ya que en su mayoría de veces las especificaciones de la web son similar al producto en sí y a veces usamos los	- La información brindada por las webs de e-commerce son muy importante para la empresa, ya que se brinda información

		<p>n sobre el producto o servicio o incluso en algunos casos, posibilita la prueba gratuita durante un tiempo limitado como en el caso de la comercialización de distintas aplicaciones informáticas, además de que permite y da facilidad realizar seguimientos a los clientes de manera más personalizada</p>		<p>con todas sus especificaciones, medidas, material, etc. Además, también hay información de la empresa y lo que yo considero más importantes reseñas con fotos de otras personas que han comprado antes.</p>	<p>e es muy buena ya que nos detalla correctamente lo que recibimos, a su vez que podemos saber que productos que mas salen por la cantidad de artículos de vendidos por el proveedor.</p>	<p>n casi exacta al producto que nos llegan, además las fotos que se pone en los anuncios no son muy editadas y nos permiten saber como es realmente el producto, también importante es la valoración que deja la gente.</p>	<p>Así que opino que la información que muestran en su pagina web es verdadera.</p>	<p>es el producto y como será su funcionalidad.</p>	<p>videos e información para vender los productos antes que lleguen.</p>	<p>detallada del producto como son sus especificaciones, medidas, fotos, videos, etc.</p>
			<p>Personalización</p>	<p>Considero que es normal, con proveedores</p>	<p>Bueno los proveedores no son muy</p>	<p>Las ofertas especiales que</p>	<p>Diría que son buenas porque cada vez</p>	<p>no sabría que decirte, pero creo</p>	<p>Yo creo que los proveedores</p>	<p>-Las personalizaciones de ofertas por</p>

		da en la postventa (Martínez y Rojas, 2016).		s que ya tenemos confianza para comprar en algunas ocasiones nos ofrecen productos en venta, osea antes que lo posteen en su perfil de vendedor dentro las paginas de comercio online.	distintos que los nacionales en el trato, con proveedores nuevos no son de ofrecernos muchas ofertas, pero con los que llevamos trabajando o por varios meses no suelen enviar ofertas de venta, boletines de la actualización de productos relacionados a nuestro	solemos recibir son mediante correos a la cuenta de gmail de la empresa, la mayoría de ellas son ofertas de venta y boletines informativos de nuevos productos que podríamos importar.	que converso con el dueño me comenta que algunos proveedor es le envían ofertas especiales con precios más bajos.	que debe ser buena porque llevamos ya un largo tiempo trabajando con ellos	internacionales son muy similares a los nacionales ambos ofrecen descuentos y boletines informativos.	parte de los proveedores internacionales no son muy distintas que los nacionales. - La mayoría utilizan boletines ofreciendo ofertas en venta y descuentos esto se da por lo correo electrónico.
--	--	--	--	--	--	--	---	--	---	--

					rubo o de productos que le compramos.					
			Facilidad	En lo personal, no fue facil al principio era dificultoso saber en qué página entrar, cual sería de confianza y donde no me puedan estafar. Con la ayuda de mi hija y videos tutoriales de internet fui aprendiendo sobre como reconocer buenos proveedore	No fue facil aprender a usar este tipo de comercio, yo solía ser muy reacia a comprar por internet ya que había escuchado de muchas historias de fraude que se hacen por este medio, sin embargo la	Si me resulto facil, gran parte sobre como utilizar las webs de e-commerc e es algo que ya sabía hacer lo único que si tuve que aprender fue elegir a los proveedor es y saber negociar los precios de los	Las compras solo lo hacen el señor, la señora o la cajera. Pero a veces apoyo en la búsqueda de nuevos productos y proveedor es, considero que no me ha sido muy dificultoso aprender, al principio si solía preguntar mucho a	Dentro de la empresa no manejo la computadora, ya que yo soy de delivery sin embargo desde mi celular ayudo a buscar nuevos productos que podrían ser rentables para la empresa. Este proceso	Mi labor es el delivery de productos, pero cuando no hay pedidos me quedo en la tienda y desde mi teléfono veo productos o proveedor es que puedan ser beneficios os, este proceso no me represento ninguna dificultad	-No les fue muy difícil adecuarse al uso de las plataformas sin embargo les costo trabajo aprende a identificar buenos y malos proveedores .

