

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, ECONÓMICAS Y FINANCIERAS  
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD Y FINANZAS

**CRISIS SANITARIA Y SU IMPACTO ECONÓMICO EN  
LAS EMPRESAS DEL SECTOR RETAIL EN LIMA  
METROPOLITANA EN EL AÑO 2020**

**PRESENTADA POR  
CANALES POZO GERALD JESUS  
CHIRINOS ANAMPA MELANY MELISSA**

**ASESOR  
ARLENE PRADO AYALA**

**TESIS  
PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE CONTADOR PÚBLICO**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN  
FINANZAS**

**LIMA – PERÚ**

**2022**



**CC BY**

**Reconocimiento**

El autor permite a otros distribuir y transformar (traducir, adaptar o compilar) a partir de esta obra, incluso con fines comerciales, siempre que sea reconocida la autoría de la creación original

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, ECONÓMICAS Y FINANCIERAS  
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD Y FINANZAS**

**CRISIS SANITARIA Y SU IMPACTO ECONÓMICO EN LAS  
EMPRESAS DEL SECTOR RETAIL EN LIMA METROPOLITANA EN  
EL AÑO 2020**

**PRESENTADO POR:  
CANALES POZO GERALD JESUS  
CHIRINOS ANAMPA MELANY MELISSA**

**TESIS  
PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE CONTADOR PÚBLICO**

**ASESOR:  
MAG. ARLENE PRADO AYALA**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN  
FINANZAS**

**LIMA - PERÚ**

**2022**

**CRISIS SANITARIA Y SU IMPACTO ECONÓMICO EN LAS  
EMPRESAS DEL SECTOR RETAIL EN LIMA METROPOLITANA EN  
EL AÑO 2020**

## **ASESOR Y MIEMBROS DEL JURADO**

### **ASESOR:**

**Mag. Arlene Prado Ayala**

### **MIEMBROS DEL JURADO:**

#### **PRESIDENTE:**

**Dr. Juan Amadeo Alva Gómez**

#### **SECRETARIO:**

**Dra. María Eugenia Vásquez Gil**

#### **MIEMBRO DE JURADO:**

**Dr. Sabino Talla Ramos**

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo es dedicado a Dios y a nuestras familias quienes nos apoyaron y motivaron a realizar este trabajo para seguir creciendo en nuestra vida profesional y personal.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradecer especialmente a nuestros profesores por su dedicación y paciencia ya que sin la ayuda de ellos este trabajo no habría sido posible.

## INDICE

PORTADA.....	i
TITULO.....	ii
DEDICATORIA .....	iv
AGRADECIMIENTO .....	v
INDICE .....	vi
RESUMEN.....	xii
ABSTRACT.....	xiii
INTRODUCCIÓN.....	xiv
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	16
1.1. Descripción de la Realidad Problemática.....	16
1.1. Delimitaciones de la Investigación .....	19
1.1.1. Delimitación Espacial.....	19
1.1.2. Delimitación Temporal .....	19
1.1.3. Delimitación Social.....	19
1.2. Formulación del Problema .....	19
1.2.1. Problema Principal.....	19
1.2.2. Problemas Secundario.....	20
1.3. Objetivo de la Investigación .....	20
1.3.1. Objetivo Principal.....	20
1.3.2. Objetivos Secundarios .....	20
1.4. Justificación de la Investigación .....	20
1.4.1. Importancia.....	20
1.4.2. Viabilidad de la Investigación.....	21
1.5. Limitaciones del Estudio .....	21
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO .....	22
2.1. Antecedentes de la Investigación.....	22

2.1.1.	A nivel nacional.....	22
2.1.2.	A nivel internacional.....	24
2.2.	Bases Teóricas .....	27
2.3.	Definiciones Conceptuales.....	48
CAPÍTULO III:	HIPÓTESIS Y VARIABLES.....	51
3.1.	Hipótesis Principal .....	51
3.2.	Hipótesis Secundarios .....	51
3.3.	Operacionalización de Variables.....	52
CAPITULO IV:	METODOLOGIA .....	54
4.1.	Diseño Metodológico .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b> 54
4.1.1.	Tipo de Investigación.....	54
4.1.2.	Estrategias o procedimientos de contrastación de hipótesis .....	54
4.2.	Población y Muestra .....	57
4.2.1.	Población.....	57
4.2.2.	Muestra.....	57
4.3.	Técnica de recolección de datos.....	60
4.3.1.	Descripción de los métodos, técnica e instrumentos.....	60
4.3.2.	Procedimiento de comprobación de la validez y confiabilidad de los instrumentos .....	60
4.4.	Técnicas para el procesamiento de la información.....	61
4.5.	Aspectos éticos.....	62
CAPITULO V:	RESULTADOS.....	63
5.1.	Presentación .....	63
5.2.	Interpretación de datos .....	63
5.3.	Contrastación de hipótesis.....	78
5.3.1.	Hipótesis General.....	78
5.3.2.	Hipótesis Secundaria (a) .....	81

5.3.3. Hipótesis Secundaria (b) .....	83
5.3.4. Hipótesis Secundaria (c) .....	86
CAPÍTULO VI: DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	89
6.1. Discusión.....	89
6.2. Conclusiones.....	92
6.3. Recomendaciones.....	93
FUENTES DE INFORMACIÓN .....	94
Anexos.....	97
ANEXO 01 Matriz de Consistencia.....	98
ANEXO 02 Encuesta.....	99
ANEXO 03 Alfa de Cronbach.....	103

## INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Tabla de distribución de la población.....	57
Tabla 2. Tabla de distribución de la muestra.....	59
Tabla 3. Rango de nivel de confiabilidad.....	61
Tabla 4. Control de salud ocupacional de las empresas retail.....	64
Tabla 5. Plan de vigilancia, prevención y control del COVID-19.....	65
Tabla 6. Medidas para la recesión económica.....	66
Tabla 7. Estabilidad laboral.....	67
Tabla 8. Estrategias de marketing.....	68
Tabla 9. Plataformas virtuales de las empresas retail.....	68
Tabla 10. Ingresos de las empresas retail en los primeros meses de la coyuntura.....	70
Tabla 11. Prevención del COVID-19.....	71
Tabla 12. Margen de ganancias en el término del año 2020 en las empresas retail.....	72
Tabla 13. Desempleo coyuntural.....	73
Tabla 14. Limitaciones laborales de salubridad.....	74
Tabla 15. Numero de despacho por ventas online.....	75
Tabla 16. Costo de transporte de los outsourcing logísticos.....	76
Tabla 17. Impacto económico de las empresas retail por la pandemia.....	77
Tabla 18. La crisis sanitaria incide significativamente en el impacto económico.....	79
Tabla 19. El cumplimiento de las disposiciones gubernamentales de bioseguridad reduce la rentabilidad.....	82
Tabla 20. Es posible que el acogimiento a la suspensión perfecta de labores incrementa la tasa de desempleo.....	84
Tabla 21. La implementación de los E-COMMERCE aumenta el outsourcing logístico.....	87

## INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Índice de ventas del sector retail en Perú.....	18
Figura 2. Evolución del comercio electrónico en Perú.....	37
Figura 3. Crecimiento del E-COMMERCE en el Perú.....	37
Figura 4. Crecimiento de ventas online por sector en Perú.....	38
Figura 5. Desafíos económicos – Productivos.....	41
Figura 6. PIB en América latina.....	43
Figura 7. Ventas minoristas por segmento.....	44
Figura 8. Tipos de negocios donde se realizan delivery.....	47
Figura 9. Pruebas de bondad Chi cuadrado de Pearson.....	56
Figura 10. Control de salud ocupacional de las empresas retail.....	64
Figura 11. Plan de vigilancia, prevención y control del COVID-19.....	65
Figura 12. Medidas para la recesión económica .....	66
Figura 13. Estabilidad laboral .....	67
Figura 14. Estrategias de marketing .....	68
Figura 15. Plataformas virtuales en las empresas retail.....	69
Figura 16. Ingresos de las empresas retail en los primeros meses de la coyuntura.....	70
Figura 17. Prevención del COVID 19.....	71
Figura 18. Margen de ganancias en el término del año 2020 .....	72
Figura 19. Desempleo coyuntural .....	73
Figura 20. Limitaciones laborales de salubridad .....	74
Figura 21. Numero de despacho por ventas online .....	75
Figura 22. Costo de transporte de los outsourcing logísticos .....	76

Figura 23. Impacto económico de las empresas retail por la pandemia .....77

## RESUMEN

El objetivo principal de la investigación: "Crisis Sanitaria y su Impacto Económico en las Empresas del sector retail en Lima Metropolitana en el año 2020" es determinar cómo la crisis sanitaria impactó económicamente en las empresas del sector retail en Lima Metropolitana en el año 2020.

El estudio se clasifica como una investigación aplicada, en base a los alcances de estas son prácticos, aplicativos y se fundamentan en normas de recojo de la información. La población estuvo conformada por 6 empresas del sector, donde se extrajo una muestra aleatoria de 56 encuestados todos del área administrativa de las empresas del sector retail.

Los resultados obtenidos del trabajo mostraron que la crisis sanitaria tiene gran incidencia en el impacto económico de las empresas de sector retail, esto se visualiza al analizar los resultados, donde más del 85% de los encuestados están de acuerdo, mucho de ellos indican que esta crisis sanitaria tuvo consecuencias significativas en las ventas de estas empresas.

Para revertir esta situación se realizaron recomendaciones en base a la problemática planteada y lo recopilado en las encuestas realizadas.

## **ABSTRACT**

The main objective of the research: "Health crisis and its economic impact on companies in the retail sector in metropolitan Lima in 2020" is to determine how the health crisis economically impacted companies in the retail sector in metropolitan Lima in 2020.

The study is classified as applicative research, on the basis that the scope of these are practical, applicative and are based on information collection standards. The population was made up of 6 companies in the sector, where a random sample of 55 respondents was drawn, all from the administrative area of companies in the retail sector.

The results obtained from the work showed that the health crisis has a great impact on the economic impact of companies in the retail sector, this is visualized when analyzing the results, where more than 85% of the respondents agree, many of them indicate that this the health crisis had significant consequences on the sales of these companies.

To reverse this situation, recommendations were made based on the problem raised and what was compiled in the surveys carried out.

## INTRODUCCIÓN

El desarrollo de la investigación se llevó a cabo sobre “**LA CRISIS SANITARIA Y SU IMPACTO ECONÓMICO EN LAS EMPRESAS DEL SECTOR RETAIL EN LIMA METROPOLITANA EN EL AÑO 2020**”, la misma que en su estructura trató desde el Planteamiento del Problema, Marco Teórico, Metodología, así como Conclusiones y Recomendaciones, respaldada por una amplia bibliografía de diferentes especialistas.

En lo referente al **Capítulo I: Planteamiento del Problema**, abarcó desde la descripción de la realidad problemática, donde se hace un comentario sobre la crisis sanitaria y su impacto económico en las empresas del sector retail; para luego continuar con el desarrollo de la formulación del problema: general y específicos, objetivos, justificación de la investigación donde se señala las razones por las cuales se realiza; en cuanto a la importancia, se indica los aportes que dará esta tesis en cuanto al sector empresarial, educativo, terminando con las limitaciones del estudio y la viabilidad.

En el **Capítulo II: Marco Teórico del Estudio**, se consideró entre los diferentes aspectos a tratar, los antecedentes de la investigación, el desarrollo de las bases teóricas sobre la crisis sanitaria y los impactos económicos en las empresas del sector retail, sustentadas con el apoyo bibliográfico de diferentes especialistas, quienes con sus aportes teóricos conceptuales atribuyeron a la realización del trabajo.

En el **Capítulo III: Hipótesis y Variables**, se trató desde la hipótesis general y secundaria de nuestra investigación, así como la operacionalización de las variables dependientes e independiente.

En el **Capítulo IV: Metodología**, se trató desde el diseño metodológico de la investigación, para luego ver la población y muestra a trabajar en las empresas del sector retail en Lima, ver las técnicas para continuar con la recolección de datos y terminar con los aspectos éticos

En el **Capítulo V: Resultados**, se muestra los resultados de las encuestas y el análisis de la

fiabilidad, ambos determinados en SPSS

El **Capítulo VI**: Discusión, Conclusiones y Recomendaciones, contiene la discusión, así como las conclusiones y recomendaciones que establecieron aportes a nuestro tema de investigación.

## **CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

### **1.1. Descripción de la Realidad Problemática**

Desde finales del año 2019 se hablaba de una enfermedad que afectaba el país asiático con mayor población a nivel mundial, una de sus ciudades Wuhan se convirtió en el epicentro de una neumonía que hasta ese entonces se desconocía su procedencia, lo que llevó a una cuarentena obligatoria en todo el país para evitar su contagio, lo cual no fue suficiente ya que para mediados de enero del 2020 se presentó el primer caso en norte América y para el 24 de enero se presentó el primer caso para Europa, es por eso que el 11 de marzo la OMS después de tener más de 100,000 casos, se declara pandemia global ya que se encontraban en varios países.

El 6 de marzo del 2020 el ex presidente del Perú; Martin Vizcarra; confirmó el primer caso de coronavirus, al ver que los casos iban aumentando, el 16 de marzo se ordenó un confinamiento estricto obligatorio en todo el país, consistía que solo se podría salir para necesidades básicas como salud y alimentación, esto hizo que muchas empresas cerraran temporalmente y otras definitivamente tal es el caso de Elektra (electrodomésticos) y Paris (retail consumo masivo), mucha de ellas vivían de las ventas diarias, a finales de Abril se habilitaron los delivery, muchas empresas que no contaban con este servicio implementando los E-COMMERCE también conocido como comercio electrónico o compras online, mucha de ellas no estaban preparadas para lo que se venía tal es el caso de las empresas retail departamentales, muchas de ellas no contaban con portales online mientras que otras crearon páginas web para hacer pedidos online, pero estas muchas veces se caía, ya sea las páginas web como el sistema de internet ya que había mucha saturación en ellas o en algunos casos recibían el pago del producto mas no generaban una orden de compra, mucho de sus envíos programados en marzo quedaron paralizados. Lo que generó que las ventas se empezaron a realizar a través de sus plataformas virtuales, esta forma de ventas fue tan

masivo que no podían abastecer el reparto a domicilio, ellos no contaban con un costo de reparto programado para tanta demanda, entregando productos defectuosos o incompletos, no atendían cambio de producto, no reembolsaban el dinero pagado y habían cancelación sin previo aviso lo cual generó incertidumbre en sus ventas y mala reputación de su servicio de delivery para muchos de sus consumidores creando molestias, lo cual por tantos reclamos INDECOPI se pronunció y estableció que se deben respetar las fechas de envío o la devolución inmediata del dinero sino podrían multar a las empresas desde 200 hasta 400 UIT (S/ 4,300.00, valor UIT 2020), dándoles un ultimátum hasta el 30 de julio, generando más costos de reparto para cumplir con su compromiso de servicio, tercerizando sus servicios de delivery en todo el país.

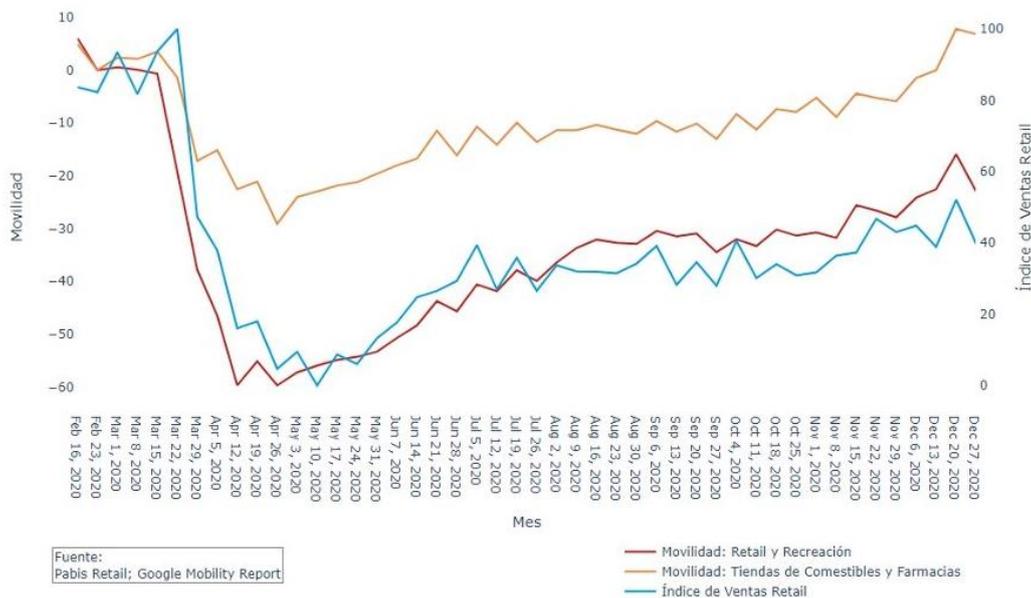
La gran mayoría de estas empresas prescindieron de sus trabajadores presenciales, ya sea por contagio, fallecimiento o por que la empresa no podía financiar los pagos de remuneraciones a su personal. El 13 de abril del 2020 el jefe de Estado aprobó el Decreto de Urgencia donde permite y regula la suspensión perfecta de labores para el sector privado; lo que significaba suspender temporalmente los contratos del personal donde no existe la obligación del empleador de pagar las remuneraciones y del trabajador de prestar servicios, todo esto sin perder vínculo laboral, por el plazo máximo de 90 días calendario. Debido a que no existe obligación de remunerar también se quedan suspendidas sus aportaciones ya sea la ONP 13%, AFP 10% (porcentaje fijo) y ESSALUD 9% en este último solo se suspende el aporte mas no la atención, con el fin de mitigar los efectos económicos causados por las medidas restrictivas y de aislamiento social, por lo que optan ingresarlos a este decreto ya que para ellos es casi imposible realizar trabajo remoto. Lo que generó una gran cantidad de desempleo e incertidumbre porque no se sabía hasta cuando estarían en tal posición.

Aproximadamente a mediados de Junio del 2020 estas empresas abrieron sus puertas pero ya no con la normalidad de antes, tuvieron que seguir adaptándose a la realidad y seguir con las disposiciones gubernamentales de bioseguridad y sus ventas en línea para que puedan mantener su rentabilidad en el mercado, más no de su utilidad, a inicios del 2020 tuvieron una

pérdida del 30% de sus ventas totales, mucha de las ventas programadas para fechas especiales como día del padre, madre, fiestas patrias y navidad no llegaron a generar la proyección con la que ellos contaban.

Estas empresas son un principal punto de contagio debido a la aglomeración de público que acude todos los días por lo que el 66% de las empresas de este sector tuvieron que cerrar el 30% de sus tiendas totales, y prescindir del 40% de su capital humano, estas empresas deben seguir considerando que recursos tecnológicos existen para que puedan tener aumento de productividad e identificar donde se rompe la relación del cliente en línea y poder identificar si son capaces de seguir con una buena experiencia hacia el consumidor brindando seguridad y confianza.

FIGURA 1: INDICE DE VENTAS DEL SECTOR RETAIL EN PERÚ



En la figura número 1 se puede observar como la línea roja, que es la movilidad del sector retail, a partir del 15 de marzo comenzó a caer en abril llega a estar en su punto mas bajo y es a partir del 26 de abril sus movimientos comerciales comenzaron a ir subiendo lentamente aun manteniéndose por debajo de su margen de productividad y en la línea celeste indica sus

ventas del retail llegando a su punto mas bajo en mayo del 2020 también comenzando a subir lentamente, llegando a diciembre aun con perdidas y es posible que para finales del 2021 continúe en el proceso de aumento y poder llegar a obtener utilidades como en los años pasados.

Las empresas retail en el año 2020 pasaron por varios problemas, desde el cierre de sus tiendas físicas, despido masivo de sus trabajadores, reclamos por ventas online, logística de transporte deficiente, disminución de ventas, este sector es uno de los mas afectados ya que no era considerada como productos de primera necesidad como el caso de los supermercados y la mayor parte de sus ventas se daban de manera física, mucho de los peruanos no estaban acostumbrados a realizar compras de manera virtual ya sea por desconocimiento o desconfianza.

## **1.1. Delimitaciones de la Investigación**

### **1.1.1. Delimitación Espacial**

Geográficamente el estudio tomó en consideración las empresas ubicadas en el interior de Lima Metropolitana.

### **1.1.2. Delimitación Temporal**

El estudio inició en enero 2020 y culminó en diciembre 2020.

### **1.1.3. Delimitación Social**

La investigación se desarrolló con la aplicación de evaluaciones a personal administrativo tales como gerente de sucursales, contadores y supervisores de las empresas retail.

## **1.2. Formulación del Problema**

### **1.2.1. Problema Principal**

¿De qué manera la Crisis Sanitaria incide en el Impacto Económico en las empresas del sector retail Lima Metropolitana?

### **1.2.2. Problemas Secundarios**

- a) ¿De qué manera el cumplimiento de las disposiciones gubernamentales de bioseguridad afecta en la rentabilidad de las empresas retail en Lima Metropolitana?
- b) ¿De qué manera la suspensión perfecta de labores como consecuencia de la crisis sanitaria influye en la tasa de desempleo en las empresas del sector retail en Lima Metropolitana?
- c) ¿De qué manera la implementación del E-COMMERCE aumenta el outsourcing logístico de las empresas retail en Lima Metropolitana?

### **1.3. Objetivo de la Investigación**

#### **1.3.1. Objetivo Principal**

Determinar cómo la Crisis Sanitaria incide en el Impacto Económico en las empresas del sector Retail en Lima Metropolitana.

#### **1.3.2. Objetivos Secundarios**

- a) Analizar de qué manera el cumplimiento de las disposiciones gubernamentales de bioseguridad afecta en la rentabilidad de las empresas retail en Lima Metropolitana.
- b) Determinar si la aplicación de suspensión perfecta de labores como consecuencia de la crisis sanitaria influye en la tasa de desempleo en las empresas retail en Lima Metropolitana.
- c) Indicar de qué manera la implementación del E-COMMERCE aumenta el outsourcing logístico en las empresas del sector retail en Lima Metropolitana.

### **1.4. Justificación de la Investigación**

#### **1.4.1. Importancia**

Esta investigación es importante y necesaria para los gerentes, accionistas, trabajadores del sector retail debido a que los aportes pueden contribuir en mejorar la rentabilidad económica y crear métodos innovadores ante una futura crisis y estar preparados.

