

UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

Escuela Profesional de Contabilidad



Una Institución Adventista

La experiencia del colportaje como una actividad empresarial para enfrentar la crisis económica a causa del COVID – 19

Tesis para obtener el Título Profesional de Contador Público

Por:

Jhanet Beatriz Abado Diaz

Deysi Rosmery Roque Sucasaca

Asesor:

Magister Ruth Elizabeth Villafuerte Alcántara

Juliaca, 06 de mayo de 2021

DECLARACIÓN JURADA DE AUTORÍA DEL INFORME DE TESIS

Ruth Elizabeth Villafuerte Alcántara, de la Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Profesional de Contabilidad, de la Universidad Peruana Unión.

DECLARO:

Que el presente informe de investigación titulado: **“LA EXPERIENCIA DEL COLPORTAJE COMO UNA ACTIVIDAD EMPRESARIAL PARA ENFRENTAR LA CRISIS ECONÓMICA A CAUSA DEL COVID – 19”** constituye la memoria que presenta las Bachilleres Jhanet Beatriz Abado Diaz y Deysi Rosmery Roque Sucasaca para obtener el título de Profesional de Contador Público, cuya tesis ha sido realizada en la Universidad Peruana Unión bajo mi dirección.

Las opiniones y declaraciones en este informe son de entera responsabilidad del autor, sin comprometer a la institución.

Y estando de acuerdo, firmo la presente declaración en Juliaca, a los 23 días del mes de mayo del año 2021



Magister Ruth Elizabeth
Villafuerte Alcántara
Asesor

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En Puno, Juliaca, Villa Chullunquiani, a los 06 día(s) del mes de mayo del año 2021, siendo las 11:00 horas, se reunieron los miembros del jurado en la Universidad Peruana Unión Campus Juliaca, bajo la dirección del (de la) presidente(a):

Mg. Yarmany Said Lupaca Chata, el (la) secretario(a): Dr. Jorge Alejandro

Sánchez Garcés y los demás miembros: Mtra. Karen Yosio

Mamani Monroy y el (la) asesor(a) Mg. Ruth Elizabeth

Villa fuerte Alcántara con el propósito de administrar el acto académico de sustentación de la tesis titulado:

La experiencia del colportaje como una actividad empresarial para enfrentar la crisis económica a causa del COVID-19

del(los) bachiller(es): a) Abado Diaz Jhanet Beatriz

b) Roque Sucasaca Deysi Rosmery

c)

..... conducente a la obtención del título profesional de:

Contador Público

(Denominación del Título Profesional)

El Presidente inició el acto académico de sustentación invitando al (a la) / a (los) (las) candidato(a)s hacer uso del tiempo determinado para su exposición. Concluida la exposición, el Presidente invitó a los demás miembros del jurado a efectuar las preguntas, y aclaraciones pertinentes, las cuales fueron absueltas por al (a la) / a (los) (las) candidato(a)s. Luego, se produjo un receso para las deliberaciones y la emisión del dictamen del jurado.

Posteriormente, el jurado procedió a dejar constancia escrita sobre la evaluación en la presente acta, con el dictamen siguiente:

Bachiller (a): Abado Diaz Jhanet Beatriz

CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	
<u>Aprobado</u>	<u>17</u>	<u>B+</u>	<u>Muy Bueno</u>	<u>Sobresaliente</u>

Bachiller (b): Roque Sucasaca Deysi Rosmery

CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	
<u>Aprobado</u>	<u>17</u>	<u>B+</u>	<u>Muy Bueno</u>	<u>Sobresaliente</u>

Bachiller (c):

CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	

(*) Ver parte posterior

Finalmente, el Presidente del jurado invitó al (a la) / a (los) (las) candidato(a)s a ponerse de pie, para recibir la evaluación final y concluir el acto académico de sustentación procediéndose a registrar las firmas respectivas.

Presidente/a

Asesor/a

Bachiller (a)



Secretario/a

Miembro

Bachiller (b)

Miembro

Bachiller (c)

La experiencia del colportaje, una actividad empresarial para enfrentar la crisis económica a causa del COVID-19

The experience of colportaje as a business activity to face the economic crisis caused by COVID-19

Abado Díaz Jhanet Beatriz¹, Roque Sucasaca Deysi Rosmery², Jorge Sánchez-Garcés³, Villafuerte Alcántara Ruth Elizabeth⁴

1e-mail: jhanet.abado@upeu.edu.pe, 2e-mail: deysi.roque@upeu.edu.pe, 3e-mail: jasg@upeu.edu.pe 4e-mail: ruthvillafuerte@upeu.edu.pe

^a EP Contabilidad, Facultad Ciencias Empresariales, Universidad Peruana Unión, Perú

Resumen:

La presente investigación fue desarrollada a partir de interacciones con jóvenes colportores de distintos países de Sudamérica; teniendo como objetivo principal describir la experiencia del colportaje como una actividad empresarial para enfrentar la crisis económica a causa del COVID-19, por un lado, los objetivos específicos; describir cómo se abastecen de los libros para desarrollar la actividad del colportaje en tiempos de cuarentena; cómo se realiza la venta, de qué manera se están realizando las cobranzas y describir cuáles son los objetivos de realizar esta actividad empresarial. Para ello se realizó un estudio cualitativo fenomenológico de nivel descriptivo con una muestra de diez colportores, todos ellos con una alta experiencia en este campo. Adicionalmente, los resultados muestran que la experiencia del colportaje en estos tiempos de crisis ha generado cambios, donde tuvieron que implementar estrategias de abastecimiento, venta y cobranza para seguir cumpliendo sus objetivos y planes futuros donde colportaje ha sido una ayuda financiera. En conclusión, el colportaje es una obra de Dios, que a pesar de que ocurran sucesos inesperados, siempre los colportores saldrán bendecidos, porque es una obra de éxito espiritual y económico, que gracias a ello muchos jóvenes han logrado sus sueños de ser un profesional. Que actualmente a pesar de la dificultad que existe este trabajo está marcando la diferencia, una experiencia que no debe pasar por alto de jóvenes valientes que sirven a la sociedad y que han encontrado una oportunidad en colportaje para enfrentar la crisis económica mundial.

¹Autor de correspondencia: Abado Díaz Jhanet Beatriz
Km. 6 Carretera Arequipa. Villa Chullunquiani.
Código Postal: 21101
Teléfono 926503547
E-mail: jhanet.abado@upeu.edu.pe

Palabras claves: COVID-19, colportaje, finanzas, abastecimiento, ventas, cobranzas y bendición.

Summary

This was developed in young colporteurs from South America from different universities; having as main objective to describe the canvassing experience as a business activity to face the economic crisis caused by covid-19, on the one hand, the specific objectives; describe how you stock up on books to carry out canvassing activities in times of quarantine; describe how the sale of books is carried out during this pandemic, describe how the collections of the sale of books are being carried out and describe results are the objectives of carrying out this business activity that is canvassing and how it helps to face the crisis to cause of COVID-19. For this, a descriptive-level qualitative empirical study was carried out with a descriptive level of 10 colporteurs, among them; university students and non-students, all of them with high experience in this field. In addition, the results show that the experience of canvassing in times of crisis due to the pandemic has really generated changes, where young people had to implement and create supply, sales and collection strategies to continue meeting their objectives and future plans, where many of them have chosen to work and develop their knowledge more with the virtual and in person as necessary and with this research to make known that canvassing has been a help for many young students and non-students where currently despite the difficulty who have to carry out the sales of literature this work is making a difference, an experience that should not be overlooked by brave young people who serve society and who have found a job opportunity in this business experience to face the crisis of the pandemic world.