				<p>s, que páginas eran seguras y los más complicado fue confiar en poner datos financieros ya que tenía temor de que me robaran el dinero de la tarjeta, así que decidí sacarme una cuenta nueva en la que solo depositaba la cantidad exacta para las compras, en la actualidad aún tengo recelo sobre ese tema</p>	<p>pandemia nos obligó a reinventarnos si queríamos mantener el negocio con la ayuda de mis hijos poco a poco comprendí como utilizar cada página, que características deben tener los proveedores para reconocerlos como confiables, también fue complicad</p>	<p>productos .</p>	<p>los dueños, pero con el paso del tiempo le agarre la maña y ahora puedo hacerlo solo. Solo me encargo de encontrar proveedor es o productos y presentarlo a los dueños para que ellos decidan si comprar o no.</p>	<p>no represento nada complicado en mi persona.</p>	<p>grave, lo que si tu ves que aprenden son como buscar proveedor es e identificar los que son buenos y malos.</p>	
--	--	--	--	--	---	--------------------	---	---	--	--

				<p>pero ahora la tarjeta siempre tiene un monto extra de saldo por si acaso es necesario para compras que no estaban proyectadas u oportunidades que se presentan en el momento.</p>	<p>o aprender a negociar por los productos ya que al inicio compramos guiados por el precio de lista que aparecía pero con investigaciones nos dimos cuenta que los precios son referenciales y que podíamos obtener mejores precios negociando.</p>					
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

OBJETIVO ESPECIFICO 2	CATEGORIAS	REVISION DOCUMENTAL	SUBCATEGORIAS	ENTREVISTAS						Ideas principales
				E1	E2	E3	E4	E5	E6	
<p>Describir la importación en una empresa del sector ferretero en pandemia distrito de Pichanaki, provincia de Chancha mayo, 2021.</p>	<p>Mercancía extranjera</p>	<p>que es aquella que proviene del exterior y no ha sido nacionalizada, así como la producida o manufacturada en el país y que ha sido nacionalizada en el extranjero y dependiendo de la procedencia puede tener un costo más</p>	<p>Producción</p>	<p>No sabría responderle, cuando yo compro en las páginas webs no me fijo mucho en eso de certificaciones ISO o niveles de estándares sin embargo veo que los productos que compran sean de buen materiales, duraderos, que no se dañen o averíen en poco tiempo sino mis clientes perderían la</p>	<p>Los productos que importamos son buenos, son duraderos, de materiales resistentes, yo considero que tienen altos estándares de calidad, pero no sabría decirte que estándares o normativas de calidad poseen la mercancía.</p>	<p>Desconozco cuales son los estándares internacionales, aun así los que me mencionas no los he escuchado antes, pero supongo que los productos que importamos deberán tener buenos estándares porque hasta el momento no hemos tenido quejas de los productos que vendemos.</p>	<p>No sé qué estándares tendrán los productos que importa la tienda, aun así los ejemplos que me mencionas no he escuchado hablar de ellos.</p>	<p>Supongo que sí, pero no sabría que estándares utilizan o tienen los productos importados. Considero que la empresa ve mas que los productos sean de calidad que no se malogren o se</p>	<p>No sé, creo que sí. Sin embargo, no he oído hablar de los ISO's que mencionas, es un tema que desconozco.</p>	<p>- Desconocen los estándares internacionales, certificación es ISO's.</p>

		caro o más barato que una mercancía nacional (Ministerio de Economía y Finanzas, s.f.).		confianza en mi tienda.				dañen rápido para que no haya reclamos o desconfianza por parte de los clientes.		
	Manufactura	No, como te mencione anteriormente no me fijo en esos temas, soy indiferente a los certificados que puedan tener, pero si considero que los productos que se hagan deben tener el menor daño al	No, no conozco esos certificados que mencionas, pero comprendo que debemos cuidar el medio ambiente y espero que los productos que solemos importar tengan	¿Los productos suelen ahora tener certificados medioambientales?, No estaba enterada de eso, espero que estemos vendiendo productos amigables con la naturaleza.	Ni idea si los productos que vendemos tengan esos certificados.	No sé si los productos que se venden en la tienda sean buenos o malos para el ambiente o si tengan algún certificado.	No tengo conocimiento de si los productos que vende el negocio tengan algún certificado medioambiental.	-No tienen conocimiento sobre certificados medioambientales relacionados a los productos importados. Sin embargo, esperan que los productos comercializados si los tengan.		

