



UNIVERSIDAD
PRIVADA
DEL NORTE

FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Administración

“ANÁLISIS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS PYMES EN LOS ÚLTIMOS 10 AÑOS. UNA REVISIÓN SISTEMÁTICA”: UNA REVISIÓN DE LA LITERATURA CIENTÍFICA

Trabajo de investigación para optar el grado de:

Bachiller en Administración

Autora:

Josely Margot Cajaleon Salvatierra

Asesor:

Mg. Marlon Walter Valderrama Puscan

Lima - Perú

2019

“ANÁLISIS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS PYMES EN LOS ÚLTIMOS 10 AÑOS. UNA REVISIÓN SISTEMÁTICA”: UNA REVISIÓN DE LA LITERATURA CIENTÍFICA

DEDICATORIA

A Dios todopoderoso quien guía nuestra vida y su amor infinito e incondicional que
es nuestra fortaleza cada día y en cada momento.

A nuestros queridos Padres, quienes están siempre a nuestro lado apoyándonos e
incentivándonos siempre a seguir nuestros sueños

“ANÁLISIS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS PYMES EN LOS ÚLTIMOS 10 AÑOS. UNA REVISIÓN SISTEMÁTICA”: UNA REVISIÓN DE LA LITERATURA CIENTÍFICA

AGRADECIMIENTO

Queremos agradecer infinitamente en primer lugar a Dios quien ha sabido guiarnos por el buen camino, dándonos fuerzas para seguir adelante y no desmayar ante los problemas que se nos presentaba, por haber puesto en nuestro camino a aquellas personas que han sido soporte durante todo el periodo de estudio.

A nuestros maestros, aquellos que marcaron cada etapa de nuestro camino universitario con conocimientos y amistad, impulsando el desarrollo de nuestra formación profesional.

A nuestros amigos, que nos apoyaron mutuamente en nuestra formación profesional y que, hasta ahora, seguimos siendo amigos. Son muchas las personas especiales a las que nos gustaría agradecer su amistad, apoyo, ánimo y compañía en las diferentes etapas de nuestra vida. Algunas están aquí con nosotros y otras en nuestros recuerdos y en el corazón.

¡Gracias!

“ANÁLISIS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS PYMES EN LOS ÚLTIMOS 10 AÑOS. UNA REVISIÓN SISTEMÁTICA”: UNA REVISIÓN DE LA LITERATURA CIENTÍFICA

TABLA DE CONTENIDO

DEDICATORIA	2
AGRADECIMIENTO	3
ÍNDICE DE TABLAS	5
ÍNDICE DE FIGURAS	6
RESUMEN	7
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	9
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA	14
CAPÍTULO III: RESULTADOS	17
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	27
REFERENCIAS	29

“ANÁLISIS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS PYMES EN LOS ÚLTIMOS 10 AÑOS. UNA REVISIÓN SISTEMÁTICA”: UNA REVISIÓN DE LA LITERATURA CIENTÍFICA

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1. Características De Los Estudios.....	20
---	----

“ANÁLISIS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS PYMES EN LOS ÚLTIMOS 10 AÑOS. UNA REVISIÓN SISTEMÁTICA”: UNA REVISIÓN DE LA LITERATURA CIENTÍFICA

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1. Matriz De Registro De Articulos.....	17
FIGURA 2. Induccion De Categorias.....	22

“ANÁLISIS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS PYMES EN LOS ÚLTIMOS 10 AÑOS. UNA REVISIÓN SISTEMÁTICA”: UNA REVISIÓN DE LA LITERATURA CIENTÍFICA

RESUMEN

Nosotros decidimos estudiar el análisis del comercio electrónico y la competitividad de las Pymes, que permitirá saber cómo influye el comercio electrónico a las Pymes en su crecimiento y apertura a nuevos mercados en los últimos 10 años, para ello cabe resaltar que el comercio electrónico refuerza la competitividad de las Pymes y extiende los mercados a los cuales ahora puede acceder, tanto nacionales como globales, el comercio electrónico ayuda a las Pymes a contar con diversos métodos de pago como, por ejemplo, tarjetas de crédito, tarjetas de débito, agentes bancarios o pagos contra entrega para la atención de clientes bancarizados y no bancarizados así como la aplicación de herramientas digitales de marketing, lo que permite altos grados de personalización y con una tienda en línea propia todo eso en los últimos 10 años.

nuestra estrategia de búsqueda nos enfocamos en los tipos de documentos verídicos y confiables de alto contenido académico y por ello nos basamos en la búsqueda en páginas webs que cumplan con los requisitos mencionados, para ellos llegamos a la conclusión de buscar en las bibliotecas virtuales, revistas científicas, tesis ya hechas y páginas web académicas recomendadas, dentro de los documentos mencionados decidimos buscar palabras clave que están en nuestra investigación las cuales fueron “Comercio electrónico”, “Competitividad en las Pymes” y “Comercio electrónico en las Pymes”, tomando en cuenta los limitadores que utilizamos como el periodo, los últimos 10 años en los cuales se basara nuestra investigación y en el idioma español.