Keywords: COVID-19, canvassing, finance, supply, sales and collections,

1. Introducción

El COVID-19 es una pandemia mundial, ha afectado a la economía y a la estabilidad laboral, a medida que avanza esta crisis va tomando lugar en empresas y familias que dependen de un trabajo para cubrir sus necesidades básicas, tal es el caso del colportaje, la palabra colportaje proviene del término “colportor”. Según Riffel (1985, p.21), proviene del francés antiguo que significa: col, “cuello del saco o camisa” y porteur, “portador o llevador”: El significado en castellano sería portar en el cuello de una persona. Este método fue usado por los valdenses en sus viajes como mercaderes. Ellos llevaban debajo de sus ropas colgado en el cuello una especie de bolsa que cargaban a escondidas los libros que leían a la gente y ofrecían a la venta, el colportaje no ha sido ajeno a sufrir las consecuencias a causa de esta crisis mundial, donde jóvenes estudiantes y familias dependientes de esta labor tuvieron que adaptarse a los cambios para seguir abasteciéndose de libros, vendiendo y cobrando, ya que normalmente estas actividades se realizan mediante visitas a domicilios. En medio de esta crisis la Iglesia Adventista del Séptimo Día (IASD) se pronunció para dar ánimos a los colportores que hacen de esta labor una bendición, a través del Pr. Wilson, “.que compartir con los demás y ser agentes de esperanza es algo maravilloso, ya que son testigos de la estabilidad espiritual en ayudar a los demás a que tengan paz, y que los colportores tienen una gran oportunidad de compartir el mensaje de Dios con nuestros amados amigos, conocidos, vecinos e incluso personas extrañas”. El colportaje además de permitir desarrollar capacidades también es un beneficio para las finanzas personales, así como lo afirma Paye (2016), “.la actividad del colportaje siendo un trabajo de vender libros a favor de la gente también es un beneficio económico para estudiantes que desean seguir una carrera universitaria y cuidar sus finanzas personales”, por ello colportaje se ha convertido una alternativa laboral en medio de esta pandemia y así afrontar el problema de la inestabilidad económica que se vive, por ende nuestra investigación para el logro de los objetivos se aplicó la técnica fenomenológica de un estudio cualitativo de nivel descriptivo, en los resultados se observa que realmente la experiencia del colportaje en estos tiempos de crisis a causa de la pandemia realmente ha generado muchos cambios, en donde los jóvenes tuvieron que implementar y crear estrategias de abastecimiento, ventas, cobranzas para seguir cumpliendo sus objetivos y planes futuros, donde muchos de ellos han optado trabajar de mano de la virtualidad además de presencial, esto para enfrentar la crisis económica que causó la pandemia causando desbalance en las finanzas personales. Por ende, nuestro objetivo principal describir la experiencia del colportaje como una actividad empresarial para enfrentar la crisis económica a causa del covid-19, por un lado, los objetivos específicos; describir cómo se

abastecen de los libros para desarrollar la actividad del colportaje en tiempos de cuarentena; cómo se realiza la venta, de qué manera se están realizando las cobranzas y describir cuáles son los objetivos de realizar esta actividad empresarial.

Hoy en día los jóvenes y estudiantes universitarios están siendo afectados psicológicamente presentando ansiedad, así como menciona Bablu; Kumar; Dhar (2020) en una revista que tuvo como propósito de estudio conocer el impacto psicológico del COVID-19 en estudiantes universitarios que dio un resultado del 48.41% que sufrían de ansiedad moderada correlacionando positivamente, sin embargo el programa de colportaje estudiantil es una oportunidad que promueve la salud mental a diferentes estudiantes que han sabido sobresalir en esta crisis, además de pagar sus estudios mientras disfrutaban de experiencias que les preparan para el éxito en la vida, Wilson (2020).

El colportaje es una bendición para los que la ejercen con responsabilidad, de esta manera gozar de los beneficios personales, sociales y económico, así como afirma que: “..la obra del colportaje, debidamente practicada, es obra misionera del más alto orden, y es un método tan bueno y de tanto éxito como cualquiera que se pueda emplear para presentar a la gente las verdades importantes para este tiempo” (White, 2001, p.11), además Henning (2016) hace mención en sus diferentes libros direccionadas con esta actividad del colportaje.

La pandemia de COVID-19 es un fenómeno que ha golpeado a todo el mundo, la economía de la gente de muchos países ha sido afectado, las empresas perdieron numerosos montos de dinero donde muchos cayeron en déficit con picos bajos de pérdidas así como lo afirma Zaheer (2020), que el COVID-19 causó interrupciones en todo el mundo, parando los motores de la economía, además Hemant (2020) mencionó que cada nación afectada por esta pandemia está haciendo esfuerzos para mitigar y aliviar esta crisis, este tema es primordial ya que si las personas no tienen trabajo crecerá la pobreza y esto afecta en el desarrollo de un país que está conformada de familias afectando sus finanzas personales, según las palabras de Salas, (2010) “Las finanzas personales, comprende el análisis y la planificación de las fuentes y usos de las finanzas personales, el ahorro y las inversiones con el objetivo en lograr una mejora en la calidad de vida”, a los colportores estudiantes también les ha tocado vivir esta experiencia de cuidar sus finanzas para el cumplimiento de sus planes.

A causa de la pandemia del COVID – 19 que afectó a casi 170,000 personas en 148 países provocando más de 6,500 muertes que ha repercutido en el plano económico y el mercado laboral, tanto en la oferta y la demanda, así como lo afirma la Organización

Internacional de Trabajo OIT, (2020), como también Vinelli, (2020) en su estudio de cálculo de desempleo en el Perú obtiene estadísticas de hasta un 18% en el sector comercio y 19% en servicios contemplando pérdidas de 3.5 millones de empleos, siendo cifras alarmantes y una situación preocupante para muchos jóvenes estudiantes que dependen de este trabajo que se han visto afectados, en medio de esta situación el líder mundial de colportaje el Pr. Wilson en un video preparado mencionó que los colportores en general están utilizando plataformas virtuales para contactar personas, la mayoría tienen su plataforma virtual, redes sociales donde ofrecen charlas sobre salud, familia donde se relacionan con las personas y llegar a ellos a través de las literaturas, donde actualmente algunos están bajo el Instituto Vida Asociados y Consultores quienes están comprometidos con el bienestar integral de la salud familiar y del desarrollo personal, así mismo en brindar servicios de capacitaciones, talleres, seminarios y terapias a empresas juntamente con los colportores en estos tiempos de pandemia Instituto Vida (2020). En momentos de pandemia estos valientes jóvenes han demostrado ser canal de bendición ayudando a muchas familias esto gracias a la preparación que el ministerio de publicaciones juntamente con los materiales de apoyo como kit de colportaje, capacitaciones y motivación les ha ayudado a caminar hacia sus metas,

2. Materiales y Métodos (Metodología)

2.1 Diseño y participantes

El tipo de la investigación es cualitativo de diseño fenomenológico empírico, que se enfoca menos en la interpretación del investigador y más en describir las experiencias de los participantes. Creswell, (2013)

Tuvimos 10 participantes, estudiantes universitarios, colportores de diferentes carreras profesionales de diferentes países de Sudamérica, con una amplia experiencia en este campo laboral, todos ellos siendo independientes y solventarse a sí mismos.

2.2 Instrumentos

El instrumento fue la entrevista semiestructurada, de elaboración propia para la obtención de datos; compuesta de 4 preguntas, donde también surgieron preguntas adicionales que se abordaron con los participantes mediante la video llamada por WhatsApp.

2.3 Procedimiento

2.3.1 Planteamiento del problema:

Es este primer paso observamos el fenómeno que se vive actualmente, el COVID-19 que a raíz de este problema el desempleo tuvo un impacto contundente a causa de cierres y liquidaciones de entidades provocando una crisis económica y pobreza, sin embargo, en medio de este fenómeno la actividad empresarial de colportaje fue una oportunidad de seguir laborando a pesar de la pandemia mundial, dando un impacto en medio de la crisis.

