# UNIVERSIDAD INCA GARCILASO DE LA VEGA

**FACULTAD DE COMERCIO EXTERIOR Y RELACIONES INTERNACIONALES**



**Trabajo de Suficiencia Profesional:**

**INCREMENTO DE VENTAS EN LA TIENDA TRADICIONAL**

**“DON PANDA” MEDIANTE LA IMPLEMENTACIÓN DE LA HERRAMIENTA "E-COMMERCE”.**

**Presentado por:**

**Silva de la Cruz, María Claudia**

**Para optar por el Título Profesional en: Gestión de Negocios Internacionales**

**LIMA- PERÚ 2018**

RESUMEN

Actualmente, el estilo de vida de las personas ha cambiado enormemente, la vida digital de las personas ha sido utilizado por las empresas para acercarse más a sus clientes a través de estrategias y Marketing digital. Así de esta manera, poder interactuar con sus clientes compartiendo imágenes, videos, ideas, información, entre otros. Con la única finalidad de mostrar el producto y/o servicio ofrecido a sus clientes mediante las plataformas virtuales.

La presente investigación tiene como finalidad desarrollar un E-commerce, en el cual mediante la plataforma se mejoren procesos internos e incrementen las ventas de la tienda tradicional “Don Panda” haciendo uso de herramientas tales como: marketing digital, plataformas web, canales de venta digitales, entre otros. Adicionalmente, se planteará una mejora en la forma de realizar la compra de los productos, se explicará mediante casos, ejemplos, cuadros comparativos de precios, cuadro de costos, entre otros. Concluyendo que la importación es la mejor vía para la disminución de costos y aumento de ganancia. Por consiguiente, hoy en día las redes sociales cumplen un rol muy importante en la ejecución de un E-commerce.

El E-commerce ha permitido la expansión de mercado, eliminación de fronteras mediante el acceso desmesurado a la información, la facilidad para la comunicación, la

velocidad para el intercambio de bienes y servicios, compra y venta de artículos e importación y exportación.

Palabras claves: E-commerce, marketing digital, importación, redes sociales, plataformas web.

# ABSTRACT

Currently, the lifestyle of people has changed enormously, the digital life of people has been used by companies to get closer to their customers through strategies and digital Marketing. In this way, we can interact with our clients by sharing images, videos, ideas, information, among others. With the sole purpose of showing the product and / or service offered to its customers through virtual platforms.

The purpose of this research is to develop an E-commerce, in which the platform improves internal processes and increases the sales of the traditional store "Don Panda" using tools such as: digital marketing, web platforms, sales channels digital, among others. Additionally, there will be an improvement in the way of purchasing products, explained by cases, examples, comparative tables of prices, cost table, among others. Concluding that importation is the best way to reduce costs and increase profits. Therefore, today social networks play a very important role in the execution of an E-commerce.

E-commerce has allowed market expansion, elimination of borders through excessive access to information, ease of communication, speed for the exchange of goods and services, purchase and sale of goods and import and export.

Keywords: E-commerce, digital marketing, import, social networks, web platforms.