“ANÁLISIS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS PYMES EN LOS ÚLTIMOS 10 AÑOS. UNA REVISIÓN SISTEMÁTICA”: UNA REVISIÓN DE LA LITERATURA CIENTÍFICA

Se puede concluir a través de la información revisada, que el comercio está relacionado con el mejoramiento del negocio en general, el aumento en las ventas y la competitividad, se realizó esta investigación a través del análisis de artículos con una delimitación de tiempo de 10 años, encontrándose 20 artículos con los que se pudo realizar la revisión sistemática. Ello hace necesario ampliar en futuros estudios el periodo de búsqueda para conocer con mayor alcance de lo investigado en el tema, también recomienda añadir otras bases de datos al estudio realizado, de esta forma se abarcará más información y los resultados serán más exactos.

PALABRAS CLAVES: Comercio Electrónico, Competitividad y Pymes.

“ANÁLISIS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS PYMES EN LOS ÚLTIMOS 10 AÑOS. UNA REVISIÓN SISTEMÁTICA”: UNA REVISIÓN DE LA LITERATURA CIENTÍFICA

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

Hoy en día podemos observar el crecimiento constante del comercio electrónico en las operaciones y transacciones que permiten la implementación de herramientas de competitividad para concretar negocios, impulsando el desarrollo del comercio en el Perú; cambiado la forma de vender un producto o servicio por medio de la red Internet y otras redes de computadoras, más allá de la utilización de las plataformas de comunicación como radio, prensa, televisión u otros medios tradicionales alternativos tales como catálogos, rotulación, monitores en el interior de vehículos de transporte y vallas, y otros que pudieran utilizarse, podemos reconocer el cambio en la forma de comprar o adquirir productos o servicios de los clientes o usuarios (Issa, 2014), conjuntamente con el crecimiento del comercio electrónico está la necesidad de las organizaciones de sobresalir por sobre las demás, consolidando su presencia en el mercado, mejoras en la capacidad de producir bienes y servicios del público demandante. La competitividad también nos lleva a la expansión en nuevos mercados mediante el aprendizaje y la innovación utilizados en el proceso de la mejora continua. (López, Méndez, & Dones, 2009)

La conceptualización del Comercio electrónico en términos generales, sería que “es el tráfico de información por medios electrónicos, vinculados con una operación de comercio. Es el uso del medio electrónico para la realización de negocios (Rodríguez, 2009), también podemos definirlo “como la entrega de información, productos o servicios y pagos por medio de redes o cualquier otro medio electrónico. El comercio electrónico

“ANÁLISIS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS PYMES EN LOS ÚLTIMOS 10 AÑOS. UNA REVISIÓN SISTEMÁTICA”: UNA REVISIÓN DE LA LITERATURA CIENTÍFICA

consiste en realizar transacciones comerciales electrónicamente. Consiste en la transmisión electrónica de datos, incluidos texto, imágenes y vídeo. El comercio electrónico comprende actividades muy diversas, como comercio electrónico de bienes y servicios, suministro en línea de contenidos digitales, subastas, entre otros. (Alonso y Ana Belén, 2014), podemos apreciar además que “uno de los cambios fundamentales que introduce el comercio electrónico es la eliminación de los intermediarios flexibilizando así sus procesos, ya que permite que cualquiera de sus elementos tenga la posibilidad de contactar con el consumidor final. (Eloy S. Balado, 2009), También podemos considera que “El Comercio electrónico es el proceso de compra, venta o intercambio de bienes, servicios e información a través de la red (Internet). Representa una gran variedad de posibilidades para adquirir bienes o servicios ofrecidos por proveedores en diversas partes del mundo. Las compras de artículos y servicios por internet o en línea pueden resultar atractivas por la facilidad y comodidad para realizarlas”. (PROFECO, 2012)

Podemos señalar que “la competitividad de la empresa se basa en la adquisición de las aptitudes para lograr mayor productividad que ayude a enfrentar la competitividad empresarial. Esta se expresa por la capacidad de generar valor para todos los actores tanto internos como externos, lo que permite competir en sectores nuevos y adecuarse a los mercados mundiales; es decir, la competitividad es la base del crecimiento empresarial” (Alvarez, 2009), además reconocer que La competitividad empresarial es un tema de interés en las empresas de actualidad ha funcionado para el crecimiento de su entorno socio económico, comparando los sistemas de estrategias de otras empresas. (Rojas Patrici y Sepúlveda Sergio, 2010), también podemos indicar que “La competitividad de una