Asimismo, es un gran aporte para la Universidad San Martín de Porres, dado que tiene

como parte de sus fines la investigación científica, en beneficio del estudiante y el país.

#### **1.4.2. Viabilidad de la Investigación**

Para realizar la presente investigación contamos con la asesoría de profesionales especialistas en la elaboración y desarrollo de trabajos de investigación.

#### **1.5. Limitaciones del Estudio**

La investigación tuvo un alcance a nivel de Lima Metropolitana, se estudió el impacto que causa la crisis sanitaria en las empresas retail más reconocida del país.

Por la complejidad de la investigación debida a las restricciones sanitarias con las que contamos y el poco tiempo que tienen algunos de los representantes se tardó un poco más de tiempo en realizar dichas encuestas, a pesar de ello se pudo llevar a cabo la investigación.

## **CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO**

Al realizar una exhaustiva exploración en materiales de investigación tales como revistas, libros, artículos y tesis que tienen similitud o una estrecha relación con nuestro título de investigación, “Crisis Sanitaria y su Impacto Económico en las Empresas del sector retail en Lima Metropolitana en el año 2020”, se pueden mencionar a continuación algunos trabajos encontrados, que han servido de marco referencial para la elaboración de las bases teóricas y prácticas del presente trabajo, en virtud que presentan ciertos criterios que se consideran de utilidad para alcanzar los objetivos planteados.

### **2.1. Antecedentes de la Investigación**

#### **2.1.1. A nivel nacional**

**Bocangel**, (2020), en su tesis titulada “Influencia socioeconómica de la crisis sanitaria sobre la inversión China en el Perú en 2020”, Universidad San Ignacio de Loyola, nos dice que:

El Coronavirus es una enfermedad que ha afectado gravemente el tejido socio-productivo del mundo, y con ello, se han visto afectados los procesos de desarrollo de los países. Al respecto con el Perú, esta situación de inseguridad sanitaria ha llevado al gobierno del presidente Vizcarra a tomar medidas de restricción de libertad. Muchas de estas medidas han afectado en todos los panoramas económicos. De acuerdo con Pro-Inversión (2020), el Banco Central de Reserva (BCR) pronostica una disminución fuerte de los flujos de Inversión Extranjera Directa (IED) que se recibirán, siendo ésta del 82.5%. Por esa razón, se debe analizar la influencia que ejerce la pandemia del COVID-19 en las inversiones China. Pekín es uno de los principales socios comerciales del Perú, el país se ve expuesto considerablemente a los cambios de estado del consumo asiático. Si bien se prevé una fuerte caída de las inversiones, se necesita analizar dicha caída y sus implicancias.

El autor nos hace seguir observando como esta gran crisis sanitaria no solo ha afectado a las empresas retail sino también los procesos de desarrollo de los países donde los flujos de Inversión Extranjera Directa han caído considerablemente. Siendo Pekín el primer socio

comercial peruano donde se ve afectado por los grandes cambios que se vienen y la necesidad de toma de decisiones para el levantamiento económico del país.

**Huayna, - Paucar, (2020)**, en su tesis titulada "Impactos del COVID-19 en la rentabilidad de las empresas del sector azucarero supervisadas por la SMV en el periodo 2020", Pontífice Universidad Católica del Perú nos dice lo siguiente:

El objetivo principal fue analizar si el COVID-19 tuvo un impacto en la rentabilidad de las empresas azucareras, determinando su impacto en las ventas, rentabilidad sobre la inversión y su rentabilidad neta, donde el autor concluyo que el COVID-19 tuvo un impacto positivo en la rentabilidad de las empresas azucareras, ya que en este tiempo aumentaron sus ventas puesto que no hubo impacto significativo en seguir con sus labores, ya que ellos son sector de alimentación y consumo masivo.

El autor observa que las empresas azucareras han ido en crecimiento en esta época de pandemia ya que ahora estas empresas no solo se dedican a realizar ventas masivas de azúcar, nos indican que han tenido que reinventarse y ahora también producen alcohol a base de caña de azúcar, que ha resultado un negocio rentable en estas épocas, gracias a esto su público objetivo ha crecido, a diferencia de las empresas retail que en un principio se vieron afectadas económicamente las azucareras no tuvieron estos percances por ser considerados productos de primera necesidad, al contrario esta crisis sanitaria hizo que su empresa generé más ingresos, con esto se puede ver que esta pandemia no afecto de la misma manera a todas las empresas, algunas fueron beneficiadas y otras perjudicadas drásticamente.

**Billy, - Romero, - Lozada, - Vásquez, (2020)**, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, desarrollaron la tesis "Efecto de la pandemia 2020 en el sector cervecero en el Perú" donde nos indican lo siguiente:

El sector cervecero en el Perú esta abarcado en un 90% por Backus que actualmente cuenta con 5 plantas con un poco más de 180,000 puntos de ventas en el país, donde

nos indica que debido a la pandemia global la empresa tuvo un impacto negativo haciendo que esta reduzca el reparto de dividendos en comparación de años pasados.

Los autores expresan como ésta empresa pudo manejar bien sus finanzas en épocas de pandemia ya que al ver que sus ventas iban disminuyendo, la empresa optó por disminuir la repartición de sus dividendos, disminución de su margen neto de ganancia a comparación del 2019; y disminución de gastos de distribución; esto hizo que la empresa no necesite financiamiento bancario para financiar sus operaciones con proveedores y empresas afiliadas, estos planteamientos nos ayudan a ver que Backus al igual que las empresas retail vieron una disminución de ingresos al principio de la crisis sanitaria, viendo una solución muy factible al disminuir el reparto de los dividendos, mientras que en el caso de las empresas retail fue mejorar su sistema de E-COMMERCE.

Podemos concluir que la crisis sanitaria afectó gravemente al país no solo en lo económico, sino también en el desarrollo, llevando a que algunas empresas opten por estrategias para poder resurgir e ir recuperando su economía, tal es el caso de Backus que tuvo una buena idea económica al disminuir la repartición de dividendos y no optar por algún financiamiento bancario que a largo plazo hubiera generado más gastos por intereses, otras empresas optaron por introducir productos para la prevención del COVID-19 como mascarillas, desinfectantes aprovechando que era un negocio en apogeo, es así como las azucareras generaron más ingresos, no ha todas las empresas les afecto de la misma manera la pandemia. Vemos 2 puntos diferentes, donde a las azucareras la crisis la beneficio económicamente, mientras que a Backus y las empresas retail en un principio se vieron afectadas recuperándose poco a poco.

### **2.1.2. A nivel internacional**

**Weller, - Gómez, - Caballero – Ravest, (2020), Chile, nos comenta que:**

La crisis sanitaria es uno más de las causas que influyó en los mercados laborales durante los primeros meses del año, debido a que cada uno de los países venía cursando por una coyuntura económica y laboral propia, pero sin duda esta crisis fue

el factor dominante en la evolución reciente de estos mercados. Esto quiere decir que, se viene un fuerte impacto por la pandemia en el empleo, sobre todo una caída de las tasas de ocupación, pero también de las tasas de actividad, lo que indica que una parte importante de las personas que perdieron sus trabajos salieron a la fuerza. Por esa razón, el incremento de las tasas de desocupación no fue tan violento como podría ser si la cantidad de personas inactivas no hubiese aumentado tanto como aquí se indica.

Los autores hacen referencia a que la crisis sanitaria fue el detonante en los mercados laborales, ya que estos venían con sus propios problemas económicos y laborales donde el empleo fue afectado gravemente, por ende, las empresas tuvieron que optar por medidas extraordinarias como despedir a sus empleados, en algunos casos trabajar telemáticamente o adaptarse a la suspensión perfecta de labores.

**Ozili, - Arun, (2020),** Inglaterra, expresan que:

Los legisladores de muchos países apoyaron una política de distanciamiento social ampliada, condenando las consecuencias del distanciamiento social en la economía. La recesión que siguió, que muchos países experimentados, fue un reflejo de la difícil elección que los responsables políticos tuvieron que tomar en elegir si salvar la economía antes de salvar a la población o salvar a la población antes que salvar la economía; muchos países eligieron este último. Hubo críticas de que las políticas fueron demasiado rápidas, prematura o insuficiente, y que las políticas se contradecían entre sí en algunas áreas, por ejemplo, la política monetaria acomodaticia alentó a los agentes económicos a realizar actividades económicas mientras que la política de encierros y distanciamiento social impidió las actividades económicas de tener lugar.

En esta parte podemos observar la difícil decisión que tuvieron que tomar, los gobernantes de los países, para poder afrontar la crisis sanitaria, en primera instancia optando por salvar a sus ciudadanos y dejar la economía del país en inmovilización. En un tiempo determinado

se levantó la cuarentena absoluta para poder salvar su economía, la cual fue criticada porque había limitaciones ya sea en reglas que ponía el Estado y algunos negocios no contaban con liquidez suficiente para acomodarse a las normas establecidas o porque se contradecían o los mismos ciudadanos no acataban las normas gubernamentales de bioseguridad.

**Cordero**, (2019), en su tesis titulada, “El comercio electrónico E-COMMERCE, análisis actual desde la perspectiva del consumidor en la ciudad de Guayaquil, provincia del Guayas y estrategias efectivas para su desarrollo”, Universidad de Santiago de Guayaquil, Ecuador, comenta que:

El E-COMMERCE favorecerá la introducción de nuevas empresas a los mercados, reduciendo los costos de transacción y producción y así logrará que sean más competitivas, contribuyendo al crecimiento económico de un país. Actualmente el comercio electrónico se encuentra en constante evolución, tanto la cantidad de usuarios como el número de sitios comerciales y los avances tecnológicos han contribuido en su acelerado desarrollo a nivel mundial.

La autora expresa como los E-COMMERCE han llegado para quedarse, generando gran beneficio para las empresas y el país debido a su constante evolución y fácil acceso, permitiendo a miles de usuarios adquirir sus productos desde casa funcionando las 24 horas del día. Es uno de los negocios con mayor rentabilidad ya que no verá una crisis sanitaria.

Podemos concluir que, en este impacto que tuvo la crisis sanitaria (COVID-19) a nivel mundial fue similar para todos los países, haciendo que los gobernantes obten por salvar la vida de sus ciudadanos, llevando a una cuarentena absoluta y paralizando toda actividad económica, afectando a los trabajadores de las distintas empresas, teniendo que despedir a su capital humano, adaptarse al teletrabajo o a la suspensión perfecta. La reactivación económica que hubo fue duramente criticada, debido a que había inconsistencias en lo que se establecía o simplemente por el hecho de que no contaban con liquidez para adaptarse a las normas de bioseguridad para evitar la propagación del virus. Una estrategia fue la implementación de los E-COMMERCE, si bien es cierto ya venía incursionando en el mercado, pero gracias a la

pandemia fue utilizada en su máxima capacidad, generando beneficios económicos para las empresas y de fácil acceso para los consumidores. También ayudando al desarrollo del país.

## **2.2. Bases Teóricas**

### **CRISIS SANITARIA**

Si bien es cierto en el año 2020 no se esperaba que hubiera una crisis sanitaria de tal manera que afecto a todo el mundo, haciendo que muchas de las principales economías se paralizaran, esto llevo a que se tomen medidas para poder reactivarnos y así evitar que también se caiga en una crisis económica abismal.

Según, **Posada de la Paz**, (2002) nos dice que:

Crisis sanitaria se debe generalmente a la ausencia de preparación, lo inusual del problema, la duda y presión social que derivan acciones equivocadas, para diagnosticar una crisis se establecieron ciertas bases tales como: números de enfermos, letalidad, tipo de exposición de la enfermedad.

Como nos indica el autor la crisis sanitaria es una situación inusual el cual se desconoce su origen afectando a un gran número de personas generando incertidumbres medicas

Según **La Dirección General de Infraestructura, Equipamiento y Mantenimiento del Ministerio de Salud** (2020) nos dice acerca de la crisis sanitaria en Perú:

El 78% de las casi 9,000 instituciones de salud del primer nivel presentaban una infraestructura y maquinaria obsoleta, en febrero del 2019 el 51% de los 243 nosocomios de provincias del segundo y tercer nivel de atención tenían un equipamiento que no permitía atender a las personas en óptimas condiciones.

Como menciona el autor esa era la realidad del Perú antes de la crisis sanitaria, el sistema de salud era muy precario, limitado contando con solo el 38% de las ambulancias en funcionamiento, muchas de las familias no contaban con algún seguro de salud sea particular o estatal, esto hizo que se atiendan desde casa con medicinas alternativas.

Según **la OMS (organización mundial de la salud)**, (2005) una emergencia sanitaria internacional se define como: “Es la aparición de una enfermedad que perjudica a más de un país solicitándose una táctica coordinada internacionalmente para confrontarla. Además de contar con efectos graves en la salud pública y ser insólito.”

La decisión si habrá o no una emergencia sanitaria internacional es tomada por el Director de la OMS, ha sido muy poca la frecuencia con que la OMS declaró una emergencia sanitaria internacional ya que conlleva a un riesgo económico, teniendo un impacto en el sector comercial y turístico.

Los autores se complementan en sus definiciones en este caso en concreto para nuestro país teníamos problemas tales como la falta de médicos que trabajaban en el sector estatal de salud, muchos eran considerados personas vulnerables al ser mayores de 50 años, el Estado los designó para trabajo remoto, la precaria situación de salud pública que teníamos, pocos hospitales, desabastecimiento de productos médicos tales como el oxígeno que subió su demanda a un 300%, en conclusión todo esto hizo que el sistema de salud en el Perú colapse a tal punto que muchos establecimientos ya no permitían recibir pacientes pese a estar en estados críticos.

### **Disposiciones gubernamentales de bioseguridad**

El 6 de marzo del 2020 el Perú confirmaría su primer caso de coronavirus con un piloto llegado de Europa, desde entonces se tiene más de 2 millones de caso positivos y más de 200,000 fallecidos para los primeros días de agosto del 2021.

Según **la OMS** (2005) nos dice: “Es la agrupación de reglas y medidas para preservar la salud del personal, frente a la exposición biológico, química y física que están expuestos el personal que ejerce las funciones, los pacientes y el medio ambiente”.

Por lo que un principio el Gobierno realizó distintas campañas de prevención contra el COVID-19 tales como lavado constante de mano, uso de mascarillas, uso de alcohol, mantener distancia entre las personas con estas medidas el Gobierno trataba de concientizar a la

población siendo un fracaso posteriormente al ver que las personas no respetaban las medidas de bioseguridad.

En el Perú para mitigar la propagación del virus, el 15 de marzo del 2020 el expresidente Martin Vizcarra junto a su gabinete ministerial, publica la primera medida gubernamental de bioseguridad, el Decreto Supremo 044-2020-PCM este decreto entro en vigor el 16 de marzo del 2020 lo cual indicaba:

#### Artículo 1.- Declaración de Estado de Emergencia Nacional

Declárese el Estado de Emergencia Nacional por el plazo de quince (15) días calendario, y dispóngase el aislamiento social obligatorio (cuarentena), por las graves circunstancias que afectan la vida de la Nación a consecuencia del brote del COVID-19.

#### Artículo 2.- Acceso a servicios públicos y bienes y servicios esenciales

Durante el Estado de Emergencia nacional, se garantiza el abastecimiento de alimentos, medicinas, así como la continuidad de los servicios de agua, saneamiento, energía eléctrica, gas, combustible, telecomunicaciones, limpieza y recojo de residuos sólidos, servicios funerarios y otros establecidos en el presente Decreto Supremo. Asimismo, se garantiza la adecuada prestación y acceso a los servicios y bienes esenciales regulados en el artículo 4 del presente Decreto Supremo. Las entidades públicas y privadas determinan los servicios complementarios y conexos para la adecuada prestación y acceso a los servicios y bienes esenciales establecidos en el artículo 4. Las entidades competentes velan por el idóneo cumplimiento de la presente disposición. La Policía Nacional del Perú y las Fuerzas Armadas adoptan las medidas para garantizar la prestación y acceso a los bienes y servicios conforme al presente artículo.

Artículo 7.- Restricciones en el ámbito de la actividad comercial, actividades culturales, establecimientos y actividades recreativas, hoteles y restaurantes

7.1. Dispóngase la suspensión del acceso al público a los locales y establecimientos, a excepción de los establecimientos comerciales minoristas de alimentación, bebidas, productos y bienes de primera necesidad, establecimientos farmacéuticos, médicos, ópticas y productos ortopédicos, productos higiénicos, grifos y establecimientos de venta de combustible. Se suspende cualquier otra actividad o establecimiento que, a juicio de la autoridad competente, pueda suponer un riesgo de contagio. La permanencia en los establecimientos comerciales cuya apertura esté permitida debe ser la estrictamente necesaria para que los consumidores puedan realizar la adquisición de alimentos y productos de primera necesidad, quedando suspendida la posibilidad de consumo de productos en los propios establecimientos. En todo caso, se deben evitar aglomeraciones y se controla que consumidores y empleados mantengan la distancia de seguridad de al menos un metro a fin de evitar posibles contagios. Se suspende el acceso al público a los museos, archivos, bibliotecas, monumentos, así como a los locales y establecimientos en los que se desarrollen espectáculos públicos, actividades culturales, deportivas y de ocio. Se suspenden las actividades de restaurantes y otros centros de consumo de alimentos. Asimismo, se suspenden los desfiles, fiestas patronales, actividades civiles y religiosas, así como cualquier otro tipo de reunión que ponga en riesgo la salud pública.

Con este decreto el Gobierno declaró el país en Estado de Emergencia que indica que el Estado puede asumir plenos poderes para proteger a la población, eso quería decir, que desde esa fecha los policías y militares iban a salir a las calles con el fin de mantener el orden y hacer cumplir la medida de restricción de libre tránsito, salvo para medidas necesarias como compra de alimentos, medicinas, compra de combustible y operaciones bancarias. Por otro lado, también se dispuso la restricción a lugares públicos, eso quiere decir que todo establecimiento comercial iba a permanecer cerrado y las que permanecerían abiertas tales

como farmacias y supermercados reduciendo el aforo, también se dispuso el cierre de fronteras y viajes interprovinciales. En un principio este decreto solo estaba vigente desde el 16 de marzo hasta el 30 de marzo, pero el Gobierno poco a poco iba extendiendo el tiempo de la cuarentena, esto quiere decir que las tiendas por departamento no podían abrir sus sucursales para el público masivo y tampoco hacer reparto para delivery por no ser considerados productos esenciales, esto hizo que las ventas de las empresas retail caigan abruptamente, consecuentemente muchos de sus trabajadores fueron despedidos o puestos sujetos a la suspensión perfecta de labores.

Como parte de la Fase 2 de la reactivación económica el expresidente Martin Vizcarra publicó el Decreto Supremo N° 110-2020-PCM, esto significaba la apertura limitada de los centros comerciales lo cual indica lo siguiente:

Artículo 2.- Inicio de actividades de Centros Comerciales, Conglomerados y Tiendas por departamento

Autorizase la reapertura de Centros Comerciales, Conglomerados y Tiendas por departamento a partir del 22 de junio de 2020, a nivel nacional, para atención directa al público, con excepción de los departamentos de Ica, La Libertad, Arequipa, Huánuco, San Martín y las provincias de Santa, Casma y Huaraz del departamento de Ancash.

La Reanudación de las actividades económicas a través de Centros Comerciales, Conglomerados y Tiendas por departamento, se efectúa una vez que hayan registrado su “Plan para la vigilancia, prevención y control de COVID-19 en el trabajo” en el Sistema Integrado para COVID-19 (SICOVID-19) del Ministerio de Salud, teniendo en consideración los “Lineamientos para la vigilancia de la Salud de los trabajadores con riesgo de exposición a COVID-19”, aprobados por Resolución Ministerial N° 239-2020-MINSA y sus posteriores adecuaciones, y la normativa vigente. Dicho registro estará habilitado a partir de la entrada en vigencia del presente decreto supremo.

Para los efectos de lo dispuesto en el numeral 2.1 se tiene en consideración lo siguiente:

El aforo máximo permitido es de cincuenta por ciento (50%).

Los establecimientos de Patios de Comidas ubicados en Centros Comerciales y/o similares sólo podrán brindar el servicio de entrega a domicilio con logística propia o de terceros y recojo en tienda.

No se encuentra permitido el ingreso de menores de edad a Centros Comerciales.

No se encuentran comprendidos en la reanudación señalada en el numeral 2.1 precedente los Cines y las Zonas Recreativas.

#### Artículo 5.- Supervisión y Fiscalización

Corresponde a las Autoridades Sanitarias, los Gobiernos Locales y la Superintendencia Nacional de Fiscalización Laboral–SUNAFIL, en el ámbito de sus competencias, realizar las acciones de supervisión y fiscalización respectivas, respecto del cumplimiento de las disposiciones contenidas en la presente norma.

Esto quiere decir que los centros comerciales a partir del 22 de junio podrán abrir sus puertas siempre y cuando registren su plan para vigilancia, prevención y control de la enfermedad, en el sistema integrado para el COVID-19 del Ministerio de Salud y este tendría que ser aprobado, lo cual solo se permitía el 50% de su aforo, lo que facilitará las medidas de bioseguridad tales como la toma de temperatura, contar con gel antibacterial o alcohol y el uso de la mascarilla obligatoria, esto fue muy beneficioso para las empresas retail, ya que esto significaba obtener ingresos no solo de las ventas online sino también de las ventas presenciales que es su fuente de ingreso más fuerte.

Para finales del 2020 en Perú ya se había alcanzado más de 2 millones de casos y cerca de 190 mil muertes por coronavirus con tendencia al alza por los rebrotes, por más esfuerzo que se hizo implementando las medidas de bioseguridad, no se logró el objetivo planeado por el

Gobierno en temas de salubridad, por otro lado al reactivar la economía paulatinamente hizo que poco a poco se salga de la recesión económica que teníamos acumulando en los primeros meses de la pandemia, muchas empresas como las retail se beneficiaron, recuperando sus ingresos por ventas presenciales y generando empleos directa e indirectamente, tal es el caso de sus colaboradores que se encontraban en suspensión perfecta de labores o de las empresas que prestaban servicio de seguridad, atención al cliente, limpieza.