				medio ambiente.	algún certificado					
			Costos	Los productos en el extranjero suelen ser más económicos, en las diversas webs que usamos para comprar los productos vemos una gran competencia de precios por productos que poseen casi las mismas características como indistinta que sucede en el Perú, en donde	Comprar en el extranjero nos sale mucho más rentable para el negocio que comprar en lima, los precios en las webs de e-commerce son mucho más baratos y mantienen la misma calidad de lo que solíamos comprar en la capital. Un ejemplo de diferencia de precio sería la	Los precios en el exterior son más económicos, pero no por ello son de menor calidad, sino que en algunos casos son mejores esto supongo que se da por la competitividad en tecnología para la producción como por la cantidad de ofertantes para un mismo producto. El producto más importante en diferencia	Yo diría que las principales diferencias de los costos se dan por que en el extranjero existe más tecnología para producir los productos que compramos. Para mi el producto que más ganancia se le puede sacar es a las bombas de aceite porque el precio para comprarlo	Los productos que importamos son de más calidad en algunas veces a comparación de los productos que podemos encontrar en el país. El producto que más resalta esta diferencia de precios	Los productos que importa la empresa suelen ser más baratos pero de igual calidad que los de la competencia, además de tener más variedad de modelos por el mismo precio. El producto estrella de la empresa es las cadenas de motosierra ya que tenemos	-La principal diferencia es en el precio de compra de los productos siendo más baratos adquirirlos en el exterior que a nivel nacional -El producto más relevante el de las cadenas para motosierra, en la cual el precio nacional suele ser casi el doble o triple que el precio nacional.

				<p>los precios suelen ser mas elevados y no hay mucha variedad de productos. El mejor ejemplo que te puedo dar es el caso de las cadenas de motosierra en Lima yo las compraba entre 30 a 40 soles y por internet me salen a 15 a 20 soles nacionalizadas, esa diferencia me da buen margen de ganancia caso mucho más que si la</p>	<p>bomba de aceite para las motosierras, ese producto en el extranjero nos sale por 4 a 5 dólares nacionalizado, pero si lo compramos en lima seria alrededor de 8 a 10 dólares.</p>	<p>de precios son las cadenas de motosierra ya que si comparamos el precio en el extranjero con el precio nacional, es mas caro casi duplicando al precio internacional.</p>	<p>acá en Perú es 2 a 3 veces más que si lo importamos.</p>	<p>es la cadena de motosierra la ganancia que se le puede sacar comprando en el extranjero en comparación al nacional es de casi 3 veces más.</p>	<p>distintos modelos compatibles con distintas marcas y el precio que lo compramos es 2 veces menor que el precio nacional</p>	
--	--	--	--	--	--	--	---	---	--	--

				comprara en lima						
	Fiscalización tributaria	se define como el conjunto de actividades desarrolladas a verificar el cumplimiento de los regímenes relacionados con el impuesto, a través de esto se trata de determinar si el contribuyente cumplió con informar sobre todas las	Régimen tributario	Nosotros somos una empresa de persona natural con negocio estamos asociados al RUS, estamos al día en nuestros pagos de impuesto. Los beneficios mas importantes serian las capacitaciones online para llevar el negocio bien en esta coyuntura, antes nos solían invitar a eventos que	Nuestra empresa esta registrada como persona natural con negocio, llevamos de formal mas de 10 años, siempre estamos al día con nuestras responsabilidades tributarias. Los beneficios que nos ha traído el régimen ha sido que hemos podido trabajar tranquilos sin temor,	La empresa esta en el RUS, somos una empresa formal de mas 10 años en el mercado y cumplimos puntualmente nuestras responsabilidades tributarias. Los beneficios que he visto son las invitaciones a los seminarios y capacitaciones virtuales por parte de la Sunat en estos últimos meses.	Este negocio pertenece al régimen RUS, siempre el señor y la señora están al día en su pago, no estoy enterado de que beneficios te da ser formal, más allá de poder trabajar tranquilo sin que te boten de la calle o te confisquen tus cosas.	Desconozco que régimen tributario es el negocio ya que recién llevo casi 1 año, pero nunca me he interesado en preguntar sobre su régimen tributario o porque considero que es privado	No sé qué régimen tributario tenga la empresa, yo laboro recién hace unos 4 meses.	-La empresa pertenece al régimen RUS y que están al día en sus responsabilidades tributarias. -Los beneficios son seminarios y conferencias virtuales para el manejo de los negocios en tiempo de pandemia