2.3.2 Definición de la población:

Demarcamos la población que queremos estudiar, obteniendo una muestra de diez colportores de distintos países de Sudamérica, quienes contaron sus experiencias, cada uno con una trascendencia en esta actividad. Colldo (2006)

2.3.3 Definición de objetivos:

En este paso definimos los objetivos realizándonos preguntas generales y específicas del fenómeno que arraigaba con el problema mundial, y responder con este estudio empírico las experiencias nuevas de colportores que supieron lidiar con cambios provocados por el COVID 19, logrando enfrentar la crisis económica mundial, dando un enfoque en la contabilidad financiera. Colldo (2006)

2.3.4 Recolección de datos:

Ejecutamos el instrumento de estudio con la técnica de entrevista estructurada, siendo un documento descrito con ítems de preguntas abiertas, logrando obtener información cualitativa, para la medición y análisis del estudio. García (1990)

2.3.5 Procesamiento de datos:

En este paso con el programa Microsoft Excel identificamos las frases codificadas realizando un filtro de cada respuesta, posteriormente se dividió en categorías y subcategorías para generar el resumen de las respuestas en TXT divididas en frases codificadas y respuestas.

2.3.6 Validación de resultados:

Con la ayuda del Text Generation, el Atlas Ti, Python y Wordcloud validamos nuestros datos y generamos los resultados finales para posteriormente interpretarlos.

2.3.7 Explotación de la información:

Finalmente interpretamos los resultados y redactamos las conclusiones juntamente con las discusiones del estudio empírico, para mostrar la relevancia de aplicación y conocimiento de la Contabilidad Financiera, aportando información para la población empresarial. Raiga (1995)

Aporte: el estudio aporta experiencias fenomenológicas con un impacto financiero, asimismo es base de futuras investigaciones cuantitativas, ya que hemos abordado un fenómeno nunca antes visto como es el COVID-19 en el colportaje.

3. Resultados

3.1 Resultado N°1

Considerando la tabla 1, se obtuvo cinco tipos de respuestas respondiendo al objetivo específico describir cómo se abastecen de los libros para desarrollar la actividad de colportaje, la primera “pedidos al líder de campaña” donde E001, E002, E003, E009 y E010 acertaron que ellos se abastecen de los líderes de las campañas realizando pedidos cuando lo requieren, otra de las respuestas fue “Pedidos al SEHS”: donde E004 y E010 afirmaron que como líderes realizan pedidos directamente, “utilización de stock existente” donde E005 informó que antes de la pandemia estaba siendo partícipe de la campaña de verano por 3 meses, sin embargo a causa no logró culminar su verano, por ende se había quedado con un stock, asimismo E006 y E010 tuvieron un “sobreabastecimiento antes de la cuarentena”, ellos hicieron los pedidos de materiales antes de que las autoridades decidan poner en cuarentena a las personas, teniendo así todo el material disponible sin tener dificultades posteriormente, también hubo” pedidos al IDEC” donde E008, informó que se abastecía por los pedidos directamente al IDEC, que es el “Instituto del Desarrollo del Estudiante Colportor”, ubicado en la universidad.

3.2 Resultado N°2

Considerando la tabla 2, se obtuvo seis tipos de respuestas respondiendo al objetivo específico describir cómo se realiza la venta de los libros durante esta pandemia, donde la primera fue “de casa en casa” donde E001, E003, E002, E004, E005, E007, E008, E009 y E010 acertaron indicando que lo realizaban casa por casa a pesar de los riesgos que corrían, ellos indicaron que la esencia del colportaje era interactuar con las personas de manera física y la mejor forma era ir a los lugares alejados y zonas abiertas, donde se les permitía colportar, otra respuesta fue “redes sociales” donde E003, E007, E008 y E006 indicaron que las redes sociales para ellos era una gran ayuda el de realizar ventas online, creando salas de reuniones, utilizando el Facebook para promocionar sus productos y captando nuevos clientes, asimismo el Tik Tok, WhatsApp y otros, además de “Pagina Web” que el colportor E004 se había creado para realizar ventas mediante una página web y que le había resultado positivo en la mayoría de ventas, asimismo los “catálogos virtuales” donde E002 había implementado un catálogo virtual de todos los materiales que ofrecía, de esa manera capacitar a sus futuros clientes de acuerdo al material que elegían, las “promociones” también fue una estrategia de venta para E008, donde indicó que promocionada sus materiales vía online con descuentos por cantidad de libros de compras, finalmente las “pre-venta”, que también fue la respuesta de E007, donde

indicó que vendía previa anticipación a sus clientes para realizar las visitas correspondientes de manera presencial.

3.3 Resultado N°3

Considerando la tabla 3, se obtuvo cinco tipos de respuestas respondiendo al objetivo específico describir cómo están realizando las cobranzas, como: “recordatorio de pagos” donde E001 enviaba mensajes a sus clientes, antes de ir por la cobranza de la venta a crédito, recordándoles que debía pagar, asimismo la “visita a domicilio”, los E001, E002, E003, E004, E005, E006, E007, E008, E009 y E010 que son el 100% de la muestra indicó que realizaban visitas a domicilio, ya que la mayoría de sus ventas eran en cuotas y algunas de ellas tenían que ir a recordarles, asimismo tenían clientes que no podían salir de casa a realizar los depósitos en instituciones financieras, asimismo la respuesta “transferencia bancaria” que un 90% acertaron como: E001, E002, E003, E005, E006, E007, E008, E009 y E010, esto porque muchos de sus clientes por el tema de la pandemia no deseaban tener un contacto físico con personas por la cuarentena, optando depositar a cuentas corrientes de la institución y transferencias bancarias, siendo también un beneficio para el colportor, ya que se ahorran tiempo de salir y seguir realizando ventas, también el “fraccionamiento de cobros” E004, E005, E007 y E008 que fue una estrategia positiva porque ya se tenían fechas establecidas para realizar el cobro de las ventas, finalmente realizaban cobranzas mediante el “uso de Aplicativos” así como lo afirma E006, donde indica que "las cobranzas lo he estado realizando mediante una aplicación llamada Paypal de manera virtual, la otra opción que he tenido es a una empresa latinoamericana Josué Money", siendo una estrategia de fácil cobro.

3.4 Resultado N°4

Considerando la tabla 4, se obtuvo diez tipos de respuestas así como: “predicar la palabra de Dios” que en un 80% de los entrevistados E001, E002, E003, E005, E006, E007, E009 y E010 afirmaron que es uno de sus objetivos principales, asimismo “estudiar una carrera universitaria” un 90% E001, E002, E003, E004, E006, E007, E008, E009 y E010 tiene este objetivo, ya que gracias a ello logran becas para seguir con su carrera universitaria, también 6 de los colportores indicó “desarrollar competencias blandas” E001, E002, E004, E005, E008 y E010, donde afirmaron que este trabajo les había ayudado a desarrollarse como profesionales, a cuidar su economía, relacionarse con los demás, valorar a su familia y depender de Dios en todo momento, “ayudar a las personas” fue otra de las respuestas donde E001, E004, E005 y E009 indicaron como objetivo que gracias a este trabajo habían aprendido a preocuparse por los problemas que tanta gente tiene en el mundo, creando en su mente la necesidad de ayudar a

su prójimo llevando una esperanza a sus hogares, otra de las respuestas fue “cubrir las necesidades básicas” E001, E003, E006, E007 y E008, gracias al colportaje muchos jóvenes obtienen dinero y cubren sus necesidades básicas, ya que muchos de ellos no tienen el apoyo de un familiar, “crecer espiritualmente” es uno de los objetivos al igual que la primera para E001, E003, E007, E008 y E009, esto porque el colportaje es una obra que nació en el pensamiento de Dios para predicar y llevar las verdades presentes a todas las personas, para que ello suceda, los colportores deben de estar y depender totalmente de Dios y así llevar una luz que transforma vidas, otro de los objetivos es “ahorrar para futuros proyectos” que según E002, E004 y E006, indicaron que necesariamente los ingresos que obtienen los tienen que ahorrar para sus futuros proyectos y seguir estudiando, “ser un canal de bendición para otras personas” donde E002, E005 y E010 están convencidos que a través de ellos muchas personas arreglarán sus vidas llevando literaturas a cada uno que lo necesite, “crecer económicamente” E003, E005, E006, E009 y E010, afirmaron que gracias al colportaje ellos crecen económicamente, ya que es una obra de mucha bendición y finalmente “servir a Dios” que E004 mencionó, esto por cumplir la misión de llevar la palabra de Dios a distintos lugares del mundo.