### **Suspensión perfecta de labores**

La ley de suspensión perfecta ya estaba establecida en el Decreto Legislativo N° 728 y es el 13 de abril del 2020 donde se aprueba su uso de esta a nivel nacional, por primera vez, donde anuncian el decreto de urgencia N° 038-2020 el cual entro en vigor el 15 de abril, que establece medidas complementarias para mitigar los efectos económicos causados a los trabajadores y empleadores ante el COVID-19 y otras medidas el presidente de la república considerando:

Artículo 3. Medidas aplicables a las relaciones laborales en el marco del Estado de Emergencia Nacional y Emergencia Sanitaria

3.1 Los empleadores que no puedan implementar la modalidad de trabajo remoto o aplicar la licencia con goce de haber, por la naturaleza de sus actividades o por el nivel de afectación económica que tienen a la fecha de entrada en vigencia del presente Decreto de Urgencia, pueden adoptar las medidas que resulten necesarias a fin de mantener la vigencia del vínculo laboral y la percepción de remuneraciones, privilegiando el acuerdo con los trabajadores.

3.2 Excepcionalmente, los empleadores referidos en el numeral precedente pueden optar por la suspensión perfecta de labores exponiendo los motivos que la sustentan, para lo cual presenta por vía remota una comunicación a la Autoridad Administrativa de Trabajo con carácter de declaración jurada según formato que como Anexo forma

parte del presente Decreto de Urgencia, el cual se publica en el portal institucional del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo ([www.gob.pe/mtpe](http://www.gob.pe/mtpe)), en la misma fecha de la publicación de la presente norma en el Diario Oficial El Peruano. Dicha comunicación está sujeta a verificación posterior a cargo de la Autoridad Inspector de Trabajo, en un plazo no mayor a treinta (30) días hábiles de presentada la comunicación, de los aspectos mencionados en el numeral 3.4.

3.3 La Autoridad Administrativa de Trabajo expide resolución dentro de los siete (7) días hábiles siguientes de efectuada la verificación posterior a que se refiere el numeral precedente. De no expedirse dicha resolución, se aplica el silencio administrativo positivo.

3.4 De comprobarse la falta de correspondencia entre la declaración jurada presentada por el empleador y la verificación realizada por la Autoridad Inspector de Trabajo, o la afectación a la libertad sindical, la autoridad competente deja sin efecto la suspensión de labores, debiendo el empleador abonar las remuneraciones por el tiempo de suspensión transcurrido y, cuando corresponda, la reanudación inmediata de las labores. El periodo dejado de laborar es considerado como de trabajo efectivo para todo efecto legal.

3.5 Las medidas adoptadas al amparo del presente artículo rigen hasta treinta (30) días calendario luego de terminada la vigencia de la Emergencia Sanitaria. Mediante decreto supremo refrendado por el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo y el Ministerio de Economía y Finanzas se puede prorrogar este plazo.

Este Decreto surgió para poder mitigar los efectos económicos que estaba causando esta gran crisis sanitaria, debido a que algunos rubros; como el retail: no podían trabajar desde casa a través de una computadora o porque ya no había ingresos y no podían pagar a su personal, es por eso que el ex presidente Vizcarra aprobó este decreto que consiste en suspender las actividades laborales sin perder su vínculo laboral del trabajador con el

empleador en un plazo no mayor de 90 días, en el caso de exceder tiempo indicado, el empleador presenta una solicitud vía virtual al AAT (Autoridad Administrativa de Trabajo) sustentando los motivos por el cual extiende la suspensión perfecta para su trabajador. Así mismo al no recibir remuneración, los trabajadores, sus aportes de ESSALUD se suspenden, pero igual pueden seguir atendiéndose en caso de alguna emergencia o por prevención de su propia salud. El trabajador puede solicitar a su empleador su pago del CTS adelantando correspondiente a mayo del 2020 y su gratificación de Julio del 2020 calculado a su fecha de desembolso para que este pueda cubrir sus necesidades básicas y poder afrontar esta gran crisis mundial.

### **Implementación del E-COMMERCE**

En Perú muy pocas empresas contaban con portales online en donde ofrecían sus productos, la cultura de nuestro país era más de ventas presenciales.

Según **Ramos**, (2020) nos dice: “El comercio electrónico es la comercialización de servicios y productos usando internet. Hay varios tipos de E-COMMERCE, algunos de ellos son las tiendas online, E-COMMERCE de afiliación, Marketplace. “

Estos negocios son muy atractivos en esta época gracias a la ayuda de la tecnología, uno de los principales beneficios es el funcionamiento las 24 horas del día, sin necesidad de salir de tu casa, permitiendo el envío rápido del producto.

Latinoamérica fue muy golpeado por la pandemia, es un continente que no es considerado una potencia mundial, pero con una economía que está emergiendo, con mercados más competitivos muy atrayente para las inversiones extranjeras según el portal **Proyecto F5** nos dice que:

De cada 4 personas 1 de ellos utiliza el internet para comprar bienes y servicio, esto se debe a la seguridad que poco a poco las aplicaciones digitales han ido dando, ya no es algo tan recurrente que una empresa te estafe si pagas online ya que ahora existe más regulaciones, eso no quiere decir que se dejaran de presentar reclamos.

Una de las primeras empresas en implementarlas fueron las empresas retail, sin esta herramienta; las empresas en épocas de pandemia; no podrían haber vendido sus productos, muchas veces sus productos en las plataformas se encontraban con ofertas, esto es fundamental para los compradores peruanos ya que casi el 80% de las personas encuestadas por la Cámara de Comercio de Lima (CCL) indicó la consideración de los descuentos que se ofrecen por los portales, precios inferiores a tiendas físicas.

El coronavirus marcó un antes y después de las ventas digitales tanto así que aceleró su crecimiento de 5 años en solo 3 meses, muchos rubros que poco o nada tenían estas plataformas empezaron a incursionar como las bodegas, restaurantes, panaderías, ante esto **Gonzales**, (2021) nos indica: “El mercado en el Perú de comercio online promovió la participación de 40% en el consumo con las tarjetas, cuando en otros años el promedio era de 12.5%.”

Con esto el autor nos indica que esta nueva forma de ventas alcanzó picos de crecimiento de 160% y 180%, al igual que el número de empresas que empezaron a vender online, si bien en el 2019 se tenía 160 empresas afiliándose por mes, en mayo del 2020 se tuvo 818, las empresas fueron innovando, acoplándose a los nuevos métodos de ventas gracias a la tecnología que existe.

Según **Trocel**, (2020): “Los reportes de Scotiabank indican que las tiendas por departamento redujeron sus ventas en 71% durante el 2T20. El cierre de locales a mediados de marzo, y su posterior reactivación a fines de junio, incidió en el resultado de los últimos meses”.

Como sabemos se implementaron los E-COMMERCE o la venta online en este sector, también se agregaron nuevas categorías de productos como, artículos de bioseguridad, entre otros; pues tuvieron que reinventarse para poder generar más ingresos. Los artículos que fueron más promocionadas son las categorías de tecnología, electrodomésticos y muebles ya que muchas de las personas trabajaban desde casa y muchas de ellas no contaban con todos los implementos para obtener la comodidad en sus hogares.

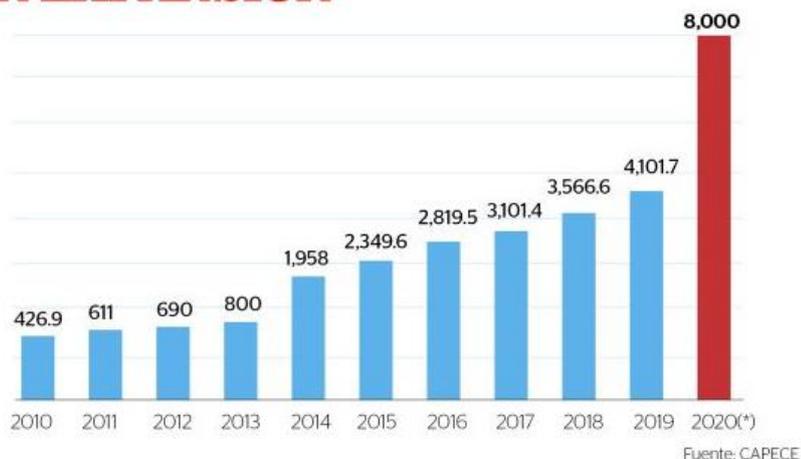
FIGURA 2: EVOLUCION DEL COMERCIO ELECTRONICO EN PERÚ

## NEGOCIO EN EXPANSIÓN

Evolución del comercio electrónico en el Perú (US\$ Millones)



(\*) Proyectado



En la figura número 2 se puede observar cómo en el transcurrir de los años desde el 2010 ha ido aumentando el uso de los E-COMMERCE su evolución se ha ido dando a pasos pequeños, pero en el año 2020 debido a la pandemia este creció exponencialmente casi el doble del año 2019.

FIGURA 3: CRECIMIENTO DEL E-COMMERCE EN PERÚ

	Pre Cuarentena (Enero 2020)	Durante (Julio 2020)	Total Cierre 2020
Penetración del Ecommerce en el consumo a través de tarjeta	12.5%	45%	35%
Crecimiento del ecommerce (YTY)	43%	160%	50%
Compradores Online	6 millones	8.9 millones	11.8 millones
Ticket promedio	S/171	S/231	S/141
Penetración del ecommerce sobre el total del comercio	1.5%	3.5%	5%
Nº de negocios que venden online	65,800	131,600	263,200
Penetración Ecommerce sobre el retail	2.8%	6%	8%

Fuente: CAPECE, Niubiz, Payu, Alignet

Tal y como se ve en la figura 3, hay un crecimiento exponencial en las ventas online llegando a su pico más alto en julio del 2020, las compras online ascendieron a 11.8 millones para el cierre del 2020 es casi el doble de lo que hubo en los comienzos de año, al igual que los

números de negocios afiliados subieron en más del 300%, mientras que en el sector retail ascendió en un 8%, debido; más que todo; a las campañas que organizan para compras por internet, sin embargo hubo muchos reclamos de incumplimiento tanto así que INDECOPI reporto 70 mil casos de reclamos más que todo por la informalidad que migro al comercio digital vendiendo en redes sociales donde no hay un libro de reclamaciones.

El sector retail creció hasta un promedio del 255% durante la crisis sanitaria, pero no todas estaban equipadas para el desafío ante esto **Almalo**, (2020) nos indica: “El 2020 fue un ejercicio en el cual se practicó como se podía digitalizar las ventas, cuantos procesos tendrían que adaptar, muchas de estas empresas tuvieron que adaptarse y hacer frente a esta realidad.”

FIGURA 4: CRECIMIENTO DE VENTAS ONLINE POR SECTOR EN PERÚ



Fuente: Gerencia de Business Intelligence de Niubiz

Como se puede apreciar en la figura numero 4 el sector retail ha sido uno de los sectores que más ha crecido lo cual abarca las tiendas por departamento electrodomésticos y consumo online de moda que ha llegado a compensar las pérdidas en ventas del sector turismo (-75%), estas ventas en el 2019 representaban el 50% de ventas por estos medios.

Muchas de las empresas del sector retail al ver que no se daban abasto para las ventas online, con portales desactualizados que generaban problemas de conexión tales como la caída de su portal, ventas sin generar orden de compra, productos que figuraban agotados, encontraron una manera más accesible de vender sus productos por la web, se empezó a tercerizar la venta online donde plataformas ofrecían vender sus productos cobrando una comisión a la empresa ejemplos de estas tenemos:

Juntoz.com tu mall online, que fue creada por el ex cofundador de Linio posicionándose en el mercado como el primer mall online, contando con más de las 900 marcas y 100 mil productos del sector retail ofreciendo varios descuentos a los consumidores de manera segura y rápida, su comisión por ventas va desde el 7% hasta el 20%.

Diners club mall creada para impulsar las ventas online cuenta con más de 350 tiendas afiliadas y un promedio de 12,000 productos, su comisión por venta va desde 4% hasta el 14%.

Real Plaza: Este centro comercial fue el primer mall físico que abrió su plataforma online como un nuevo modelo de negocio paralelo, al ver que los centros comerciales no era posible contar con el 100% de su aforo, cuenta con más de 3000 tiendas online, éstas pagan una comisión por venta desde el 8% hasta el 18%.

A diferencia de una compra física estas tiendas online te ofrecen descuentos con tarjetas afiliadas, así como días especiales tales como cyber wow, cyber day, black friday, que son ofertas únicamente online, esto con el fin de captar más compradores y mayores ingresos por estas plataformas.

Si bien para el 2021 se sigue la tendencia de crecimiento del E-COMMERCE; pero no como fue a inicio de la pandemia, ya se sabe que más del 40% de las empresas en Perú tienen implementado sus plataformas online con más facilidades de pagos digitales complementando sus tiendas físicas, para ese año ya se vienen implementando nuevas medidas por parte de SUNAT para regular la informalidad y por el lado de INDECOPI se están

implementando nuevas normativas con el fin de salvaguardar al consumidor, todas estas lecciones han hecho que las empresas retail cada día vayan innovando marcando tendencia en nuevos productos que van vendiendo por las plataformas, evitando los problemas que hubo en el 2020, incluso gracias a esto se van creando nuevos puestos de trabajo, con esto nos damos cuenta que las ventas online en un futuro podrían superar las ventas que se realizan de manera presencial.

### **Impacto Económico**

Según **Price Waterhouse Coopers**, (PWC 2012), “Estudios de impacto económico cómo valorar la repercusión y el retorno de iniciativas e inversiones públicas” nos dice que:

Los análisis de los impactos económicos ayudan a calcular los alcances y los beneficios de la financiación en infraestructuras, organización de eventos, así como de cualquier otra actividad sensible de generar un impacto socioeconómico, incluyendo cambios legislativos y regulatorios. En una situación de crisis y recursos económicos escasos, resulta de mayor importancia para las Administraciones Públicas teniendo en cuenta los ingresos de sus inversiones y centrarse en aquellos proyectos o actividades que generan gran beneficio para la sociedad.

El autor nos comenta cómo sirve el estudio del impacto económico hacia el país donde sus ingresos, después de una crisis, se tienen que invertir en proyectos o actividades que den beneficio a la sociedad.

Según **CEPAL**, (2020), “América Latina y el Caribe ante la pandemia del COVID-19 efectos económicos y sociales” dice:

América Latina y el Caribe enfrenta la pandemia desde una situación más débil a comparación con la del resto del mundo. Antes de la pandemia, la CEPAL estimaba que la región crecería un máximo del 1,3% en 2020. En consecuencia, los efectos de la crisis han llevado a dar un giro completo la previsión y pronosticar una caída del PIB de al menos un 1,8%. Pese a ello, no se rechaza que el avance de la pandemia

lleve a la prevención de reducciones de entre un 3% y un 4%, o incluso más. El impacto económico final estará sometido a de las disposiciones que se tomen a nivel nacional, regional y mundial.

El autor nos comenta cómo los países latinoamericanos y los caribeños han sido los más afectados por esta crisis sanitaria ya que estos países atravesaban diferentes problemas, el COVID-19 afectó en la disminución de la actividad económica con sus principales socios comerciales, la interrupción de las importaciones, la caída de turismo. Siendo esto los ingresos para elevar la economía de los países.

FIGURA 5: DESAFÍOS ECONÓMICOS - PRODUCTIVOS



Fuente (CEPAL)

En la figura número 5 podemos observar los desafíos económicos por los cuales los países pasaron para poder reactivar su economía.

Los supermercados fue el sector de la retail que no sintió tanto el golpe de la pandemia ya que, al no cerrar sus puertas, debido a que vendían productos para las necesidades básicas para la población como alimentos, productos para limpieza y desinfección. Sin embargo, las retail departamentales y del mejoramiento del hogar si tuvieron gran impacto porque tuvieron

que cerrar sus puertas mientras mejoraban sus plataformas virtuales para poder seguir sus ventas en línea.

### **Rentabilidad de la Economía**

Según **Astudillo**, (2012), nos dice que el estudio de la economía:

Permite entender fenómenos como el desempleo que padecen millones de habitantes del país y que afectan tanto a personas con una alta capacitación laboral como doctores, abogados, ingenieros y a fines, y también a la mano de obra no calificada como vendedores ambulantes. El entendimiento de esta disciplina ayuda a interpretar la forma en cómo afectan a la población las medidas de política económica que cotidianamente toman las autoridades.

La autora nos expresa, que el estudio de la economía en el país ayuda a tener conocimiento del cómo las autoridades toman decisiones de política económica para poder entender fenómenos como desempleo, el alza o baja de los impuestos, el turismo y todo aquello que tenga que ver con actividad económica, como afecta a la población.

La economía en el Perú después de la hiperinflación que hubo en el primer Gobierno del expresidente Alan García, en la década de los 80, fue creciendo y al paso se iban pagando las deudas internacionales que se tenía, para el año 2019 se podría decir que la economía en el país era estable, pero nadie se imaginaba que una gran crisis sanitaria vendría y esto pondría en una gran inestabilidad a todo el país. Donde después de 7 meses de cuarentena absoluta la economía comenzó a reactivarse otorgando diversos estímulos crediticios y fiscales.

Según **Vega**, (2020), "Crónica de la economía peruana en tiempos de pandemia", Pontificia Universidad Católica del Perú, nos comenta:

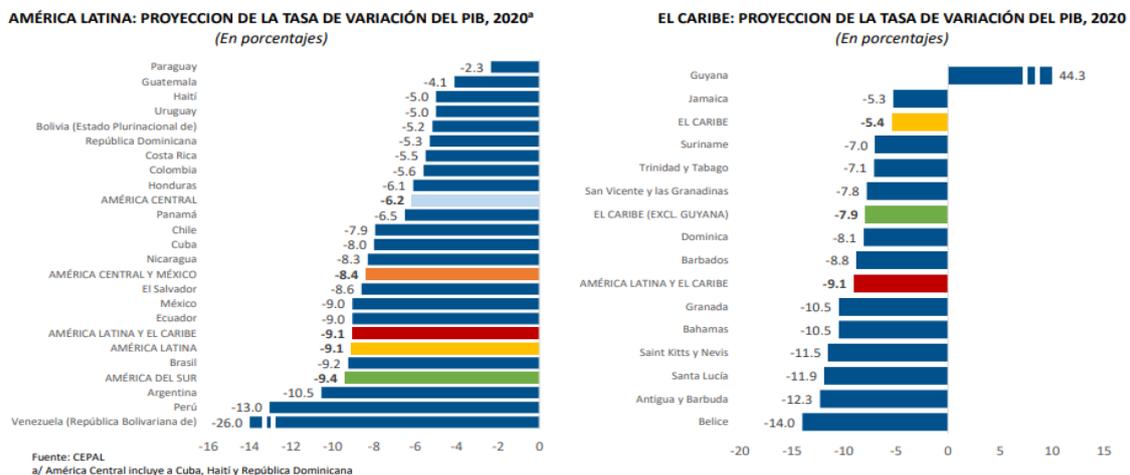
Podemos observar la doble crisis; sanitaria y económica; causada por esta imprevista pandemia en el país, la cual ha generado altas tasas de infección y mortandad entre la

población nacional, lo cual ha ocasionado una gran cantidad de falta de producción y empleo, jamás antes vistas en la historia económica y sanitaria nacional. (...) la caída del Producto Bruto Interno (PBI) de Perú durante el presente año (2020), será mayor a la de los demás países de América Latina; mientras que el nivel de desempleo podría llegar hasta el 28.3% de la fuerza laboral del país. Estos resultados tan lamentables son consecuencia de la debilidad del sistema de salud pública nacional existente antes de la pandemia, y, por otro lado, de las estrictas medidas de confinamiento de personas y el cierre obligatorio de la gran cantidad de actividades económicas.

El autor nos comenta cómo la paralización de la economía ha afectado al país siendo la caída del PBI en el Perú, la más baja de Latinoamérica; a excepción de Venezuela. La economía cayó en un 11% el cual fue el mayor retroceso en 30 años, debido al confinamiento y paralización de mercados y empresas. La reactivación económica ha sido progresiva, tomando diversas normas para así poder evitar la propagación, esto no significa que la crisis este bajo control, ya que aún hay variantes cada día una de ellas siendo más peligrosa o mortal que la anterior. Esperando a que el gobierno haya invertido en el sector salud para poder aminorar los casos en esta posible tercera ola que se avecina.

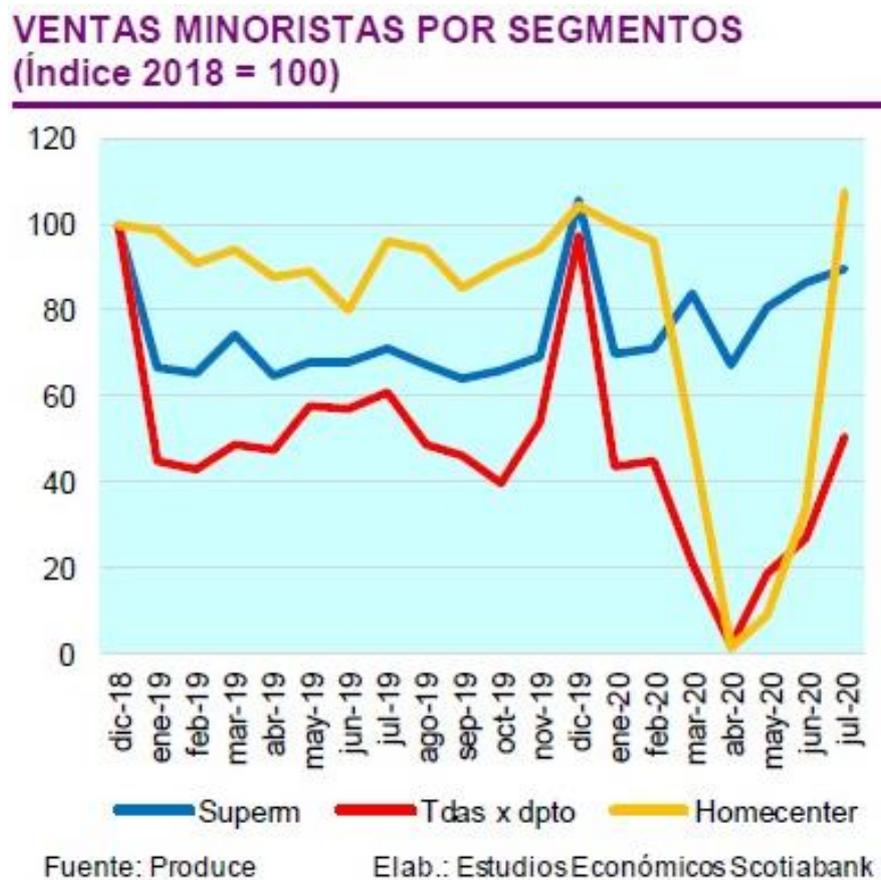
FIGURA 6: PIB EN AMERICA LATINA

**El PIB de América Latina y el Caribe caerá en 9,1% en 2020, la peor crisis de toda su historia**



En la figura número 6 podemos observar el porcentaje de la caída del PBI en los países latinoamericanos y caribeños, como ya se mencionó la caída del PBI en el Perú es superior a la de los demás países latinoamericanos a excepción del Venezuela debido a que este país ya viene atravesando años de crisis políticas en la cual su situación ha ido empeorando con el transcurrir de los años.