“ANÁLISIS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS PYMES EN LOS ÚLTIMOS 10 AÑOS. UNA REVISIÓN SISTEMÁTICA”: UNA REVISIÓN DE LA LITERATURA CIENTÍFICA

empresa depende de la productividad, la rentabilidad, la posición competitiva, la participación en el mercado interno y externo, las relaciones interempresariales, el sector y la infraestructura regional (Saavedra, 2012). Así pues, varios estudiosos del tema de la competitividad empresarial han intentado generar modelos o metodologías con el fin de determinar la competitividad en las empresas. Ya que la clave de la competitividad son los recursos críticos (aquellos que permiten alcanzar ventajas competitivas sostenibles en el tiempo y apropiarse de las rentas generadas), por lo tanto, será indispensable identificar estos en las PYME (Rubio y Aragon, 2013)

El comercio electrónico contribuye a la mejora de las PYMES, en cuanto a los desafíos que éstas enfrentan en un mundo globalizado, donde gracias a herramientas como el internet se ha ido cambiando el modelo de comercialización tradicional, permitiendo a éstas entrar a un mercado global que le da la oportunidad de llegar a más personas, es por este motivo que la adopción del comercio electrónico en las competitividad de las PYMES permitiría mantenerse en el tiempo y poder competir con las grandes empresas. Si bien es cierto el comercio electrónico va creciendo en todo el mundo, en nuestro país las PYMES para tener competitividad permite oportunidades de negocio ya sea comprando o vendiendo sus Productos y Servicios, logrando tener beneficios al expandir sus negocios y obtener una apertura a nuevos mercados, generando mayores ingresos a un menor costo y aportando a la economía del país.

La presente investigación nace de la identificación del problema que llegaremos a analizar mediante la interrogante: ¿Cuál es la relación del comercio electrónico con la

“ANÁLISIS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS PYMES EN LOS ÚLTIMOS 10 AÑOS. UNA REVISIÓN SISTEMÁTICA”: UNA REVISIÓN DE LA LITERATURA CIENTÍFICA

competitividad de las pymes?, la cual conlleva a perseguir el objetivo de analizar la relación del comercio electrónico con la competitividad de las pymes.

La presente investigación se lleva a cabo con el fin de identificar el nivel de inmersión que tiene el comercio electrónico en la competitividad de las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES), teniendo en cuenta que el internet ha cambiado la forma como se hacen negocios en el siglo XXI, las empresas han empezado a transformar sus modelos de negocio para adaptarse al uso del internet como herramienta que potencie su negocio, pues las crecientes tendencias en el comercio mundial se ligan cada vez más al internet y al uso de éste como medio para llegar a las personas de manera más eficaz brindando experiencias nuevas a los consumidores. Además, el presente análisis será beneficioso para las pymes, profesionales de Administración y emprendedores que deseen mejorar su competitividad en relación al comercio electrónico.

Para finalizar el tema “Análisis del comercio electrónico y la competitividad de las pymes en los últimos 10 años. una revisión sistemática”, las proyecciones que realizamos en nuestro trabajo es lograr el análisis del estudio de las oportunidades de mejora y de retroalimentación que permitirá el comercio electrónico en la competitividad de las pymes. Los aportes que realizamos para esta investigación fueron buscar en páginas web recomendadas y de alto contenido académico, en los cuales encontraremos revistas científicas, artículos y tesis, de las cuales escogeremos los que tenga relación con nuestras dos variables, estén en el idioma español y con la ayuda de estos nos servirán como base de

“ANÁLISIS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS PYMES EN LOS ÚLTIMOS 10 AÑOS. UNA REVISIÓN SISTEMÁTICA”: UNA REVISIÓN DE LA LITERATURA CIENTÍFICA

datos para la realización de un mejor estudio, ya que analizando dicha base de datos llegaremos a una mejor conclusión y una investigación más exacta.

“ANÁLISIS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS PYMES EN LOS ÚLTIMOS 10 AÑOS. UNA REVISIÓN SISTEMÁTICA”: UNA REVISIÓN DE LA LITERATURA CIENTÍFICA

CAPÍTULO II: METODOLOGÍA

Los criterios establecidos en la selección de los artículos científicos provienen de la base de datos Google Académico, Redalyc, Tesis, Scielo, Dialnet; un siguiente criterio fue determinado por los estudios realizados en los últimos diez años y de las cuales se obtuvieron veinte bases de datos, los años en los que se realizaron y aportando a nuestra investigación son los siguientes: 2009, 2012,2013, 2014, 2015, 2016, 2017, 2018; cumpliendo con el criterio de estudio de los últimos diez años; un criterio adicional empleado fue el enfoque de los veinte artículos elegidos hacia las variables de estudio con la finalidad de llegar a una conclusión exacta y que contengan introducción, método, resultados, discusión y conclusión.