Validación de resultados:

Método de palabras más frecuentes

La figura 3, nos muestra el análisis de las palabras más frecuentes en la respuesta de los participantes: la palabra “libro” es la más mencionada ya que nuestros entrevistados se relacionan directamente con la actividad del colportaje que es la venta de libros, que en esta pandemia ha sido un gran desafío en difundirla, así como también se hace referencia a su manera de abastecimiento, en la que la mayoría mencionó que el líder de campaña tenía los libros, así como menciona E009 “el líder es quien otorga los libros”. Las palabras “ahora y casa” referidas ambas al contexto que estamos viviendo, los mencionan todos los entrevistados porque ahora afrontan varios inconvenientes por temas de seguridad, y la palabra casa hace referencia al cambio de estrategia por la cuarentena, sin embargo, otro entrevistado menciona que E009: "por ahora estaba trabajando de manera presencial, casa por casa". La cuarta palabra “pedido”, según la manifestación de los entrevistados los pedidos de materiales en tiempos de la pandemia han sido generados por pre-ventas mediante plataformas virtuales y redes sociales que ha sido una estrategia, sin embargo, no todos optaron a la virtualidad, algunos seguían vendiendo con visitas a domicilio generando aún más pedidos, mencionaron que muchas personas no siempre están

acostumbradas a manejar la tecnología y tienen temor a las ventas online. Donde se observa que la virtualidad no se familiarizó con algunos colportores y prefieren el método presencial.

Método de análisis de sentimientos

Como se observa en la figura 2 que la polaridad tiene un valor de 0,06, Sentiment (polarity=0.06291446757200181) es decir que los sentimientos que expresan los colportores estudiantes y no estudiantes no son tan positivos, que la pandemia ha sido un gran cambio para ellos, ya que sus objetivos y planes se vieron afectados por esta crisis y sus prioridades les preocupa tal como se ve en las entrevistas. En cuanto a la subjetividad el valor 0.37, (subjectivity=0.37550999229081417), entonces es medianamente subjetivo porque las opiniones de nuestros entrevistados son muy personales con respecto a la experiencia que están viviendo en medio de esta pandemia, expresando algunos sentimientos personales, puntos de vista, creencias, opiniones, alegaciones, deseos, creencias, sospechas y especulaciones que cada uno mencionó con un enfoque personal, de acuerdo a sus experiencias vividas.

Método de redes cualitativas

La ilustración N° 1 muestra la respuesta más tocada respecto al ítem ¿cómo te abasteces de los libros para desarrollar la actividad de colportaje en medio de esta pandemia?, se observa que los jóvenes colportores tienen un líder en la campaña quien es el encargado de realizar los pedidos al “Servicio Educativo Hogar y Salud”, posteriormente al líder de campaña quien tiene los libros en stock. Esta es la forma de abastecerse ya que no se puede salir constantemente a la institución del SEHS por el aislamiento, sin embargo también se puede observar que uno de los entrevistados se abastece del stock sobrante de la campaña anterior, ya que por la pandemia en los días de inmovilización de emergencia ellos no podían salir de casa a colportar, y varios devolvieron los materiales, creciendo el stock de libros, y otros se sobre abastecieron de libros antes que la pandemia se torne más intenso para hacer las entregas pendientes a sus clientes.

En la ilustración N°2, del ítem ¿cómo se realiza la venta de los libros durante esta pandemia?, se observa que dos de los diez entrevistados están aplicando el mismo método de siempre que es casa en casa, donde indican que van protegidos y a las zonas aledañas de la ciudad para no generar más contagios, asimismo dos de los colportores mencionaron que promocionan a sus carteras de clientes antes de ir casa por casa, además se observa que tres de ellos prefieren las

plataformas virtuales y finalmente tres de los colportores usan algunas estrategias como: presentar un catálogo de libros, otro realiza pre-ventas y posteriormente entrega de pedidos.

La ilustración N° 3, la red cualitativa de la tercera iteración del ítem ¿cómo están realizando las cobranzas? nos muestra que las cobranzas son de manera presencial y también virtual, en la modalidad presencial la realizan aplicando tres estrategias como: se les hace un recordatorio de pagos antes de ir a sus domicilios, además realizan fraccionamiento de pagos para fechas establecidas y algunos de ellos hacen visitas a domicilio para mantener una comunicación constante con el cliente. En la modalidad virtual, la mayoría de los colportores optan por este tipo de cobro, ya que el cliente puede realizar una transferencia bancaria o un depósito a cuenta del colportor, así evitando contagiarse del COVID-19.

La ilustración N°4 del ítem ¿cuáles son tus objetivos para realizar esta actividad empresarial que es el colportaje y cómo te ayuda a enfrentar la crisis a causa del COVID 19?, que ha sido una pregunta abordada con el objetivo de informarnos cuán importante es para ellos esta actividad, como se puede visualizar, cumplir con la misión predicando la palabra de Dios es el principal motivo de ser un colportor, además de crecer económicamente, estudiar una carrera universitaria ya que muchos de ellos no cuentan con el apoyo de un familiar para cumplir sus sueños, asimismo, con el objetivo de ahorrar para futuros proyectos, ayudando a las personas a través de los materiales de salud, familia, psicología y espiritual siendo así un canal de bendición, que a través de ella desarrollar sus capacidades blandas y mencionaron que el colportaje en medio de esta pandemia les ayudó a cubrir sus necesidades básicas así como en otros años.

4. Discusión:

En una investigación desarrollada por Pompa, (2019) donde una de sus hipótesis es: “la calidad de servicio fiable se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente” en el proyecto sueña en grande, direccionado a colportores que desean desempeñarse por más tiempo y obtener una beca de estudios, arrojando un resultado de Ro Spearman de 0,43, siendo un resultado moderadamente positiva, porque la empresa no cumplía sus promesas, o no tenía un sincero interés en resolver los problemas de los colportores y esto les perjudicaba en su desempeño, teniendo una satisfacción moderada, sin embargo nuestro estudio muestra que la experiencia del colportaje es de mucha satisfacción para los estudiantes aún en estos tiempos difíciles, donde mencionaron que la atención a sus necesidades es fiable, más aún por la coyuntura actual, cuentan con mucho apoyo en el área económica ayudando a cumplir los sueños de cada uno, y eso los motiva a seguir desempeñándose con mayor responsabilidad ya que es una oportunidad para enfrentar la crisis económica.

Las limitaciones en nuestro estudio fueron de carácter comunicativo, al momento de aplicar el instrumento ya que nuestros participantes se encontraban en diferentes ciudades y países, la conexión del internet no era la adecuada, sin embargo, con la ayuda de algunas aplicaciones de mejoras logramos conectarnos satisfactoriamente.

5. Conclusiones

El colportaje en estos tiempos de la pandemia ha sido una experiencia única para los jóvenes colportores, donde han sabido acomodarse a los cambios que generó el COVID-19 en su forma de abastecimiento de las literaturas que venden, en su forma de venta donde crearon estrategias para llegar a las personas de manera presencial y virtual, las cobranzas y los objetivos que ellos se habían planteado y los planes que tenían, dando un impacto en sus finanzas con el nuevo método de colportar.

En el mundo empresarial el colportaje es una oportunidad para personas que desean servir a la sociedad por medio de la página impresa que dan un impacto en los ámbitos de la salud, mental, social y espiritual, y a través de la venta de libros generar ingresos y cumplir metas. De esa manera mantener la economía estable en medio de esta crisis económica mundial.