FIGURA 7: VENTAS MINORISTAS POR SEGMENTO



En la figura número 7 podemos observar cómo el primer trimestre del 2020, especialmente en el mes de abril las ventas cayeron en los tres segmentos, la caída de ventas de los supermercados no fue tan drástica como en las tiendas departamentales y Homecenter. Para mayo sus ventas fueron incrementándose, siendo los Homecenter los que llegaron a su punto de venta más alto, luego los supermercados, siendo las tiendas de departamento las que

seguía con su número de ventas bajas, estos pronósticos seguirán hasta el año 2022, tomará tiempo volver a obtener la rentabilidad que estas empresas obtenían en el año 2019.

Las empresas retail sufrieron una gran pérdida de ventas y gran acumulación de stock que fueron sacando del mercado luego de la reactivación económica, con esto nos damos cuenta de que las empresas retail buscaron la manera de reinventarse, acoplarse a las nuevas normativas de bioseguridad y tener que innovar, pues estaba en riesgo su existencia, muchas de estas empresas quebraron como es el caso de Elektra, que en el año 2020 se fue del país.

### **Outsourcing Logístico**

También conocido como tercerización, externalización o subcontratación de servicios donde la empresa busca mejorar resultados y minimizar costos en el área de almacenamiento y despacho. Para que pueda enfocarse en el mejoramiento de sus productos para poder aumentar sus ventas.

**Benites**, (2004), en su investigación titulada “gestión de outsourcing logístico para almacén de productos farmacéuticos” Universidad Nacional Mayor de San Marcos, nos dice uno de los aspectos a considerar en el contrato debe ser:

Todo outsourcing debe mejorar sus estándares de calidad y eficiencia en especial con el uso de nuevas tecnologías. Es por eso que en el contrato los outsourcing ni deben considerar los procesos y tecnologías como paralizados más bien deben considerar mejoras a lo largo del tiempo con el uso de nuevas tecnologías o en sus nuevas formas de realizar su trabajo (p. 24).

El autor nos recomienda que un punto fundamental al momento de tener un contrato por outsourcing deba ser que sus recursos tecnológicos y el manejo de actividades, para realizar su trabajo, debe de estar en constante evolución para que esta pueda ser más eficaz y a su vez asegurarle un mayor beneficio para la empresa que lo contrata.

Como sabemos esta pandemia paralizó varias actividades económicas y el outsourcing logístico no fue la excepción ya que tuvo que afrontar varios retos para poder seguir sus

actividades ya que también transporta productos de primera necesidad provenientes de diferentes pates del país y del mundo.

**Cargo Transport**, (2020) comenta que uno de los desafíos de la logística en la crisis sanitaria:

Afrontan un inmediato desabastecimiento de suministros para los vehículos; como neumáticos, baterías, lubricantes, seguros y a fines, debido a que no son productos de primera necesidad. Asimismo, la restricción de almacenes, como el número de personal reducido para estibación de carga o trámites documentarios, hacen peligrar el flujo habitual de la cadena logística.

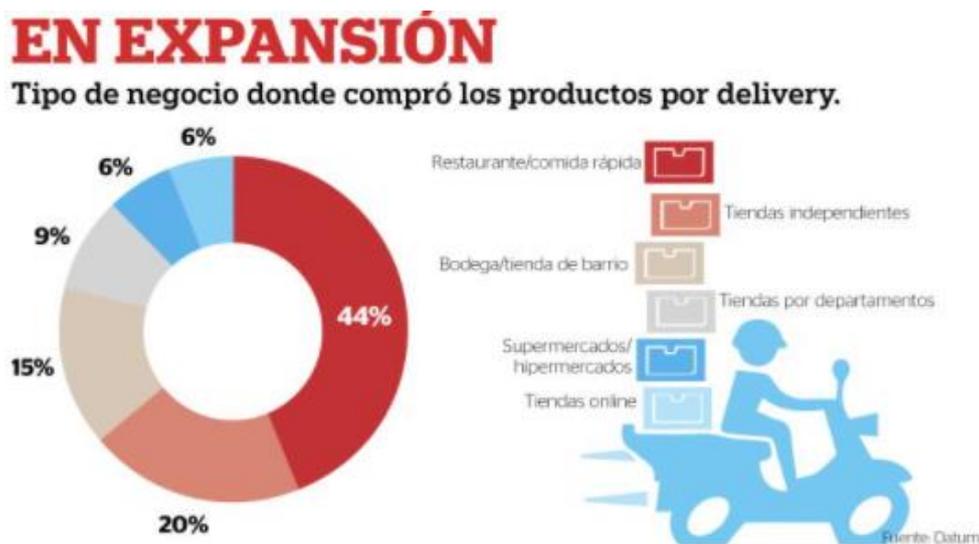
La entidad nos comparte una de sus dificultades en plena crisis sanitaria, como el desabastecimiento de suministro para sus vehículos, lo cual hace referencia a que sin alguno de ellos el transporte no puede llegar a su destino ya sea para recoger o dejar los suministros y perjudicaría a la empresa ya sea a la que contrata sus servicios como a la entidad misma. Asimismo, hace referencia a la reducción del personal, que se tuvo que hacer para poder evitar la propagación y contagio, pero esto también los perjudico porque no se daban abasto y no podían cumplir con sus deberes en el plazo establecido.

Asimismo, las bodegas, restaurantes, supermercados, tiendas online, para seguir con la venta de sus productos y evitar el contacto físico y contagio del COVID-19 hicieron uso del servicio de delivery. Donde el gerente de proyectos de Touch Task, **Cueva** (en una entrevista para el diario El Peruano) expresa lo siguiente:

Este servicio creció en un 250% durante la pandemia en el Perú y en un 200% con respecto al año pasado (2020). Y seguirá creciendo. Luego de que el presidente de la república anunciara la nueva cuarentena, en poco más de tres horas los pedidos efectuados a los supermercados y negocios afines mediante los canales digitales crecieron en aproximadamente 130%. Esto nos demuestra la importancia que tiene el delivery en estos momentos.

El gerente nos da a conocer que la gran cantidad del este aumento del uso de delivery se debió a la incertidumbre que se pasó al no poder encontrar productos de primera necesidad para afrontar el primer confinamiento, debido al temor de poder contraer el virus, es por eso que gran parte de la población optó por usar servicios de delivery tales como Rappy, Pedidos Ya y a fines. Es más, el delivery seguirá creciendo y adaptándose a la normalidad del día a día, es por eso que es importante tener un área en estas empresas retail especializadas en reparto domiciliario tal vez antes de la pandemia no se le daba la importancia debida, es por eso que con la aglomeración de pedidos y la poca logística con la que contaban, tuvieron quejas y reclamos ante Indecopi.

FIGURA 8: TIPOS DE NEGOCIOS DONDE SE REALIZA DELIVERY



**FUENTE: El Peruano**

En la figura número 8 podemos observar el porcentaje de los sectores en los que se ha incrementado el servicio de delivery, notándose que es, en los restaurantes la mayor cantidad de incrementación de este servicio, seguida por las tiendas independientes, las empresas retail se encuentran en el cuarto lugar con el 9% del mercado en delivery.

Las empresas retail han sabido aprender de los errores que en un principio cometieron, la desconfianza que generaban a sus clientes por sus pedidos de manera virtual, mucha de las

empresas retail han optado por tercerizar su servicio delivery, ocasionándoles más gastos en sus ventas, pero a la vez dando un mejor servicio, expandiendo sus puntos de entrega, lugares donde antes no llegaban, otras como el caso de Falabella se asoció con Chazki, una empresa peruana de delivery, mucha de estas empresas ahora ofrecen servicio de entrega en menos de 24 horas o recojo en tiendas aliadas como Tambo.

Si bien es cierto la economía de estas empresas han bajado a comparación de otros años, si bien no se llegaron a los pronósticos de ventas para fechas especiales, se espera que en el año 2023 vuelva a la normalidad, no solo la crisis sanitaria afectó al Perú, también la crisis política, el alza del dólar, el alza de los costos de los fletes, casi todos los productos que ofrecen estas empresas son importados, ocasionando un alza en el precio de sus ventas, mucho de los peruanos se han quedado desempleados, la tasa de desempleo para el año 2020 llegó a 9.3% su máximo histórico, esto quiere decir que más de un millón de peruanos no tienen trabajo, todo esto afectó las ventas generales de estas empresas que se espera que para el año 2022 mejore paulatinamente, pero no todo es malo, esta pandemia hizo que innovaran en distintas formas de vender sus productos y mejorar la calidad de servicio que brindan, la atención al cliente de manera presencial, virtual y por call center ha mejorado a comparación de inicios del 2020, esto hace que se genere una confianza con el cliente.

### **2.3. Definiciones Conceptuales**

#### **Tasa de desempleo**

Mide la cantidad de personas que perdieron o dejaron sus trabajos ya sea por motivos personales, del empleador o por alguna crisis.

#### **Rentabilidad**

Mide el beneficio que obtiene una empresa o persona al hacer una inversión que le genere ingresos, generalmente se mide en porcentajes.

**Costo de reparto**

Son aquellos costos que se llevan a cabo para distribuir los bienes o servicios que la empresa vende.

**Tasas de ocupación**

También conocida como tasa de empleo mide el cociente entre un número de personas comprendidas en un rango de edad determinado.

**E-COMMERCE**

Es un sistema de ventas de productos y servicios realizados por internet que se divide en ventas al consumidor final, ventas a otras empresas, consumidores que venden a otros consumidores, gobierno al consumidor.

**Decretos Supremos**

Es una norma con rango de ley escrita por el presidente de la república que reglamenta la actividad multisectorial funcional a nivel nacional.

**Flujo de inversión extranjera directa (IED)**

Es un vínculo a largo plazo que tiene un inversor directo; persona natural o jurídica, es residente de una economía con una entidad o empresa de otra economía.

**Política monetaria acomodaticia**

Es la regulación que hace el Banco Central de Reserva (BCR) para mitigar los efectos no deseados de los cambios políticos y que perjudica a la economía del país.

**Coyuntura económica**

Es la situación que atraviesa la economía ya sea de un país o un sector económico, en un momento determinado, con las expectativas que se puedan tener.

**Costos de transacción**

Son los costos relacionados a los cambios que sufre la materia prima antes de ser lanzados al mercado el producto o servicio. Es decir, un intercambio económico.

**Normas de bioseguridad**

Son un conjunto de normas y protocolos que se utiliza para realizar investigaciones científicas, donde su objetivo principal es evitar la expansión hacia agentes potencialmente vulnerables.

**Recesión económica**

Es una etapa de la economía donde disminuye significativamente, este decrecimiento se mide cuando la tasa del PBI es negativamente durante 2 trimestres consecutivos.

**Decreto de urgencia**

Son medidas extraordinarias que se toman para poder garantizar el cuidado de la población ante una emergencia sanitaria.

**Autoridad administrativa de trabajo (AAT)**

Son a quienes corresponde evaluar las políticas de relaciones, empleo, inspección, higiene y seguridad ocupacional de los trabajadores y supervisar su cumplimiento.

**Política económica**

Son decisiones que cada autoridad de sus países toma para controlar la economía del país para garantizar su estabilidad y crecimiento económico.

## **CAPÍTULO III: HIPÓTESIS Y VARIABLES**

### **3.1. Hipótesis Principal**

La Crisis Sanitaria incide en el Impacto Económico en las empresas del sector Retail en Lima Metropolitana.

### **3.2. Hipótesis Secundarias**

- a. El cumplimiento de las disposiciones de bioseguridad reduce la rentabilidad en las empresas del sector retail en Lima Metropolitana.
- b. El acogimiento a la suspensión perfecta de labores incrementa la tasa de desempleo en las empresas del sector retail en Lima Metropolitana.
- c. La implementación de los E-COMMERCE aumenta el outsourcing logístico en las empresas del sector retail en Lima Metropolitana.

### 3.3. Operacionalización de Variables

Variable Independiente

X: Crisis Sanitaria

Definición Conceptual	Según la <b>OMS</b> : La aparición de una enfermedad que perjudica a más de un país solicitándose una táctica coordinada internacionalmente para confrontarla. Además de contar con efectos graves en la salud pública y ser insólito.	
Definición Operacional	INDICADORES	INDICE
	X1: Disposiciones gubernamentales de bioseguridad	X1.1. Salud ocupacional
		X1.2. Plan para la vigilancia, prevención y control de covid-19
	X2: Suspensión Perfecta de Labores	X2.1. Recesión económica
		X2.2. Estabilidad laboral
	X3: Implementación del E-COMMERCE	X3.1. Estrategia de marketing
X3.2. Plataforma virtual		
Escala Valorativa	Nominal	

Variable Dependiente

Y: Impacto Económico

Definición Conceptual	Según <b>Price Waterhouse Coopers</b> , 2012 mide la repercusión y los beneficios en actividades que generan un impacto socioeconómico, incluyendo cambios legislativos y regulatorios.	
Definición Operacional	INDICADORES	INDICE
	X1: Rentabilidad	X1.1. Implementación para la prevención del COVID 19
		X1.2. Margen de ganancias
	X2: Tasa de desempleo	X2.1. Desempleo coyuntural
		X2.2. Limitaciones laborales
	X3: Outsourcing logístico	X3.1. Numero de despacho
X3.2. Costo de transporte		
Escala Valorativa	Nominal	

## CAPITULO IV: METODOLOGIA

### 4.1. Diseño metodológico

Es una investigación no experimental, cuyo diseño metodológico es transaccional correlacional.

$Ox \text{ r } Oy$
--------------------

Dónde:

O = Observación.

x = Crisis sanitaria

y = Impacto económico

r = Relación de variables.

#### 4.1.1 Tipo de investigación

Por el proceso en el que se lleva la investigación, esta se clasifica como una “investigación aplicada” dado que el alcance de este trabajo es directamente práctico, buscar ser aplicado y se basa en la normatividad de los organismos reguladores, la legislación vigente y el uso de técnicas de recopilación de información.

#### 4.1.2. Estrategias o procedimientos de contrastación de hipótesis

Para contrastar las hipótesis planteadas se usará la distribución cuadrada, ya que los datos para el análisis deben estar en forma de frecuencias. La estadística chi cuadrada es la más adecuada debido a que las pruebas son las evidencias muestrales, y si las mismas aportan resultados significativamente diferentes de los planteados en las hipótesis nulas, esta es rechazada, y en caso contrario es aceptable, teniendo en cuenta el siguiente procedimiento:

- a. Formular la hipótesis nula (H0):
- b. Formular la hipótesis alternativa (Ha)
- c. Fijar el nivel de significación ( $\alpha$ ), Es la probabilidad de rechazar la hipótesis nula siendo verdadera, su rango de variación está entre los valores  $1\% \leq \alpha \leq 10\%$ , y está asociada al valor de la tabla Ji-Cuadrado que determina el punto crítico ( $X_{2t}$ ).
- d. Calcular la prueba estadística con la fórmula siguiente:

$$X^2_c = \sum (o_i - e_i)^2 / e_i$$

Dónde:

$O_i$  = Valor observado.

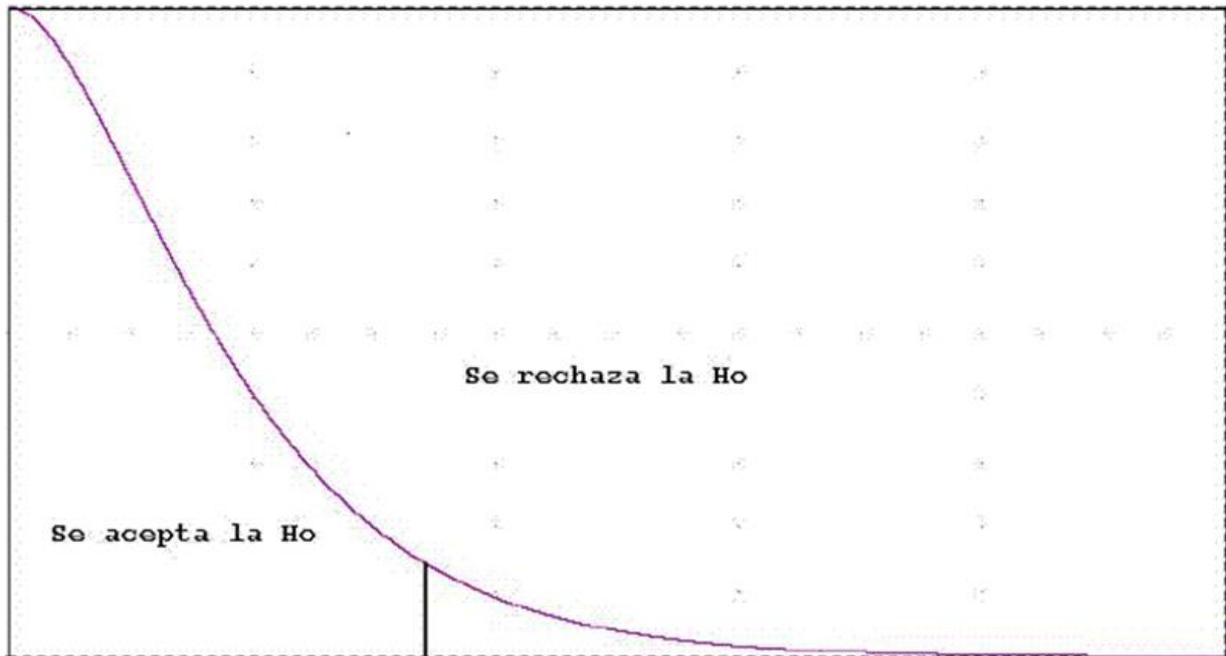
$e_i$  = Valor esperado.

$X$  = Valor del estadístico obtenido en la tabla chi cuadrado.

Se debe comparar los valores de la prueba con los valores de la tabla de distribución chi-cuadrado.

Se debe comparar los valores de la prueba con los valores de la tabla.

FIGURA 9: Prueba de bondad Chi Cuadrado de Pearson



## 4.2. Población y Muestra

### 4.2.2. Población

TABLA 1: Tabla de Distribución de la Población

N° de Empresa	RUC	Nombre de la Empresa	Población
1	20260172035	FALABELLA PERU S.A.A.	30
2	20337564373	TIENDAS POR DEPARTAMENTO RIPLEY S.A.	25
3	20493020618	TIENDAS PERUANAS SA	15
4	20100199158	ESTILOS S.R.L.	11
5	20141189850	CONECTA RETAIL S.A.	11
6	20555881551	H & M HENNES & MAURITZ S.A.C.	10
<b>Total</b>			<b>102</b>

### 4.2.3. Muestra

Para la determinación óptima del tamaño de la muestra se utilizó la siguiente fórmula del muestreo aleatorio simple que se usa en variables cualitativas, para técnicas de encuestas y entrevistas la que se detalla a continuación:

$$n = \frac{Z^2 PQ N}{\epsilon^2 [N-1] + Z^2 PQ}$$

Donde:

Z: Valor de la abscisa de la curva normal para una probabilidad del 95% de confianza.

P: **P = 0.4**, valor asumido debido al desconocimiento del verdadero valor P.

Q: Proporción de gerentes, supervisores, personal de recursos humanos y contadores de lima metropolitana que manifestaron lograr una adecuada determinación del impacto de la crisis sanitaria en la rentabilidad de empresas retail (Q = 0.5, valor asumido debido al desconocimiento del verdadero valor Q).

$\epsilon$ : Margen de error 8%

N: Población

n: Tamaño óptimo de muestra.

Entonces, a un nivel de significancia de 95% y 8% como margen de error y reemplazando valores tenemos:

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.4) (0.5) (102)}{(0.08)^2 (102-1) + (1.96)^2 (0.4) (0.5)}$$

$$n = 78.37 / (0.65 + 0.77)$$

$$n = 78.37 / 1.4$$

$$n = 55.97$$

Es el tamaño de muestra para realizar las encuestas en las empresas reconocidas a nivel nacional. Con este valor se determina el factor de distribución maestral ( $f_{dm} = n/N$ )

fdm = 55.97/102

fdm = 0.548

TABLA 2: Tabla de Distribución de la Muestra

N° de Empresa	RUC	Nombre de la Empresa	Población	Factor de distribución muestral	Muestra
1	20260172035	FALABELLA PERU S.A.A.	30	0.548	17
2	20337564373	TIENDAS POR DEPARTAMENTO RIPLEY S.A.	25	0.548	14
3	20493020618	TIENDAS PERUANAS SA	15	0.548	8
4	20100199158	ESTILOS S.R.L.	11	0.548	6
5	20141189850	CONECTA RETAIL S.A.	11	0.548	6
6	20555881551	H & M HENNES & MAURITZ S.A.C.	10	0.548	5
<b>Total</b>			<b>102</b>		<b>56</b>

### **4.3. Técnica de recolección de datos**

#### **4.3.2. Descripción de los métodos, técnica e instrumentos**

Los métodos de investigación a emplearse en el proceso de investigación son: El método descriptivo, estadístico, de análisis - síntesis, entre otros, que conforme con el desarrollo de la investigación se den indistintamente.

Con relación a las técnicas de investigación, la guía de observación contribuye a recuperar información valiosa y suficiente. La encuesta, se caracteriza por su amplia utilidad en la investigación social por excelencia, debido a su versatilidad, sencillez y objetividad de los datos que se obtienen mediante el cuestionario.

#### **4.3.3. Procedimiento de comprobación de la validez y confiabilidad de los instrumentos**

El procedimiento de validez se orienta para garantizar su eficacia y efectividad de las técnicas e instrumentos de investigación, fundamentalmente si estos miden con objetividad, precisión, veracidad y autenticidad de aquello que se desea medir de las variables.

La tesis de investigación fue validada por la siguiente asesora de tesis de la escuela de postgrado de la Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Financieras de la misma universidad.

#### **Tabla de Validez**

Calificación de validez por juicio de los expertos

<b>N°</b>	<b>Expertos</b>	<b>Calificación</b>
1	Dr. Arlene Prado Ayala	Aprobado

## Confiabilidad

Se refiere a la solidez de los instrumentos utilizados como prueba, para el presente trabajo de investigación, es decir se realizó una prueba piloto, realizando un cuestionario piloto a 3 expertos a fin de obtener como resultado el Alfa de Crombach, considerando los niveles de confiabilidad.

