



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Relación entre el comercio electrónico y la transformación digital de las MyPes
comerciales del Distrito de Chepén, 2019

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciada en Administración

AUTORAS:

Cubas Correa Lastenia Elizabeth (ORCID: 0000-0002-7253-4568)

Sánchez Rodas Keyko Eliana (ORCID: 0000-0002-1872-6542)

ASESORA:

Dra. Alburuque Arana Fausta Elizabeth (ORCID: 0000-0002-6656-1180)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:
Gestión de Organizaciones

CHEPÉN - PERÚ

2019

Dedicatoria

A Dios por quien me protege cada día y hace posible el desarrollo de mi carrera profesional, además esta investigación va dedicada a mis padres Correa Olivares María Margarita y Cubas Sandoval Salvador Artemio quienes me impulsan día a día y me motivan con su actitud positiva y quienes me enseñan el verdadero valor de la vida haciendo de mí, la persona que ahora soy.

Cubas Correa Lastenia Elizabeth

Dedico el presente trabajo a mis padres Rodas Quiroz Rosa Angélica y Sánchez Gallardo Segundo Elías quienes me apoyan y que sus buenos deseos hacia mi persona me ayuden a formarme personal y profesionalmente. Y que cada consejo suyo, sea una enseñanza nueva en mi vida.

Sánchez Rodas Keyko Eliana

Agradecimiento

Agradecemos a nuestro Padre Celestial por darnos su bendición cada día y Fortaleza en aquellos momentos de dificultades.

Gracias a nuestros padres, quienes son los principales promotores de nuestros sueños, por brindarnos su confianza y credibilidad en nuestras metas.

Agradecemos también a nuestros docentes por el apoyo brindado.

Las Autoras

Página del jurado

Declaratoria de Autenticidad

Declaratoria de Autenticidad

Yo, LASTENIA ELIZABETH CUBAS CORREA con DNI N° 71317127 a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Chepén, diciembre del 2019



Lastenia Elizabeth Cubas Correa

DNI N° 71317127

Declaratoria de Autenticidad

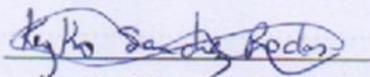
Declaratoria de Autenticidad

Yo, KEYKO ELIANA SÁNCHEZ RODAS con DNI N° 71285812 a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Chepén, diciembre del 2019


Keyko Eliana Sánchez Rodas

DNI N° 71285812

Índice

Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Página del jurado	iv
Declaratoria de Autenticidad	v
Índice	vii
RESUMEN	ix
ABSTRACT	x
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MÉTODO	10
2.1. Diseño y Tipo de Investigación	10
2.1.1. Variables	10
2.1.1.1. Definición operacional de las variables	10
2.2. Operacionalización de variables	11
2.3. Población y muestra.....	13
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	13
2.5. Procesamiento de datos.....	13
2.6. Métodos de análisis de datos	13
2.6.1. Plan de recolección de datos	13
III. RESULTADOS	15
3.1. Nivel de la Variable comercio electrónico y transformación digital de las MyPes comerciales del Distrito de Chepén, 2019	15
3.2. Relación entre las Dimensiones comercio electrónico con la transformación digital de las MyPes comerciales del Distrito de Chepén, 2019	16
3.3. Relación del comercio electrónico con la transformación digital de las MyPes comerciales del Distrito de Chepén, 2019	17
IV. DISCUSIÓN	19
V. CONCLUSIONES	21
VI. RECOMENDACIONES	22
REFERENCIAS	23
ANEXOS	26

Índice de Tablas

Tabla 1 Niveles de Fiabilidad.....	14
Tabla 2 Nivel de la Variable comercio electrónico de las MyPes comerciales del Distrito de Chepén, 2019.....	15
Tabla 3 Nivel de la Variable transformación digital de las MyPes comerciales del Distrito de Chepén, 2019.....	15
Tabla 4 Prueba de normalidad del comercio electrónico y la transformación digital	16
Tabla 5 Análisis correlacional para determinar la relación entre las dimensiones Operaciones electrónicas con la Transformación digital de las MyPes comerciales del Distrito de Chepén, 2019.....	16
Tabla 6 Análisis correlacional para determinar la relación entre las dimensiones Interacciones virtuales con la Transformación digital de las MyPes comerciales del Distrito de Chepén, 2019.....	17
Tabla 7 Relación del comercio electrónico con la transformación digital de las MyPes comerciales del Distrito de Chepén, 2019.....	17

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo principal conocer la Relación entre el Comercio Electrónico y la Transformación Digital de las MyPes Comerciales del Distrito de Chepén, 2019.

El diseño de la investigación es descriptivo correlacional fue aplicado a una muestra de 30 MyPes comerciales, donde el trabajo de recolección de datos se realizó a través de un cuestionario donde contempla 20 ítems, siendo significativa la validez de ambos instrumentos comprobada a través del Alfa de Cronbach fue de 0.735 resultados que indican que existe una relación positiva alta entre ambas variables, con una ($p > 0.05$); lo que permite afirmar que la relación es significativa, en consecuencia, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación. Por lo que existe una relación significativa entre las variables comercio electrónico con la transformación digital de las MyPes comerciales del Distrito de Chepén, 2019; es decir, a mayor manejo del comercio electrónico mayor transformación digital.

Palabras clave: Comercio, Transformación, MyPes, Operaciones, ventas.

ABSTRACT

The main objective of this research was to know the Relationship between Electronic Commerce and the Digital Transformation of the Commercial MyPes of the District of Chepén, 2019.

The research design was descriptive correlational was applied to a sample of 30 commercial MyPes, where the data collection work was carried out through a questionnaire that includes 20 items, ten significant; and the correlation of Rho Spearman. 0.735 results that indicate that there is a high positive relationship between both variables, with a ($p > 0.05$). Therefore, there is a significant relationship between the electronic commerce variables and the digital transformation of the commercial MyPes of the District of Chepén, 2019; that is, the greater the management of electronic commerce, the greater the digital transformation.

Keywords: Commerce, Transformation, MyPes, Operations, sales

I. INTRODUCCIÓN

Actualmente las empresas están usando tecnologías de información y comunicación para vender más, Amazon; por ejemplo, utiliza las redes sociales para ofrecer sus productos en el mercado; está disponible su página web las 24 horas del día; Ali Baba utiliza su portal ofreciendo producto de diversas empresas para que los potenciales compradores puedan elegir y comprar. Covarrubias (2017).

El canal de ventas es online; está disponible para todos, quienes acceden a través del Internet. Estas empresas utilizan el Internet, desde hace 15 años atrás. El canal tradicional de ventas, de puerta a la calle, de local en una galería, se ha reforzado con un nuevo canal: el canal online.

La aparición del correo electrónico utilizando el Internet y complementada con la creación de páginas web por las empresas, ha configurado un nuevo escenario de ventas en el mercado, además, la creación de empresas sin presencia física ha llevado a que las demás empresas decidan a operar en este nuevo canal: o se adaptan o cierran, es la señal de sobrevivir en el mercado. Anteportamlatinam (2014).

El Internet para las empresas significa estar visibles todo el día, los 365 días del año, es un medio para promocionar la marca, ofrecer los productos, interactuar con los compradores. En el país, el Banco de Crédito del Perú ofrece la banca por internet donde el cliente pueda acceder a las diferentes productos y servicios, sin acudir a una oficina física obteniendo beneficios (menor tiempo de espera, realizar depósitos en su cuenta de ahorro, disponibilidad inmediata).

El Banco de la Nación, ofrece el servicio de certificado de antecedentes penales en un convenio con el Poder Judicial, el cliente acude al banco utiliza la huella electrónica e inmediatamente obtiene el certificado respectivo, la operación ha sido digitalizada, el tiempo de espera es de cinco minutos; el ir a Trujillo implica 8 horas entre viajar y esperar, el sistema tradicional de obtener el certificado de antecedentes penales no va más ya.

En nuestro medio, la empresa Jair Sport utiliza el Facebook (una red social) para promocionar sus productos; de igual manera sucede con la empresa DAMARIX, que ofrece sus productos por el Facebook. Ambas empresas actualizan cada cierto tiempo sus catálogos

de ventas, además, estas empresas tienen local físico en donde atienden a su clientela. El canal online permite que las empresas estén visibles, ampliar su área de mercado, (local a nacional – internacional).

El comercio electrónico constituye un nuevo canal de ventas, es también un modelo de negocio que utiliza los procesos de transformación digital y que no se está utilizando aún en nuestro medio (Chepén) a pesar que el comercio electrónico está siendo utilizado hace más de 15 años en todo el mundo.

A Continuación se tiene los siguientes antecedentes:

A nivel Internacional

Maya (2017). *“Estrategia tecnológica para el desarrollo del comercio electrónico, caso de las MYPES en la ciudad de Esmeraldas”*. Afirma que son bajos los niveles de utilización del comercio electrónico (33%), por consiguiente la poca utilización del comercio electrónico tiene al desconocimiento como la causa principal (62%) por lo que esta innovadora forma de hacer negocios no es tomado en consideración por los microempresarios esmeraldinos.

Santana (2015). *“Uso de las redes sociales en apoyo al desarrollo de las MYPES mexicanas”*. Afirma que las redes sociales están siendo parte de la vida diaria de los mexicanos como consumidores, las MYPES no están aprovechando el potencial que ofrecen las redes sociales como un canal de comunicación mundial, ni creando estrategias de mercado que les permita tener un mayor contacto con sus clientes.

A nivel nacional

Aliaga & Flores (2017). *“Influencia del E-commerce en el desempeño de las MYPES del sector textil peruano en el emporio comercial de Gamarra”*. Nos dice que el E-commerce está influyendo en el desempeño de las MYPES del sector textil del emporio comercial de Gamarra, El valor de la correlación es 0.268 que quiere decir que la relación es directa, por lo tanto usar más el E-commerce hará que aumente el desempeño de las MYPES.

Godoy (2015). *“Factores críticos del E-commerce para las MYPES y PYMES limeñas”*. Indica que muchas empresas han utilizado las redes para exportar e importar sus productos,

por ende conocen los beneficios que trae el vender por internet ya que se establece un vínculo muy cercano con el cliente o consumidor final.

Díaz y Valencia (2015). *“Estudio exploratorio de la oferta de comercio electrónico en un conjunto de micro y pequeñas empresas (MYPES) localizadas en diversos distritos de Lima Metropolitana”*. Nos indica que hoy en día las empresas poseen un canal tradicional de ventas, lo cual constituye una buena estrategia para que las empresas utilicen el e-commerce y así haya un más del 50% de incremento en ventas y estas empresas sean reconocidas en el ámbito nacional.

A nivel regional

Vilca (2016). *“Modelo E-commerce para la MYPE Biobotanic “GE” de la ciudad de Trujillo”*. Indican que el comercio por línea ayuda a muchas organizaciones a incrementar su cartera de clientes y mejorar sus activos ya que este modelo facilita la comunicación de la PYME con el cliente.

Agreda & Guzmán (2015). *“El comercio electrónico y su influencia en las exportaciones de las Pymes del sector calzado en la ciudad de Trujillo-Perú, 2015”*. Concluyeron que el comercio tiene una influencia acertada por las diferentes redes principalmente en la venta de zapatos de la ciudad de Trujillo ya que haciendo uso del comercio digital se está incrementando el volumen de ventas de este rubro.

Dentro del marco teórico respecto a:

Comercio electrónico

Torres & Guerra (2012). “Un nuevo canal de negocio lo cual se realiza íntegramente en la red, involucrando a los consumidores, empresas y gobierno en el proceso de la comercialización, mediante ello origina un conjunto de relaciones comerciales entre los distintos agentes económicos” (pág. 2).

Ontario (2013). Se refiere que “E-commerce es un proceso de compra o venta de productos o servicios por internet las compras online han llegado a incrementarse en la población debido a la rapidez y facilidad de uso para los clientes” (pág. 1).

Se presenta los siguientes modelos de comercio electrónico:

-B2B (Business to business): Este modelo se da a través de una empresa a otra, lo cual indica a la transacción comercial entre empresas. Un ejemplo es Ali baba, plataforma comercial que facilita la compra y venta de productos de distinta índole entre proveedores.

-B2C (Business to consumer): Esto se da a través de empresa a consumidor, lo cual involucra a las empresas que venden directamente a los consumidores. Cualquier tienda en línea que vende productos directamente opera con este modelo de e-commerce. En nuestro mercado, Plaza Vea, Ripley y Sodimac aplican este modelo.

-C2C (Consumer to consumer): Se refiere a las ventas hechas entre los consumidores. Plataformas como Mercado Libre, eBay y ahora Facebook trabajan en este modelo.

-G2B (Government to business): Las transacciones de gobierno a empresa tienen lugar entre distintos organismos gubernamentales y empresas privadas que utilizan plataformas web para proveer servicios, productos o información.

-B2G (Business to government): Se genera cuando una entidad gubernamental utiliza Internet para comprar bienes o servicios de una empresa.

-G2C (Government to consumer): El comercio electrónico de gobierno a consumidor permite que los consumidores realicen sus pagos de servicios gubernamentales en línea. En el Perú, un ejemplo es el sistema de pagos en línea del Banco de la Nación.

El comercio electrónico está en auge, tanto como modelo de negocio como un nuevo canal de ventas.

Dulanto (2018) indica que el vender en el comercio electrónico permite que las empresas obtengan los siguientes beneficios:

- Reduce costos

- Genera fidelidad: Ayuda a que los clientes puedan tener una mejor compra, que ofrecen una gama de catálogos de productos, con precios accesibles y variadas opciones de pago lo cual esto generará una fidelidad hacia la empresa.