Las bases de datos empleadas en la búsqueda de información fueron: Redalyc, Scielo, Dialnet, Google Académico y Tesis, de las cuales fueron seleccionadas veinte artículos de investigación, que mencionamos: RIDE Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo, Revista EAN - Escuela de Administración de Negocios, Revista Universia Business Review, Revista Electrónica Gestión de las Personas y Tecnología, Revista TEC Empresarial, Revista Journal of Information Systems and Technology Management, Revista ECA Sinergia, Revista Perspectiva, Revista Ibérica de Sistemas y Tecnologías de Información, Repositorio Digital de la Universidad Técnica de Machala, Revista Internacional Administración & Finanzas, Revista Visión Electrónica, Revista Cubana de Ciencias Informáticas, Revista de Ciencias Administrativas y Sociales, Global Conference on Business and Finance Proceedings, Escuela de Comercio Exterior y

“ANÁLISIS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS PYMES EN LOS ÚLTIMOS 10 AÑOS. UNA REVISIÓN SISTEMÁTICA”: UNA REVISIÓN DE LA LITERATURA CIENTÍFICA

Negociación Comercial Internacional, Revista Ciencia y Tecnología, Repositorio Universidad de Guayaquil, Repositorio de la Universidad Tecnológica del Perú, Repositorio Institucional de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión.

La estrategia de búsqueda utilizada fue enfocada principalmente en la base de datos de: Redalyc, Scielo, Dialnet, Google Académico y Tesis, las cuales aportaron las investigaciones realizadas y revista científicas cuentan con nuestras dos variables “Comercio Electrónico” y “Competitividad de las Pymes”. Una vez encontrados estos artículos de investigación y revistas científicas se empleará el siguiente filtro “haber sido realizadas en los últimos 10 años, es decir nos enfocamos en los que fueron realizados a partir del 2009 hasta el 2019”, una vez realizado los filtros determinados, descartamos investigaciones que estén en otro idioma que no sea el español, nos enfocamos en investigaciones, revistas científicas y Tesis en Latinoamérica.

Se seleccionaron los artículos científicos; tomando en consideración las bases de datos de Google Académico, Redalyc, Tesis, Scielo, Dialnet, como segundo criterio de inclusión se tomó un intervalo de 10 años desde 2009 y 2019, como tercer criterio están consideradas las universidades del país y Latinoamérica, también se considera el esquema IMRD, además el criterio de inclusión de las variables comercio electrónico y competitividad. Se descartó en la búsqueda documentos científicos aquellas que no contenían las 2 variables, además aquellas que no tenían la estructura solicitada, y que no contenían el tiempo de 10 años máximo de antigüedad de publicación; otro criterio de

“ANÁLISIS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS PYMES EN LOS ÚLTIMOS 10 AÑOS. UNA REVISIÓN SISTEMÁTICA”: UNA REVISIÓN DE LA LITERATURA CIENTÍFICA

descarte tomado en cuenta fueron los trabajos proyectos y tesis en otro idioma diferente al español.

Se empleó para la presente investigación el uso de tablas que describen los estudios con campos de calificación como año de publicación, revista, país, institución, tipo de estudio; estos valores permitieron seleccionar de la mejor forma posible la información recogida de las distintas plataformas referente a las variables Comercio Electrónico y la competitividad de las pymes, que al momento de revisarlos guardaron relación con nuestro tema de estudio, la metodología de análisis de datos fueron la relación de los títulos encontrados por medio de nuestra base de datos, al final los artículos encontrados guardaban relación con nuestro título de investigación y permitirían llegar a una investigación más exacta.

“ANÁLISIS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS PYMES EN LOS ÚLTIMOS 10 AÑOS. UNA REVISIÓN SISTEMÁTICA”: UNA REVISIÓN DE LA LITERATURA CIENTÍFICA

CAPÍTULO III: RESULTADOS

MATRIZ DE REGISTRO DE ARTÍCULOS

Nº	BASE DE DATOS	Autor / Autores	Año	Título de artículo de investigación
1	Redalyc	Ernesto Figueroa González.	2015	Rentabilidad y uso de comercio electrónico en las micro, pequeñas y medianas empresas del sector comercial.
2	Redalyc	Luisa Torres, Vivian Sanabria y Laura López.	2016	Comercio electrónico y nivel de ventas en las mipymes del sector comercio, industria y servicios de Ibagué.
3	Redalyc	Antonio Fernández, Mari Cruz Sánchez, Hector Jiménez y Ricardo Hernández.	2015	La importancia de la innovación en el comercio electrónico.
4	Redalyc	Sugey Issa Fontalvo.	2013	El comercio electrónico como recurso de competitividad para las pymes de la sierra nevada de santa marta.
5	Scielo	Ivonne Vásquez Esquivel y Keller Martínez Solís.	2018	El rol de la gerencia en la adopción del comercio electrónico: el caso de las mipymes costarricenses.
6	Redalyc	Kwan Chung Kau y García Cruz, Rosario.	2014	Factores críticos de éxitos en busca de la ventaja competitiva dentro del comercio electrónico: un estudio empírico en las empresas paraguayas.
7	Dialnet	Jorge Rodas, Ana Chacón y Mariuxi Vinueza.	2014	Comercio electrónico: un enfoque desde las perspectivas de las mipymes en la generación de estrategias para potenciar el desarrollo económico y empresarial en la ciudad de milagro.
8	Redalyc	Roxana Silva Murillo.	2009	Beneficios del comercio electrónico.