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right]$$

El resultado de nuestro alfa de Crombach realizado en Excel fue de 0.80338181, como conclusión el índice que nos brinda es de confiabilidad buena.

Ver calculo completo en Anexo 3

TABLA 3: Rango de nivel de confiabilidad

Intervalo al que pertenece el coeficiente alfa de Cronbach	Valoración de la fiabilidad de los ítems analizados
[0 ; 0,5[	Inaceptable
[0,5 ; 0,6[	Pobre
[0,6 ; 0,7[	Débil
[0,7 ; 0,8[	Aceptable
[0,8 ; 0,9[	Bueno
[0,9 ; 1]	Excelente

### 4.4. Técnicas para el procesamiento de la información

El procesamiento y análisis de la información se efectuará con el programa estadístico informático de mayor uso en las ciencias sociales; Statistical Package for the Social Sciences, conocido por sus siglas SPSS, edición IBM® SPSS® Statistics 26, versión en español.

#### **4.5. Aspectos éticos**

El trabajo de investigación se elaboró bajo estricto cumplimiento de la ética profesional, rigiendo el punto de vista especulativo en base a los principios fundamentales de la moral y ética individual y social, mientras que el punto de vista práctico se fundamentó en las normas y reglas de conducta social basándose en los siguiente códigos de ética: Código de Ética de la Federación Internacional de Contadores y el Código de Ética de la Junta de Decanos de Colegios de Contadores Públicos del Perú.

## **CAPITULO V: RESULTADOS**

### **5.1. Presentación**

Este capítulo tiene el propósito de presentar el proceso que lleva a la demostración de cumplimiento de las hipótesis general y secundarias propuestos en el trabajo de investigación titulada “Crisis Sanitaria y su Impacto Económico en las empresas del sector Retail en Lima Metropolitana en el año 2020”.

Comprende ejecutar el cumplimiento de los objetivos secundarios de la investigación:

Se determinó cómo la Crisis Sanitaria incide en el Impacto Económico en las empresas del sector Retail en Lima Metropolitana.

- a. Se analizó que las disposiciones gubernamentales de bioseguridad afecto en la rentabilidad de las empresas retail en Lima Metropolitana.
- b. Se determinó si la aplicación de suspensión perfecta de labores como consecuencia de la crisis sanitaria influye en la tasa de desempleo en las empresas retail en Lima Metropolitana.
- c. Se determinó de qué manera la implementación de los E-COMMERCE aumenta el outsourcing logístico en las empresas del sector retail en Lima Metropolitana.

### **5.2. Interpretación de datos**

El trabajo de campo se llevó a cabo aplicando la técnica científica de la encuesta efectuada a la muestra obtenida de 56 colaboradores (gerentes, administradores y contadores) de las empresas retail departamentales que se encuentran en Lima Metropolitana.

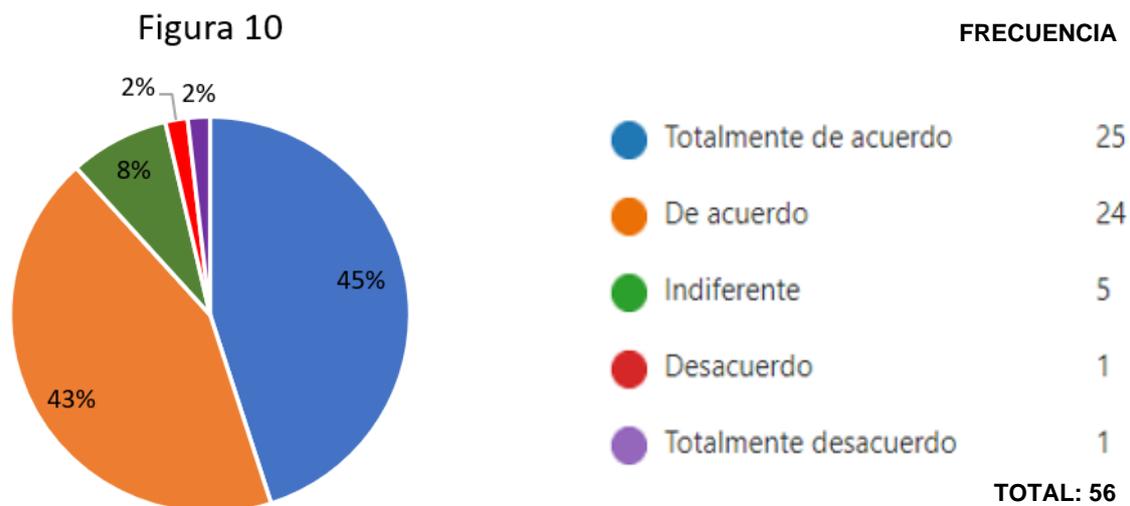
Como resultado de la recolección de datos, se procedió a la presentación, interpretación y análisis de las respuestas.

**Variable Independiente (x): Crisis Sanitaria**

**X1: Disposiciones gubernamentales de bioseguridad**

**5.2.1. La pregunta X1.1: ¿Cree usted que se aumentó el control de la salud ocupacional como cumplimiento de la disposición gubernamental de bioseguridad?**

**Tabla 4. Control de salud ocupacional de las empresas retail**



**Fuente: Encuesta a Gerentes, Contadores y Administradores.**

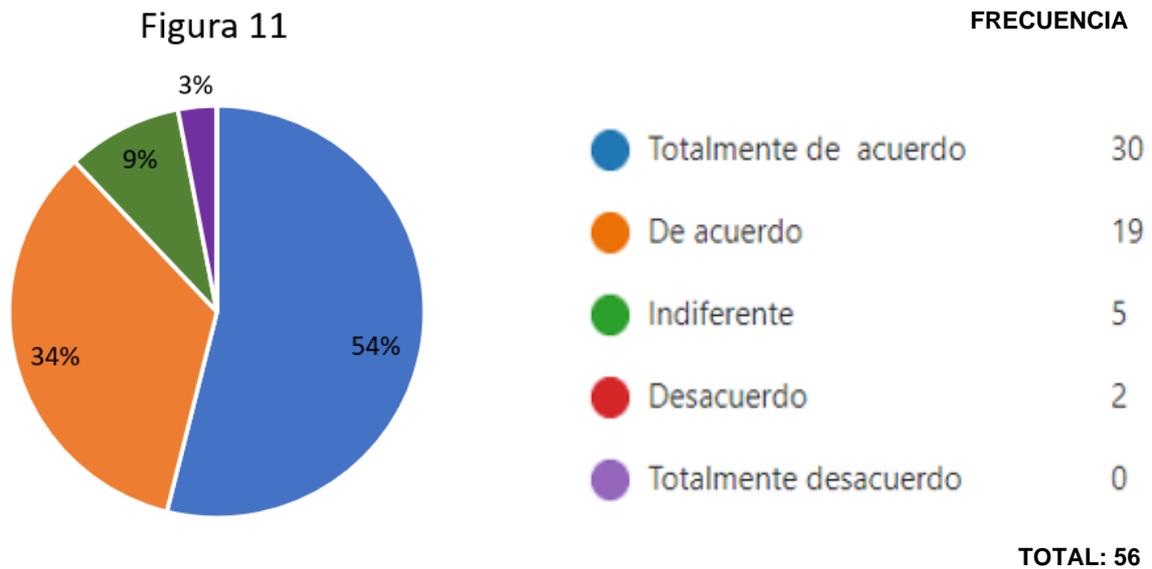
**Elaboración propia.**

En lo referente a esta interrogante, tal como se muestra en la Tabla 4 y Figura 10, se encontró que el 88% de los encuestados respondieron que están de acuerdo y totalmente de acuerdo que si se aumentó el control de la salud ocupacional como cumplimiento de la disposición gubernamental de bioseguridad; el 8% le es indiferente y el 4% está en desacuerdo y totalmente desacuerdo.

Según el resultado de la siguiente encuesta, podemos deducir que la mayor parte de los empresarios están de acuerdo que el cumplimiento de las disposiciones gubernamentales de bioseguridad ayudo a aumentar el control de la salud ocupacional en las empresas retail, para así poder cuidar la salud de sus trabajadores.

**5.2.2. La pregunta X1.2: ¿Considera el plan para la vigilancia, prevención y control del covid-19 fundamental para la apertura de establecimientos al público como parte de la disposición gubernamental de bioseguridad?**

**Tabla 5. Plan de vigilancia, prevención y control del COVID-19**



**Fuente: Encuesta a Gerentes, Contadores y Administradores.**

**Elaboración propia.**

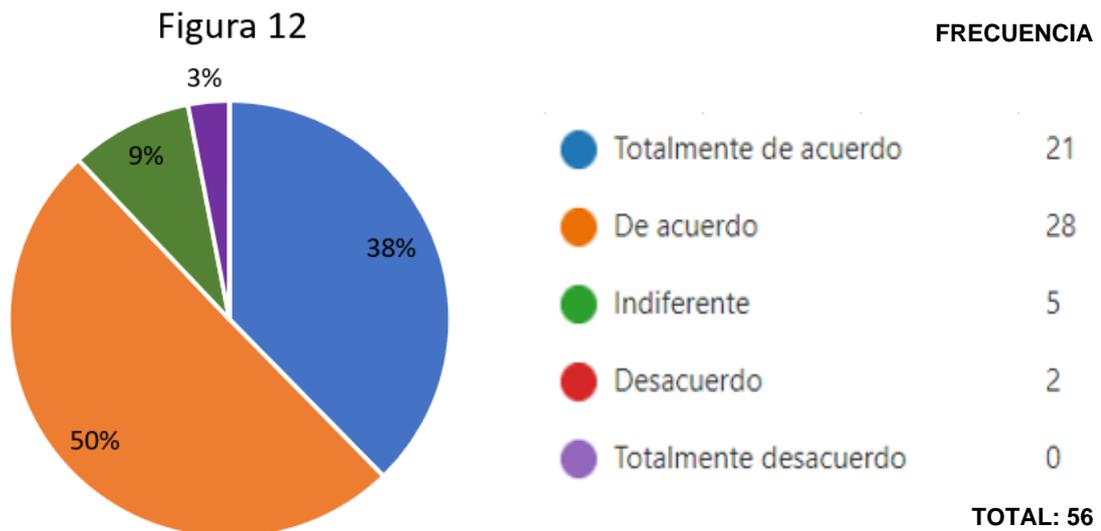
En lo referente a esta interrogante, tal como se muestra en la Tabla 5 y Figura 11, se encontró que el 88% respondieron que están de acuerdo y totalmente de acuerdo, el 9% es indiferente y el 3% está en desacuerdo en que el plan de vigilancia, prevención y control del COVID-19 es fundamental para la apertura de sus establecimientos.

Con respecto a la pregunta anterior, sobre el plan de vigilancia, prevención y control del COVID-19 la mayoría de los gerentes de las empresas de la muestra, se encuentran de acuerdo, y totalmente de acuerdo, debido a que el plan de vigilancia, prevención y control del COVID-19 ha sido un tema controversial para poder reabrir sus establecimientos al público en general.

## X2: Suspensión Perfecta de Labores

5.2.3. La pregunta X2.1: ¿Cree usted que la suspensión perfecta de labores fue una medida necesaria en medio de la recesión económica?

Tabla 6. Medidas para la recesión económica



Fuente: Encuesta a Gerentes, Contadores y Administradores.

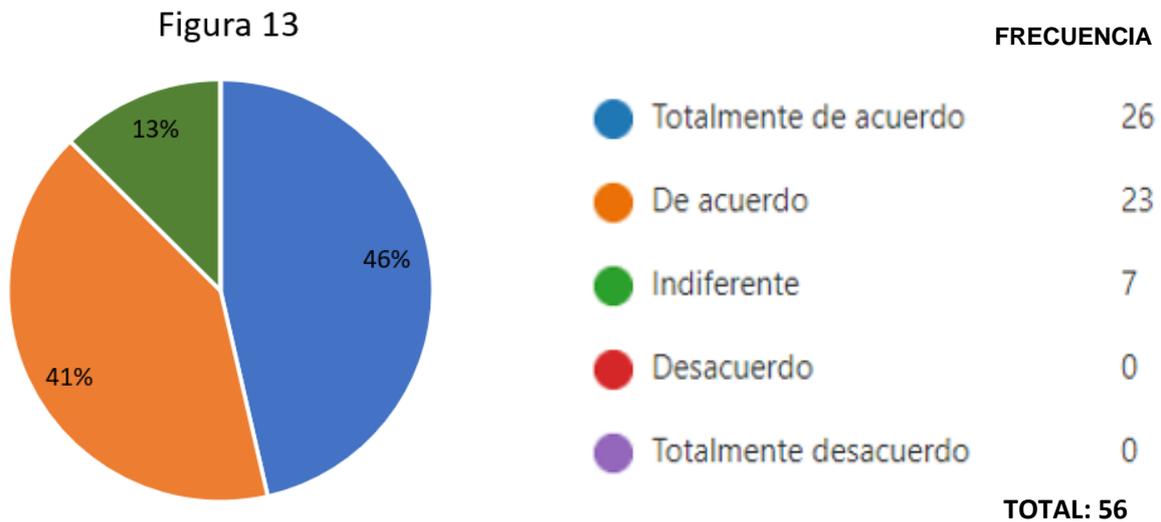
Elaboración propia.

En lo referente a esta interrogante, tal como se muestra en la Tabla 6 y Figura 12, se encontró que el 88% están de acuerdo y totalmente de acuerdo el 9% le es indiferente y el 3% está en desacuerdo; que la suspensión perfecta de labores fue una medida necesaria en medio de la recesión económica.

Analizando el resultado anterior, la mayoría de los gerentes de las empresas de la muestra, se muestran de acuerdo que la suspensión perfecta de labores fue una medida necesaria en medio de la recesión económica para poder evitar la propagación del COVID-19 en sus trabajadores y también cuidar de sus finanzas debido a la gran crisis que se afrontaba.

**5.2.4. La pregunta X2.2: ¿Cree usted que la suspensión perfecta de labores afecto directamente la estabilidad laboral?**

**Tabla 7. Estabilidad laboral**



**Fuente: Encuesta a Gerentes, Contadores y Administradores.**

**Elaboración propia.**

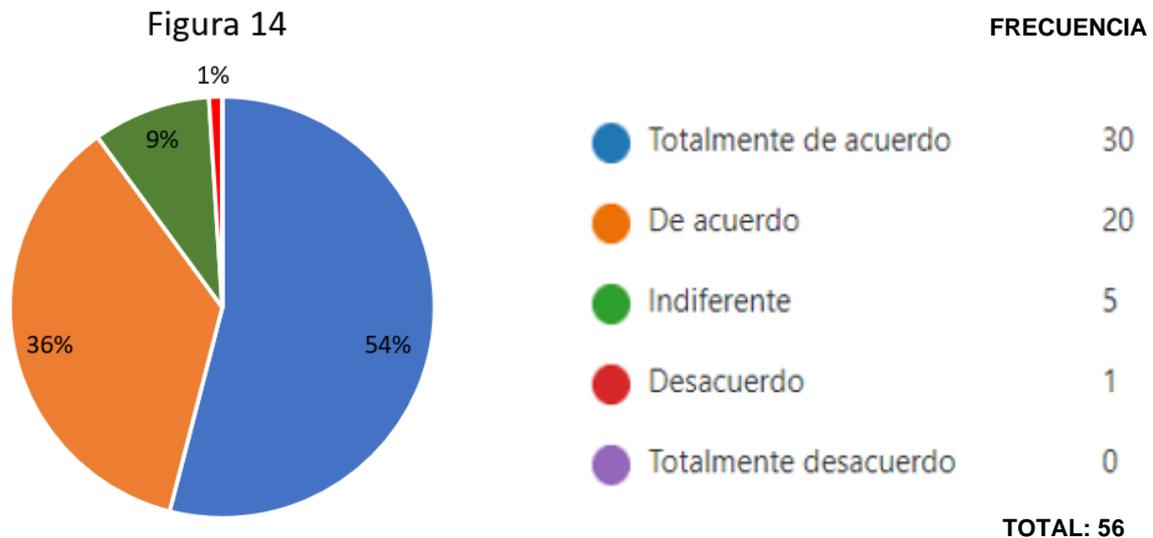
En lo referente a esta interrogante, tal como se muestra en la Tabla 7 y Figura 13, se encontró que el 87% del total de encuestados están de acuerdo y totalmente de acuerdo y el 13% es indiferente en que la suspensión perfecta de labores afecto directamente la estabilidad laboral.

De acuerdo con los resultados, la mayoría de los gerentes encuestados está conforme con que la suspensión perfecta de labores afecto directamente la estabilidad laboral en las empresas retail y demás sectores donde los trabajadores tenían incertidumbre al no saber si volverían o no a sus centros de labores debido a que también necesitaban ingresos para mantener a sus familias o afrontar sus propios gastos personales.

### X3: Implementación del E-COMMERCE

5.2.5. La pregunta X3.1: **¿Está de acuerdo que las estrategias de marketing como parte de la implementación del E-COMMERCE generaron costo-beneficio favorable?**

**Tabla 8. Estrategias de marketing**



**Fuente: Encuesta a Gerentes, Contadores y Administradores.**

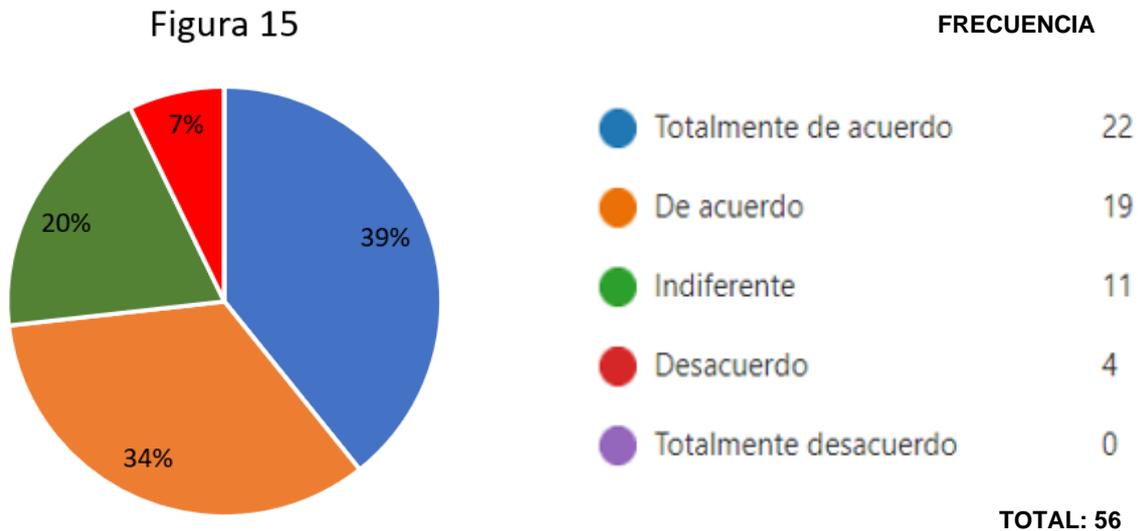
**Elaboración propia.**

En lo referente a esta interrogante, tal como se muestra en la Tabla 8 y Figura 14, se encontró que el 90% del total de encuestados están de acuerdo y totalmente de acuerdo; el 9% es indiferente y el 1% está en desacuerdo en que las estrategias de marketing como parte de la implementación del E-COMMERCE generaron costo-beneficio favorable.

Con respecto, con los resultados la mayoría de los encuestados está de acuerdo con que las estrategias de marketing como parte de la implementación del E-COMMERCE generaron costo-beneficio favorable debido a que en los primeros meses de cuarentena hubo grandes pérdidas en sus ventas presenciales, pero la implementación y mejoramiento de los E-COMMERCE ayudaron a que sus ingresos vayan ascendiendo mientras esperaban la reactivación de sus tiendas presenciales.

**5.2.6. La pregunta X3.2: ¿Cree usted que las nuevas plataformas virtuales como parte de la implementación del E-COMMERCE generan la misma cantidad de ingresos de forma presenciales?**

**Tabla 9. Plataformas virtuales en las empresas retail**



**Fuente: Encuesta a Gerentes, Contadores y Administradores.**

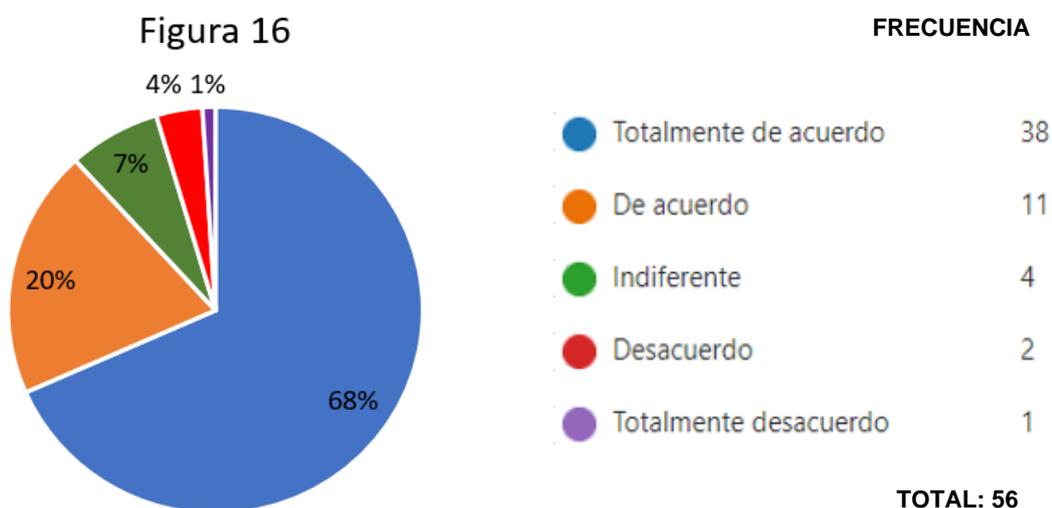
**Elaboración propia.**

En lo concerniente a esta interrogante, tal como se muestra en la Tabla 9 y Figura 15, se encontró que el 73% del total de encuestados están de acuerdo y totalmente de acuerdo, el 20% es indiferente y el 7% está en desacuerdo, en que las nuevas plataformas virtuales como parte de la implementación del E-COMMERCE generan la misma cantidad de ingresos de forma presenciales.