6. Agradecimientos

A Rene Abado, Genoveva Diaz, Jhon Abado, Frank Abado, Iván Condori, Lucio Roque, Rosa Sucasaca, Yodel Roque por el apoyo en el proceso de nuestra investigación, a la Mg. Ruth Villafuerte, Dr. Jorge Sánchez por el soporte y dirección de nuestro estudio, asimismo, a nuestros amigos colportores Yanina Ramos, Fabian Quiwi, Renzo Soncco, Daniel Tapullima, Jesús Benavides, Álvaro Ruiz, Eber Mandao, Jacobo Mamani, Loida Cholán, Josue Vera, Pr. Adrián Seguí y Pr. Juan Mamani por su participación en nuestro proyecto.

7. Referencias

- Adventista, S. (2020). *Ministerio de Publicaciones*. Recuperado el 10 de Septiembre de 2020, de <https://www.adventistas.org/es/publicaciones/proyecto/suena-en-grande/>
- Arturo, C. M. (2011). Metodología De La Investigacióncuantitativa Y Cualitativaguía Didáctica. Recuperado el 01 de Octubre de 2020
- Ayala, R. (2008). la metodologia fenomenológico-hermenéutica de m. van manen en el campo de la investigación educativa. posibilidades y primeras experiencia. *Redalyc.org*, 26(2), 409-430. Recuperado el 1 de Octubre de 2020, de • <https://www.redalyc.org/pdf/2833/283321909008.pdf>
- Bablu Kumar Dhar, F. K. (2020). Impact of COVID-19 on Psychology among the University Students. *Global- Challenges*, 5. Recuperado el 1 de Octubre de 2020, de <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1002/gch2.202000038>
- Chaij, N. (1998). *El colportor de éxito* (MMXVI-15,5M ed., Vol. 3). (A. c. sudamericana, Ed.) Buenos Aires: ACES. Recuperado el 5 de Marzo de 2020
- Creswell, W. J. (14 de Noviembre de 2013). *Steps in Conducting a Scholarly Mixed Methods Study*. Obtenido de University of Nebraska - Lincoln: <https://digitalcommons.unl.edu/dberspeakers/48/>
- CULTURA, S. D. (1970). La herramienta es la herramienta de excavar información. *Metodos Cualitativos 2*.
- García Fernando, M; Ibañez, J. y Alvira (1990). El análisis de la realidad social. *Métodos y técnicas de investigación*. Madrid: AlianzaEditorial S.A.
- Hemant Bherwani, A. G. (2020). Exploring dependence of COVID-19 on environmental factors and spread prediction in India. *nature*, 13. Recuperado el 1 de Octubre de 2020, de <https://www.nature.com/articles/s41612-020-00142-x>
- Henning, R. H. (2016). *Camino hacia el colportaje profesional " Objeciones"* (MMXVI-15,5M ed., Vol. 2). (D. d. Dia, Ed.) Buenos Aires: ACES. Recuperado el 18 de SEPTIEMBRE de 2020
- Henning, R. H. (1995). *Camino hacia el colportaje profesional "Cierre de ventas"* (2da MMXVI-15,5M ed., Vol. 2). (A. C. Argentina, Ed.) Buenos Aires: ACES. Recuperado el 10 de Enero de 2020
- Hernández Sampieri, R. &. (2018). Metodología de la investigación : Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. *México: McGraw-Hill Education*.
- Instituto Vida*. (2020). Recuperado el 13 de Septiembre de 2020, de INSTITUTO VIDA ASOCIADOS Y CONSULTORES: <https://institutovida.org.pe/>
- Latorre, D. R. (1996). Una investigación cualitativa y etnográfica sobre el valor educativo y el uso didáctico del patrimonio cultural. *Universidad de Barcelona España*.
- Laura Diaz Bravo, U. T. (13 de Mayo de 2013). La entrevista, recursi flexible y dinámico. (Redalyc, Ed.) *ELSEVIER*, 2(7), 7.
- Mariñas, J. M. (2004). 10 Temas comunes al psicoanálisis y la investigación social. *ARXIUS DE CIÈNCIES SOCIALS*, 276.
- MonjeÁlvarez, C. A. (2011). Metodología De La Investigacióncuantitativa Y Cualitativaguía Didáctica. OIT. (18 de Marzo de 2020). *ILO*. Recuperado el 3 de Octubre de 2020, de •

https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/@dgreports/@dcomm/documents/briefingnote/wcms_739158.pdf

OIT. (18 de Marzo de 2020). *ILO*. Recuperado el 3 de Octubre de 2020, de • https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/@dgreports/@dcomm/documents/briefingnote/wcms_739158.pdf

Paye Luna, E. N. (2016). Incidencia del colportaje en las finanzas de los estudiantes de la upeu en la ciudad de Juliaca - 2014, https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/UPEU/532/Eudys_Tesis_bachiller_2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Pompa, N. C. (Febreo de 2019). Calidad de servicio y satisfacción del cliente en el proyecto "Sueña en grande" de la Asociación Peruana Central Este, Lima-2018. Lima: UPeU. Obtenido de <https://repositorio.upeu.edu.pe/handle/UPEU/1620>

Riffel, B. (1985). *Éxito sin límites*. Buenos Aires; Asociación Casa Editora Sudamericana, de <https://www.abebooks.com/9789505730759/%C3%89Xito-Limites-Benjamin-Riffel-9505730756/plp>

Piñuel Raigada, J.L. y Gaitán Moya, J.A (1995). *Metodología General*. Madrid: Editorial Síntesis, S.A

Rincon, Amal. (1996). Una investigación cualitativa y etnográfica sobre el valor educativo y el uso didáctico del patrimonio cultural. *Universidad de Barcelona España*.

Salas J. J.(2010) Finanzas personales salas JJ. En el camino a la sabiduría, el primer paso es silencio, el segundo es escuchar, el tercero recordar, el cuarto practicar, y el quinto enseñar a otros.

Vinelli, M. (24 de Abril de 2020). *ESAN*. Recuperado el 12 de Marzo de 2020, de CONEXIÓN ESAN: • <https://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2020/04/24/impacto-del-covid-19-en-el-empleo-en-el-peru/>

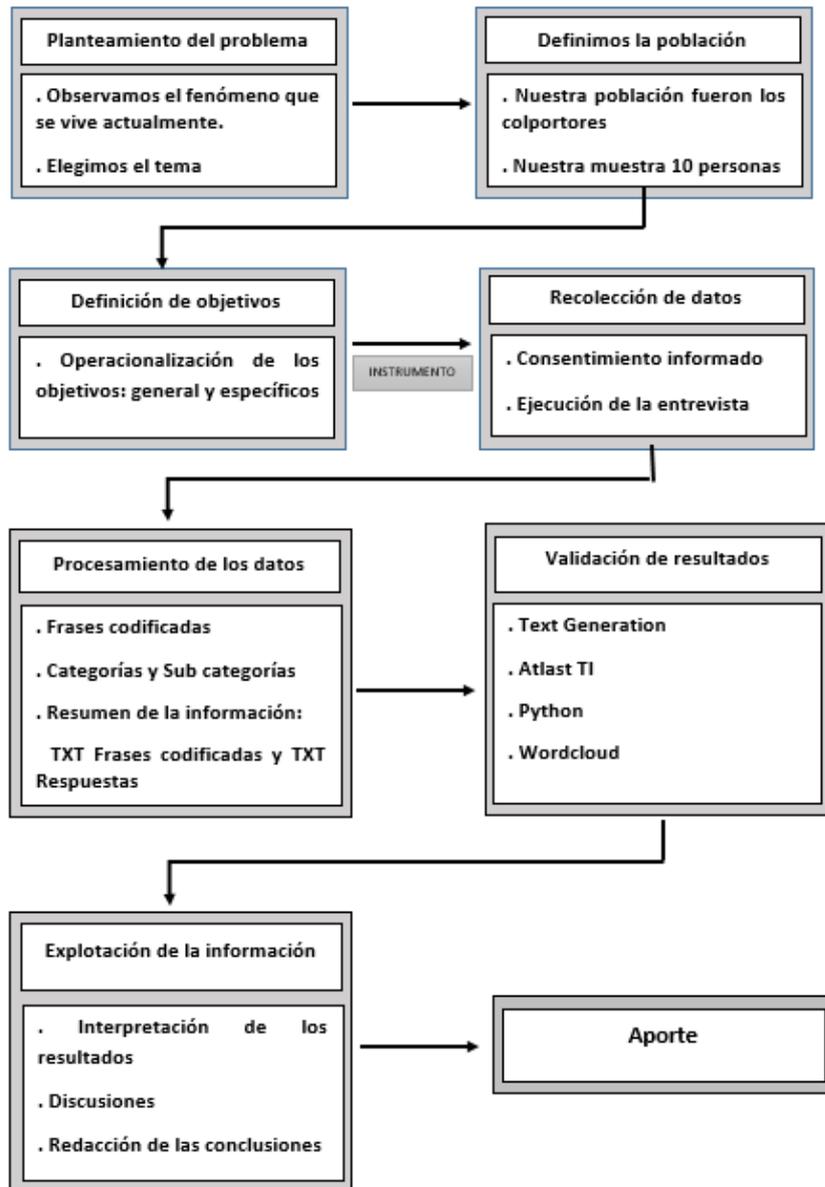
White, E. G. (2001). *El colportor evangélico* (5ta MMXVI-15,5M ed., Vol. 5). (A. C. Argentina, Ed.) Buenos Aires: ACES. Recuperado el 11 de Enero de 2020