“ANÁLISIS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS PYMES EN LOS ÚLTIMOS 10 AÑOS. UNA REVISIÓN SISTEMÁTICA”: UNA REVISIÓN DE LA LITERATURA CIENTÍFICA

9	Scielo	Sergio Ixmatlahua, Ricardo Raygoza, Omar Romero, Fernando Uribe y Efraín Vargas.	2015	Metrópolis digital: una plataforma web para la inclusión integral de las pymes, sociedad y gobierno en el uso de las tecnologías de la información en la región de las altas montañas del estado de Veracruz, México.
10	Redalyc	Maridueña Villena, Luis Mario.	2016	Análisis de la incidencia del uso de las TIC como base de crecimiento de PYMES comerciales en Machala.
11	Google Académico	Ernesto Figueroa, Flor Hernández, María González y Delia Arrieta.	2013	Comercio electrónico como factor competitivo en las micro, pequeñas y medianas empresas del sector comercial en el estado de Durango.
12	Dialnet	Giovanny Tarazona, Maribel Gómez y Carlos Montenegro.	2012	Buenas prácticas para implementación del comercio electrónico en pymes.
13	Scielo	Rudibel Perdigón, Hubert Viltres y Ivis Rosa Madrigal.	2018	Estrategias de comercio electrónico y marketing digital para pequeñas y medianas empresas.
14	Redalyc	David López Jiménez y Antonio Monroy Antón.	2013	El comercio electrónico de calidad: compromisos empresariales asumidos en beneficio del consumidor
15	Google Académico	Luis Ibarra, Emma Casas, Erika Olivas y Belén Espinoza.	2014	El comercio electrónico en las pequeñas y medianas empresas comerciales (pymes) que operan en Hermosillo, Sonora.
16	Google Académico	Gloria Carmen Puetate Puetate	2014	El comercio electrónico y las pymes en la ciudad de Tulcán
17	Google Académico	José Cholán y Eduardo Cano Urbina.	2016	Tecnologías de información y comunicación y su incidencia en la competitividad de las pymes de calzado del distrito el porvenir.
18	Repositorio Universidad de Guayaquil	Melissa Cárdenas Lino y Steven Daniel Rivera Conforme.	2016	Análisis sobre la utilización del comercio electrónico y sus ventajas competitivas y aplicación para el desarrollo de las pymes en la ciudad de Guayaquil.

“ANÁLISIS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS PYMES EN LOS ÚLTIMOS 10 AÑOS. UNA REVISIÓN SISTEMÁTICA”: UNA REVISIÓN DE LA LITERATURA CIENTÍFICA

19	Repositorio de la Universidad Tecnológica del Perú	Edwin Felipe Jerí Copaja	2017	Uso de comercio electrónico y competitividad empresarial en las micro y pequeñas empresas de la ciudad de Tacna.
20	Repositorio Institucional de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión	Yeison Obregón Pantoja.	2016	El comercio electrónico y su influencia en las ventas de las pymes de la ciudad de huacho.

Figura 1: En la presente imagen podemos apreciar el registro de artículos científicos, además de la base de datos, están enumerados por año, autor y título. La información encontrada es detallada, la organización de los artículos encontrados en las bases de datos es considerable.

“ANÁLISIS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS PYMES EN LOS ÚLTIMOS 10 AÑOS. UNA REVISIÓN SISTEMÁTICA”: UNA REVISIÓN DE LA LITERATURA CIE

Tabla 01

Características De Los Estudios

Tipo de documento	F	%	Año de publicación	F	%	Revista de Publicación del artículo	F	%		
Artículos científicos	13	0,65	2009	1	0,05	RIDE Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo.	1	0,05		
Google academico	4	0,20	2012	1	0,05	Revista EAN - Escuela de Administración de Negocios.	1	0,05		
Tesis	3	0,15	2013	2	0,10	Revista Universia Business Review.	1	0,05		
			2014	5	0,25	Revista Electrónica Gestión de las Personas y Tecnología.	1	0,05		
			2015	3	0,15	Revista TEC Empresarial.	1	0,05		
			2016	5	0,25	Revista Journal of Information Systems and Technology Management.	1	0,05		
			2017	1	0,05	Revista ECA Sinergia.	1	0,05		
			2018	2	0,10	Revista Perspectiva.	1	0,05		
								Revista Ibérica de Sistemas y Tecnologías de Información.	1	0,05
								Repositorio Digital de la Universidad Tecnica de Machala.	1	0,05
								Revista Internacional Administración & Finanzas.	1	0,05
								Revista Visión Electrónica.	1	0,05
					Revista Cubana de Ciencias Informáticas.	1	0,05			
					Revista de Ciencias Administrativas y Sociales.	1	0,05			
					Global Conference on Business and Finance Proceedings.	1	0,05			