Según el resultado, un gran porcentaje de los encuestados están de acuerdo que las plataformas virtuales generan la misma cantidad de ingresos que de forma presencial, aunque como podemos observar hay un pequeño porcentaje que discrepa de esto debido, a que aún no aceptan la modernización o evolución de las formas en que se puede generar mayores ingresos y beneficios para la empresa.

**5.2.7. La pregunta de X: ¿Considera que la crisis sanitaria afecto drásticamente los ingresos de las empresas retail en los primeros meses de la coyuntura?**

**Tabla 10. Ingresos de las empresas retail en los primeros meses de la coyuntura**



**Fuente: Encuesta a Gerentes, Contadores y Administradores.**

**Elaboración propia.**

En lo concerniente a esta interrogante, tal como se muestra en la Tabla 10 y Figura 16, se encontró que el 88% del total de encuestados están de acuerdo y totalmente de acuerdo, el 7% es indiferente y el 5% está en desacuerdo o totalmente desacuerdo en que la crisis sanitaria afecto drásticamente los ingresos de las empresas retail en los primeros meses de la coyuntura.

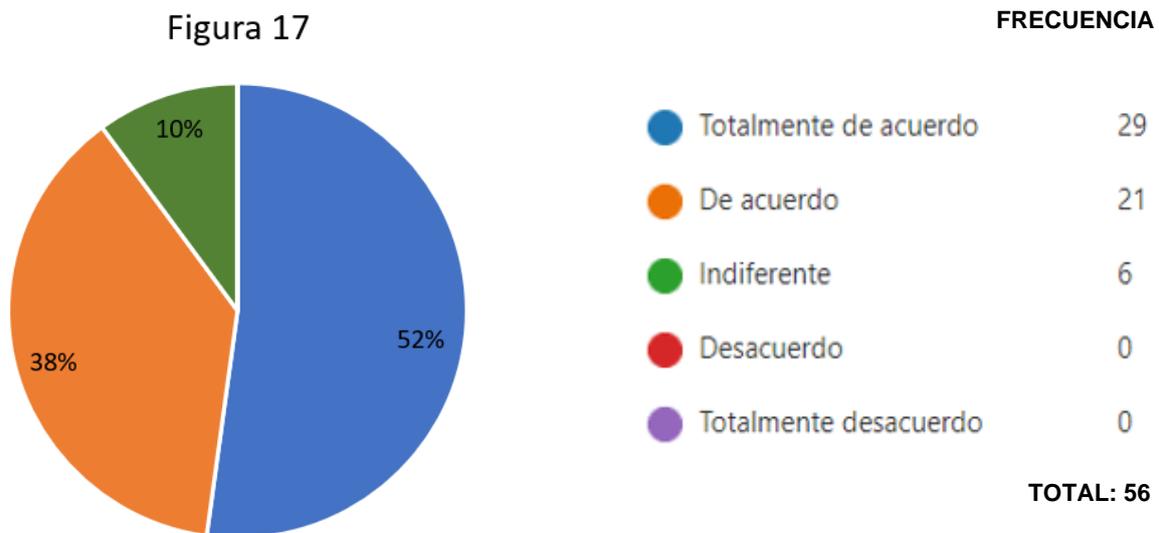
Con respecto al resultado de la pregunta, evidencia a la mayor parte de los encuestados se encuentran de acuerdo en que los primeros meses de la crisis sanitaria afectó los ingresos de las empresas retail departamentales por lo que se cerró todo y solo se podía salir por productos básicos de primera necesidad.

**Variable Dependiente (Y): Impacto Económico**

**Y1: Rentabilidad**

**5.2.8. La pregunta Y1.1: ¿Considera usted que la implementación para la prevención del COVID-19 influyo en la rentabilidad?**

**Tabla 11. Prevención del COVID-19**



**Fuente: Encuesta a Gerentes, Contadores y Administradores.**

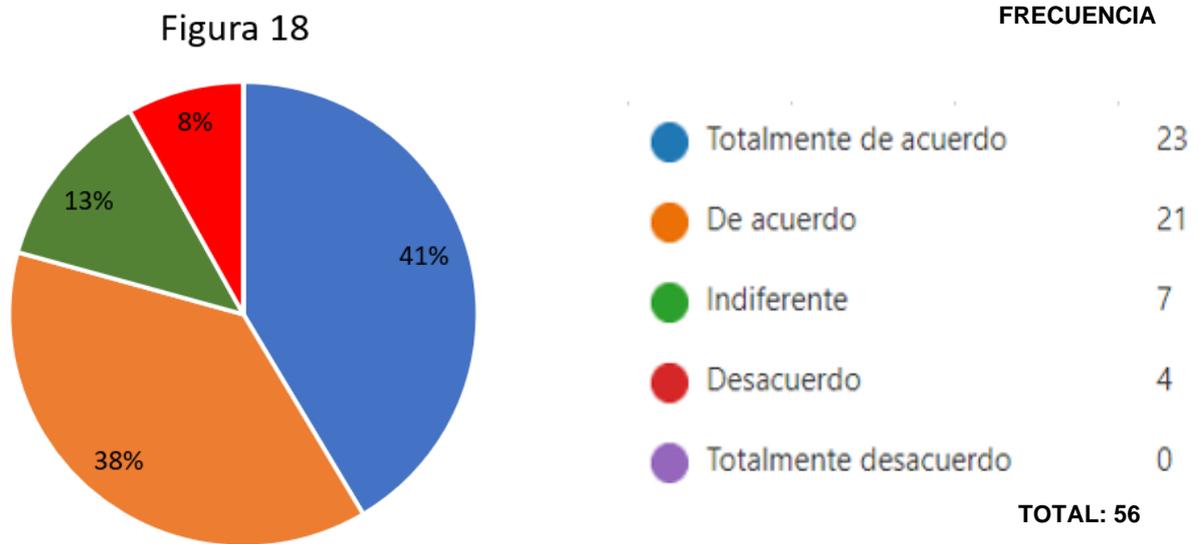
**Elaboración propia.**

En lo referente a esta interrogante, tal como se muestra en la Tabla 11 y Figura 17, se encontró que el 90% del total de encuestados están de acuerdo y totalmente de acuerdo mientras que el 10% es indiferente en que la implementación para la prevención del COVID-19 influyo en la rentabilidad de las empresas retail.

Como se puede observar, en el resultado la mayor parte de los empresarios se encuentran a favor que la implementación para la prevención del COVID-19 influyo en la rentabilidad de las empresas retail debido a que los primeros meses de la coyuntura no tuvieron ingresos, solo gastos de sus servicios básicos, para la reactivación implementaron protocolos para prevenir el contagio hacia sus trabajadores y consumidores lo que le siguió causando mayores gastos.

**5.2.9. La pregunta Y1.2: ¿Considera usted que el margen de ganancias para el término del 2020 fue rentable a comparación del 2019?**

**Tabla 12. Margen de ganancias en el término del año 2020.**



**Fuente: Encuesta a Gerentes, Contadores y Administradores.**

**Elaboración propia.**

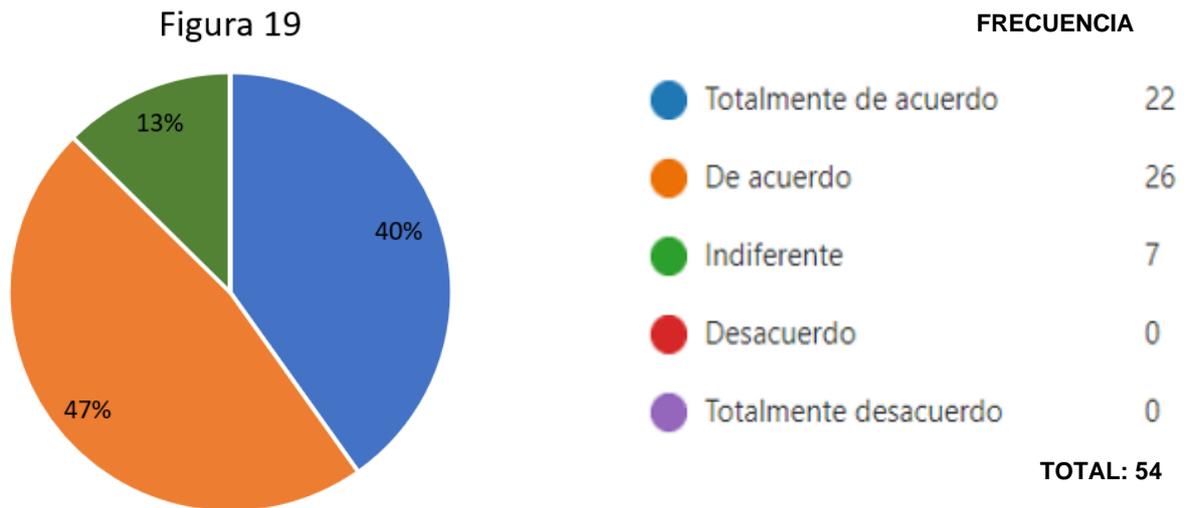
En lo referente a esta interrogante, tal como se muestra en la Tabla 12 y Figura 18, se encontró que el 79% del total de encuestados están de acuerdo y totalmente de acuerdo mientras que el 13% es indiferente y el 8% está en desacuerdo con que el margen de ganancias para el término del 2020 fue rentable a comparación del 2019.

Considerando el resultado un gran porcentaje de los encuestados considera que el margen de ganancias para el año 2020 fue rentable pero no mayor al del año 2019 debido a la baja que tuvo por esta pandemia, por el cierre que hubo por unos meses y sus limitaciones.

## Y2: Tasa de desempleo

5.2.10. La pregunta Y2.1: **¿Considera usted que el desempleo coyuntural influyó en la tasa de desempleo?**

**Tabla 13. Desempleo coyuntural.**



**Fuente: Encuesta a Gerentes, Contadores y Administradores.**

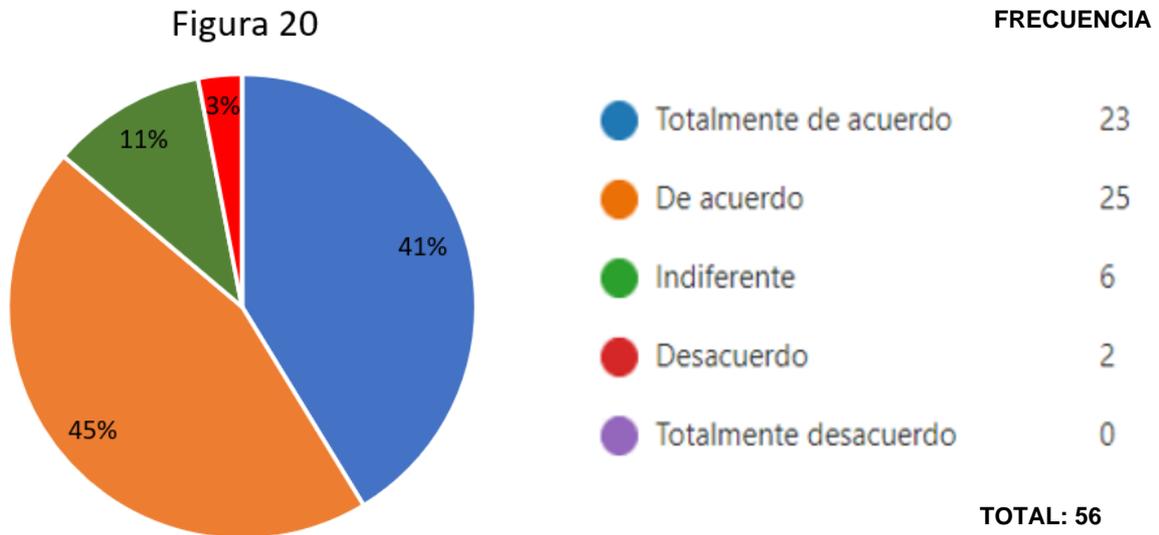
**Elaboración propia.**

En lo referente a esta interrogante, tal como se muestra en la Tabla 13 y Figura 19, se encontró que el 87% del total de encuestados están de acuerdo y totalmente de acuerdo y el 13% es indiferente a que el desempleo coyuntural influyó en la tasa de desempleo de las empresas retail.

Como nos muestra los resultados, los encuestados consideran el indicador de la tasa de desempleo influye en los análisis del desempleo coyuntural para poder medir la gradualidad de las personas desempleadas en medio de esta crisis sanitaria causada por el COVID-19.

**5.2.11. La pregunta Y2.2: ¿Cree usted que las limitaciones laborales de salubridad aumentaron la tasa de desempleo?**

**Tabla 14. Limitaciones laborales de salubridad.**



**Fuente: Encuesta a Gerentes, Contadores y Administradores.**

**Elaboración propia.**

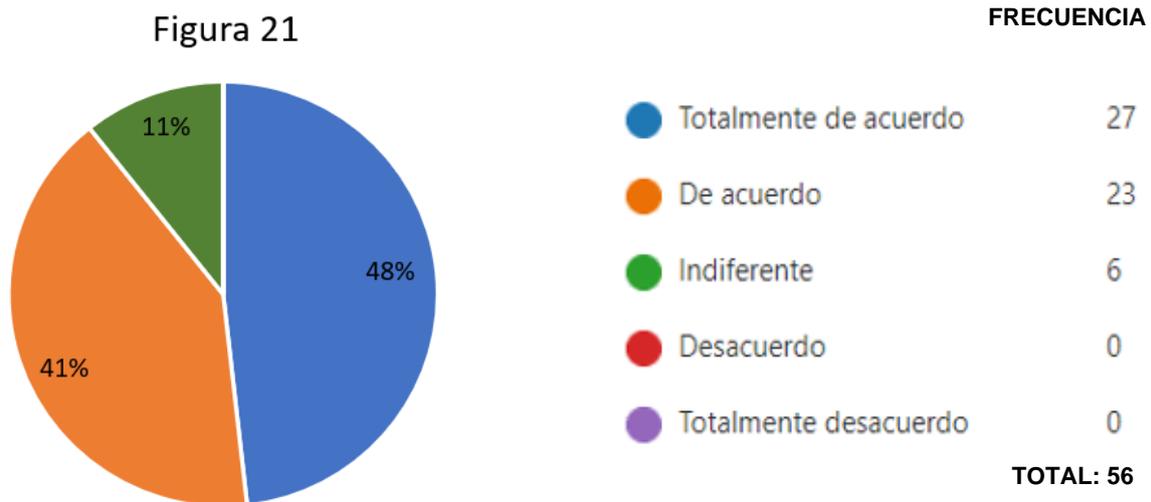
En lo referente a esta interrogante, tal como se muestra en la Tabla 14 y Figura 20, se encontró que el 86% del total de encuestados están de acuerdo y totalmente de acuerdo el 11% es indiferente y el 3% está en desacuerdo que las limitaciones laborales de salubridad aumentaron la tasa de desempleo.

Como nos muestra los resultados, los encuestados consideran que las limitaciones laborales de salubridad fue parte del aumento de la tasa de desempleo en las empresas retail debido a que tuvieron que prescindir de los servicios de algunos de sus trabajadores para poder tener el nuevo aforo permitido en sus tiendas.

### Y3: Outsourcing logístico

5.2.12. La pregunta Y3.1: **¿Considera que los números de despacho; por ventas online aumentaron; siendo necesario contratar los servicios de las empresas de outsourcing logísticos?**

Tabla 15. Numero de despacho por ventas online



Fuente: Encuesta a Gerentes, Contadores y Administradores.

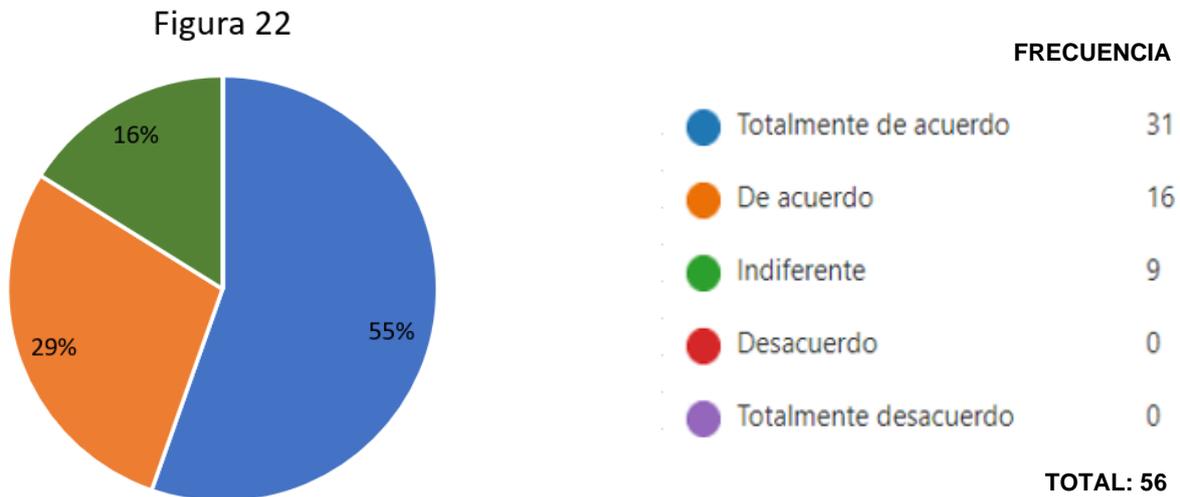
Elaboración propia.

En lo referente a esta interrogante, tal como se muestra en la Tabla 15 y Figura 21, se encontró que el 89% del total de encuestados están de acuerdo y totalmente de acuerdo y el 11% es indiferente en que los números de despacho; por ventas online aumentaron; siendo necesario contratar los servicios de las empresas de outsourcing logísticos.

Como nos muestra los resultados, los encuestados consideran que los números de despacho aumentaron siendo necesario contratar servicios de empresas outsourcing logísticos para poder abastecerse en la entrega de sus productos vendidos a través de sus portales virtuales.

**5.2.13. La pregunta Y3.2: ¿Considera usted que el alza de los costos de transporte de los outsourcing logísticos fue asumida por el consumidor final?**

**Tabla 16. Costo de transporte de los outsourcing logísticos**



**Fuente: Encuesta a Gerentes, Contadores y Administradores.**

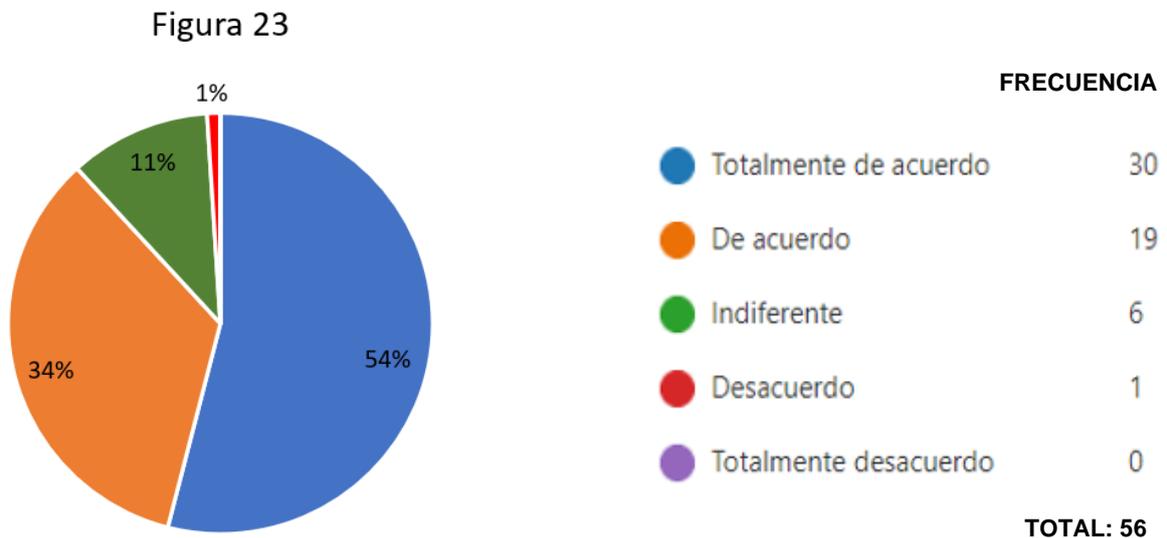
**Elaboración propia.**

En lo referente a esta interrogante, tal como se muestra en la Tabla 16 y Figura 22 se encontró que el 84% del total de encuestados están de acuerdo y totalmente de acuerdo y el 16% es indiferente, en que el alza de los costos de transporte de los outsourcing logísticos fue asumida por el consumidor final.

Como nos muestra los resultados, los encuestados consideran que el costo de transporte fue asumido por el consumidor final incluyendo en los costos del producto de una manera sutil o directamente como costo de transporte; para que las empresas retail puedan pagar los servicios prestados por los outsourcing.

**5.2.14. La pregunta Y: ¿Considera que el impacto económico, causado por la pandemia, disminuyo considerablemente las ventas?**

**Tabla 17. Impacto económico de las empresas retail por la pandemia**



**Fuente: Encuesta a Gerentes, Contadores y Administradores.**

**Elaboración propia.**

En lo referente a esta interrogante, tal como se muestra en la Tabla 17 y Figura 23, se encontró que el 88% del total de encuestados están de acuerdo y totalmente de acuerdo, el 11% es indiferente y el 1% está en desacuerdo, que el impacto económico, causado por la pandemia, disminuyo considerablemente las ventas.

Como nos muestra los resultados, la mayor parte de los encuestados está de acuerdo en que consideran que el impacto económico causado por la pandemia disminuyó considerablemente las ventas debido a la paralización de toda actividad económica en los primeros meses de la coyuntura generando la disminución de las ventas no solo en las empresas del sector retail sino también en los demás rubros.

### 5.3. Contratación de hipótesis

Para contrastar las hipótesis planteadas en nuestra investigación se aplicó la distribución Chi cuadrado de Pearson, como se indicó arriba. La distribución Chi cuadrado es una herramienta apropiada en este estudio debido a que las variables en tratamiento son cualitativas y tienen respuestas nominales u ordinales, en orden de jerarquía, desde totalmente desacuerdo a totalmente de acuerdo.

Concretamente se siguió el procedimiento general de una prueba de hipótesis y la decisión se optó siguiendo el método tradicional, con verificación del uso del método de valor de la probabilidad  $p$  comparado con el valor del nivel de significancia  $\alpha = 0.05$ .

En general, la hipótesis nula  $H_0$  que queremos contrastar sustenta que existe asociación de dependencia entre las variables en estudio versus la hipótesis alternativa  $H_1$  que afirma que no existe asociación de dependencia entre las variables.