- Alcanza un amplio público: Al adquirir y vender por Internet, los clientes se sienten satisfechos al realizar dicha compra de productos, lo realizan desde el lugar y la hora donde se encuentran.

- Mayor aportación en la cartera de clientes: La mayoría de los compradores que adquieren los productos por internet, primero investiga en las plataformas virtuales antes de ir a una tienda física.

(Ontario, 2013, pág. 2). El comercio electrónico responde a las exigencias del nuevo consumidor, que presenta características propias y diferentes al tradicional consumidor:

- Exigente e impaciente: Quiere una experiencia positiva, un producto de calidad y al menor tiempo.
- Consume a través de múltiples dispositivos y pantallas. Es difícil retener su atención.
- No solo consume, sino que también produce contenido.
- Valora una atención personalizada y que las marcas se anticipen a sus necesidades.
- Comparte e interactúa con otros consumidores y empresas por medio de las redes sociales.

(Dulanto, 2018, pág. 11). Esta variable se medirá en:

Alto: Cuando el Microempresario hace uso de redes sociales y páginas web

Medio: Cuando el Microempresario hace uso regular de redes sociales páginas web

Bajo: Cuando el Microempresario no hace uso de redes sociales y páginas web.

Transformación digital

La transformación digital es el proceso de adaptación de la empresa y/o negocio para digitalizar sus procesos internos y de atención al cliente, utilizando un conjunto de tecnologías que permiten procesar y distribuir información de manera exponencial (Roca, 2014, pág. 2). La transformación digital permite y facilita a las empresas que puedan agilizar determinadas operaciones o tareas de manera que las empresas sean más ágiles, productivas y eficientes y a un menor costo, a medio y largo plazo.

La transformación digital permite alcanzar tres beneficios a las empresas en el comercio electrónico:

Benefit #1: Optimize your customer experience to Foster loyalty

Consider your own experiences as a buyer, consumer. You expect relevance, value, and give credence to the businesses that support your needs and offer a delightful experience.

Benefit #2 Reduce expenditures and improve cost efficiency

Digital transformation enables companies to enhance overall efficiency by providing more seamless ways to complete purchases, and reaping the benefits of substantial cost savings from digitizing manual tasks.

Benefit #3 Position your organization for growth by evolving your business

A digital presence expands Access to buyers, clients, prospects, and shoppers. By adding commerce to their traditional website, B2B companies can improve visibility in their respective markets, and provide always-on opportunities engagement and sales.

En conclusión estos beneficios ayudan a que los clientes mejoren su perfil como comprador, consumidor, lo cual permita renovar la eficiencia de las empresas, de tal forma que tenga una buena imagen atractiva para que los clientes adquieran sus compras a través de redes sociales e internet. (Magento, 2018, págs. 4-7).

Según Mendoza Riofrío (2019). La transformación digital comprende un conjunto de tecnologías que se usan en el proceso de adopción de innovaciones tecnológicas, por ejemplo: tecnología móvil, drones, redes sociales, internet de las cosas, cloud, big data/ data analytics, robots, vehículos autónomos, blockchain/bitcoin, inteligencia artificial (pág. 5).

Debido a esto las empresas están utilizando tecnologías en transformación digital las cuales se manejan en las áreas de operaciones/producción, comercial y marketing, administración y finanzas, personal y recursos humanos, supply chain.

En este contexto es necesario definir y comprender dos conceptos básicos en el proceso de transformación digital: digitalización y tecnologías digitales.

De acuerdo al Ministerio de la Producción (2016) la digitalización se da en 4 niveles:

Servicios – conectividad digital: Internet, telefonía móvil.

Plataformas digitales – interacción con usuario; redes sociales, páginas web, aplicaciones móviles.

Usuarios finales: consumo indirecto – infraestructura; consumo directo – servicios; plataformas digitales. (pág. 4)

Sánchez (2015). La transformación digital implica la creación de nuevos negocios en que las empresas complementan los productos tradicionales.

Canales de venta: El comercio como actividad comercial, permite que la producción de bienes de los productores se distribuyan entre los potenciales consumidores requiere de un canal de distribución que haga posible que los productos se vendan en el mercado es decir que las empresas, tanto minoristas como mayoristas, para llegar a su mercado objetivo utilizan un canal de ventas (Galindo, 2008, pág. 35), en sí, es la venta de productos utilizando

un local físico, mercado, ya sea en un centro comercial o una galería comercial en donde la venta es personal (García & Palao, 2010, pág. 12).

(Villacorta, 2018, pág. 5). Indica que el canal de ventas o comercio tradicional presenta las siguientes características:

Horario de atención al cliente: Oficinas (52 semanas * 5 días * 8 horas = 2080 horas/año.

Oficinas comerciales: oficinas, tiendas, edificios, etc.

Costo de la comunicación: alto/muy alto

Estilos de las comunicaciones: alto/muy alto

Costos de publicidad: costoso, mediano a largo plazo

Costos fijos de ocupación: lento.

Becerra (2012). Como de los mercados de bienes, las áreas de comunicación, finanzas y comercio se han transformado, lo que exige nuevas formas de gestionar las empresas todo esto como parte de la denominada Nueva Economía. (pág. 30)

En este nuevo escenario de la economía, un nuevo canal ha surgido, que es el canal online, el cual se lleva a cabo a través del Internet y las redes sociales. El canal online significa “hacer compras por Internet” y enfatiza el uso de las redes, respetando los estándares y las normas de seguridad y privacidad recomendadas, que se exige en toda operación comercial de compra y venta (Agencia de gobierno electrónico y sociedad de la información, 2013, pág. 5).

Las empresas actualmente utilizan, además del canal tradicional, el canal online; en el canal de ventas online se puede operar tanto como con una tienda virtual y además tener presencia activa en las redes sociales.

Las redes sociales son un conjunto de portales cuyo contenido puede ser de amistad comercial o de otra índole en la que las personas interactúan con otras personas en tiempo real.

Según Cristian (2015). Por lo tanto su principal red social es Facebook, en la cual se intercambian mensajes y archivos informáticos, incluyendo fotografías, videos, ventajas de tener Facebook facilita el volumen de ventas. (pág. 2)

En general las redes sociales y Facebook en específico son utilizados por las empresas como un medio para promocionar la marca y fines publicitarios de la oferta de productos, en vista

de vender más con tecnología, es decir, aplicando estrategias del mercadeo digital (Gómez, 2018).

El avance de los negocios electrónicos ha sido posible hoy en día por la creación de portales de venta como Mercado Libre y OXL, según el portal del (Congreso argentino, 2004, pág. 3), un portal de ventas es “un mercado vertical (Business-to-Consumer) que intermedia que opera en la red para alinear la oferta del mercado con la demanda de soluciones que desee el consumidor, su punto de vista primordial que gestionan es la información”; en el país estos son los principales portales de venta por Internet que las empresas están utilizando hoy en día; Mercado Libre y OXL.

Las empresas para transferir el producto al cliente finalizando el acto de compra-venta requiere de medios de pago, también virtuales, que complementen a los utilizados en el canal offline el canal de ventas online; un medio de pago es un instrumento que se usa para transferir fondos, los cuales pueden ser en efectivo, cheques, transferencias de crédito.

La tarjeta de crédito facilita pedir prestado dinero hasta un límite de crédito aprobado, se acepta en establecimientos comerciales donde haya un dispositivo POS, también facilita la compra al comprar sin tener efectivo por lo tanto el dinero en efectivo es donde el cliente tiene disponible en monedas y/o billetes; además de esto se puede usar para realizar las transferencias bancarias, lo que supone que el cliente esté bancarizado.

Esta variable se medirá:

Alto: Cuando el Microempresario hace uso de equipos especializados, internet y venden en la web.

Medio: Cuando el Microempresario hace poco uso de equipos especializados, internet y venden en la web.

Bajo: Cuando el Microempresario no hace uso de equipos especializados, internet y venden en la web

Se presenta el siguiente problema:

¿Cuál es la relación que existe entre el comercio electrónico y la transformación digital de las MyPes comerciales del Distrito de Chepén, 2019?

Como justificación tenemos:

Por conveniencia: La investigación sobre la relación entre el comercio electrónico y la transformación digital de las MyPes comerciales del Distrito de Chepén, es conveniente porque permitirá a los gerentes propietarios de las empresas conocer un nuevo modelo de

negocio que utiliza el Internet y las TIC, complementario al modelo tradicional, para diseñar los correctivos necesarios y tomar las acciones correspondientes de inversión en tecnologías que exige la transformación digital.

Implicaciones prácticas: Se implementará planes de adaptación que exigen las nuevas condiciones del mercado a las empresas, el canal online, atención las 24 horas del día, durante los 365 días del año, la digitalización de procesos de atención al cliente, interacciones virtuales con los clientes y la atención personalizada.

Relevancia social: Esta investigación beneficiará a los trabajadores de las microempresas por cuanto, de no tomar acciones correspondientes los gerentes propietarios de las empresas, corren el riesgo del cierre del negocio, con lo consiguiente desempleo del personal que labora; este proyecto será alcanzado a los principales líderes empresariales de la ciudad de Chepén para ser tomado en cuenta en su proceso de adecuación a la transformación digital de las empresas en el nuevo escenario de negocio de comercio electrónico en que se encuentra inmerso la economía en su conjunto.

Esta investigación tiene como objetivo general:

Determinar la relación que existe entre el comercio electrónico y la transformación digital de las MyPes comerciales del Distrito de Chepén, 2019

Entre los objetivos específicos tenemos:

1° Identificar el nivel de comercio electrónico de las MyPes comerciales del Distrito de Chepén, 2019

2° Identificar el nivel de transformación digital de las MyPes comerciales del Distrito de Chepén, 2019

3° Determinar la relación que existe entre las operaciones electrónicas y la transformación digital de las MyPes comerciales del Distrito de Chepén, 2019

4° Determinar la relación que existe entre las interacciones virtuales y la transformación digital de las MyPes comerciales del Distrito de Chepén, 2019.

Las Hipótesis de esta investigación son:

H1: Existe relación significativa entre el comercio electrónico y la transformación digital de las MyPes comerciales del Distrito de Chepén, 2019

H0: No existe relación significativa entre el comercio electrónico y la transformación digital de las MyPes comerciales del Distrito de Chepén, 2019

II. MÉTODO

2.1. Diseño y Tipo de Investigación

La investigación utilizará un diseño no experimental, donde no se manipulará ninguna variable (Bernal , 2010, pág. 20).

La investigación se desarrollará en un momento dado por única vez (Bernal , 2010, pág. 118).

La investigación medirá el grado de relación entre variables de la población estudiada (Bernal , 2010, pág. 120).

2.1.1. Variables

a. Variable 1: Comercio electrónico

El comercio electrónico son todas las operaciones de bienes y servicios a través de un medio electrónico, así como las interacciones virtuales en torno a esta transacción (Dulanto, 2018, pág. 1).

b. Variable 2: Transformación digital

La transformación digital es un proceso por el cual, a partir de la disponibilidad de tecnología digital, se cambia un modelo de negocio (Claro, 2018, pág. 5).

2.1.1.1. Definición operacional de las variables

Comercio electrónico

Se elaboró un cuestionario de escalamiento de respuestas dicotómicas con 10 ítems para medir las siguientes dimensiones: Operaciones electrónicas e interacciones virtuales.

Transformación digital

Se elaboró un cuestionario de escalamiento de respuestas dicotómicas con 10 ítems para medir las siguientes dimensiones: Disponibilidad de tecnología digital y Modelo de negocio.

Variable Dependiente	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala	Nivel Rango
Transformación digital	La transformación digital es un proceso por el cual, a partir de la disponibilidad de tecnología digital, se cambia un modelo de negocio (Claro, 2018, pág. 5)	Se elaboró un cuestionario de escalamiento de respuestas dicotómicas con 10 ítems para medir las siguientes dimensiones: Disponibilidad de tecnología digital y Modelo de negocio.	Disponibilidad de tecnología digital	1. Internet 2. Equipos informáticos	Ordinal	Alto (36-41) Medio (30-35)
			Modelo de negocio	3. Ventas offline 4. Mercado libre		Bajo (24-29)

Fuente: Aliaga & Flores (2017) “Influencia del E-commerce en el desempeño de las MYPES del sector textil peruano en el emporio comercial de Gamarra”

2.3. Población y muestra

El tamaño de muestra para la presente investigación es de 30 MyPes comerciales del Distrito de Chepén, en base a la información proporcionada por la Cámara de Comercio.

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

Las técnicas que se utilizarán para recolectar los datos son: la encuesta

Se utilizará los siguientes instrumentos:

El cuestionario de encuesta contempla veinte preguntas, diez para cada una de las variables; para la variable 1 y también para la variable 2.

2.5. Procesamiento de datos

Se utilizará el programa informático SPSS – 22.

Se elaborará tablas estadísticas para determinar la hipótesis de investigación (Hernández , Fernández, & Baptista, 2010, pág. 589).

2.6. Métodos de análisis de datos

2.6.1. Plan de recolección de datos

Para la elaboración de datos se utilizará un plan, en nuestro estudio se utilizará un plan que contempla dos fases; visita de presentación y coordinación para levantar la información (Becerra, 2015, pág. 80).

- a) Ubicar y visitar a las Microempresas; acto seguido se presentará el investigador ante el propietario y/o gerente de la empresa, comunicándole la finalidad de la encuesta a aplicar, por lo que se le invocará su cooperación, además se le hará conocer la reserva de la información.
- b) Coordinar el día y la hora para levantar los datos en la empresa, siempre que haya buena voluntad del propietario y/o gerente por facilitar la encuesta.