“ANÁLISIS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS PYMES EN LOS ÚLTIMOS 10 AÑOS. UNA REVISIÓN SISTEMÁTICA”: UNA REVISIÓN DE LA LITERATURA CIENTÍFICA

						Escuela de Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional.	1	0,05	
						Revista Ciencia y Tecnologia.	1	0,05	
						Universidad De Guayaquil.	1	0,05	
						Universidad Privada de Tacna.	1	0,05	
						Universidad Nacional José Faustino Sánchezcarrión	1	0,05	
TOTAL			20	100	TOTAL			20	100

Se tomaron como características principales los estudios seleccionados en función al tipo de documento que encontramos, el 65% pertenece Artículos científicos, 20% Google académico y 15% tesis, otra característica analizada fueron los años de publicación, mayor cantidad se encontró en los años 2014 y 216.

“ANÁLISIS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS PYMES EN LOS ÚLTIMOS 10 AÑOS. UNA REVISIÓN SISTEMÁTICA”: UNA REVISIÓN DE LA LITERATURA CIENTÍFICA

INDUCCIÓN DE CATEGORÍAS

Categorías	Aportes	Autor
	<p>Gracias a las Tics se generan nuevos productos y servicios que facilitan los modelos de negocios, multiplican la productividad e impulsan el crecimiento de las empresas. Su adaptación en la vida cotidiana aporta valor al día a día y al desarrollo de múltiples actividades; la mayor parte de estas actividades se desarrollan en la red. La red ha cambiado nuestros hábitos y comportamientos, pero sobre todo está cambiando nuestras mentes. (Figueroa, 2015).</p>	Figueroa
Usos del Internet en la adquisición de productos y servicios de consumidores.	<p>Las nuevas Tecnologías de Información y Comunicación; y de la misma manera, que éstos logren apropiarse de las herramientas tecnológicas como medio de desarrollo social, cultural y económico, disminuyendo en gran porcentaje la brecha digital que actualmente existe en este sector. (Issa, 2013).</p> <p>Los resultados representan una aproximación inicial al problema de estudio, que no permite hacer generalizaciones a una población mayor, por tal razón, otra futura línea de investigación consiste en la realización de un estudio cuantitativo donde se mida la influencia de los factores determinantes que resultaron en esta primera etapa cualitativa, con el fin de poder inferir los resultados y así proponer medidas que contribuyan a incrementar la adopción de esta tecnología en entornos de subdesarrollo económico. (Vásquez y Martínez, 2018).</p>	Issa
	<p>Después del análisis Podemos señalar que existe un marcado sector de la población que aún no conocen la importancia del comercio electrónico para el desarrollo de las ventas tanto a nivel local como fuera del distrito. Sin embargo, existe bastante interés en conocer</p>	Vásquez y Martínez
		Obregón

“ANÁLISIS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS PYMES EN LOS ÚLTIMOS 10 AÑOS. UNA REVISIÓN SISTEMÁTICA”: UNA REVISIÓN DE LA LITERATURA CIENTÍFICA

		más sobre el tema. (Obregón, 2016).	
		El acceso a internet se usa para el intercambio de información y comunicación, como cruce de correos electrónicos (93,7%) con proveedores, clientes o empleados, y las ventas por internet (13,1%) no son una actividad central en la aplicación de las TIC. (Torres, Sanabia y Torres, 2016).	Torres, Sanabia y Torres
		Sería interesante agregar nuevas dimensiones al proyecto como ser la economía actual y futura, el cambio en los hábitos del consumidor en cuanto a las compras, el avance de la tecnología en el país u otros factores que también puedan afectar a las organizaciones actuales. (Chung y Cruz, 2014).	Chung y Cruz
Usos del Internet en el comercio electrónico de las pymes.		La interacción constante con los clientes, el análisis del comportamiento de estos, el posicionamiento del negocio en los buscadores web, la correcta selección de los canales de comunicación con los clientes, el diseño adecuado del sitio y la seguridad en las transacciones financieras. (Perdigón, Viltres y Madrigal, 2018).	Perdigón, Viltres y Madrigal
		Toda empresa por más pequeña está conectada con los diversos países ya que todas poseen un sistema de comunicas sea fax, teléfono, correo electrónico, que les permite interactuar con sus clientes. (Puetate, 2014).	Puetate
		En cuanto a los factores que influyen en el e-commerce, es necesario indicar que el factor más importante es la innovación. Esto quiere decir que una empresa innovadora va a tener más posibilidades de éxito en el comercio electrónico, aunque debemos aclarar, que ser innovador no garantiza el éxito de la empresa en el e-commerce, porque es posible que el cliente no necesite ese producto, que el precio no sea el adecuado, o que tarde demasiado en llegar, entre otras razones.(Fernández,	Fernández, Sánchez, Jiménez y Hernández