#### 5.3.1. Hipótesis General

**Paso 1:** Planteamos la hipótesis Nula y su Alternativa

**H<sub>0</sub>:** La Crisis sanitaria incide significativamente en el Impacto económico

**H<sub>1</sub>:** La Crisis sanitaria no incide significativamente en el Impacto económico

**Paso 2:** Elegimos el nivel de significancia  $\alpha = 0.05$  y el estadístico de prueba Chi cuadrado

$$\chi^2_{(calculado)} = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^c \frac{(o_{ij} - e_{ij})^2}{e_{ij}} \text{ donde } r = 5 \text{ número de filas y } c = 5 \text{ número de columnas}$$

en la Tabla de contingencia, formada por las alternativas de respuestas de las variables, que en este caso resultan  $5 \times 5 = 25$  celdas, escala Likert de 5 alternativas por cada variable.

**Paso 3:** Cálculo del estadístico de prueba Chi cuadrada calculado.

La evidencia que sustenta el cálculo del estadístico de prueba, para ejecutar la prueba de hipótesis, es la información recolectada mediante la encuesta, cuyas respuestas han sido tabuladas en la Tabla 18.

**Tabla 18. La Crisis sanitaria incide significativamente en el Impacto económico**

**X: Crisis sanitaria en Y: Impacto económico**

**Tabla de contingencia CRISIS SANITARIA \* IMPACTO ECONOMICO**

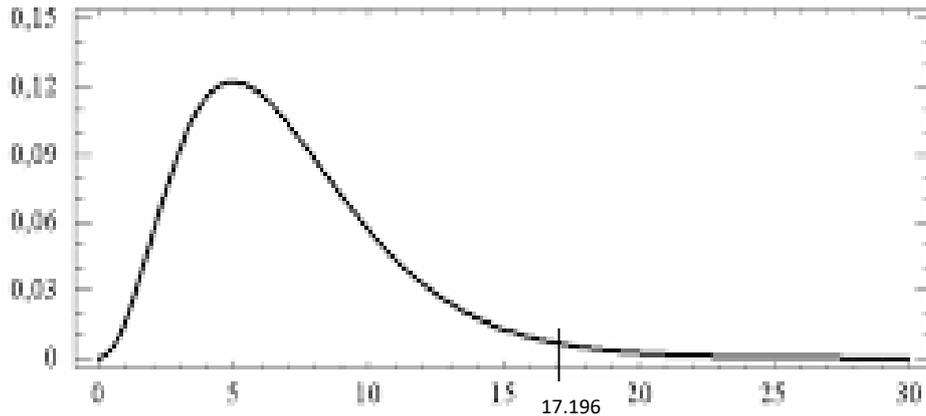
			IMPACTO ECONOMICO			Total
			Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	
CRISIS SANITARIA	Indiferente	Recuento	2	3	0	5
		Frecuencia esperada	,3	2,9	1,9	5,0
		Residuo	1,7	,1	-1,9	
	De acuerdo	Recuento	0	21	11	32
		Frecuencia esperada	1,7	18,3	12,0	32,0
		Residuo	-1,7	2,7	-1,0	
	Totalmente de acuerdo	Recuento	1	8	10	19
		Frecuencia esperada	1,0	10,9	7,1	19,0
		Residuo	,0	-2,9	2,9	
Total	Recuento	3	32	21	56	
	Frecuencia esperada	3,0	32,0	21,0	56,0	

Reemplazando en la formula estadística de prueba  $\chi^2_{(calculado)} = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^c \frac{(o_{ij} - e_{ij})^2}{e_{ij}}$

$$x^2(calculado) = \frac{(2-3)^2}{3} + \frac{(0-1.7)^2}{1.7} + \frac{(1-1.0)^2}{1.0} + \frac{(1-1.7)^2}{1.7} + \dots + \frac{(10-7.1)^2}{7.1} = 17.196$$

#### **Paso 4. Decisión**

Siguiendo las reglas de decisión establecidas se observa que el valor calculado es mayor que su valor crítico. Por lo tanto, procedemos a rechazar la hipótesis alternativa.



**Resultados Descriptivos y la Tabla de Contingencia de orden 3x3 para la prueba Chi cuadrado con  $(3-1)(3-1)=4$  grados de libertad**

**Resumen del procesamiento de los casos**

	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
CRISIS SANITARIA * IMPACTO ECONOMICO	56	100,0%	0	0,0%	56	100,0%

**Pruebas de chi-cuadrado**

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	17,196 <sup>a</sup>	4	,002
Razón de verosimilitudes	14,091	4	,007
Asociación lineal por lineal	6,223	1	,013
N de casos válidos	56		

**PASO 5: Conclusión en interpretación**

Si la hipótesis alternativa es falsa entonces la Hipótesis nula es verdadera. Es decir, existe evidencia que sustenta que la crisis sanitaria incide significativamente en el impacto económico de las empresas retail en Lima Metropolitana.

**Medidas simétricas**

	Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal    Coeficiente de contingencia	,485	,002
N de casos válidos	56	

**5.3.2. Hipótesis Secundaria (a)**

**Paso 1: Planteamos la hipótesis Nula y su Alternativa**

**H<sub>0</sub>:** El cumplimiento de las disposiciones gubernamentales de bioseguridad reduce la rentabilidad.

**H<sub>1</sub>:** El cumplimiento de las disposiciones gubernamentales de bioseguridad no reduce la rentabilidad.

**Paso 2:** Elegimos el nivel de significancia  $\alpha = 0.05$  y el estadístico de prueba Chi cuadrado

$$\chi^2_{(calculado)} = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^c \frac{(o_{ij} - e_{ij})^2}{e_{ij}} \text{ donde } r = 5 \text{ número de filas y } c = 5 \text{ número de columnas}$$

en la Tabla de contingencia, formada por las alternativas de respuestas de las variables, que en este caso resultan  $5 \times 5 = 25$  celdas, escala Likert de 5 alternativas por cada variable.

**Paso 3:** Cálculo del estadístico de prueba Chi cuadrada calculado.

La evidencia que sustenta el cálculo del estadístico de prueba, para ejecutar la prueba de hipótesis, es la información recolectada mediante la encuesta, cuyas respuestas han sido tabuladas en la Tabla 19.

**Tabla 19. El cumplimiento de las disposiciones gubernamentales de bioseguridad reduce la rentabilidad.**

**Tabla de contingencia DISPOSICIONES GUBERNAMENTALES DE BIOSEGURIDAD \* IMPACTO ECONOMICO**

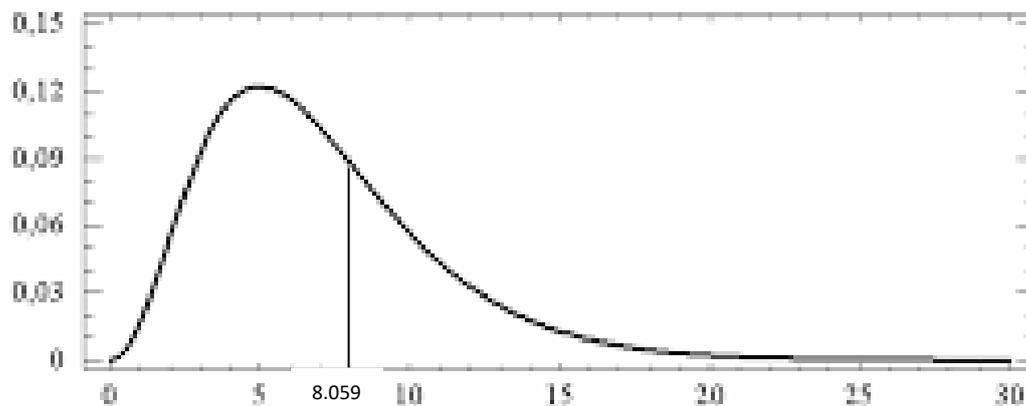
			IMPACTO ECONOMICO			Total
			Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	
DISPOCIONES GUBERNAMENTALES DE BIOSEGURIDAD	Indiferente	Recuento	1	2	1	4
		Frecuencia esperada	,2	2,3	1,5	4,0
		Residuo	,8	-,3	-,5	
	De acuerdo	Recuento	1	15	4	20
		Frecuencia esperada	1,1	11,4	7,5	20,0
		Residuo	-,1	3,6	-3,5	
	Totalmente de acuerdo	Recuento	1	15	16	32
		Frecuencia esperada	1,7	18,3	12,0	32,0
		Residuo	-,7	-3,3	4,0	
Total	Recuento	3	32	21	56	
	Frecuencia esperada	3,0	32,0	21,0	56,0	

Reemplazando en la formula estadística de prueba  $\chi^2_{(calculado)} = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^c \frac{(o_{ij} - e_{ij})^2}{e_{ij}}$

$$\chi^2_{(calculado)} = \frac{(1-2)^2}{2} + \frac{(1-1.1)^2}{1.1} + \frac{(1-1.7)^2}{1.7} + \frac{(1-1.1)^2}{1.1} + \dots + \frac{(16-12)^2}{7.1} = 8.059$$

#### Paso 4. Decisión

Siguiendo las reglas de decisión establecidas se observa que el valor calculado es mayor que su valor crítico. Por lo tanto, procedemos a rechazar la hipótesis alternativa.



**Resultados Descriptivos y la Tabla de Contingencia de orden 3x3 para la prueba Chi cuadrado con  $(3-1)(3-1)=4$  grados de libertad**

**Resumen del procesamiento de los casos**

	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
DISPOCIONES GUBERNAMENTALES DE BIOSEGURIDAD * IMPACTO ECONOMICO	56	100,0%	0	0,0%	56	100,0%

**Pruebas de chi-cuadrado**

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	8,059 <sup>a</sup>	4	,089
Razón de verosimilitudes	6,913	4	,141
Asociación lineal por lineal	4,941	1	,026
N de casos válidos	56		

**PASO 5: Conclusión en interpretación**

Si la hipótesis alternativa es falsa entonces la Hipótesis nula es verdadera. Es decir, existe evidencia que sustenta que el cumplimiento de las disposiciones gubernamentales de bioseguridad reduce la rentabilidad de las empresas retail en Lima Metropolitana.

**Medidas simétricas**

		Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Coficiente de contingencia	,355	,089
N de casos válidos		56	

**5.3.3. Hipótesis Secundaria (b)**

**H<sub>0</sub>:** Es posible que el acogimiento a la suspensión perfecta de labores incrementa la tasa de desempleo.

**H<sub>1</sub>:** Es posible que el acogimiento a la suspensión perfecta de labores no incrementa la tasa de desempleo.

**Paso 2:** Elegimos el nivel de significancia  $\alpha = 0.05$  y el estadístico de prueba Chi cuadrado

$$\chi^2_{(calculado)} = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^c \frac{(o_{ij} - e_{ij})^2}{e_{ij}} \text{ donde } r = 5 \text{ número de filas y } c = 5 \text{ número de columnas}$$

en la Tabla de contingencia, formada por las alternativas de respuestas de las variables, que en este caso resultan  $5 \times 5 = 25$  celdas, escala Likert de 5 alternativas por cada variable.

**Paso 3:** Cálculo del estadístico de prueba Chi cuadrada calculado.

La evidencia que sustenta el cálculo del estadístico de prueba, para ejecutar la prueba de hipótesis, es la información recolectada mediante la encuesta, cuyas respuestas han sido tabuladas en la Tabla 20.

**Tabla 20. Es posible que el acogimiento a la suspensión perfecta de labores incrementa la tasa de desempleo**

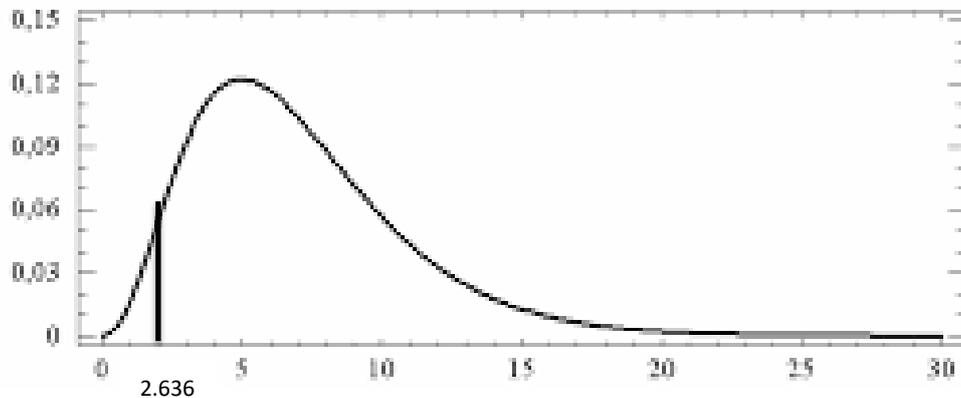
			IMPACTO ECONOMICO			Total
			Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	
SUSPENSION PERFECTA DE LABORES	Indiferente	Recuento	0	3	0	3
		Frecuencia esperada	,2	1,7	1,1	3,0
		Residuo	-,2	1,3	-,1	
	De acuerdo	Recuento	2	15	11	28
		Frecuencia esperada	1,5	16,0	10,5	28,0
		Residuo	,5	-,1	,5	
	Totalmente de acuerdo	Recuento	1	14	10	25
		Frecuencia esperada	1,3	14,3	9,4	25,0
		Residuo	-,3	-,3	,6	
Total	Recuento	3	32	21	56	
	Frecuencia esperada	3,0	32,0	21,0	56,0	

Reemplazando en la formula estadística de prueba  $\chi^2_{(calculado)} = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^c \frac{(o_{ij} - e_{ij})^2}{e_{ij}}$

$$x^2(\text{calculado}) = \frac{(0-2)^2}{2} + \frac{(2-1.5)^2}{1.5} + \frac{(1-1.3)^2}{1.3} + \frac{(2-1.5)^2}{1.5} + \dots + \frac{(10-9.4)^2}{9.4} = 2.636$$

#### Paso 4. Decisión

Siguiendo las reglas de decisión establecidas se observa que el valor calculado es mayor que su valor crítico. Por lo tanto, procedemos a rechazar la hipótesis alternativa.



**Resultados Descriptivos y la Tabla de Contingencia de orden 3x3 para la prueba Chi cuadrado con  $(3-1)(3-1)=4$  grados de libertad**

**Resumen del procesamiento de los casos**

	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
SUSPENSION PERFECTA DE LABORES * IMPACTO ECONOMICO	56	100,0%	0	0,0%	56	100,0%

**Pruebas de chi-cuadrado**

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	2,636 <sup>a</sup>	4	,620
Razón de verosimilitudes	3,737	4	,443
Asociación lineal por lineal	,580	1	,446
N de casos válidos	56		

## PASO 5: Conclusión en interpretación

Si la hipótesis alternativa es falsa entonces la Hipótesis nula es verdadera. Es decir, existe evidencia que sustenta que el acogimiento a la suspensión perfecta de labores incrementa la tasa de desempleo de las empresas retail en Lima Metropolitana.

		Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Coefficiente de contingencia	,212	,620
N de casos válidos		56	

### 5.3.4. Hipótesis Secundaria (c)

**H<sub>0</sub>**: La Implementación de los E-COMMERCE aumenta el outsourcing logístico.

**H<sub>1</sub>**: La Implementación de los E-COMMERCE no aumenta el outsourcing logístico.

**Paso 2:** Elegimos el nivel de significancia  $\alpha = 0.05$  y el estadístico de prueba Chi cuadrado

$$\chi^2_{(\text{calculado})} = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^c \frac{(o_{ij} - e_{ij})^2}{e_{ij}} \quad \text{donde } r = 5 \text{ número de filas y } c = 5 \text{ número de columnas}$$

en la Tabla de contingencia, formada por las alternativas de respuestas de las variables, que en este caso resultan  $5 \times 5 = 25$  celdas, escala Likert de 5 alternativas por cada variable.

**Paso 3:** Cálculo del estadístico de prueba Chi cuadrada calculado.

La evidencia que sustenta el cálculo del estadístico de prueba, para ejecutar la prueba de hipótesis, es la información recolectada mediante la encuesta, cuyas respuestas han sido tabuladas en la Tabla 21.

**Tabla 21. La Implementación de los E-COMMERCE aumenta el outsourcing logístico.**

**Tabla de contingencia IMPLEMENTACION DE E-COMMERCE \* IMPACTO ECONOMICO**

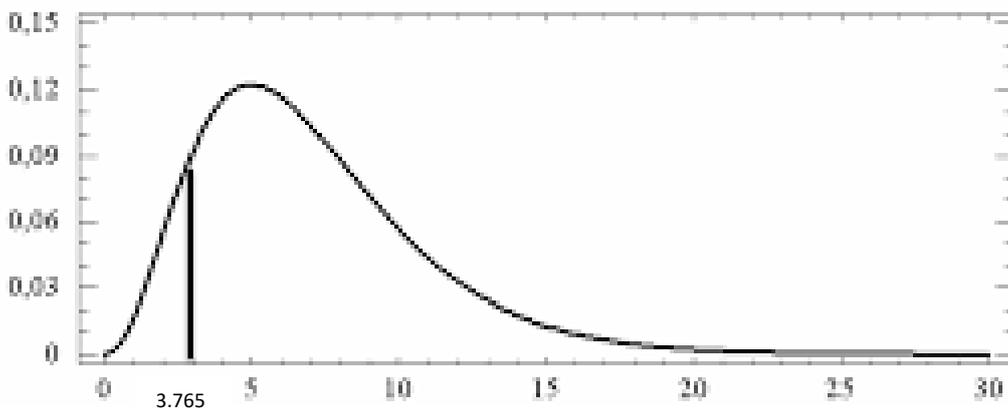
			IMPACTO ECONOMICO			Total
			Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	
IMPLEMENTACION DE E-COMMERCE	Indiferente	Recuento	1	5	1	7
		Frecuencia esperada	,4	4,0	2,6	7,0
		Residuo	,6	1,0	-1,6	
	De acuerdo	Recuento	1	12	6	19
		Frecuencia esperada	1,0	10,9	7,1	19,0
		Residuo	,0	1,1	-1,1	
	Totalmente de acuerdo	Recuento	1	15	14	30
		Frecuencia esperada	1,6	17,1	11,3	30,0
		Residuo	-,6	-2,1	2,8	
Total	Recuento	3	32	21	56	
	Frecuencia esperada	3,0	32,0	21,0	56,0	

Reemplazando en la formula estadística de prueba  $\chi^2_{(calculado)} = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^c \frac{(o_{ij} - e_{ij})^2}{e_{ij}}$

$$\chi^2_{(calculado)} = \frac{(1-4)^2}{4} + \frac{(1-1.0)^2}{1.0} + \frac{(1-1.6)^2}{1.6} + \frac{(1-1.0)^2}{1.0} + \dots + \frac{(14-11.3)^2}{11.3} = 3.765$$

**Paso 4. Decisión**

Siguiendo las reglas de decisión establecidas se observa que el valor calculado es mayor que su valor crítico. Por lo tanto, procedemos a rechazar la hipótesis alternativa.



**Resultados Descriptivos y la Tabla de Contingencia de orden 3x3 para la prueba Chi cuadrado con  $(3-1)(3-1)=4$  grados de libertad**

**Resumen del procesamiento de los casos**

	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
IMPLEMENTACION DE E-COMMERCE * IMPACTO ECONOMICO	56	100,0%	0	0,0%	56	100,0%

**Pruebas de chi-cuadrado**

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	3,765 <sup>a</sup>	4	,439
Razón de verosimilitudes	3,736	4	,443
Asociación lineal por lineal	3,446	1	,063
N de casos válidos	56		

**PASO 5: Conclusión e interpretación**

Si la hipótesis alternativa es falsa entonces la Hipótesis nula es verdadera. Es decir, existe evidencia que sustenta que la Implementación de los E-COMMERCE aumenta el outsourcing logístico de las empresas retail en Lima Metropolitana.

**Medidas simétricas**

		Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Coefficiente de contingencia	,251	,439
N de casos válidos		56	

## **CAPÍTULO VI: DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **6.1. Discusión**

La discusión que se presenta es consecuencia del estudio y análisis ejecutados a las encuestas realizadas, a la información teórica y realidad problemática propuestos, con el objetivo de establecer cómo la crisis sanitaria influye en el impacto económico de las empresas retail.

Las variables y su interrelación se han demostrado gracias a la contrastación de las hipótesis como resultado de la aplicación de las encuestas a la muestra determinada. Las encuestas aplicadas cuentan con información importante para la investigación, permitiendo opinar sobre la situación actual de las empresas del sector retail y facilitando la recopilación de información relacionada a la investigación.

Respecto a los resultados obtenidos de las encuestas se puede aseverar que la mayoría de encuestados creen que la crisis sanitaria incidió significativamente en los ingresos de las empresas retail, por otro lado, una pequeña parte de los encuestados se muestran indiferentes, mientras que pocos de los encuestados no están de acuerdo. Con estos resultados de las encuestas nos dan a entender que los ingresos económicos del sector retail fueron influenciados en gran parte por la crisis sanitaria, por otro lado, una pequeña parte de los encuestados no está de acuerdo ya que consideran que no hubo una incidencia significativa por la crisis sanitaria, esto podría ser por múltiples factores, si bien es cierto las empresas del sector retail fueron recuperando sus ingresos paulatinamente, no se llega a comparar a los años anteriores. La crisis sanitaria afectó en gran porcentaje los ingresos de las empresas de este sector, reduciendo sus ingresos por ventas de manera presencial, dependiendo; en el tiempo de la cuarentena absoluta; de las ventas online, esto hizo que las

ganancias sean menores a los años anteriores. aumento los costos por reparto, los costos de importación de mucho de los productos y en algunos casos el desabastecimiento.

Otro punto importante obtenido de los resultados de las encuestas nos indica que la gran mayoría de los encuestados está de acuerdo en que las estrategias de marketing como parte de la implementación de los E-COMMERCE, generaron costo – beneficio favorable, mientras que una pequeña parte es indiferente y pocos están en desacuerdo, siendo este un costo necesario que se tenía que asumir para poder continuar con las ventas de manera online, muchas de estas empresas no tenían implementado plataforma virtuales, estas estrategias de marketing ayudaron a conocer la apertura de las nuevas plataformas online, las ofertas por apertura o por tarjetas afiliadas, dar la confianza a los clientes, dar a entender los métodos de envíos y tiempo de llegada, generando en corto plazo beneficios a la empresa, gracias a esta inversión estas empresas pudieron generar ingresos teniendo sus tiendas físicas cerradas, de esta manera innovaron en nuevos métodos de venta para que a futuro no dependan solo de las ventas de manera presencial.