Tabla 1 Niveles de Fiabilidad

Valor de la correlación de Rho de Spearman

Valor	Significado
0	C. nula
0.01 a 0.19	C. positiva muy baja
0.2 a 0.39	C. positiva baja
0.4 a 0.69	C. positiva moderada
0.7 a 0.89	C. positiva alta
0.9 a 0.99	C. positiva muy alta
1	C. positiva grande y perfecta

(Fernández et al 2016)

III. RESULTADOS

3.1. Nivel de la Variable comercio electrónico y transformación digital de las MyPes comerciales del Distrito de Chepén, 2019

Tabla 2 Nivel de la Variable comercio electrónico de las MyPes comerciales del Distrito de Chepén, 2019

Variable	Nivel	ni	%
Comercio electrónico	Alto	12	40%
	Medio	7	23%
	Bajo	11	37%
	Total	30	100.00%

NOTA: Información recopilada en julio del 2019 con una muestra de 30 MyPes.

Interpretación: Según la tabla 3.1 los colaboradores indica un 40% que el comercio electrónico tiene un nivel alto, un 23% indica que tiene un nivel medio y un 37% indica que es bajo.

Tabla 3 Nivel de la Variable transformación digital de las MyPes comerciales del Distrito de Chepén, 2019

Variable	Nivel	ni	%
Transformación digital	Alto	14	47%
	Medio	12	40%
	Bajo	4	13%
	Total	30	100.00%

NOTA: Información recopilada en julio del 2019 con una muestra de 30 MyPes.

Interpretación: De la encuesta aplicada a 30 MyPes un 47% indica que es alto el nivel de utilización de la transformación digital ya que utilizan tienda virtual, dispositivo pos, etc. Un

40% indica que la utilización es media ya que no es muy frecuente el uso de estos medios, y un 13% indica que es baja la utilización ya que no utilizan estos medios de venta.

Prueba de Normalidad

Tabla 4 Prueba de normalidad del comercio electrónico y la transformación digital

	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	GL	Sig.
<i>Comercio</i>	,145	30	,000
<i>Operaciones electrónicas</i>	,434	30	,000
<i>Interacciones Virtuales</i>	,124	30	,000
<i>Transformación</i>	,434	30	,000
<i>Disponibilidad de tecnología</i>	,456	30	,000
<i>Modelo de negocio</i>	,346	30	,000

Interpretación: Shapiro-Wilk que refleja en la tabla 4, que tanto la variable comercio electrónico y transformación digital tiene el valor de significancia (Sig.) es (0,000) menor a 0.01 por lo que se trata de variables no paramétricas, por lo cual, el análisis de correlación y contrastación de hipótesis que se utilizó corresponde a utilizar el Estadístico Rho Spearman.

3.2. Relación entre las Dimensiones comercio electrónico con la transformación digital de las MyPes comerciales del Distrito de Chepén, 2019

Tabla 5 Análisis correlacional para determinar la relación entre las dimensiones Operaciones electrónicas con la Transformación digital de las MyPes comerciales del Distrito de Chepén, 2019

			Operaciones electrónicas	Transformación digital
<i>Rho de Spearman</i>	Operaciones electrónicas	Coefficiente de correlación	1.000	,720
		Sig.		,000
		N	30	30
	Transformación digital	Coefficiente de correlación	,720	1.000
		Sig.	,000	
		N	30	30

Nota: Información recopilada en Julio del 2019 con una muestra de 30 MyPes

Interpretación: Según *Rho de Spearman*, debido a la normalidad de las variables de estudio, se ha encontrado que el valor es de 0,720 resultados que indica que existe una correlación positiva alta en la dimensión Operaciones electrónicas y la variable Transformación digital. Con respecto a la significancia tenemos que el valor de $\rho < 0.05$; lo que permite afirmar que la relación es significativa.

Tabla 6 Análisis correlacional para determinar la relación entre las dimensiones Interacciones virtuales con la Transformación digital de las MyPes comerciales del Distrito de Chepén, 2019

			Interacciones virtuales	Transformación digital
<i>Rho de Spearman</i>	Interacciones virtuales	Coefficiente de correlación	1.000	,730
		Sig.		.000
	Transformación digital	Coefficiente de correlación	,730	1.000
		Sig.	.000	
		N	30	30

Nota: Información recopilada en Julio del 2019 con una muestra de 30 MyPes

Interpretación: Según *Rho de Spearman*, debido a la normalidad de las variables de estudio, se ha encontrado que el valor es de 0,730, resultados que indica que existe una correlación positiva alta en la dimensión Interacciones virtuales con la variable Transformación digital. Con respecto a la significancia tenemos que el valor de $\rho < 0.05$; lo que permite afirmar que la relación es significativa.

3.3. Relación del comercio electrónico con la transformación digital de las MyPes comerciales del Distrito de Chepén, 2019

Tabla 7 Relación del comercio electrónico con la transformación digital de las MyPes comerciales del Distrito de Chepén, 2019

		Comercio electrónico	Transformación digital
RHO SPEARMAN	SR (agrupado)	Coefficiente de Correlación Sig.	1,000 ,735 ,000
		N	30
	DL (agrupado)	Coefficiente de Correlación Sig. N	,735 ,000 30
			1,000 30

Interpretación: Según *Rho de Spearman*, debido a la normalidad de las variables de estudio, se ha encontrado que el valor es de 0,735 resultados que indica que existe una correlación positiva alta de la Variable comercio electrónico y la transformación digital. Con respecto a la significancia tenemos que el valor de $\rho < 0.05$; lo que permite afirmar que la relación es significativa.

Contrastación de la Hipótesis

H1: Existe relación significativa entre el comercio electrónico y la transformación digital de las MyPes comerciales del Distrito de Chepén, 2019

H0: No existe relación significativa entre el comercio electrónico y la transformación digital de las MyPes comerciales del Distrito de Chepén, 2019

Decisión Estadística

Del resultado podemos afirmar que debido a que p (bilateral) = 0.000 es menor que 0.05 se rechaza H0 y se acepta H1.

Por lo tanto existen evidencias suficientes para afirmar que el comercio electrónico tiene una Fuerte relación (Rho 0,735) y significativa con la transformación digital.

IV. DISCUSIÓN

Según los resultados obtenidos tuvimos un coeficiente de correlación e Rho de Spearman = 0.735, resultados que indican que existe una relación positiva alta entre ambas variables, con una ($p > 0.05$); lo que permite afirmar que la relación es significativa, en consecuencia, se rechaza la H_0 y se Acepta H_1 . Por lo que existe una relación positiva entre las Variables comercio electrónico con la transformación digital; es decir a mayor manejo de comercio electrónico mejor transformación digital. Los resultados guardan relación con (Maya, 2017). Estrategia tecnológica para el desarrollo del comercio electrónico, caso de las MYPES en la ciudad de Esmeraldas” ($r = 0.756$) entre ambas variables siendo también positiva alta.

Por otro lado el nivel comercio electrónico de las MyPes comerciales del Distrito de Chepén, 2019, se obtuvieron los siguientes resultados que el 40% tienen un nivel alto de comercio electrónico, el 23% tienen un nivel medio de comercio electrónico y el 37% tienen un nivel de comercio electrónico bajo; estos resultados no guardan relación con la investigación realizada por (Díaz & Valencia Blanca, 2015). “Estudio exploratorio de la oferta de comercio electrónico en un conjunto de micro y pequeñas empresas (MYPES) localizadas en diversos distritos de Lima Metropolitana”. También guarda relación con la definición del autor (Torres & Guerra, 2012). El comercio electrónico es el proceso que se da a través de la compra, venta o intercambio de bienes, servicios o información a través de Internet, (pág. 2).

De los resultados obtenidos indicaron el Nivel de transformación digital de las MyPes comerciales del Distrito de Chepén, 2019 se obtuvo lo siguiente 47% de los microempresarios tienen un nivel alto de transformación digital, el 40% tienen un nivel medio de transformación digital, y el 13% tienen un nivel de transformación digital bajo. Los cuales guardan relación con definición del autor (Roca, 2014). La transformación digital es el proceso de adaptación de la empresa y/o negocio para digitalizar sus procesos internos y de atención al cliente, utilizando un conjunto de tecnologías que permiten procesar y distribuir información de manera exponencial, (pág. 2).

Se tiene correlación positiva alta con la relación de la dimensión Operaciones electrónicas con la Transformación digital *Rho de Spearman* = 0.720, con una ($p > 0.05$); en consecuencia,

existe una relación significativa entre la dimensión Operaciones virtuales y la variable Transformación digital de las MyPes comerciales del Distrito de Chepén, 2019, también guarda relación por lo mencionado por el autor (Barrantes, 2016), son servicios prestados por empresas para realizar un pago mucho más rápido y efectivo y seguro (pág. 56).

De la correlación de la dimensión Interacciones virtuales y la variable Transformación digital se obtiene los siguientes resultados $Rho\ de\ Spearman = 0.730$, con una ($\rho > 0.05$); en consecuencia, existe una relación positiva alta entre esta dimensión y la variable dependiente de las MyPes comerciales del Distrito de Chepén, 2019 y el autor (Pérez, 2018) que la define como una comunidad virtual quiere decir que hoy en día se hace más fácil tener un diálogo con sus clientes a través de la página web ya sea para la venta de algún producto o el mejoramiento del mismo (pág. 34).

V. CONCLUSIONES

- Se concluye que existe una relación significativa entre las Variables comercio electrónico con la transformación digital de las MyPes comerciales del Distrito de Chepén, 2019; es decir, a mayor manejo del comercio electrónico mayor transformación digital.
- Se llega a la siguiente conclusión que si los 30 microempresarios en evaluación usarán correctamente el uso de redes sociales y páginas web para promocionar sus productos tendrían incremento en sus ventas y contacto directo con el cliente para poder fidelizarlos.
- De los resultados vistos anteriormente se concluye que es importante utilizar equipos especializados y mercado libre para que los microempresarios puedan vender sus diferentes productos y puedan mantener constante comunicación con ellos.
- Un Rho de Spearman = 0.720 entre la dimensión Operaciones electrónicas con la variable Transformación digital, con una ($\rho > 0.05$); en consecuencia, existe una relación positiva alta en las MyPes. El uso de las redes sociales y páginas web es positivo para que el microempresario incremente sus ventas ya que por estos medio el microempresario puede mostrar su producto y sus características para que el comprador sienta un buen servicio.
- Un Rho de Spearman = 0.730 entre la dimensión Interacciones virtuales y la variable Transformación digital con una ($\rho > 0.05$); en consecuencia, existe una relación positiva alta en las MyPes. Esto nos indica que el uso del correo y Facebook ayuda a los microempresarios a mantener una comunicación constante con el cliente y fidelizarlo, y a su vez este sienta un valor agregado ya que tendrá una atención personalizada.

VI. RECOMENDACIONES

- Se les recomienda a los microempresarios chepenanos capacitarse en el uso del comercio electrónico para incrementar sus ventas.
- Se les recomienda a los microempresarios chepenanos informarse de los beneficios que trae mantener una comunicación abierta con los clientes a través de las páginas web para mejorar su desempeño comercial.
- Se les recomienda a los microempresarios incentivar a su personal a utilizar redes sociales, páginas web para brindar una mejor calidad de servicio.
- Se recomienda a los microempresarios mostrar ofertas atractivas en redes sociales para generar más ingresos y atraer a nuevos clientes.
- Los microempresarios deben comunicarse con sus clientes por redes sociales para que ellos sientan una atención personalizada.

REFERENCIAS

- Agencia de gobierno electrónico y sociedad de la información. (2013). *Comercio Electrónico*. Retrieved from https://portal.gub.uy/wps/wcm/connect/f3bd7656-5fc4-4c4f-a68f-0680faa62e24/Guia+practica_CE.pdf?MOD=AJPERES
- Agreda, L., & Guzmán, G. (2015). *El comercio electrónico y su influencia en la exportaciones de las Pymes del sector calzado en la ciudad de Trujillo-Perú, 2015*. Tesis de Pregrado, Universidad Privada del Norte, Trujillo. Retrieved from <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/10729>
- Aliaga, D., & Flores, W. (2017). *Influencia del E-commerce en el desempeño de las MYPES del sector textil peruano en el emporio comercial de Gamarra*. Tesis de Pregrado, Universidad San Ignacio de Loyola, Lima. Retrieved from http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/2884/1/2017_Aliaga_Influencia-del-ecommerce.pdf
- Anteportamlatinam, J. (2014). *Relevancia del e-commerce para la empresa actual*. Tesis Pregrado, Universidad de Valladolid, Soria. Retrieved from <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/5942/TFG-O%20174.pdf;jsessionid=766D536E087DB4F13E6215622B136590?sequence=1>
- Barrantes. (2016). *Servicios prestados*.
- Becerra, J. (2012). *El ABC en Economía*. Chepén, Perú: Ediciones BC.
- Becerra, J. (2015). *Metodología de la investigación social*. Trujillo, Perú: Ediciones IDEPP.
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la Investigación* (Tercera edición ed.). Colombia: Pearson Educación.
- Cámara de Comercio. (2019). Retrieved from <https://www.chamber-commerce.net/dir/3278/Camara-de-Comercio-y-Produccion-de-la-Provincia-de-Chepen-in-Chepen>
- Claro. (2018, Agosto 20). Claro ofrece las herramientas para la transformación digital de las pymes. *El comercio*, p. 5.
- Congreso argentino. (2004). *Los modelos de negocios en la red*. Retrieved from https://www.ucongreso.edu.ar/grado/carreras/lcomer/2004/eco_mmerce/2004_Apunte_2A.pdf
- Covarrubias, K. (2017). Conoce las estrategias de posicionamiento de Amazon para vender mejor en este marketplace. *Marketing e-commerce MX*.
- Cristian, C. (2015). *Facebook conceptos básicos*. Retrieved from <https://www.esasd.net/cms/lib02/PA01001915/Centricity/Domain/991/Espanol%20Facebook%20Basics%202014%202015.pdf>
- Díaz, D., & Valencia Blanca, B. (2015). *Estudio exploratorio de la oferta de comercio electrónico en un conjunto de micro y pequeñas empresas (MYPES) localizadas en*