Wilson, T. N. (18 de Marzo de 2020). *Adventistas del Séptimo día*. Recuperado el 19 de Noviembre de 2020, de <https://noticias.adventistas.org/es/noticia/institucional/presidente-mundial-de-la-iglesia-adventista-se-pronuncia-sobre-el-coronavirus/>

Zaheer, A. (2020). Chapter 7 - Vital COVID-19 Economic Stimulus Packages Pose a Challenge for Long-Term Environmental Sustainability. *ELSEVIER*, 8. Recuperado el 19 de Septiembre de 2020, de <https://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/B9780128243138000073?token=B5AD1167757D5D7B7F63FB361521311F3C094E27167557AA81A19D6320C4B06BC2E688D07491343D70DCE3F03CC78FA4>

8. Anexos

Figura 1
Pasos de la investigación Cualitativa



De elaboración propia

Figura 2

Análisis de sentimientos

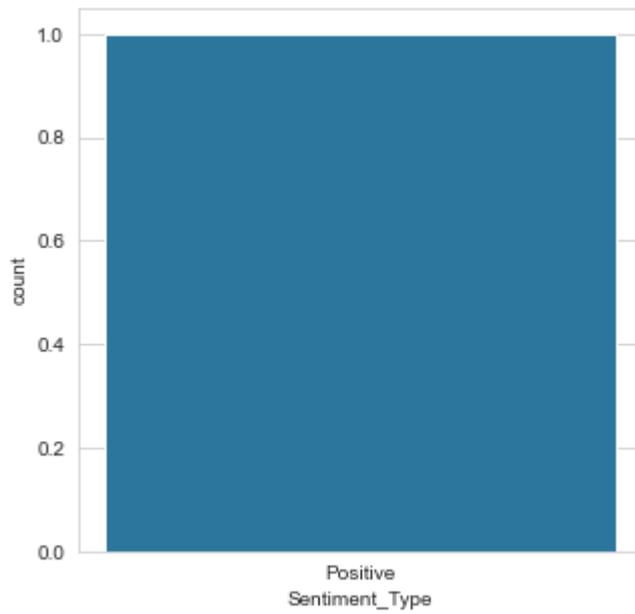


Figura 3

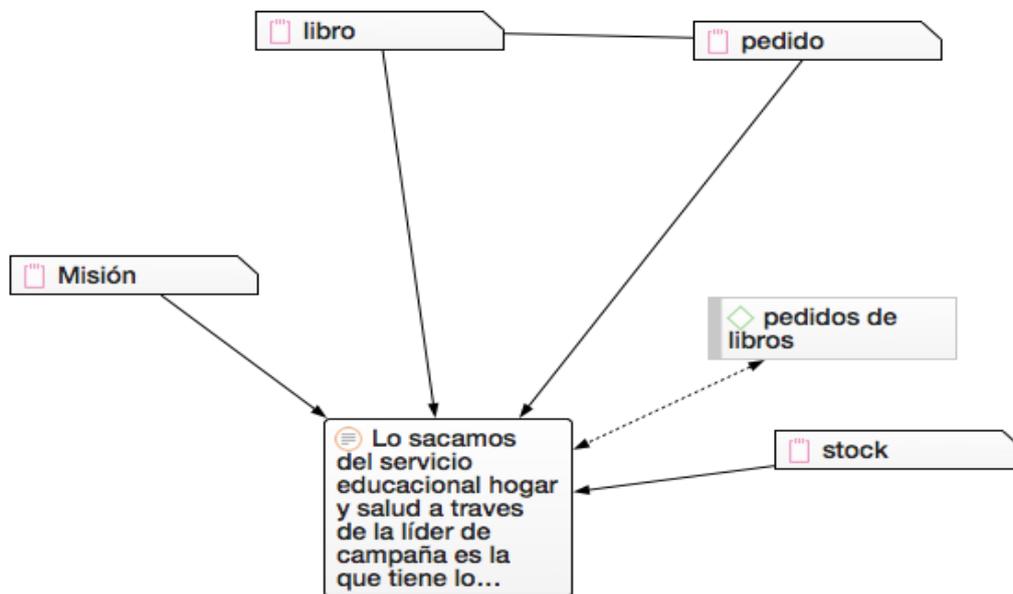
Nube de palabras más frecuentes: libro, ahora, casa, pedido, colportores, persona, de manera presencial.