		características de su mercancía como el uso, tamaño, costos y toda información que incida o afecte el cálculo del monto por pagar (Acuña et al, 2015).		se solían realizar en Lima y en distintas partes del país.	también hemos recibido invitaciones para conferencias virtuales en temas tecnológicos y manejo del negocio en pandemia.					
			Reporte de mercancías	En lo que respecta al reporte de mercancías no hemos tenido problemas hasta el momento.	Sobre la declaración de cantidades de mercancías ante la Sunat no hemos tenido problemas, hasta el momento siempre hemos declarado bien. Ya que no	No hemos tenido problemas en relación a la situación de la pregunta siempre se ha reportado correctamente a la Sunat lo que se importa en la empresa.	Sobre reportar incorrectamente lo que importamos a la Sunat, hasta el momento no hemos tenido ningún tipo de problemas	No hemos tenido ningún problema con la Sunat sobre reporte de mercancías	Hasta el momento no ha habido problemas sobre ese tema con la Sunat que yo este enterado.	-No han tenido problemas en el reporte de mercancías hasta el momento.

					queremos multas o situaciones que dañen a la empresa.					
			Impuestos a pagar	En la actualidad no tenemos ningún problema con la Sunat, aunque una vez cuando comenzábamos a importar no sabíamos que existía un importe máximo para que los productos no paguen impuestos y se nos quedó la mercancía retenida ya que lo superamos.	Una vez cuando comenzámos con esto de la importación se nos quedó retenida la mercancía porque excedimos el monto máximo de valor de los productos que trajimos, al saber esto la mercancía quedo detenida en aduanas y tuvo que ayudarnos	En las primeras veces que importamos en una ocasión la mercadería quedo retenida en aduanas por que se excedió en el monto máximo que podíamos traer sin pagar impuesto asi que tuvo que venir un familiar de los dueños a solucionar el problema, ella nos instruyó	Solo tuvimos un pequeño problema en las primeras importaciones en la cual se nos quedó la mercancía retenida por no pagar impuestos ya que habíamos sobrepasado el monto máximo para importar sin pagar impuestos.	No ha habido ningún problema con la Sunat en el tiempo que llevo trabajando aquí.	Hasta el momento no ha habido problemas con la Sunat que yo sepa.	En la actualidad no tienen problemas con la declaración de impuestos. -Tuvieron un problema cuando empezaban a importar ya que una carga supero el monto máximo que permitía la ley para que esta entre libre de impuesto y tuvieron que llamar a un familiar

				El máximo es 200 dólares y nosotros trajimos un importe 575 dólares y para ellos tuvimos que asesorarnos con un familiar que conoce de ello para la liberación de la carga y ya ella nos explicó como importar para que no volvamos a tener problemas.	mi sobrina que conoce de esos temas y nos ayudó a recuperar el paquete, y nos enseñó a como importar.	sobre como importar y evitar cualquier inconveniente. Actualmente no hemos vuelto a tener problemas con la Sunat.				experto en estos temas y lograron liberar la mercancía.
	Consumo	se precisa como la acción de utilizar, gastar o adquirir un	Uso	Como ventajas se puede mencionar la reducción de costos ya que los	Lo mejor de comprar en el exterior algunos productos que son para uso	Considero que la compra de productos para el uso interno es beneficioso	Opino que importar productos para el uso en la empresa es ventajoso	Debe ser que ahorra dinero cuando importan, si es	Pienso que si la compra es planificada es rentable importarla, ya que los	-La compra de productos para el uso interno es ventajosa para la

		<p>producto, un bien o un servicio para atender necesidades humanas tanto primarias como secundarias (Montes, 2015).</p>		<p>productos son mas baratos y como desventaja seria que si queremos mas productos de lo mismo no podemos conseguirlo en el mercado nacional y debemos sustituirlo con productos sustitutos. Para mi valoraría positivamente la importación de productos para el uso interno.</p>	<p>interno de la empresa es la reducción de costos ya que sale mas barato comprarlo afuera que en el país. Yo valoro como positivo la importación de estos productos.</p>	<p>para la empresa, ya que se aprovecha la importación de los productos a comercializar para traerlos y esto optimiza el pago del flete consiguiendo los productos mas baratos que en el mercado local, valoro como buena esta practica en la empresa.</p>	<p>ya que al comprar en la cantidad exterior resulta mas barato que comprar unitariamente dentro del país. Esto lo valoro positivamente para la empresa.</p>	<p>eso esta bien porque les saldría mas rentable importar que comprar acá. Si es asi lo valoro como muy bueno y ventajoso para el negocio.</p>	<p>precios del mercado exterior son más competitivos, además que cuando se compra al por mayor los costos se reducen. Valoro que es bueno que lo hagan ya que favorece a que la empresa obtenga mas ganancias.</p>	<p>empresa ya que representa un ahorro en los gastos mensuales.</p>
			Comercio	Son varios los	Los productos	La empresa suele	Los productos	La empresa	Solemos importar	-Los productos