- diversos distritos de Lima Metropolitana*. Tesis de Pregrado, Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima. Retrieved from <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/6769>
- Dulanto, R. (2018). *¿Qué es comercio electrónico? Potencia tu negocio con ventas online*. 1-2.
- Galindo, C. (2008). *Manual para la creación de empresas*. Colombia: Ecoe ediciones.
- García, V., & Palao, J. (2010). *Plan de ventas*. (Q. E. S.A.C, Ed.) Lima, Perú.
- Godoy, S. (2015). *Factores críticos del E-commerce para las MYPES y PYMES limeñas*. Tesis de Pregrado, Universidad Ricardo Palma, Lima. Retrieved from http://cybertesis.urp.edu.pe/bitstream/urp/766/1/godoy_as.pdf
- Gómez, R. (2018). *Empresario Digital, una apuesta a la transformación de las mipymes*. Retrieved from <https://mintic.gov.co/portal/inicio/Sala-de-Prensa/MinTIC-en-los-Medios/72736:Empresario-Digital-una-apuesta-a-la-transformacion-de-las-mipymes>
- Hernández , R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación* (Quinta Edición ed.). Mexico: Mc Graw Hill.
- Magento, G. (2018). The Digital Transformation Imperative: 3 Benefits to Bringing Your Business Online. Retrieved from <https://magento.com/sites/default/files8/2018-12/digital-transformation-guide-cover.pdf>
- Maya, P. (2017). *Estrategia tecnológica para el desarrollo del comercio electrónico, caso de las MYPES en la ciudad de Esmeraldas*. Tesis Pregrado, Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Escuela de Comercio Exterior, Ecuador. Retrieved from <https://repositorio.pucese.edu.ec/123456789/1230>
- Mendoza Riofrío, M. (2019). Digitalización: un camino para reducir el CO 2. *El Comercio*, p. 5.
- Ministerio de la Producción. (2016). *Digitalización de la MYPE*. Retrieved from https://www.gobiernodigital.gob.pe/capacitaciones/Programas_docu/1242/Programa3640.pdf
- Ontario. (2013). *E-commerce: purchasing and selling online*. Retrieved from <https://www.ontario.ca/page/e-commerce-purchasing-and-selling-online>
- Pérez. (2018). *Comunidad virtual*.
- Roca, G. (2014). La transformación digital de los negocios. *Roca Salvatella*.
- Sánchez, J. (2015). *Transformación e Innovación Digital*. Retrieved from <https://www.incipy.com/ebooks/transformacion-digital.pdf>
- Santana, V. (2015). *Uso de las redes sociales en apoyo al desarrollo de las MYPES mexicanas*. Tesis de Maestría, Instituto Politécnico Nacional, Mexico. Retrieved from <http://repositorio.upiicsa.ipn.mx/handle/20.500.12271/893>

- Sunat. (2019). Retrieved from <https://e-consultaruc.sunat.gob.pe/cl-ti-itmrconsruc/jcrS00Alias>
- Torres , D., & Guerra, J. (2012, Julio). Comercio Electrónico. *"Contribuciones a la Economía"*.
- Valencia, D. y. (2015). *"Estudio exploratorio de la oferta de comercio electrónico en un conjunto de micro y pequeñas empresas (MYPES) localizadas en diversos distritos de Lima Metropolitana"*.
- Vilca, Y. (2016). *Modelo E-commerce para la MYPE Biobotanic "GE" de la ciudad de Trujillo*. Tesis de Pregrado, Universidad Privada del Norte, Trujillo. Retrieved from <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/10141>
- Villacorta, N. (2018). *Taxation inn electronic commerce*. Retrieved from <http://repositorio.unsm.edu.pe/bitstream/handle/UNSM/2643/CONTABILIDAD%20%20Norma%20Isabel%20Pinchi%20Vásquez.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de Operacionalización

<p>Problema General ¿Cuál es la relación que existe entre el comercio electrónico y la transformación digital de las MyPes comerciales del Distrito de Chepén, 2019?</p>	<p>Objetivo General Determinar la relación que existe entre el comercio electrónico y la transformación digital de las MyPes comerciales del Distrito de Chepén, 2019.</p> <p>Objetivos Específicos: 1° Identificar el nivel de comercio electrónico de las MyPes comerciales del Distrito de Chepén, 2019, 2° Identificar el nivel de transformación digital de las MyPes comerciales del Distrito de Chepén, 2019. 3° Determinar la relación que existe entre las operaciones electrónicas y la transformación digital de las MyPes comerciales del Distrito de Chepén, 2019 4° Determinar la relación que existe entre las interacciones virtuales y la transformación digital de las MyPes comerciales del Distrito de Chepén, 2019</p>	<p>Hipótesis: H1: Existe relación significativa entre el comercio electrónico y la transformación digital de las MyPes comerciales del Distrito de Chepén, 2019. H0: No existe relación significativa entre el comercio electrónico y la transformación digital de las MyPes comerciales del Distrito de Chepén, 2019</p>	<p>Variable Independiente: Comercio electrónico</p> <p>Variable Dependiente: Transformación digital</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Redes sociales - Medio publicitario - Ventas por redes sociales - Página web - Portal de ventas - Responder consultas por correo electrónico - Responder reclamos por correo electrónico - Comunicarse con el cliente - Servicio post venta - Atender consultas y reclamos por Facebook - Diferentes servicios por Internet - Utiliza activamente las redes sociales - Aplicativos APP - Medio de pago digitales - Dispositivo POS - Tienda virtual - Comercio offline - Influencer para incentivar las ventas - Portal de ventas OXL - Portal de ventas mercado libre 	<p>1.- Diseño - No experimental - Transversal</p> <p>2.- Técnicas - La encuesta</p> <p>3.- Instrumentos - El cuestionario</p>
---	---	--	---	---	--



Anexo 2: Cuestionario

Señor microempresario la presente encuesta tiene fines netamente académicos.

1. DATOS GENERALES:

1° Edad: _____

2° Sexo: M () F ()

3° Grado de instrucción:

Primaria () Secundaria () Superior ()

4° Nivel de Comercio electrónico de la empresa:

a. No vende por Internet ()

b. Vende poco por Internet ()

c. Vende mucho por Internet ()

5° Nivel de transformación digital de la empresa:

Utiliza las siguientes tecnologías (respuesta múltiple):

a. Redes sociales ()

b. Medio de pago digitales ()

c. Dispositivo POS ()

d. Cámara de vigilancia ()

e. Tecnología móvil (APP) ()

f. Cloud ()

2.- Datos sobre Comercio Electrónico y Transformación Digital

Instrucciones: - Leer detenidamente cada pregunta - Marcar con una (x) en cada respuesta.

Nunca = 1 Raramente = 2 Ocasionalmente = 3 Frecuentemente = 4 Muy frecuentemente = 5

N°	Preguntas	1	2	3	4	5
1°	Utiliza las redes sociales para promocionar la marca					
2°	Utiliza las redes sociales como medio publicitario					
3°	Utiliza las redes sociales para vender					
4°	Utiliza su propia página web para vender					
5°	Utiliza un portal de ventas para vender					
6°	Utiliza el correo electrónico para responder consultas					
7°	Utiliza el correo electrónico para responder reclamos					
8°	Utiliza el chat para comunicarse con el cliente					
9°	Utiliza el Facebook para servicio de post venta					
10°	Utiliza el Facebook para atender consultas y reclamos					
11°	Utiliza diferentes servicios de Internet					
12°	Utiliza activamente las redes sociales					
13°	Utiliza diversos aplicativos informáticos (APP)					
14°	Utiliza activamente medios de pago digitales					
15°	Utiliza activamente su dispositivo POS					
16°	Utiliza su tienda virtual para vender más					
17°	Utiliza el comercio offline como canal de ventas complementario					
18°	Utiliza algún influencer para incentivar las ventas					
19°	Utiliza el portal de ventas OXL					
20°	Utiliza el portal de ventas mercado libre					

Anexo 3

Análisis de Fiabilidad

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	7	70,0
	Excluido ^a	3	30,0
	Total	10	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,735	20

Anexo 4

MyPes Comerciales de Chepén Activas

N°	N° RUC	NOMBRE O RAZÓN SOCIAL
1	20481271267	NEGOCIOS LOSSON EIRL
2	20440268308	MEGACENTRO BOUTIQUE ZOILY E.I.R.L.
3	20481441286	FERRETERIA SISA S.A.C.
4	20560198125	DISTRIBUIDORA FERRETERA SULLON S.A.C
5	20559663469	ELECTRO MODERNO COMPUTO E.I.R.L
6	20482440925	COMERCIAL CHAVARRY E.I.R.L
7	10727270502	JEILYN FASHION
8	10167597586	CALZADOS RAMÍREZ
9	10191928411	COMERCIAL CARLOS
10	10193242788	JAIR SPORT
11	20482662073	BOUTIQUE JULIBERT E.I.R.L
12	10193365596	BABY'S LOVE
13	20355855750	DISTRIBUIDORA NOR ORIENTE E.I.R.L.
14	20540070513	ELECTRO MODERNO IMPORT S.A.C.
15	20477461329	NEGOCIOS E INVERSIONES MIRANDA S.A.C
16	10192037218	RAMIREZ DE DE LA CRUZ EDITH MARCELA
17	20440088318	LAMINADOS CHEPEN E.I.R.L.
18	20602505945	FERCOLOR E.I.R.L.
19	10424357869	COMERCIAL AYUMI
20	20481138851	ONNIX E.I.R.L.
21	10192042564	COMERCIAL GOICOCHEA
22	10459606179	MULTITIENDA XIMENA
23	10167654652	BOTICA LA ECONOMICA
24	20477334998	FOTOCOLOR ZAÑARTU E.I.R.L
25	20602141773	FERRETERIA FERRELUMAT E.I.R.L
26	10193273535	COMERCIAL CHAFLOQUE
27	10192190792	CARRILLO SANCHEZ ALIPIO
28	10192004387	PANADERIA DILAS
29	10192005014	DE LUCIO ORTIZ LUZ BETTY
30	17131809620	BALLENA SANCHEZ ALEJANDRO

Elaboración propia

Fuente: Cámara de Comercio

Anexo 5

Consulta en Sunat- MyPes

← → ↻ e-consultaruc.sunat.gob.pe/cl-ti-itmrconsruc/jcr500Alias ☆

CRITERIOS DE BÚSQUEDA:

Número de RUC Ingrese el código que se muestra en la imagen: 

Tipo y Número de Documento de Identidad Refrescar código
Documento Nacional de Identidad ▼

Nombre ó Razón Social

Número de RUC: 20481271267 - NEGOCIOS LOSSON EIRL
Tipo Contribuyente: EMPRESA INDIVIDUAL DE RESR. LTDA
Nombre Comercial: NEGOCIOS LOSSON
Fecha de Inscripción: 01/03/2006 **Fecha de Inicio de Actividades:** 01/03/2006
Estado del Contribuyente: ACTIVO
Condición del Contribuyente: HABIDO
Dirección del Domicilio Fiscal: AV. EXEQUIEL GONZALEZ CACEDA NRO. 680 SEC. CHEPEN LA LIBERTAD - CHEPEN - CHEPEN
Sistema de Emisión de Comprobante: MANUAL **Actividad de Comercio Exterior:** SIN ACTIVIDAD
Sistema de Contabilidad: MANUAL/COMPUTARIZADO
Actividad(es) Económica(s): 4711 - VENTA AL POR MENOR EN COMERCIOS NO ESPECIALIZADOS CON PREDOMINIO DE LA VENTA DE ALIMENTOS, BEBIDAS O TABACO ▼
Comprobantes de Pago c/aut. de impresión (F. 806 u 816): FACTURA ▼
Sistema de Emisión Electrónica: FACTURA PORTAL DESDE 01/03/2019 ▼
Emisor electrónico desde: 01/03/2019
Comprobantes Electrónicos: FACTURA (desde 01/03/2019),BOLETA (desde 01/03/2019)
Afiliado al PLE desde: 01/01/2015
Padrones : NINGUNO ▼

← → ↻ e-consultaruc.sunat.gob.pe/cl-ti-itmrconsruc/jcr500Alias ☆

CRITERIOS DE BÚSQUEDA:

Número de RUC Ingrese el código que se muestra en la imagen: 

Tipo y Número de Documento de Identidad Refrescar código
Documento Nacional de Identidad ▼

Nombre ó Razón Social

Número de RUC: 20440268308 - MEGACENTRO BOUTIQUE ZOILY E.I.R.L.
Tipo Contribuyente: EMPRESA INDIVIDUAL DE RESR. LTDA
Nombre Comercial: -
Fecha de Inscripción: 27/02/2002 **Fecha de Inicio de Actividades:** 27/02/2002
Estado del Contribuyente: ACTIVO
Condición del Contribuyente: HABIDO
Dirección del Domicilio Fiscal: CAL. LIMA NRO. 565 CERCADO LA LIBERTAD - CHEPEN - CHEPEN
Sistema de Emisión de Comprobante: MANUAL **Actividad de Comercio Exterior:** SIN ACTIVIDAD
Sistema de Contabilidad: MANUAL/COMPUTARIZADO
Actividad(es) Económica(s): 4771 - VENTA AL POR MENOR DE PRENDAS DE VESTIR, CALZADO Y ARTICULOS DE CUERO EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS ▼
Comprobantes de Pago c/aut. de impresión (F. 806 u 816): FACTURA ▼
Sistema de Emisión Electrónica: DESDE LOS SISTEMAS DEL CONTRIBUYENTE. AUTORIZ DESDE 27/02/2019 ▼
Emisor electrónico desde: 27/02/2019
Comprobantes Electrónicos: FACTURA (desde 27/02/2019),BOLETA (desde 27/02/2019)
Afiliado al PLE desde: 01/01/2014
Padrones : NINGUNO ▼