Procesado en: Wordcloud

Ilustración 1

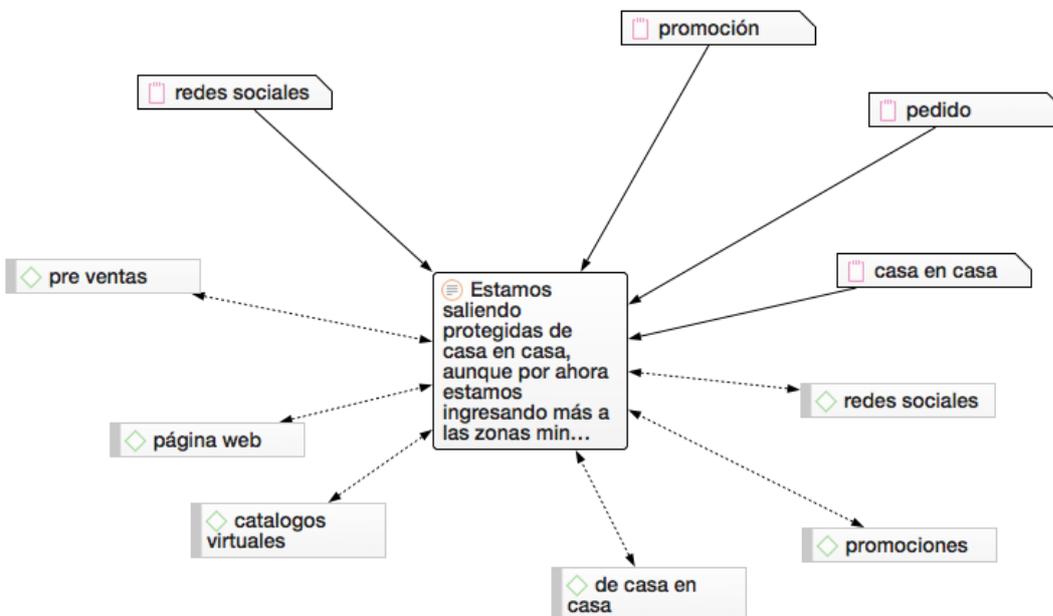
Red cualitativa de la primera iteración



Procesado en: Atlast TI

Ilustración 2

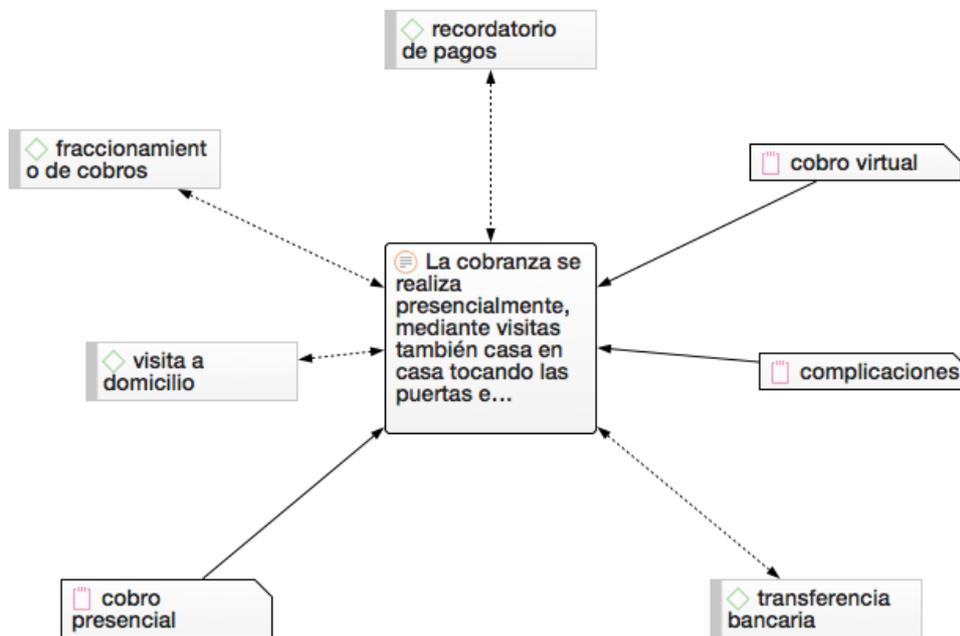
Red cualitativa de la segunda iteración



Procesado en: Atlast TI

Ilustración 3

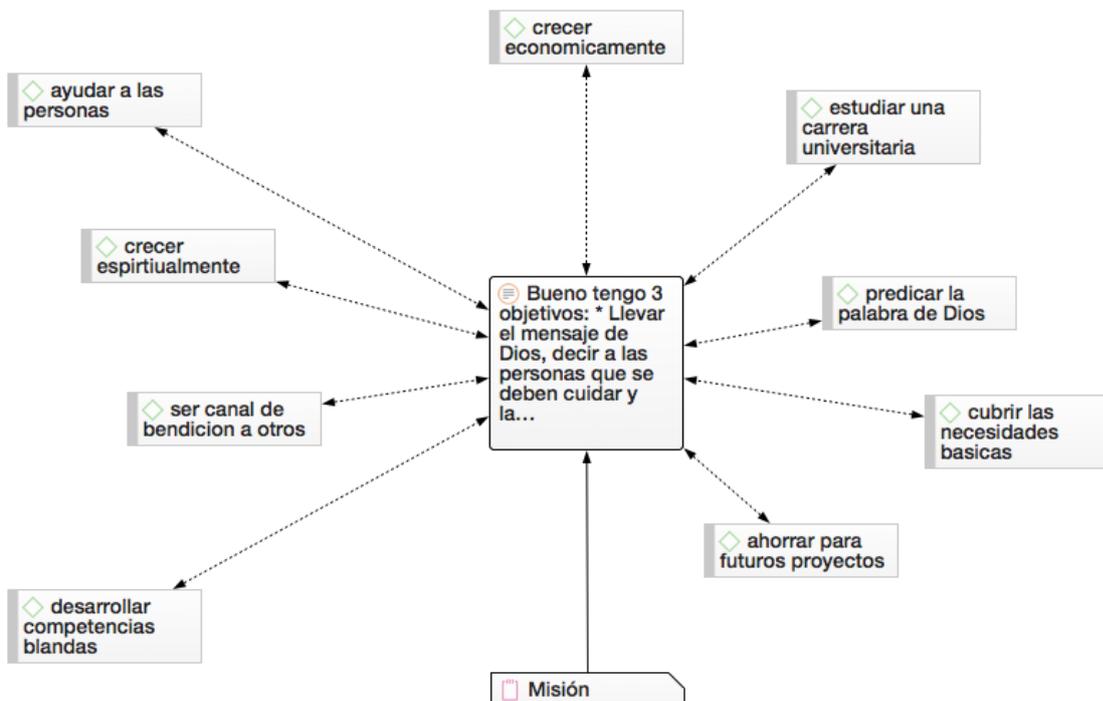
Red cualitativa de la tercera iteración



Procesado en: Atlast TI

Ilustración 4

Red cualitativa de la cuarta iteración



Procesado en: Atlast TI

Imagen1

Colportor en medio de la pandemia.



Imagen2

Colportores en pandemia, vendiendo libros



Tabla 1

Iteración 1, ¿cómo te abasteces de los libros para desarrollar la actividad de colportaje?

CATEGORIA	SUBCATEGORIA	CITACION
<p>¿Cómo te abasteces de los libros para desarrollar la actividad de colportaje?</p>	<p>Pedidos al líder de campaña</p>	<p>E001: "La líder de campaña es la que tiene los libros y nosotros hacemos pedidos de ella porque ya lo tiene almacenado".</p>
		<p>E002: "El líder es quien nos da los manuales para poder salir a colportar".</p>
		<p>E003: "La líder es la que nos otorga los libros".</p>
		<p>E009: "El líder es quien otorga los libros".</p>
		<p>E010: "Los colportores vendían de acuerdo con el pedido que realizaban a los líderes".</p>
	<p>Pedidos al SEHS</p>	<p>E004: "A través de la líder nosotros hacemos pedidos al SEHS de Quito y nos lo envían hasta Milagros".</p>
		<p>E010: "Como líder de campaña realice pedidos al SEHS de Guayaquil para que los colportores vendan"</p>
	<p>Utilización de stock existente</p>	<p>E005: "Yo vendo el material que me sobró en stock de la anterior campaña de verano 2019".</p>
		<p>E007: "Hemos tenido que hacer el pedido por llamada al SEHS anticipadamente, Todo el abastecimiento fue por envíos en buses durante toda la campaña."</p>
	<p>Sobreabastecimiento antes de la cuarentena</p>	<p>E006: "Me abastecí de un stock de libros que nos dio el SEHS, antes de que sea complicado entonces ese abastecimiento previo ha permitido que yo ahora pueda tener materiales para poder seguir colportando."</p>

	E010: "Nos abastecimos de los libros en stock
Pedidos al IDEC	E008: "El IDEC hizo ese pedido y mediante un mes estuvimos almacenando libros y de eso nos abastecemos, nosotros pedimos directamente a IDEC, el pastor del IDEC nos lleva los libros a cada campo"

Tabla 2

Iteración 2, ¿Cómo se realiza la venta de los libros durante la pandemia?

CATEGORÍA	SUBCATEGORÍA	CITACIÓN
¿Cómo se realiza la venta de los libros durante esta pandemia?	De casa en casa	E001: " estamos yendo casa en casa, empresa por empresa y mina en mina."
		E003: "otra vía es presencial, que ir tocando puerta en puerta respetando las reglas sanitarias"
		E002: " estamos saliendo de casa en casa"
		E004: "Primeramente, nos presentamos casa en casa, de donde somos, que hacemos y que estamos ofreciendo, las personas nos atienden"
		E005: "Yo estoy colportando como siempre lo hago de manera presencial"
		E007: "algunas veces iba casa en casa "
		E008: "el método fue prácticamente el mismo de siempre es decir de manera presencia"
		E009: "por ahora se estaba trabajando de manera presencial, casa por casa"
		E010: " nosotros estamos colportando en los campos de manera presencial"
		E007: "una de las herramientas utilizadas fueron las redes sociales como el WhatsApp, páginas de

	Facebook donde subo videos grabados con el link de mi WhatsApp, para comunicarme directamente."
	E008: " también utilizamos las redes sociales,"
	E006: "Bueno la estrategia que más hemos usado porque muchas personas tienen miedo a tener contacto es la venta online"
Página Web	E004: "yo tengo mi página personal en la cual yo estoy haciendo publicidad"
Catálogos Virtuales	E002: " Virtualmente en algunas páginas de la ciudad, pues publicamos los manuales y el contenido de los manuales"
Promociones	E008: "De esa manera promocionamos, por las compras en cantidad."
Pre-venta	E007: " iba directo previa anticipación"

Tabla 3

Iteración 3, ¿Cómo están realizando las cobranzas?