“ANÁLISIS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS PYMES EN LOS ÚLTIMOS 10 AÑOS. UNA REVISIÓN SISTEMÁTICA”: UNA REVISIÓN DE LA LITERATURA CIENTÍFICA

	Sánchez, Jiménez, y Hernández, 2015).	
	Respecto a la dimensión innovación, el mayor interés de los pequeños y microempresarios se centra en el ofrecimiento de nuevos productos y servicios a la clientela (92.9%), lo cual es acompañado por la implementación de nuevos métodos de captación de clientes (68.3%). (Jerí, 2017).	Jerí
	La globalización y los avances vertiginosos de la tecnología ha contribuido al desarrollo de la sociedad de la información provocando que los mercados se comporten cada vez más de una manera diferente, y es que con la extensión del Internet a grandes velocidades, la presencia de nuevas plataformas tecnológicas y la web social han hecho que las corporaciones adopten estrategias para fidelizar a los clientes y a la vez aumentar la presencia de sus marcas en fronteras que antes era difícil de llegar. (Rodas, Chacón y Vinueza, 2014).	Rodas, Chacón y Vinueza
Ventajas y beneficios del comercio electrónico	Los clientes se han visto beneficiados con las alternativas que se tiene hoy en día para la compra de productos o servicios, internet permite comunicarse con cualquier parte del mundo no interesando la hora ni el día. (Silva, 2009).	Silva
	Aún existen muchos sectores que desconocen estos beneficios y permanecen marginados de estas tecnologías y rezagadas en competitividad con respecto a otros que hacen pleno uso de ellas. (Ixmatlahua, Raygoza, Romero, Uribe y Vargas, 2015).	Ixmatlahua, Raygoza, Romero, Uribe y Vargas
	La satisfacción del cliente, la rapidez de acceso a nuevos mercados, los esfuerzos en investigación y desarrollo, se da a conocer la perspectiva de cómo se considera el empresario con respecto a sus competidores. Uno de los objetivos de las empresas es satisfacer las necesidades específicas de un grupo particular de potenciales clientes, la	Figuroa, Hernández, González y Arrieta

“ANÁLISIS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS PYMES EN LOS ÚLTIMOS 10 AÑOS. UNA REVISIÓN SISTEMÁTICA”: UNA REVISIÓN DE LA LITERATURA CIENTÍFICA

	<p>satisfacción del cliente y las ventas están relacionadas. Los clientes satisfechos tienden a regresar a la empresa que les prestó un buen servicio o que les proporcionó un buen producto y tienen la tendencia a promocionar el negocio con sus amigos, conocidos y familiares. (Figueroa, Hernández, González y Arrieta, 2013).</p>	
<p>Implementación de la competitividad en las pymes.</p>	<p>Con la implementación de las tics se logró mejorar la gestión empresarial y se enfocó de una manera más rápida el direccionamiento de la empresa todo en relación con los clientes tanto internos como externos. (Maridueña y Miranda, 2016).</p> <p>El apoyo de instituciones públicas y privadas es aún escaso en materia de asesoría, financiamiento y capacitación relacionado con las Tecnologías de Información y Comunicación.(Cholán y Cano, 2016).</p>	<p>Maridueña y Miranda</p> <p>Cholán y Cano</p>
<p>Seguridad informática en transacciones de comercio electrónico</p>	<p>Resultados del análisis basado en lo técnico, humano, organizacional y legal; acerca de la seguridad informática que debe estar presente en toda organización pyme que quiera desarrollar de forma segura sus prácticas por Internet. (Tarazona, Gómez y Montenegro, 2012).</p> <p>Uno de los grandes desafíos al que las empresas se están enfrentando, en la actualidad, está vinculado con la adopción de las nuevas tecnologías a sus respectivos negocios. Uno de ellos es, sin duda, la presencia de la empresa en Internet. Ahora bien, como se ha podido establecer, existe una elevada sensación de desconfianza por parte de los usuarios que operan en tal medio.(López y Monroy, 2013).</p> <p>Las Pymes tienen muy bien definidas las estrategias de promoción y ventas por medio del e-commerce; así como los métodos de</p>	<p>Tarazona, Gómez y Montenegro</p> <p>López y Monroy</p> <p>Ibarra, Casas, Olivas y Espinoza</p>

“ANÁLISIS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS PYMES EN LOS ÚLTIMOS 10 AÑOS. UNA REVISIÓN SISTEMÁTICA”: UNA REVISIÓN DE LA LITERATURA CIENTÍFICA

pago, los cuales están respaldados por una infraestructura informática, lo que permite brindar a los usuarios y clientes, un sello de confianza en las transacciones comerciales; así como una privacidad y confidencialidad en los datos proporcionados. (Ibarra, Casas, Olivas y Espinoza, 2014).