CRITERIOS DE BÚSQUEDA:

Número de RUC Ingrese el código que se muestra en la imagen: 

Tipo y Número de Documento de Identidad [Refrescar código](#)

Nombre ó Razón Social

Número de RUC:	20481441286 - FERRETERIA SISA S.A.C.		
Tipo Contribuyente:	SOCIEDAD ANONIMA CERRADA		
Nombre Comercial:	FERRETERIA SISA SAC		
Fecha de Inscripción:	21/11/2006	Fecha de Inicio de Actividades:	21/11/2006
Estado del Contribuyente:	ACTIVO		
Condición del Contribuyente:	HABIDO		
Dirección del Domicilio Fiscal:	AV. EXEQUIEL GONZALEZ CACEDA NRO. 1177 SEC.CHEPEN LA LIBERTAD - CHEPEN - CHEPEN		
Sistema de Emisión de Comprobante:	MANUAL/COMPUTARIZADO	Actividad de Comercio Exterior:	SIN ACTIVIDAD
Sistema de Contabilidad:	MANUAL/COMPUTARIZADO		
Actividad(es) Económica(s):	4663 - VENTA AL POR MAYOR DE MATERIALES DE CONSTRUCCION, ARTICULOS DE FERRETERIA Y EQUIPO Y MATERIALES DE FONTANERIA Y CALEFACCION		
Comprobantes de Pago c/aut. de impresión (F. 806 u 816):	FACTURA		
Sistema de Emisión Electrónica:	DESDE LOS SISTEMAS DEL CONTRIBUYENTE. AUTORIZ DESDE 25/02/2019		
Emisor electrónico desde:	25/02/2019		
Comprobantes Electrónicos:	FACTURA (desde 25/02/2019),BOLETA (desde 25/02/2019)		
Afiliado al PLE desde:	01/01/2015		
Padrones :	NINGUNO		

CRITERIOS DE BÚSQUEDA:

Número de RUC Ingrese el código que se muestra en la imagen: 

Tipo y Número de Documento de Identidad [Refrescar código](#)

Nombre ó Razón Social

Número de RUC:	20560198125 - DISTRIBUIDORA FERRETERA SULLON SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - DIFESU SAC		
Tipo Contribuyente:	SOCIEDAD ANONIMA CERRADA		
Nombre Comercial:	-		
Fecha de Inscripción:	02/12/2014	Fecha de Inicio de Actividades:	02/12/2014
Estado del Contribuyente:	ACTIVO		
Condición del Contribuyente:	HABIDO		
Dirección del Domicilio Fiscal:	AV. EXEQUIEL GONZALEZ CACEDA NRO. 660 SECTOR CHEPEN LA LIBERTAD - CHEPEN - CHEPEN		
Sistema de Emisión de Comprobante:	MANUAL	Actividad de Comercio Exterior:	SIN ACTIVIDAD
Sistema de Contabilidad:	MANUAL		
Actividad(es) Económica(s):	4663 - VENTA AL POR MAYOR DE MATERIALES DE CONSTRUCCION, ARTICULOS DE FERRETERIA Y EQUIPO Y MATERIALES DE FONTANERIA Y CALEFACCION		
Comprobantes de Pago c/aut. de impresión (F. 806 u 816):	FACTURA		
Sistema de Emisión Electrónica:	DESDE LOS SISTEMAS DEL CONTRIBUYENTE. AUTORIZ DESDE 28/02/2019		
Emisor electrónico desde:	28/02/2019		
Comprobantes Electrónicos:	FACTURA (desde 28/02/2019),BOLETA (desde 28/02/2019)		
Afiliado al PLE desde:	01/01/2016		
Padrones :	NINGUNO		

CRITERIOS DE BÚSQUEDA:

Número de RUC
Ingrese el código que se muestra en la imagen: 

Tipo y Número de Documento de Identidad
(Documento Nacional de Identidad ▼) [Refrescar código](#)

Nombre ó Razón Social

Número de RUC: 20482440925 - COMERCIAL CHAVARRY E.I.R.L.

Tipo Contribuyente: EMPRESA INDIVIDUAL DE RESR. LTDA

Nombre Comercial: -

Fecha de Inscripción: 15/01/2010 **Fecha de Inicio de Actividades:** 15/01/2010

Estado del Contribuyente: ACTIVO

Condición del Contribuyente: HABIDO

Dirección del Domicilio Fiscal: CAL. PACASMAYO NRO. 138 SECTOR CHEPEN LA LIBERTAD - CHEPEN - CHEPEN

Sistema de Emisión de Comprobante: MANUAL **Actividad de Comercio Exterior:** SIN ACTIVIDAD

Sistema de Contabilidad: MANUAL

Actividad(es) Económica(s): 4630 - VENTA AL POR MAJOR DE ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO ▼

Comprobantes de Pago c/aut. de impresión (F. 806 u 816): FACTURA ▼

Sistema de Emisión Electrónica: -

Emisor electrónico desde: -

Comprobantes Electrónicos: -

Afiliado al PLE desde: -

Padrones: Incorporado al Régimen de Buenos Contribuyentes (Resolución N° 0630050007695) a partir del 01/02/2015 ▼

Número de RUC: 20559663469 - ELECTRO MODERNO COMPUTO EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA

Tipo Contribuyente: EMPRESA INDIVIDUAL DE RESR. LTDA

Nombre Comercial: ELECTRO MODERNO COMPUTO EIRL

Fecha de Inscripción: 28/08/2013 **Fecha de Inicio de Actividades:** 01/09/2013

Estado del Contribuyente: ACTIVO

Condición del Contribuyente: HABIDO

Dirección del Domicilio Fiscal: CAL. SAN PEDRO NRO. 360 INT. 02 CENTRO URBANO CHEPEN LA LIBERTAD - CHEPEN - CHEPEN

Sistema de Emisión de Comprobante: MANUAL **Actividad de Comercio Exterior:** SIN ACTIVIDAD

Sistema de Contabilidad: MANUAL

Actividad(es) Económica(s): 4739 - VENTA AL POR MENOR DE APARATOS ELÉCTRICOS DE USO DOMÉSTICO, MUEBLES, EQU. DE ILUMINACIÓN Y OTROS ENSERES EN COM. ESPECIALIZADOS ▼

Comprobantes de Pago c/aut. de impresión (F. 806 u 816): BOLETA DE VENTA ▼

Sistema de Emisión Electrónica: -

Emisor electrónico desde: -

Comprobantes Electrónicos: -

Afiliado al PLE desde: -

Padrones: Incorporado al Régimen de Buenos Contribuyentes (Resolución N° 0630050014237) a partir del 01/02/2017 ▼

CRITERIOS DE BÚSQUEDA:

Número de RUC Ingrese el código que se muestra en la imagen: 

Tipo y Número de Documento de Identidad [Refrescar código](#)

Nombre ó Razón Social

Número de RUC:	10191928411 - BUENO MORALES ELEUTERIO		
Tipo Contribuyente:	PERSONA NATURAL CON NEGOCIO		
Tipo de Documento:	DNI 19192841 - BUENO MORALES, ELEUTERIO		
Nombre Comercial:	COMERCIAL CARLOS	Afecto al Nuevo RUS:	SI
Fecha de Inscripción:	09/11/1993	Fecha de Inicio de Actividades:	21/10/1993
Estado del Contribuyente:	ACTIVO		
Condición del Contribuyente:	HABIDO		
Dirección del Domicilio Fiscal:	-		
Sistema de Emisión de Comprobante:	MANUAL	Actividad de Comercio Exterior:	SIN ACTIVIDAD
Sistema de Contabilidad:	MANUAL		
Actividad(es) Económica(s):	52322 - VTA. MIN. PRODUCTOS TEXTILES, CALZADO. ▼		
Comprobantes de Pago c/aut. de impresión (F. 806 u 816):	FACTURA ▼		
Sistema de Emisión Electrónica:	-		
Emisor electrónico desde:	-		
Comprobantes Electrónicos:	-		
Afiliado al PLE desde:	-		
Padrones :	NINGUNO ▼		

Número de RUC:	10727270502 - SUAREZ BURGOS EVELYN HAYDEE		
Tipo Contribuyente:	PERSONA NATURAL CON NEGOCIO		
Tipo de Documento:	DNI 72727050 - SUAREZ BURGOS, EVELYN HAYDEE		
Nombre Comercial:	JEILYN FASHION	Afecto al Nuevo RUS:	SI
Fecha de Inscripción:	09/06/2014	Fecha de Inicio de Actividades:	09/06/2014
Estado del Contribuyente:	ACTIVO		
Condición del Contribuyente:	HABIDO	Profesión u Oficio:	99 - PROFESION U OCUPACION NO ESPECIFICADA
Dirección del Domicilio Fiscal:	-		
Sistema de Emisión de Comprobante:	MANUAL	Actividad de Comercio Exterior:	SIN ACTIVIDAD
Sistema de Contabilidad:	MANUAL		
Actividad(es) Económica(s):	52393 - OTROS TIPOS DE VENTA POR MENOR. ▼		
Comprobantes de Pago c/aut. de impresión (F. 806 u 816):	BOLETA DE VENTA ▼		
Sistema de Emisión Electrónica:	-		
Emisor electrónico desde:	-		
Comprobantes Electrónicos:	-		
Afiliado al PLE desde:	-		
Padrones :	NINGUNO ▼		

CRITERIOS DE BÚSQUEDA:

Número de RUC Ingrese el código que se muestra en la imagen: **PJAU**

Tipo y Número de Documento de Identidad [Refrescar código](#)

Nombre ó Razón Social

Número de RUC:	10193242788 - QUIROZ BECERRA VICTOR ENRIQUE		
Tipo Contribuyente:	PERSONA NATURAL CON NEGOCIO		
Tipo de Documento:	DNI 19324278 - QUIROZ BECERRA VICTOR ENRIQUE		
Nombre Comercial:	JAIR SPORT	Afecto al Nuevo RUS:	SI
Fecha de Inscripción:	23/10/1993	Fecha de Inicio de Actividades:	01/10/1993
Estado del Contribuyente:	ACTIVO	Actividad de Comercio Exterior:	SIN ACTIVIDAD
Condición del Contribuyente:	HABIDO		
Dirección del Domicilio Fiscal:	-		
Sistema de Emisión de Comprobante:	MANUAL		
Sistema de Contabilidad:	MANUAL		
Actividad(es) Económica(s):	52322 - VTA. MIN. PRODUCTOS TEXTILES, CALZADO. ▾		
Comprobantes de Pago c/aut. de impresión (F. 806 u 816):	BOLETA DE VENTA ▾		
Sistema de Emisión Electrónica:	-		
Emisor electrónico desde:	-		
Comprobantes Electrónicos:	-		
Afiliado al PLE desde:	-		
Padrones :	NINGUNO ▾		

[Información Histórica](#)
[Deuda Coactiva](#)
[Omisiones Tributarias](#)
[Cantidad de Trabajadores y/o Prestadores de Servicio](#)

[Actas Probatorias](#)
[Facturas Fisicas](#)

CRITERIOS DE BÚSQUEDA:

Número de RUC Ingrese el código que se muestra en la imagen: **AVQV**

Tipo y Número de Documento de Identidad [Refrescar código](#)

Nombre ó Razón Social

Número de RUC:	10193365596 - PAUCAR HERNANDEZ JULISSA JACQUELINE		
Tipo Contribuyente:	PERSONA NATURAL CON NEGOCIO		
Tipo de Documento:	DNI 19336559 - PAUCAR HERNANDEZ, JULISSA JACQUELINE		
Nombre Comercial:	BABY'S LOVE	Afecto al Nuevo RUS:	SI
Fecha de Inscripción:	07/11/2013	Fecha de Inicio de Actividades:	07/11/2013
Estado del Contribuyente:	ACTIVO	Actividad de Comercio Exterior:	SIN ACTIVIDAD
Condición del Contribuyente:	HABIDO		
Dirección del Domicilio Fiscal:	-		
Sistema de Emisión de Comprobante:	MANUAL		
Sistema de Contabilidad:	MANUAL		
Actividad(es) Económica(s):	52593 - OTROS TIPOS DE VENTA POR MENOR. ▾		
Comprobantes de Pago c/aut. de impresión (F. 806 u 816):	BOLETA DE VENTA ▾		
Sistema de Emisión Electrónica:	-		
Emisor electrónico desde:	-		
Comprobantes Electrónicos:	-		
Afiliado al PLE desde:	-		
Padrones :	NINGUNO ▾		

[Información Histórica](#)
[Deuda Coactiva](#)
[Omisiones Tributarias](#)
[Cantidad de Trabajadores y/o Prestadores de Servicio](#)

[Actas Probatorias](#)
[Facturas Fisicas](#)

CRITERIOS DE BÚSQUEDA:

Número de RUC Ingrese el código que se muestra en la imagen: 

Tipo y Número de Documento de Identidad [Refrescar código](#)