CATEGORÍA	SUBCATEGORÍA	CITACIÓN
¿Cómo están realizando las cobranzas?	Recordatorio de pagos	E001: "enviando mensajes antes de poder ir"
	Visita a domicilio	E001: "La cobranza se realiza presencialmente, mediante visitas también casa en casa tocando las puertas"
		E002: "personalmente tenemos que ir a su casa "
		E003: "visitamos tocando las puertas casa en casa de manera presencial."
		E004: "de manera presencial"
		E005: "de manera presencial,"
		E006: "algunos presencial por cuotas."
		E007: "de forma presencial "
E008: "Para cobrar siempre íbamos a sus casas"		

	E009: "el plan al contado, donde las personas de forma presencial nos pagan"
	E010: "si no pueden hacer ningún deposito, entonces vamos a buscarlos"
	E001: algunos nos depositan a nuestra cuenta corriente
	E002: "Algunos lo hacen por transferencia"
	E003: " A través de los depósitos, por transferencia a cuentas bancarias"
	E005: " y a través de los depósitos"
	E006: "y la otra forma es por depósitos bancarios."
Transferencia bancaria	E007: "de forma virtual les daba la cuenta y ellos depositaban directamente"
	E008: "la otra cuota nos pagaban por transferencia bancaria"
	E009: " también mediante depósitos por los bancos "
	E010: "algunos hacen la transferencia en el mismo momento"
	E004: " en 2 a 3 cuotas."
	E005: "usualmente suelo cobrar en 3 fechas."
Fraccionamiento de cobros	E007: "otros me pagaban el mismo día y otros en cuotas. "
	E008: "la primera cuota "
Uso de Aplicaticos	E006: "Las cobranzas lo he estado realizando mediante una aplicación llamada Paypal de manera virtual, la otra opción que he tenido es a una empresa latinoamericana Josué Money"

Tabla 4

Iteración 4, ¿ Cuáles son tus objetivos para realizar esta actividad empresarial y como te ayuda a enfrentar la crisis a causa del COVID-19?

CATEGORÍA	SUBCATEGORÍA	CITACIÓN	
¿Cuáles son tus objetivos para realizar esta actividad empresarial?	Predicar la palabra de Dios	E001: Llevar el mensaje de Dios	
		E002: "poder predicar a través de las publicaciones"	
		E003: "la más importante en mi consideración es llevar esperanza de salvación en tiempos de una carencia espiritual, es la más indispensable"	
		E005: "es poder mostrar a Jesús en cada presentación o ilustración que se da del material."	
		E006: "la parte eclesiástica"	
		E007: " en el primer momento que empecé a colportar, tenía claro que lo importante era lo espiritual"	
		E009: "Bueno esta obra es netamente sagrada ,la cual Dios inspiró a hombres para realizar esta obra."	
		E010: "el principal es entregar la palabra a Dios a las personas mediante un libro, que la gente está muy ansiosa de escuchar, la gente incluso ora "	
		estudiar una carrera universitaria	E001: "para apoyarme económicamente en mis estudios, que me ayudado bastante a continuar con mis estudios a pesar de tener deudas en los 3 años que estoy estudiando"
			E002: "mi plan personal es que tengo para llegar a alcanzar una carrera"
E003: "es lograr cumplir aquellos sueños y objetivos planteados en este caso para estudiar la carrera que tengo planeado"			
E004: "así como económicamente para mis estudios universitarios y lograr una carrera profesional."			
E006: " la parte económica, estudio colportando, una de las mejores opciones de terminar la carrera sin tener			

dificultades o problemas económicos es mediante el desarrollo del colportaje. "

E007: "mi objetivo es seguir estudiando y cubrir mis estudios"

E008: "Mi objetivo principal es poder pagar los estudios y poder terminar la carrera, el colportaje me ayuda de muchas maneras, en la universidad "

E009: "a lo largo de mis estudios las pagué con el colportaje, pero el pago es de Dios, porque él se manifiesta y gracias a él ya estoy en cuarto año."

E010: "yo me pague toda la carrera con el colportaje, en las campañas de Colportora he pagado la universidad al contado"

E001: "el colportaje te ayuda a desenvolverte"

E002: "Bueno colportar en medio de esta pandemia es muy diferente a cuando todo era normal porque es un reto más grande"

E004: "me ayudó a desenvolverme porque yo era un poco tímido y no podía hablar, el colportaje es una obra que no tiene precio , que cualquier joven lo puede hacer, porque lo va a vivir, lo va a sentir, es más que vender solamente libros"

desarrollar
competencias blandas

E005: "el colportaje es una institución que educa a muchas personas y salva."

E008: " Esta campaña fue como una campaña de primera vez, algo nuevo para mí, Gracias a Dios me ayudo bastante"

E010: "nos ayuda en el desarrollo personal, en las habilidades blandas, uno ya puede relacionarse con cualquier tipo de persona"

Ayudar a las personas

E001: "decir a las personas que se deben cuidar"

E004: "ayudar a las personas"

	E005: "Si yo me hubiera quedado en casa no sé cómo me hubiera sentido sabiendo que hay muchas personas que necesitan escuchar la biblia. "
	E009: "Lo que me inspira es ver a esas personas que visitamos"
	E001: "me ha ayudado a enfrentar la crisis de la pandemia"
	E003: "gracias al colportaje pues últimamente hemos podido abastecernos de la alimentación"
Cubrir las necesidades básicas	E006: "llevar el pan de cada día a nuestro hogar "
	E007: "sin lugar a duda por ejemplo me dado ingresos en medio de esta pandemia, me ayudado a sustentarme a pesar de dificultades"
	E008: "El colportaje me ayuda de muchas maneras, en la comida"
	E001: "el colportaje es una bendición de Dios"
	E003: "considero que los resultados mayores la vamos a ver en la patria celestial"
	E007: "no solo ha sido crisis económica, también crisis espiritual porque algunos han perdido a sus seres queridos y este ministerio me ha ayudado a fortalecerme espiritualmente, económicamente y físicamente"
Crecer espiritualmente	E008: "también ayuda mucho espiritualmente"
	E009: " estamos viendo la mano poderosa de Dios, porque es sorprendente ver a las personas que antes cuando los visitaba no tomaban mucha importancia al tema de la salud, espiritual, la gente ahora te recibe, te escucha, están más ansiosos de escuchar el mensaje, es el mejor momento que estamos viviendo como colportores"
Ahorrar para futuros proyectos	E002: "lograr reunir los recursos suficientes para volver a estudiar"

	E004: "Todas las campañas que he tenido, el dinero lo estado ahorrando, y en esta pandemia me ayudado bastante"
	E006: "Ahora dependo del colportaje para estudiar y ese es mi blanco para no dejar de estudiar"
Ser un canal de bendición para otras personas	E002: "Dios de alguna manera pone a las personas a las cuales podamos dejar esos materiales y personas que realmente la necesitan"
	E005: "me gusta colportar, llevar mochila, me siento mejor y el señor lo quiso así y el señor provee y la gente me está pagando y apoyando"
	E010: "Dios bendijo de una manera muy especial, a pesar de las deudas a la universidad y todo al final pude pagar mis deudas y graduarme"
Crecer económicamente	E003: " ha sido una gran bendición financieramente."
	E005: "gracias al colportaje los colportores disfrutamos las bendiciones de Dios económicamente."
	E006: " Es una experiencia única y económicamente y es muy solvente"
	E009: "Asimismo económicamente es Dios quien se manifiesta"
	E010: "la parte económica"
Servir a Dios	E004: "servir a Dios"