Por otro lado, de acuerdo a los resultados obtenidos por las encuestas, nos indican que la gran mayoría de los encuestados están de acuerdo en que la suspensión perfecta de labores fue una medida necesaria en medio de la recesión económica, mientras que una pequeña parte es indiferente y pocos están en desacuerdo, mucho de los empleados de este sector entraron en suspensión perfecta de labores de manera inmediata ya que mucho de estos empleados eran parte de atención al cliente y organizadores de tienda, al no haber apertura física de las tiendas, no le quedó otra alternativa a estas de empresas de en muchos casos mandarlos a suspensión perfecta de labores o prescindir de sus contratos, esto era una medida necesario porque la empresa no podía hacerse cargo del pago de los sueldos de empleados que no laboraban, sin esta medida mucha de estas empresas al disminuir sus ventas no hubieran podido tener la liquidez de asumir esos costos y hubieran entrado en quiebra, incluso después de la apertura de las tiendas físicas, estas empresas no contaban

con la misma cantidad de trabajadores, por muchas limitaciones que el gobierno daba como el límite aforo, los gastos de pruebas COVID para los empleados.

Otro de los puntos importantes de acuerdo con los resultados obtenidos por las encuestas, nos indica que la mayoría de los encuestados considera que los números de despacho; por ventas online; aumentaron, siendo necesario contratar los servicios de las empresas de outsourcing logísticos, mientras una pequeña parte es indiferente, coincidimos con los resultados, en el principio de la cuarentena mucho de los repartos no llegaron a concluirse, por el desabastecimiento de personal que cumpliera este trabajo, al no tener tiempo de crear un área específica que se encargue solo del tema logístico y con el ultimátum que INDECOPI les había dado para cumplir con sus obligaciones con los clientes, optaron por tercerizar el servicio de reparto, mejorando su atención en estos canales y haciendo que los potenciales clientes confíen en las empresas, sabiendo que sus compras llegarían a entregarse. En lo que va del año han ido mejorando en esta área, como el caso de Saga Falabella que creó su propia empresa de reparto y un almacén en Villa el Salvador a su vez formando una alianza con la empresa Chaski.

En base a los resultados obtenidos por las encuestas se logró aceptar la hipótesis principal donde se menciona que la crisis sanitaria incidió significativamente en el impacto económico de las empresas del sector retail. Por lo tanto, si existe una relación entre las variables "crisis sanitaria" e "impacto económico".

Estos resultados guardan relación con lo que sostiene **Trocel**, (2020) que menciona que: las tiendas por departamento redujeron sus ventas en 71% durante el 2T20. El cierre de locales a mediados de marzo y su posterior reactivación a fines de junio incidió en el resultado de los últimos meses, lo que conllevó a una reducción significativa de sus ingresos, pronosticándose que para finales del 2021 se tendría el 80% de ingresos que se tenían en el 2019. Por lo cual nuestros resultados tienen concordancia con lo que menciona el autor. Por lo tanto, es conveniente seguir con la implementación de los E-COMMERCE a fin de generar más ingresos por ventas.

## 6.2. Conclusiones

- a) Las disposiciones gubernamentales de bioseguridad afectan a la rentabilidad de las empresas retail, debido que para adaptarse a una nueva realidad en plena pandemia (COVID-19) y reabrir sus establecimientos tuvieron que implementar protocolos de seguridad sanitaria, adquirir suministros de bioseguridad y tramitar la autorización de apertura, para evitar la propagación del virus, lo cual generó un gasto no previsto, afectando significativamente las ganancias.
- b) La suspensión perfecta de labores; como consecuencia de la crisis sanitaria; influye desfavorablemente, generando una alta tasa de desempleo en las empresas del sector retail, debido a la incertidumbre presentada en los primeros meses de la cuarentena (marzo – junio 2020) donde no se tenía conocimiento sobre la reapertura de los establecimientos, por lo que se optó por la suspensión perfecta de labores propiciando renuncias y en otros casos la desvinculación laboral.
- c) La implementación de los E-COMMERCE aumentó significativamente el outsourcing logístico. El año 2020 fue de mayor acogida los E-COMMERCE lo que de cierta forma ayudó a las empresas retail a seguir generando ingresos, lo que generó que se contrataran los servicios del outsourcing logístico a fin de cumplir sus obligaciones de entregas, generando un gasto no programado para este sector.

La Crisis Sanitaria incide negativamente en el Impacto Económico en las empresas del sector retail, debido a medidas de confinamiento que afectó la economía de las empresas de este rubro, por el cierre de los establecimientos por varios meses generando niveles bajos de ingresos.

### 6.3. Recomendaciones

En base a las conclusiones vertidas, resultado de la investigación, se recomienda lo siguiente:

- a) Que evalúen los riesgos de salubridad, relacionados con los aforos, en espacios comerciales, oficinas, almacenes, etc., evitando infracciones, multas y clausuras de locales, afectando a la rentabilidad, asimismo, evaluar la asociación estratégica con empresas privadas, para brindar descuentos en las pruebas COVID, implementos de bioseguridad o realizarlo por medio de canjes, donde las empresas retail se comprometen a dar un espacio en sus tiendas para que estas empresas promocionen sus productos y servicios.
- b) Diseñar estrategias para evitar que el trabajador esté sujeto a una suspensión perfecta de labores, reasignando labores en áreas críticas de acuerdo con el perfil y competencia del colaborador; a fin de evitar el incremento de la tasa de desempleo.
- c) Evaluar si es conveniente para la rentabilidad, la implementación de un área de reparto como inversión a largo plazo, si este reduce el costo de envío del producto. De ser conveniente la contratación de outsourcing logístico, crear una aplicación donde el cliente permita ver en tiempo real la ruta de su producto hasta el destino, teniendo así un mejor servicio al cliente, esto generaría una mayor confianza hacia la empresa, evitando reclamo y consultas de los envíos.

Invertir en procesos tecnológicos, para así poder eliminar los obstáculos en la operatividad de la plataforma de ventas que se presentaron en la crisis sanitaria, crear un departamento dedicado exclusivamente al E-COMMERCE, que cree nuevas estrategias junto al área de marketing, implementar más campañas por las redes sociales o Google ADS, ya que son herramientas que permiten la continuidad de las ventas sin paralización comercial ante una nueva crisis sanitaria, beneficiando la economía de estas empresas.

## FUENTES DE INFORMACIÓN

- Bocangel, R. (2020). *Influencia socioeconómica de la crisis sanitaria sobre la inversión china en el peru en 2020*. Universidad San Ignacio de Loyola. Repositorio Institucional. <http://repositorio.usil.edu.pe/handle/USIL/10847>
- Huayna, A y Paucar, M (2020). *Impacto del Covid-19 en la rentabilidad de las empresas del sector azucarero supervisadas por la SMV en el periodo 2020*. Pontífice Universidad Católica del Perú. Repositorio Institucional. <https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/18829>
- Billy, L; Romero, E; Lozada, J y Vásquez, J (2020). *Efecto de la pandemia 2020 en el sector cervecero en el Perú*. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Repositorio Institucional. [https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/656885/Luna\\_JB.pdf?sequence=3&isAllowed=y](https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/656885/Luna_JB.pdf?sequence=3&isAllowed=y)
- Weller, J y otros. (2020). *El impacto de la crisis sanitaria del COVID-19 en los mercados laborales latinoamericanos*. Documentos de Proyectos (LC/TS.2020/90). Santiago de Chile, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL)
- Ozili, P y Arun, T. (2020). *Spillover of COVID-19: Impact on the Global Economy*. Inglaterra. SSRN. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3562570>
- Cordero, M. (2019). *El comercio electrónico e-commerce, análisis actual desde la perspectiva del consumidor en la ciudad de Guayaquil, provincia del Guayas y estrategias efectivas para su desarrollo*. [Tesis de Titulación, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil]. Ecuador. Repositorio Institucional <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/14064>
- Posada de la Paz, M. (2002). *¿Cómo enfrentarse a una crisis en Salud Pública?* España, Madrid. Sitio web: <https://scielo.isciii.es/scielo.php>
- Espinoza, C. (2021). *Coronavirus en Perú: La crisis sanitaria que la pandemia 'desnudó' en el país*. Perú. Sitio web: <https://rpp.pe/peru/actualidad/coronavirus-en->

[peru-la-crisis-sanitaria-que-la-pandemia-desnudo-en-el-pais-noticia-1325538?ref=rpp](https://www.dw.com/es/oms-qu%C3%A9-es-una-emergencia-sanitaria-internacional/a-52217051)

- Müller, S. (2020). *OMS: ¿Qué es una emergencia sanitaria internacional?* Alemania. Sitio web: <https://www.dw.com/es/oms-qu%C3%A9-es-una-emergencia-sanitaria-internacional/a-52217051>
- Lambson. *Normas de bioseguridad en el laboratorio según la OMS*. España, Madrid. Sitio web: <https://labsom.es/blog/normas-de-bioseguridad-en-el-laboratorio-segun-la-oms/>
- Ramos, M. (2020). *Qué es el ecommerce: definición, modelos y ventajas*. México. Sitio web: <https://marketing4ecommerce.mx/que-es-el-ecommerce/>
- Proyecto F5. *¿Los ecommerce funcionan en Perú?* Perú. Sitio web: <https://proyectof5.pe/Blog/EcommerceFuncionaPeru>
- Vega, J. (2020). *Crónica de la economía peruana en tiempo de pandemia*. 21/08/2021, Pontificia Universidad Católica del Perú. Sitio web: <https://departamento.pucp.edu.pe/economia/documento/cronica-la-economia-peruana-tiempos-pandemia/>
- [Price Waterhouse Coopers. \(2012\). Estudios de impacto económico como valorar la repercusión y el retorno de iniciativas e inversiones públicas. Perú. Recuperado el 21/08/2021. Sitio web: https://www.pwc.es/es/sector-publico/assets/brochure-estudios-impacto-economico.pdf](https://www.pwc.es/es/sector-publico/assets/brochure-estudios-impacto-economico.pdf)
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2020). *América Latina y el Caribe ante la pandemia del COVID-19 efectos económicos y sociales*. Chile. Recuperado el 21/08/2021. Sitio web: [https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45337/6/S2000264\\_es.pdf](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45337/6/S2000264_es.pdf)
- Ocampo, R. (2020). *El Impacto económico del COVID-19 y el panorama social hacia el 2030 en la región*. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).

Chile. Sitio web: <https://www3.paho.org/ish/images/docs/presentacion-dr-Rolando-Ocampo.pdf?ua=1>

- Trocel, H. (2020). *Estudios: En Perú resurge de a poco el sector retail*. Sitio web: <https://www.america-retail.com/estudios/estudios-en-peru-resurge-de-a-poco-el-sector-retail/>

# Anexos

## ANEXO N° 01 MATRIZ DE CONSISTENCIA

### “CRISIS SANITARIA Y SU IMPACTO ECONOMICO EN LAS EMPRESAS DEL SECTOR RETAIL EN LIMA METROPOLITANA EN EL AÑO 2020”

Nombres: Canales Pozo Gerald Jesús – Chirinos Anampa Melany Melissa

	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	METODOLOGÍA
<p><b>Problema Principal</b></p> <p>¿De qué manera la Crisis Sanitaria incide en el Impacto Económico en las empresas del sector retail en Lima Metropolitana?</p> <p><b>-Problemas Secundarios.</b></p> <p><b>a.</b> ¿De qué manera el cumplimiento de las disposiciones gubernamentales de bioseguridad afecta en la rentabilidad de las empresas retail en Lima Metropolitana?</p> <p><b>b.</b> ¿De qué manera la suspensión perfecta de labores como consecuencia de la crisis sanitaria influye en la tasa de desempleo en las empresas del sector retail en Lima Metropolitana?</p> <p><b>c.</b> ¿De qué manera la implementación del E-COMMERCE aumenta el outsourcing logístico de las empresas retail en Lima Metropolitana?</p>	<p><b>Objetivo Principal</b></p> <p>Determinar como la Crisis Sanitaria incide en el Impacto Económico en las empresas del sector Retail en Lima Metropolitana.</p> <p><b>-Objetivos Secundarios</b></p> <p><b>a.</b> Analizar de qué manera el cumplimiento de las disposiciones gubernamentales de bioseguridad afecta en la rentabilidad de las empresas retail en Lima Metropolitana.</p> <p><b>b.</b> Determinar si la aplicación de suspensión perfecta de labores como consecuencia de la crisis sanitaria influye en la tasa de desempleo en las empresas retail en Lima Metropolitana.</p> <p><b>c.</b> Establecer si la implementación del E-COMMERCE aumenta el outsourcing logístico en las empresas del sector retail en Lima Metropolitana.</p>	<p><b>Hipótesis Principal</b></p> <p>La Crisis Sanitaria incide en el Impacto Económico en las empresas del sector Retail en Lima Metropolitana.</p> <p><b>-Hipótesis Secundarios</b></p> <p><b>a.</b> El cumplimiento de las disposiciones de bioseguridad reduce la rentabilidad en las empresas del sector retail en Lima Metropolitana.</p> <p><b>b.</b> El acogimiento a la suspensión perfecta de labores incrementa la tasa de desempleo en las empresas del sector retail en Lima Metropolitana.</p> <p><b>c.</b> La implementación de los E-COMMERCE aumenta el outsourcing logístico en las empresas del sector retail en Lima Metropolitana.</p>	<p><b>Variable Independiente</b></p> <p><b>X: Crisis Sanitaria</b></p> <p><b>Indicadores:</b></p> <p><b>X1:</b> Disposiciones gubernamentales de bioseguridad</p> <p><b>X2:</b> Suspensión perfecta de labores</p> <p><b>X3:</b> Implementación del E-COMMERCE</p> <p><b>Variable Dependiente</b></p> <p><b>Y: Impacto Económico</b></p> <p><b>Indicadores:</b></p> <p><b>Y1:</b> Rentabilidad</p> <p><b>Y2:</b> Tasa de desempleo</p> <p><b>Y3:</b> Outsourcing logístico</p>	<p><b>1. Tipo de Investigación</b></p> <p>Es descriptiva y explicativa no experimental.</p> <p><b>2. Método de Investigación</b></p> <p>Método cuantitativo y comparativo.</p> <p><b>3. Población</b></p> <p>La población está compuesta por 6 empresas del sector retail, de los cuales se trabajarán con los gerentes, administradores, supervisores</p> <p><b>4. Muestra</b></p> <p>La muestra que se utilizo es de 56 gerentes, administradores, supervisores</p> <p><b>5. Instrumentos de Recolección de datos</b></p> <p><b>a.</b> Guía de análisis</p> <p><b>b.</b> Ficha de Encuesta.</p>

## ANEXO N°2: ENCUESTA

Al aplicar la presente Técnica de encuestas se busca recoger información importante relacionada con el tema de investigación **“CRISIS SANITARIA Y SU IMPACTO ECONOMICO EN LAS EMPRESAS DEL SECTOR RETAIL EN LIMA METROPOLITANA EN EL AÑO 2020”**. Esta encuesta está dirigida al personal de las empresas del sector retail departamental, para lo cual se le solicita elegir bien su respuesta, la cual considere correcta, marcando con un (X). Se agradece su participación, que será de gran interés para la presente investigación y es anónima.

1. ¿Considera que la crisis sanitaria afectó drásticamente los ingresos de las empresas retail en los primeros meses de la coyuntura?

- a) Totalmente de acuerdo ( )
- b) De acuerdo ( )
- c) Indiferente ( )
- d) Desacuerdo ( )
- e) Totalmente desacuerdo ( )

2. ¿Cree usted que se aumentó el control de la salud ocupacional como cumplimiento de la disposición gubernamental de bioseguridad?

- a) Totalmente de acuerdo ( )
- b) De acuerdo ( )
- c) Indiferente ( )
- d) Desacuerdo ( )
- e) Totalmente desacuerdo ( )

3. ¿Considera el plan para la vigilancia, prevención y control del covid-19 fundamental para la apertura de establecimientos al público como parte de la disposición gubernamental de bioseguridad?

- a) Totalmente de acuerdo ( )
- b) De acuerdo ( )
- c) Indiferente ( )
- d) Desacuerdo ( )
- e) Totalmente desacuerdo ( )

4. ¿Cree usted que la suspensión perfecta de labores fue una medida necesaria en medio de la recesión económica?

- a) Totalmente de acuerdo ( )
- b) De acuerdo ( )
- c) Indiferente ( )
- d) Desacuerdo ( )
- e) Totalmente desacuerdo ( )

5. ¿Cree usted que la suspensión perfecta de labores afecto directamente la estabilidad laboral?

- a) Totalmente de acuerdo ( )
- b) De acuerdo ( )
- c) Indiferente ( )
- d) Desacuerdo ( )
- e) Totalmente desacuerdo ( )

6. ¿Está de acuerdo que las estrategias de marketing como parte de la implementación del E-COMMERCE generaron costo-beneficio favorable?

- a) Totalmente de acuerdo ( )
- b) De acuerdo ( )
- c) Indiferente ( )
- d) Desacuerdo ( )
- e) Totalmente desacuerdo ( )

7. ¿Cree usted que las nuevas plataformas virtuales como parte de la implementación del E-COMMERCE generan la misma cantidad de ingresos de forma presenciales?

- a) Totalmente de acuerdo ( )
- b) De acuerdo ( )
- c) Indiferente ( )
- d) Desacuerdo ( )
- e) Totalmente desacuerdo ( )

8. ¿Considera que el impacto económico, causado por la pandemia, disminuyó considerablemente las ventas?

- a) Totalmente de acuerdo ( )
- b) De acuerdo ( )
- c) Indiferente ( )
- d) Desacuerdo ( )
- e) Totalmente desacuerdo ( )

9. ¿Considera usted que la implementación para la prevención del COVID-19 influyó en la rentabilidad?

- a) Totalmente de acuerdo ( )
- b) De acuerdo ( )
- c) Indiferente ( )
- d) Desacuerdo ( )
- e) Totalmente desacuerdo ( )

10. ¿Considera usted que el margen de ganancias para el término del 2020 fue rentable a comparación del 2019?

- a) Totalmente de acuerdo ( )
- b) De acuerdo ( )
- c) Indiferente ( )
- d) Desacuerdo ( )
- e) Totalmente desacuerdo ( )

11. ¿Considera usted que el desempleo coyuntural influyó en la tasa de desempleo?

- a) Totalmente de acuerdo ( )
- b) De acuerdo ( )
- c) Indiferente ( )
- d) Desacuerdo ( )
- e) Totalmente desacuerdo ( )

12. ¿Cree usted que las limitaciones laborales de salubridad aumentaron la tasa de desempleo?

- a) Totalmente de acuerdo ( )
- b) De acuerdo ( )
- c) Indiferente ( )
- d) Desacuerdo ( )
- e) Totalmente desacuerdo ( )

13. ¿Considera que los números de despacho; por ventas online; aumentaron siendo necesario contratar los servicios de las empresas de outsourcing logísticos?

- a) Totalmente de acuerdo ( )
- b) De acuerdo ( )
- c) Indiferente ( )
- d) Desacuerdo ( )
- e) Totalmente desacuerdo ( )

14. ¿Considera usted que el alza de los costos de transporte de los outsourcing logísticos fue asumida por el consumidor final?

- a) Totalmente de acuerdo ( )
- b) De acuerdo ( )
- c) Indiferente ( )
- d) Desacuerdo ( )
- e) Totalmente desacuerdo ( )

### ANEXO N° 3: Alfa de Cronbach

¿Conside	¿Cree us!	¿Conside	¿Cree us!	¿Cree us!	¿Está 4 q	¿Cree us!	¿Conside	¿Conside	¿Conside	¿Conside	¿Cree us!	¿Conside	¿Conside		
4	3	4	4	4	4	2	4	4	2	4	4	4	4	51	
1	1	4	4	4	4	3	4	5	3	5	4	4	4	50	
4	5	5	5	5	4	5	5	4	2	5	2	4	4	58	
2	2	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	48	
4	4	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	65	
4	5	2	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	50	
4	4	4	4	4	5	3	5	5	5	4	4	4	4	60	
5	4	5	5	5	2	3	3	4	5	3	3	4	3	54	
2	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	46	
3	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	61	
5	5	4	4	5	5	3	5	5	5	5	4	5	4	64	
3	5	5	5	5	4	5	3	3	5	3	5	5	5	61	
5	4	4	5	3	4	4	5	4	3	4	3	5	3	56	
4	4	3	3	4	4	2	3	3	2	3	3	3	3	44	
5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	3	3	63	
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	68	
5	4	4	2	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	54	
5	5	2	2	2	5	4	5	4	4	4	4	4	4	57	
5	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	3	4	4	56	
5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	57	
4	5	5	5	5	3	4	2	5	4	5	4	4	4	60	
5	5	4	5	3	5	5	5	5	3	5	3	3	5	61	
5	5	5	4	4	4	4	3	5	4	5	4	5	5	63	
5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	64	
5	4	5	4	4	4	3	4	4	2	4	4	5	4	56	
5	4	4	4	4	5	3	3	5	3	5	3	5	5	59	
5	5	5	5	5	4	2	4	5	5	4	4	4	4	62	
4	5	5	5	5	3	2	4	5	5	5	4	4	4	61	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56	
3	4	4	5	3	5	5	5	3	2	3	2	5	5	54	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70	
5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	3	3	3	3	58	
4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	63	
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	68	
5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	65	
5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	60	
5	4	5	5	5	4	5	3	3	3	3	5	3	4	57	
5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	65	
5	5	5	5	5	5	3	4	4	5	4	5	5	5	66	
5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	65	
5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	64	
5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	64	
4	4	3	4	4	5	4	5	5	4	3	5	5	5	61	
5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	68	
5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	67	
5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	63	
5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	65	
4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	5	3	3	3	51	
3	3	3	3	3	5	3	5	5	5	4	4	4	5	57	
5	4	5	4	3	5	5	5	5	5	4	4	5	5	64	
5	3	5	5	3	5	4	4	5	4	4	4	5	3	53	
5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	65	
5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	61	
5	5	4	3	5	5	3	5	5	4	5	4	4	5	63	
5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	65	<b>ALFA DE CROMBACH</b>
0.8350649	0.7087662	0.6646104	0.5714286	0.4827922	0.5337662	0.887987	0.5974026	0.4646104	0.8974026	0.5070707	0.6334416	0.4566812	0.5701299	35.687987	0.803381811
													8.8029221		