Nombre ó Razón Social

Número de RUC:	20482662073 - BOUTIQUE JULIBERT E.I.R.L.		
Tipo Contribuyente:	EMPRESA INDIVIDUAL DE RESR. LTDA		
Nombre Comercial:	BOUTIQUE JULIBERT		
Fecha de Inscripción:	24/08/2010	Fecha de Inicio de Actividades:	01/09/2010
Estado del Contribuyente:	ACTIVO		
Condición del Contribuyente:	HABIDO		
Dirección del Domicilio Fiscal:	CAL SAN PEDRO NRO. 259 SECTOR CHEPEN (INT. 4 MEDIA CDRA BCO CREDITO) LA LIBERTAD - CHEPEN - CHEPEN		
Sistema de Emisión de Comprobante:	MANUAL	Actividad de Comercio Exterior:	SIN ACTIVIDAD
Sistema de Contabilidad:	MANUAL		
Actividad(es) Económica(s):	52322 - VTA. MIN. PRODUCTOS TEXTILES, CALZADO. ▼		
Comprobantes de Pago c/aut. de impresión (F. 806 u 816):	BOLETA DE VENTA ▼		
Sistema de Emisión Electrónica:	-		
Emisor electrónico desde:	-		
Comprobantes Electrónicos:	-		
Afiliado al PLE desde:	-		
Padrones :	NINGUNO ▼		

[Información Histórica](#)
[Deuda Coactiva](#)
[Omissiones Tributarias](#)
[Cantidad de Trabajadores y/o Prestadores de Servicio](#)

[Actas Probatorias](#)
[Facturas Físicas](#)

[Representante\(s\) Legales](#)

CRITERIOS DE BÚSQUEDA:

Número de RUC Ingrese el código que se muestra en la imagen: 

Tipo y Número de Documento de Identidad [Refrescar código](#)

Nombre ó Razón Social

Número de RUC:	20355855750 - DISTRIBUIDORA NOR ORIENTE E.I.R.L.		
Tipo Contribuyente:	EMPRESA INDIVIDUAL DE RESR. LTDA		
Nombre Comercial:	-		
Fecha de Inscripción:	25/09/2015	Fecha de Inicio de Actividades:	25/09/2015
Estado del Contribuyente:	ACTIVO		
Condición del Contribuyente:	HABIDO		
Dirección del Domicilio Fiscal:	AV. EXEQUIEL GONZALES CACEDA NRO. 1256 LA LIBERTAD - CHEPEN - CHEPEN		
Sistema de Emisión de Comprobante:	MANUAL	Actividad de Comercio Exterior:	SIN ACTIVIDAD
Sistema de Contabilidad:	MANUAL		
Actividad(es) Económica(s):	4759 - VENTA AL POR MENOR DE APARATOS ELECTRICOS DE USO DOMESTICO, MUEBLES, EQU. DE ILUMINACION Y OTROS ENSERES EN COM. ESPECIALIZADOS ▼		
Comprobantes de Pago c/aut. de impresión (F. 806 u 816):	FACTURA ▼		
Sistema de Emisión Electrónica:	-		
Emisor electrónico desde:	-		
Comprobantes Electrónicos:	-		
Afiliado al PLE desde:	-		
Padrones :	NINGUNO ▼		

[Información Histórica](#)
[Deuda Coactiva](#)
[Omissiones Tributarias](#)
[Cantidad de Trabajadores y/o Prestadores de Servicio](#)

[Actas Probatorias](#)
[Facturas Físicas](#)

[Representante\(s\) Legales](#)

Número de RUC:	10167597586 - RAMIREZ VASQUEZ HERMAN ALBERTO		
Tipo Contribuyente:	PERSONA NATURAL CON NEGOCIO		
Tipo de Documento:	DNI 16759758 - RAMIREZ VASQUEZ, HERMAN ALBERTO		
Nombre Comercial:	CALZADOS RAMIREZ	Afecto al Nuevo RUS:	SI
Fecha de Inscripción:	06/09/2019	Fecha de Inicio de Actividades:	06/09/2019
Estado del Contribuyente:	ACTIVO		
Condición del Contribuyente:	HABIDO		
Dirección del Domicilio Fiscal:	-		
Sistema de Emisión de Comprobante:	MANUAL	Actividad de Comercio Exterior:	SIN ACTIVIDAD
Sistema de Contabilidad:	MANUAL		
Actividad(es) Económica(s):	4771 - VENTA AL POR MENOR DE PRENDAS DE VESTIR, CALZADO Y ARTÍCULOS DE CUERO EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS ▼		
Comprobantes de Pago c/aut. de impresión (F. 806 u 816):	BOLETA DE VENTA ▼		
Sistema de Emisión Electrónica:	-		
Emisor electrónico desde:	-		
Comprobantes Electrónicos:	-		
Afiliado al PLE desde:	-		
Padrones :	NINGUNO ▼		

Información Histórica	Deuda Coactiva	Omissiones Tributarias	Cantidad de Trabajadores y/o Prestadores de Servicio
Actas Probatorias	Facturas Fisicas		

CRITERIOS DE BÚSQUEDA:

Número de RUC
Ingrese el código que se muestra en la imagen: 

Tipo y Número de Documento de Identidad [Refrescar código](#)

Nombre ó Razón Social

Número de RUC:	20540070513 - ELECTRO MODERNO IMPORT S.A.C.		
Tipo Contribuyente:	SOCIEDAD ANONIMA CERRADA		
Nombre Comercial:	-		
Fecha de Inscripción:	21/03/2013	Fecha de Inicio de Actividades:	21/03/2013
Estado del Contribuyente:	ACTIVO		
Condición del Contribuyente:	HABIDO		
Dirección del Domicilio Fiscal:	CAL SAN PEDRO NRO. 360 CHEPEN LA LIBERTAD - CHEPEN - CHEPEN		
Sistema de Emisión de Comprobante:	MANUAL	Actividad de Comercio Exterior:	SIN ACTIVIDAD
Sistema de Contabilidad:	MANUAL		
Actividad(es) Económica(s):	4510 - VENTA DE VEHICULOS AUTOMOTORES ▼		
Comprobantes de Pago c/aut. de impresión (F. 806 u 816):	FACTURA ▼		
Sistema de Emisión Electrónica:	-		
Emisor electrónico desde:	-		
Comprobantes Electrónicos:	-		
Afiliado al PLE desde:	-		
Padrones :	Incorporado al Régimen de Buenos Contribuyentes (Resolución N° 0630050010635) a partir del 01/08/2015 ▼		

Información Histórica	Deuda Coactiva	Omissiones Tributarias	Cantidad de Trabajadores y/o Prestadores de Servicio
Actas Probatorias	Facturas Fisicas		
Representante(s) Legal(es)	Establecimiento(s) Anexo(s)		

CRITERIOS DE BÚSQUEDA:

Número de RUC
Ingrese el código que se muestra en la imagen: 

Tipo y Número de Documento de Identidad [Refrescar código](#)
Documento Nacional de Identidad ▼

Nombre ó Razón Social

Número de RUC: 20477461329 - NEGOCIOS E INVERSIONES MIRANDA S.A.C

Tipo Contribuyente: SOCIEDAD ANONIMA CERRADA

Nombre Comercial: -

Fecha de Inscripción: 20/10/2011 **Fecha de Inicio de Actividades:** 20/10/2011

Estado del Contribuyente: ACTIVO

Condición del Contribuyente: HABIDO

Dirección del Domicilio Fiscal: AV. EXEQUIEL GONZALEZ CACEDA NRO. 893 SECTOR CHEPEN LA LIBERTAD - CHEPEN - CHEPEN

Sistema de Emisión de Comprobante: MANUAL **Actividad de Comercio Exterior:** SIN ACTIVIDAD

Sistema de Contabilidad: MANUAL

Actividad(es) Económica(s): 52593 - OTROS TIPOS DE VENTA POR MENOR ▼

Comprobantes de Pago c/aut. de impresión (F. 806 u 816): FACTURA ▼

Sistema de Emisión Electrónica: -

Emisor electrónico desde: -

Comprobantes Electrónicos: -

Afiliado al PLE desde: -

Padrones: Incorporado al Régimen de Buenos Contribuyentes (Resolución N° 0630050007483) a partir del 01/02/2015 ▼

CRITERIOS DE BÚSQUEDA:

Número de RUC
Ingrese el código que se muestra en la imagen: 

Tipo y Número de Documento de Identidad [Refrescar código](#)
Documento Nacional de Identidad ▼

Nombre ó Razón Social

Número de RUC: 10192037218 - RAMIREZ DE DE LA CRUZ EDITH MARCELA

Tipo Contribuyente: PERSONA NATURAL CON NEGOCIO

Tipo de Documento: DNI 19203721 - RAMIREZ DE DE LA CRUZ, EDITH MARCELA

Nombre Comercial: -

Fecha de Inscripción: 11/11/2005 **Fecha de Inicio de Actividades:** 11/11/2005

Estado del Contribuyente: ACTIVO

Condición del Contribuyente: HABIDO

Dirección del Domicilio Fiscal: -

Sistema de Emisión de Comprobante: MANUAL **Actividad de Comercio Exterior:** SIN ACTIVIDAD

Sistema de Contabilidad: MANUAL

Actividad(es) Económica(s): 4771 - VENTA AL POR MENOR DE PRENDAS DE VESTIR, CALZADO Y ARTICULOS DE CUERO EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS ▼

Comprobantes de Pago c/aut. de impresión (F. 806 u 816): FACTURA ▼

Sistema de Emisión Electrónica: -

Emisor electrónico desde: -

Comprobantes Electrónicos: -

Afiliado al PLE desde: -

Padrones: NINGUNO ▼

CRITERIOS DE BÚSQUEDA:

Número de RUC Ingrese el código que se muestra en la imagen: 

Tipo y Número de Documento de Identidad [Refrescar código](#)

Nombre ó Razón Social

Número de RUC: 20440088318 - LAMINADOS CHEPEN E.I.R.L.
Tipo Contribuyente: EMPRESA INDIVIDUAL DE RESR. LTDA
Nombre Comercial: -
Fecha de Inscripción: 13/12/2000 **Fecha de Inicio de Actividades:** 20/10/2001
Estado del Contribuyente: ACTIVO
Condición del Contribuyente: HABIDO
Dirección del Domicilio Fiscal: CAL.GONZALES PRADA NRO. 240 LA LIBERTAD - CHEPEN - CHEPEN
Sistema de Emisión de Comprobante: MANUAL/COMPUTARIZADO **Actividad de Comercio Exterior:** SIN ACTIVIDAD
Sistema de Contabilidad: MANUAL
Actividad(es) Económica(s): 4663 - VENTA AL POR MAYOR DE MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN, ARTICULOS DE FERRERETERÍA Y EQUIPO Y MATERIALES DE FONTANERÍA Y CALEFACCIÓN
Comprobantes de Pago c/aut. de impresión (F. 806 u 816): FACTURA
Sistema de Emisión Electrónica: FACTURA PORTAL DESDE 06/10/2017
Emisor electrónico desde: 06/10/2017
Comprobantes Electrónicos: FACTURA (desde 06/10/2017),BOLETA (desde 04/11/2019)
Afiliado al PLE desde: 01/01/2014
Padrones: Excluido del Régimen de Agentes de Percepción de IGV - Venta Interna a partir del 01/02/2016

CRITERIOS DE BÚSQUEDA:

Número de RUC Ingrese el código que se muestra en la imagen: 

Tipo y Número de Documento de Identidad [Refrescar código](#)

Nombre ó Razón Social

Número de RUC: 20602505945 - FERCOLOR E.I.R.L.
Tipo Contribuyente: EMPRESA INDIVIDUAL DE RESR. LTDA
Nombre Comercial: -
Fecha de Inscripción: 02/10/2017 **Fecha de Inicio de Actividades:** 02/10/2017
Estado del Contribuyente: ACTIVO
Condición del Contribuyente: HABIDO
Dirección del Domicilio Fiscal: AV. EXEQUIEL GONZALES CACEDA NRO. 1241 SEC. CHEPEN LA LIBERTAD - CHEPEN - CHEPEN
Sistema de Emisión de Comprobante: MANUAL **Actividad de Comercio Exterior:** SIN ACTIVIDAD
Sistema de Contabilidad: MANUAL
Actividad(es) Económica(s): 4663 - VENTA AL POR MAYOR DE MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN, ARTICULOS DE FERRERETERÍA Y EQUIPO Y MATERIALES DE FONTANERÍA Y CALEFACCIÓN
Comprobantes de Pago c/aut. de impresión (F. 806 u 816): FACTURA
Sistema de Emisión Electrónica: -
Emisor electrónico desde: -
Comprobantes Electrónicos: -
Afiliado al PLE desde: -
Padrones: NINGUNO

CRITERIOS DE BÚSQUEDA:

Número de RUC Ingrese el código que se muestra en la imagen: **Y J E**

Tipo y Número de Documento de Identidad [Refrescar código](#)
 Documento Nacional de Identidad ▼