			<p>productos que importamos, pero los que más traemos regularmente son bombas de aceite para motosierra, cadenas de motosierra, cilindros para los motores de la motosierra, kits de herramientas, juegos de llaves y tuercas, juego de dados, etc</p> <p>Bueno los productos antes mencionados son los que</p>	<p>que más importamos suelen ser las cadenas de motosierras, las barras bases para la motosierra, varios tipos de herramientas en paquetes o kits.</p> <p>Estos productos suelen venderse mas en un tiempo de 2 a 3 semanas.</p>	<p>importar bastantes productos de repuestos para motosierras, herramientas y algunos productos para el campo.</p> <p>Por lo general todo lo que se importa se vende en 15 a 20 días, raras veces nos quedamos con stock de un mes anterior.</p>	<p>del extranjero que mas vendemos suelen ser las cadenas de motosierra, es lo que mas sale. También se vende bien los juegos de llaves y algunas bombas de aceite.</p> <p>Todos se suele vender en 1 mes y casi nunca nos queda stock de lo que importa el negocio.</p>	<p>suele importar bastante repuestos para la maquina el campo en especial para las motosierras, siendo las cadenas y las bases las que más he repartido. Calculo que todo lo importado se acaba en</p>	<p>bastantes cadenas de motosierra y juegos de llaves, en base a los delivery que hago, también algunas bombas de aceite y cilindros para los motores de las mismas.</p> <p>La mercancía que nos llega del exterior se suele acabar en 3 a 4 semanas.</p>	<p>que mas se suele importar son cadenas de motosierra, barras bases para motosierras, cilindros de motor, bombas de aceite, kits de herramientas, juegos de llaves y dados.</p> <p>-Su tiempo de rotación de productos es de 18 a 25 días aproximadamente.</p>
--	--	--	---	--	--	--	--	---	---

				más rápido se venden, aproximadamente se nos acaba el stock en 18 a 23 días.				menos de 1 mes.		
			Adquisición	La gran ventaja que encuentro en el proceso de adquisición ahora frente al modelo antiguo es que ahora puedo pedir mis productos desde cualquier parte del mundo, sin salir de casa y así no exponer a mi familia y personal a un contagio que pueda	Yo considero que la pandemia nos ayudo a mejorar el cómo adquiriríamos nuestro inventario, el poder ahora ahorrar el dinero de los viajes de mi esposo a lima, evitar que se exponga a un posible contagio y tener el control de seguimient	Estamos mejor adquiriendo los productos de manera online que de la manera antigua, desde utilizamos este nuevo sistema se me es mas facil tener un control de los productos que llegan o van a llegar y puedo organizarme mejor para su recepción caso contrario era	Adquirir los productos por internet nos a ayudado a tener un mejor control en el almacén ya que también los inventarios se han virtualizado y todo lo que llega ya esta codificado y podemos verlo en el Excel,	No podría opinar sobre este punto porque yo ingrese a laborar cuando esta empresa ya hacia compras por internet.	Desconozco la situación de la empresa antes de pandemia, yo recién tengo 4 meses laborando.	-El dueño que antes solía viajar a la capital para comprar los inventarios actualmente puede hacerlos desde la tienda. -El uso de la tecnología en la actualidad les permite tener un mejor control de los inventarios caso

				<p>coger si es que viajase a lima cada cierto tiempo para abastecerme a su vez que también me ahorro dinero en los pasajes de ida y vuelta, los viáticos y los costos de encomienda .</p>	<p>o de la carga es una ventaja muy importante para el negocio en la adquisición de mercancía, quizás lo único malo por asi decirlo seria los tiempo de espera de llegada de los productos a la tienda.</p>	<p>cuando el señor iba a lima y teníamos que esperar que llegara para recién inventariar y ver donde acomodar la mercadería que llegaba con él.</p>	<p>saber si tenemos o no los productos y asi poder vender mejor al cliente sin miedo a concretar una venta y después decirle al cliente que su producto esta agotado.</p>			<p>contrario antes de la pandemia donde era muy ineficiente.</p>
--	--	--	--	---	---	---	---	--	--	--

ANEXO 7: PRINT DE TURNITIN