Nombre ó Razón Social

Número de RUC:	10424357869 - SANCHEZ VASQUEZ LUIS ANTONIO		
Tipo Contribuyente:	PERSONA NATURAL CON NEGOCIO		
Tipo de Documento:	DNI 42435786 - SANCHEZ VASQUEZ, LUIS ANTONIO		
Nombre Comercial:	COMERCIAL AYUMI		
Fecha de Inscripción:	14/06/2006	Fecha de Inicio de Actividades:	14/06/2006
Estado del Contribuyente:	ACTIVO		
Condición del Contribuyente:	HABIDO		
Dirección del Domicilio Fiscal:	-		
Sistema de Emisión de Comprobante:	MANUAL	Actividad de Comercio Exterior:	SIN ACTIVIDAD
Sistema de Contabilidad:	MANUAL		
Actividad(es) Económica(s):	4721 - VENTA AL POR MENOR DE ALIMENTOS EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS ▼		
Comprobantes de Pago c/aut. de impresión (F. 806 u 816):	FACTURA ▼		
Sistema de Emisión Electrónica:	FACTURA PORTAL DESDE 24/09/2019 ▼		
Emisor electrónico desde:	26/10/2018		
Comprobantes Electrónicos:	FACTURA (desde 26/10/2018),BOLETA (desde 19/12/2018)		
Afiliado al PLE desde:	01/01/2015		
Padrones :	Incorporado al Régimen de Buenos Contribuyentes (Resolución N° 0630050013776) a partir del 01/02/2017 ▼		

-
-

CRITERIOS DE BÚSQUEDA:

Número de RUC Ingrese el código que se muestra en la imagen: **RAJH**

Tipo y Número de Documento de Identidad [Refrescar código](#)
 Documento Nacional de Identidad ▼

Nombre ó Razón Social

Número de RUC:	20481138851 - ONNIX EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA		
Tipo Contribuyente:	EMPRESA INDIVIDUAL DE RESR. LTDA		
Nombre Comercial:	ONNIX E.I.R.L.		
Fecha de Inscripción:	01/07/2005	Fecha de Inicio de Actividades:	01/07/2005
Estado del Contribuyente:	ACTIVO		
Condición del Contribuyente:	HABIDO		
Dirección del Domicilio Fiscal:	AV. EXEQUIEL GONZALES CACEDA NRO. 1025 CHEPEN LA LIBERTAD - CHEPEN - CHEPEN		
Sistema de Emisión de Comprobante:	MANUAL	Actividad de Comercio Exterior:	SIN ACTIVIDAD
Sistema de Contabilidad:	MANUAL/COMPUTARIZADO		
Actividad(es) Económica(s):	4690 - VENTA AL POR MAYOR NO ESPECIALIZADA ▼		
Comprobantes de Pago c/aut. de impresión (F. 806 u 816):	FACTURA ▼		
Sistema de Emisión Electrónica:	DESDE LOS SISTEMAS DEL CONTRIBUYENTE. AUTORIZ DESDE 17/10/2019 ▼		
Emisor electrónico desde:	17/10/2019		
Comprobantes Electrónicos:	FACTURA (desde 17/10/2019),BOLETA (desde 17/10/2019)		
Afiliado al PLE desde:	01/01/2015		
Padrones :	Incorporado al Régimen de Buenos Contribuyentes (Resolución N° 0630050013605) a partir del 01/02/2017 ▼		

-
-
-

CRITERIOS DE BÚSQUEDA:

Número de RUC Ingrese el código que se muestra en la imagen: **MSDL**

Tipo y Número de Documento de Identidad [Refrescar código](#)
 Documento Nacional de Identidad ▼

Nombre ó Razón Social

Número de RUC:	10192042564 - RAZURI RAMIREZ DORA IRLANDA	Afecto al Nuevo RUS:	SI
Tipo Contribuyente:	PERSONA NATURAL CON NEGOCIO	Fecha de Inicio de Actividades:	06/02/2009
Tipo de Documento:	DNI 19204256 - RAZURI RAMIREZ, DORA IRLANDA	Actividad de Comercio Exterior:	SIN ACTIVIDAD
Nombre Comercial:	COMERCIAL GOICOCHEA		
Fecha de Inscripción:	06/02/2009		
Estado del Contribuyente:	ACTIVO		
Condición del Contribuyente:	HABIDO		
Dirección del Domicilio Fiscal:	-		
Sistema de Emisión de Comprobante:	MANUAL		
Sistema de Contabilidad:	MANUAL		
Actividad(es) Económica(s):	52335 - VTA. MIN. EQUIPO DE USO DOMESTICO. ▼		
Comprobantes de Pago c/aut. de impresión (F. 806 u 816):	BOLETA DE VENTA ▼		
Sistema de Emisión Electrónica:	-		
Emisor electrónico desde:	-		
Comprobantes Electrónicos:	-		
Afiliado al PLE desde:	-		
Padrones :	NINGUNO ▼		

CRITERIOS DE BÚSQUEDA:

Número de RUC Ingrese el código que se muestra en la imagen: **CFLF**

Tipo y Número de Documento de Identidad [Refrescar código](#)
 Documento Nacional de Identidad ▼

Nombre ó Razón Social

Número de RUC:	10459606179 - QUIROZ CRUZADO XIMENA YAJAIRA	Fecha de Inicio de Actividades:	14/02/2008
Tipo Contribuyente:	PERSONA NATURAL CON NEGOCIO	Profesión u Oficio:	03 - ADMINISTRADOR DE EMPRESAS (PROFESIONAL)
Tipo de Documento:	DNI 45960617 - QUIROZ CRUZADO, XIMENA YAJAIRA	Actividad de Comercio Exterior:	SIN ACTIVIDAD
Nombre Comercial:	MULTITIENDA XIMENA		
Fecha de Inscripción:	14/02/2008		
Estado del Contribuyente:	ACTIVO		
Condición del Contribuyente:	HABIDO		
Dirección del Domicilio Fiscal:	-		
Sistema de Emisión de Comprobante:	MANUAL		
Sistema de Contabilidad:	MANUAL		
Actividad(es) Económica(s):	4690 - VENTA AL POR MAYOR NO ESPECIALIZADA ▼		
Comprobantes de Pago c/aut. de impresión (F. 806 u 816):	FACTURA ▼		
Sistema de Emisión Electrónica:	FACTURA PORTAL DESDE 29/04/2019 ▼		
Emisor electrónico desde:	18/12/2018		
Comprobantes Electrónicos:	RECIBO POR HONORARIO (desde 18/12/2018),FACTURA (desde 29/04/2019),GUITA (desde 29/04/2019),BOLETA (desde 19/07/2019)		
Afiliado al PLE desde:	-		
Padrones :	NINGUNO ▼		

CRITERIOS DE BÚSQUEDA:

Número de RUC Ingrese el código que se muestra en la imagen: 

Tipo y Número de Documento de Identidad
Documento Nacional de Identidad ▼ [Refrescar código](#)

Nombre ó Razón Social

Número de RUC: 10167654652 - ROBLES VIDAL LYNDON EUSEBIO
Tipo Contribuyente: PERSONA NATURAL CON NEGOCIO
Tipo de Documento: DNI 16765465 - ROBLES VIDAL, LYNDON EUSEBIO
Nombre Comercial: BOTICA LA ECONOMICA **Afecto al Nuevo RUS:** SI
Fecha de Inscripción: 06/05/1993 **Fecha de Inicio de Actividades:** 02/11/1991
Estado del Contribuyente: ACTIVO
Condición del Contribuyente: HABIDO
Dirección del Domicilio Fiscal: -
Sistema de Emisión de Comprobante: MANUAL **Actividad de Comercio Exterior:** SIN ACTIVIDAD
Sistema de Contabilidad: MANUAL/COMPUTARIZADO
Actividad(es) Económica(s): 4772 - VENTA AL POR MENOR DE PRODUCTOS FARMACÉUTICOS Y MÉDICOS, COSMÉTICOS Y ARTÍCULOS DE TOCADOR EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS ▼
Comprobantes de Pago c/ aut. de impresión (F. 806 u 816): FACTURA ▼
Sistema de Emisión Electrónica: -
Emisor electrónico desde: -
Comprobantes Electrónicos: -
Afiliado al PLE desde: -
Padrones : NINGUNO ▼

CRITERIOS DE BÚSQUEDA:

Número de RUC Ingrese el código que se muestra en la imagen: 

Tipo y Número de Documento de Identidad
Documento Nacional de Identidad ▼ [Refrescar código](#)

Nombre ó Razón Social

Número de RUC: 20477334998 - FOTOCOLOR ZAÑARTU E.I.R.L.
Tipo Contribuyente: EMPRESA INDIVIDUAL DE RESP. LTDA
Nombre Comercial: -
Fecha de Inscripción: 06/07/2011 **Fecha de Inicio de Actividades:** 06/07/2011
Estado del Contribuyente: ACTIVO
Condición del Contribuyente: HABIDO
Dirección del Domicilio Fiscal: CAL SAN PEDRO NRO. 184 SEC. CHEPEN LA LIBERTAD - CHEPEN - CHEPEN
Sistema de Emisión de Comprobante: MANUAL **Actividad de Comercio Exterior:** SIN ACTIVIDAD
Sistema de Contabilidad: MANUAL
Actividad(es) Económica(s): 7420 - ACTIVIDADES DE FOTOGRAFÍA ▼
Comprobantes de Pago c/ aut. de impresión (F. 806 u 816): FACTURA ▼
Sistema de Emisión Electrónica: -
Emisor electrónico desde: -
Comprobantes Electrónicos: -
Afiliado al PLE desde: -
Padrones : Incorporado al Régimen de Buenos Contribuyentes (Resolución N° 0630050018917) a partir del 01/09/2018 ▼

CRITERIOS DE BÚSQUEDA:

Número de RUC Ingrese el código que se muestra en la imagen: 

Tipo y Número de Documento de Identidad
 [Refrescar código](#)

Nombre ó Razón Social

Número de RUC: 10193273535 - CHAFLOQUE QUESQUEN MARIA ROSA
Tipo Contribuyente: PERSONA NATURAL CON NEGOCIO
Tipo de Documento: DNI 19327353 - CHAFLOQUE QUESQUEN, MARIA ROSA
Nombre Comercial: COMERCIAL CHAFLOQUE **Afecto al Nuevo RUC:** SI
Fecha de Inscripción: 30/12/1993 **Fecha de Inicio de Actividades:** 22/12/1993
Estado del Contribuyente: ACTIVO
Condición del Contribuyente: HABIDO
Dirección del Domicilio Fiscal: -
Sistema de Emisión de Comprobante: MANUAL **Actividad de Comercio Exterior:** SIN ACTIVIDAD
Sistema de Contabilidad: MANUAL
Actividad(es) Económica(s): 52322 - VTA. MIN. PRODUCTOS TEXTILES, CALZADO. ▾
Comprobantes de Pago c/aut. de impresión (F. 806 u 816): BOLETA DE VENTA ▾
Sistema de Emisión Electrónica: -
Emisor electrónico desde: -
Comprobantes Electrónicos: -
Afiliado al PLE desde: -
Padrones : NINGUNO ▾

CRITERIOS DE BÚSQUEDA:

Número de RUC Ingrese el código que se muestra en la imagen: 

Tipo y Número de Documento de Identidad
 [Refrescar código](#)

Nombre ó Razón Social

Número de RUC: 10192004387 - DILAS SALDAÑA MANUEL ANTONIO
Tipo Contribuyente: PERSONA NATURAL CON NEGOCIO
Tipo de Documento: DNI 19200438 - DILAS SALDAÑA, MANUEL ANTONIO
Nombre Comercial: PANADERIA DILAS **Afecto al Nuevo RUC:** SI
Fecha de Inscripción: 31/01/2018 **Fecha de Inicio de Actividades:** 31/01/2018
Estado del Contribuyente: ACTIVO
Condición del Contribuyente: HABIDO
Dirección del Domicilio Fiscal: -
Sistema de Emisión de Comprobante: MANUAL **Actividad de Comercio Exterior:** SIN ACTIVIDAD
Sistema de Contabilidad: MANUAL
Actividad(es) Económica(s): 1071 - ELABORACION DE PRODUCTOS DE PANADERIA ▾
Comprobantes de Pago c/aut. de impresión (F. 806 u 816): BOLETA DE VENTA ▾
Sistema de Emisión Electrónica: -
Emisor electrónico desde: -
Comprobantes Electrónicos: -
Afiliado al PLE desde: -
Padrones : NINGUNO ▾

CRITERIOS DE BÚSQUEDA:

Número de RUC
Ingrese el código que se muestra en la imagen: 

Tipo y Número de Documento de Identidad
 [Refreshar código](#)

Nombre ó Razón Social

Número de RUC:	10192005014 - DE LUCIO ORTIZ LUZ BETTY		
Tipo Contribuyente:	PERSONA NATURAL CON NEGOCIO		
Tipo de Documento:	DNI 19200501 - DE LUCIO ORTIZ, LUZ BETTY		
Nombre Comercial:	-	Afecto al Nuevo RUS:	SI
Fecha de Inscripción:	21/04/2008	Fecha de Inicio de Actividades:	21/04/2008
Estado del Contribuyente:	ACTIVO		
Condición del Contribuyente:	HABIDO		
Dirección del Domicilio Fiscal:	-	Actividad de Comercio Exterior:	SIN ACTIVIDAD
Sistema de Emisión de Comprobante:	MANUAL		
Sistema de Contabilidad:	MANUAL		
Actividad(es) Económica(s):	52206 - VTA. MIN. ALIMENTOS, BEBIDAS, TABACO. ▾		
Comprobantes de Pago c/aut. de impresión (F. 806 u 816):	NINGUNO ▾		
Sistema de Emisión Electrónica:	-		
Emisor electrónico desde:	-		
Comprobantes Electrónicos:	-		
Afiliado al PLE desde:	-		
Padrones :	NINGUNO ▾		

Número de RUC:	20602141773 - FERRETERIA FERRELUMAT EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA		
Tipo Contribuyente:	EMPRESA INDIVIDUAL DE RESP. LTDA		
Nombre Comercial:	-		
Fecha de Inscripción:	19/05/2017	Fecha de Inicio de Actividades:	19/05/2017
Estado del Contribuyente:	ACTIVO		
Condición del Contribuyente:	HABIDO		
Dirección del Domicilio Fiscal:	MZA. I LOTE: 11 CPM TALAMBO (COSTADO DEL COLEGIO IMELDA CAVA VARGAS) LA LIBERTAD - CHEPEN - CHEPEN		
Sistema de Emisión de Comprobante:	MANUAL	Actividad de Comercio Exterior:	SIN ACTIVIDAD
Sistema de Contabilidad:	MANUAL		
Actividad(es) Económica(s):	4663 - VENTA AL POR MAYOR DE MATERIALES DE CONSTRUCCION, ARTICULOS DE FERRETERIA Y EQUIPO Y MATERIALES DE FONTANERIA Y CALEFACCION ▾		
Comprobantes de Pago c/aut. de impresión (F. 806 u 816):	FACTURA ▾		
Sistema de Emisión Electrónica:	-		
Emisor electrónico desde:	-		
Comprobantes Electrónicos:	-		
Afiliado al PLE desde:	-		
Padrones :	Incorporado al Régimen de Buenos Contribuyentes (Resolución Nº 0630050020658) a partir del 01/05/2019 ▾		

Número de RUC:	10192190792 - CARRILLO SANCHEZ ALIPIO		
Tipo Contribuyente:	PERSONA NATURAL CON NEGOCIO		
Tipo de Documento:	DNI 19219079 - CARRILLO SANCHEZ, ALIPIO		
Nombre Comercial:	-	Afecto al Nuevo RUS:	SI
Fecha de Inscripción:	11/06/2015	Fecha de Inicio de Actividades:	11/06/2015
Estado del Contribuyente:	ACTIVO		
Condición del Contribuyente:	HABIDO		
Dirección del Domicilio Fiscal:	-		
Sistema de Emisión de Comprobante:	MANUAL	Actividad de Comercio Exterior:	SIN ACTIVIDAD
Sistema de Contabilidad:	MANUAL		
Actividad(es) Económica(s):	52391 - OTROS TIPOS DE VENTA AL POR MENOR ▼		
Comprobantes de Pago c/aut. de impresión (F. 806 u 816):	BOLETA DE VENTA ▼		
Sistema de Emisión Electrónica:	-		
Emisor electrónico desde:	-		
Comprobantes Electrónicos:	-		
Afiliado al PLE desde:	-		
Padrones :	NINGUNO ▼		

Información Histórica	Deuda Coactiva	Omisiones Tributarias	Cantidad de Trabajadores y/o Prestadores de Servicio
Actas Probatorias	Facturas Físicas		

CRITERIOS DE BÚSQUEDA:

Número de RUC Ingrese el código que se muestra en la imagen: **BCEP** [Buscar](#)

Tipo y Número de Documento de Identidad
Documento Nacional de Identidad ▼ [Refrescar código](#)

Nombre ó Razón Social

Número de RUC:	17131809620 - BALLENA SANCHEZ ALEJANDRO		
Tipo Contribuyente:	PERSONA NATURAL CON NEGOCIO		
Tipo de Documento:	DNI 19191873		
Nombre Comercial:	BALLENA	Afecto al Nuevo RUS:	SI
Fecha de Inscripción:	06/05/1993	Fecha de Inicio de Actividades:	12/01/1989
Estado del Contribuyente:	ACTIVO		
Condición del Contribuyente:	HABIDO		
Dirección del Domicilio Fiscal:	-		
Sistema de Emisión de Comprobante:	MANUAL	Actividad de Comercio Exterior:	SIN ACTIVIDAD
Sistema de Contabilidad:	MANUAL		
Actividad(es) Económica(s):	52322 - VTA. MIN. PRODUCTOS TEXTILES, CALZADO. ▼		
Comprobantes de Pago c/aut. de impresión (F. 806 u 816):	BOLETA DE VENTA ▼		
Sistema de Emisión Electrónica:	-		
Emisor electrónico desde:	-		
Comprobantes Electrónicos:	-		
Afiliado al PLE desde:	-		
Padrones :	NINGUNO ▼		

Información Histórica	Deuda Coactiva	Omisiones Tributarias	Cantidad de Trabajadores y/o Prestadores de Servicio
Actas Probatorias	Facturas Físicas		

Anexo 6: Certificado de Validez de Contenido del Instrumento

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO

PROYECTO DE INVESTIGACION: Relación entre el Comercio Electrónico y la Transformación digital de las Mypes comerciales del Distrito de Chepén, 2019

AUTORES : Cubas Correa Lastenia Elizabeth
Sánchez Rodas Keyko Eliana

OBJETIVOS : **Objetivo General:** Determinar la relación que existe entre el comercio electrónico y la transformación digital de las Mypes comerciales del distrito de Chepén, 2019 y los **Objetivos específicos** son: - Identificar el nivel de comercio electrónico de las Mypes comerciales del distrito de Chepén, 2019, - Identificar el nivel de transformación digital de las Mypes comerciales del distrito de Chepén, 2019, - Determinar la relación que existe entre las operaciones electrónicas y la transformación digital de las Mypes comerciales del distrito de Chepén, 2019, - Determinar la relación que existe entre las interacciones virtuales y la transformación digital de las Mypes comerciales del distrito de Chepén, 2019.

VARIABLE	DIMENSIONES	ITEM	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		VALIDEZ	
			SI	No	SI	No	SI	No	SI	NO
Comercio electrónico	Operaciones electrónicas	1.Utiliza las redes sociales para promocionar la marca	✓		✓		✓		✓	
		2.Utiliza las redes sociales como medio publicitario	✓			✓	✓		✓	

		3.Utiliza las redes sociales para vender	✓		✓		✓		✓	
		4.Utiliza su propia página web para vender	✓		✓		✓		✓	
		5. Utiliza un portal de ventas para vender	✓		✓		✓		✓	
	Interacciones virtuales	6.Utiliza el correo electrónico para responder consultas	✓		✓		✓		✓	
		7.Utiliza el correo electrónico para responder reclamos		✓	✓		✓		✓	
		8.Utiliza el chat para comunicarse con el cliente	✓		✓		✓		✓	
		9.Utiliza el Facebook para servicio de post venta	✓		✓		✓		✓	
		10. Utiliza el Facebook para atender consultas y reclamos	✓	✓			✓		✓	

VARIABLE	DIMENSIONES	ITEM	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		VALIDEZ	
			Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
Transformación Digital	Disponibilidad de Tecnología Digital	11. Utiliza diferentes servicios de Internet	✓		/		/		/	
		12. Utiliza activamente las redes sociales						✓	/	
		13. Utiliza diversos aplicativos informáticos (APP)	✓		/		/		/	
		14. Utiliza activamente medios de pago digitales	/		/		/		/	
		15. Utiliza activamente su dispositivo POS	✓		/		/		/	
	Modelo de Negocio	16. Utiliza su tienda virtual para vender más						✓	/	
		17. Utiliza el comercio offline como canal de ventas complementario	✓		/		/		/	
		18. Utiliza algún influencer para incentivar las ventas	/		/		/		/	
		19. Utiliza el portal de ventas OXL	/		/		/		/	
		20. Utiliza el portal de ventas mercado libre	/		/		/		/	

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Dr./ Mg: Cedron Medina Carlos

DNI: 18070929

Especialidad y cargo del validador: Lic. Administración / Docente UCV

2 de Juli del 2019

¹Perfinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

edlb.
Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO

PROYECTO DE INVESTIGACION: Relación entre el Comercio Electrónico y la Transformación digital de las Mypes comerciales del Distrito de Chepén, 2019

AUTORES : Cubas Correa Lastenia Elizabeth
 Sánchez Rodas Keyko Eliana

OBJETIVOS : **Objetivo General:** Determinar la relación que existe entre el comercio electrónico y la transformación digital de las Mypes comerciales del distrito de Chepén, 2019 y los **Objetivos específicos** son: - Identificar el nivel de comercio electrónico de las Mypes comerciales del distrito de Chepén, 2019, - Identificar el nivel de transformación digital de las Mypes comerciales del distrito de Chepén, 2019, - Determinar la relación que existe entre las operaciones electrónicas y la transformación digital de las Mypes comerciales del distrito de Chepén, 2019, - Determinar la relación que existe entre las interacciones virtuales y la transformación digital de las Mypes comerciales del distrito de Chepén, 2019.

VARIABLE	DIMENSIONES	ITEM	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		VALIDEZ	
			SI	No	SI	No	SI	No	SI	NO
Comercio electrónico	Operaciones electrónicas	1.Utiliza las redes sociales para promocionar la marca	✓		✓		✓		✓	
		2.Utiliza las redes sociales como medio publicitario	✓		✓		✓		✓	

		3.Utiliza las redes sociales para vender	✓		✓		✓		✓
		4.Utiliza su propia página web para vender	✓		✓		✓		✓
		5. Utiliza un portal de ventas para vender	✓		✓		✓		✓
	Interacciones virtuales	6.Utiliza el correo electrónico para responder consultas	✓		✓		✓		✓
		7.Utiliza el correo electrónico para responder reclamos	✓		✓		✓		✓
		8.Utiliza el chat para comunicarse con el cliente	✓		✓		✓		✓
		9.Utiliza el Facebook para servicio de post venta	✓		✓		✓		✓
		10. Utiliza el Facebook para atender consultas y reclamos	✓		✓		✓		✓

VARIABLE	DIMENSIONES	ITEM	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		VALIDEZ	
			Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
Transformación Digital	Disponibilidad de Tecnología Digital	11. Utiliza diferentes servicios de Internet	✓		✓		✓		✓	
		12. Utiliza activamente las redes sociales		✓					✓	
		13. Utiliza diversos aplicativos informáticos (APP)	✓		✓		✓		✓	
		14. Utiliza activamente medios de pago digitales	✓		✓		✓		✓	
		15. Utiliza activamente su dispositivo POS	✓		✓		✓		✓	
	Modelo de Negocio	16. Utiliza su tienda virtual para vender más	✓		✓		✓		✓	
		17. Utiliza el comercio offline como canal de ventas complementario	✓		✓		✓		✓	
		18. Utiliza algún influencer para incentivar las ventas	✓		✓		✓		✓	
		19. Utiliza el portal de ventas OXL	✓		✓		✓		✓	
		20. Utiliza el portal de ventas mercado libre	✓		✓		✓		✓	

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Dr./ Mg: María del Rosario Gallo Gallo

DNI: 16.96.96.18

Especialidad y cargo del validador: Docente Universitaria - Dra. Psicóloga

06 de Julio del 2019

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO

PROYECTO DE INVESTIGACION: Relación entre el Comercio Electrónico y la Transformación digital de las Mypes comerciales del Distrito de Chepén, 2019

AUTORES : Cubas Correa Lastenia Elizabeth
Sánchez Rodas Keyko Eliana

OBJETIVOS : **Objetivo General:** Determinar la relación que existe entre el comercio electrónico y la transformación digital de las Mypes comerciales del distrito de Chepén, 2019 y los **Objetivos específicos** son: - Identificar el nivel de comercio electrónico de las Mypes comerciales del distrito de Chepén, 2019, - Identificar el nivel de transformación digital de las Mypes comerciales del distrito de Chepén, 2019, - Determinar la relación que existe entre las operaciones electrónicas y la transformación digital de las Mypes comerciales del distrito de Chepén, 2019, - Determinar la relación que existe entre las interacciones virtuales y la transformación digital de las Mypes comerciales del distrito de Chepén, 2019.

VARIABLE	DIMENSIONES	ITEM	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		VALIDEZ	
			SI	No	SI	No	SI	No	SI	NO
Comercio electrónico	Operaciones electrónicas	1.Utiliza las redes sociales para promocionar la marca	✓		✓		✓		✓	
		2.Utiliza las redes sociales como medio publicitario	✓		✓		✓		✓	

		3.Utiliza las redes sociales para vender	✓		✓		✓		✓	
		4.Utiliza su propia página web para vender	✓		✓		✓		✓	
		5. Utiliza un portal de ventas para vender	✓		✓		✓		✓	
	Interacciones virtuales	6.Utiliza el correo electrónico para responder consultas	✓		✓		✓		✓	
		7.Utiliza el correo electrónico para responder reclamos	✓		✓		✓		✓	
		8.Utiliza el chat para comunicarse con el cliente	✓		✓		✓		✓	
		9.Utiliza el Facebook para servicio de post venta	✓		✓		✓		✓	
		10. Utiliza el Facebook para atender consultas y reclamos	✓		✓		✓		✓	

VARIABLE	DIMENSIONES	ITEM	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		VALIDEZ	
			Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
Transformación Digital	Disponibilidad de Tecnología Digital	11. Utiliza diferentes servicios de Internet	✓		✓		✓		✓	
		12. Utiliza activamente las redes sociales	✓		✓		✓		✓	
		13. Utiliza diversos aplicativos informáticos (APP)	✓		✓		✓		✓	
		14. Utiliza activamente medios de pago digitales	✓		✓		✓		✓	
		15. Utiliza activamente su dispositivo POS	✓		✓		✓		✓	
	Modelo de Negocio	16. Utiliza su tienda virtual para vender más	✓		✓		✓		✓	
		17. Utiliza el comercio offline como canal de ventas complementario	✓		✓		✓		✓	
		18. Utiliza algún influencer para incentivar las ventas	✓		✓		✓		✓	
		19. Utiliza el portal de ventas OXL	✓		✓		✓		✓	
		20. Utiliza el portal de ventas mercado libre	✓		✓		✓		✓	

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Dr./ Mg: Mg. Pablo Aguilar Chávez

DNI: 44852440

Especialidad y cargo del validador: Docente Metodólogo

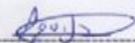
08 de Julio del 2019

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



Firma del Experto Informante.