Las personas no realizan comúnmente compras por internet por algunas razones, entre ellas la falta de conocimiento, sobre la metodología y oportunidades que brinda, y esto ha hecho que el país se aleje de los beneficios que esto genera. (Cárdenas y Rivera, 2016).

Cárdenas y
Rivera

Figura N° 2: Se puede identificar una relación de similitud en la comparación de resultados de estos artículos en donde es necesaria la implementación de las redes en la mente de los consumidores, la innovación y mejoramiento de las empresas.

“ANÁLISIS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS PYMES EN LOS ÚLTIMOS 10 AÑOS. UNA REVISIÓN SISTEMÁTICA”: UNA REVISIÓN DE LA LITERATURA CIENTÍFICA

CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

En conclusión la investigación se enfocó en analizar diferentes artículos publicados en las distintas bases de datos tales como Redalyc, Scielo, Dialnet, Google Académico y tesis, donde se encontraron 20 artículos que se relacionan con el tema “COMERCIO ELECTRÓNICO Y LA COMPETITIVIDAD”, de tal manera, estos artículos ayudaron a pulir el informe de investigación cumpliendo los criterios de manera efectiva encontrando ciertas diferencias y similitudes en los artículos seleccionados, para solucionar el problema planteado.

Los resultados de la Figura 1 podemos ver que de las 20 base de datos escogidas, 13 fueron artículos científicos, 4 fueron extraídos de google académico y 3 tesis que fueron realizadas, también se puede observar el año de publicación y el porcentaje del total de la extracción de información.

En esta revisión sistemática se eligió como características principales los diferentes tipos de documentos referente al estudio seleccionado un 65% pertenece Artículos científicos, 20% Google académico y 15% tesis, otra característica analizada fueron los años de publicación, mayor cantidad se encontró en los años 2014 y 216, como ultima característica fueron las Revistas científicas de Publicaciones de los artículos seleccionados, dichas características son fueron fundamentales para esta revisión sistemática.

Por ultimo en la tabla de inducción se analizó globalmente los estudios por categorías, es decir dividimos los veinte aportes realizados por los autores en sus

“ANÁLISIS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS PYMES EN LOS ÚLTIMOS 10 AÑOS. UNA REVISIÓN SISTEMÁTICA”: UNA REVISIÓN DE LA LITERATURA CIENTÍFICA

investigaciones y lo dividimos por categorías, seis categorías de las cuales llevan de dos a cuatro aportes (Usos del Internet en la adquisición de productos y servicios de los consumidores, Usos del Internet en el comercio electrónico de las pymes, Uso de la Innovación tecnológica en la competitividad de las pymes, Ventajas y beneficios del comercio electrónico, Implementación de la competitividad en las pymes), las características que posee son que los aportes no mencionan ninguna de nuestras dos variables ya que por eso se llama “aportes”, una vez identificados los aportes, las dividimos en categorías que las englobaran para tenerlos correctamente ordenados y listo para utilizarlos.

Esta revisión sistemática es de suma importancia al constituir una herramienta primordial para lograr sintetizar la información disponible, concretar la validez de las conclusiones de estudios e investigaciones realizadas, e identificar áreas de incertidumbre sobre las variables comercio electrónico y la competitividad en las pymes. La debilidad encontrada durante la investigación es en relación a la complejidad de encontrar artículos científicos que contengan las dos variables en un mismo trabajo, las investigaciones realizadas hasta antes del presente proyecto no son especializadas en el tema propuesto, encontrándose si por separadas las variables en los diversos artículos, trabajos, o proyectos. Se hace necesario ampliar en futuros estudios el periodo de búsqueda para conocer con mayor alcance de lo investigado en el tema, también recomienda añadir otras bases de datos al estudio realizado, de esta forma abarcará más información y los resultados serán más exactos.

“ANÁLISIS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS PYMES EN LOS ÚLTIMOS 10 AÑOS. UNA REVISIÓN SISTEMÁTICA”: UNA REVISIÓN DE LA LITERATURA CIENTÍFICA

REFERENCIAS

Ernesto Figueroa González. (2015). Rentabilidad y uso de comercio electrónico en las micro, pequeñas y medianas empresas del sector comercial. Obtenido en: <https://www.redalyc.org/pdf/4981/498150319017.pdf>

Luisa Torres, Vivian Sanabria y Laura López. (2016). Comercio electrónico y nivel de ventas en las mipymes del sector comercio, industria y servicios de Ibagué. Obtenido en: http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-81602016000100010

Antonio Fernández, Mari Cruz Sánchez, Hector Jiménez y Ricardo Hernández. (2015). La importancia de la innovación en el comercio electrónico. Obtenido en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=43341001006>

Sugey Issa Fontalvo. (2013). El comercio electrónico como recurso de competitividad para las pymes de la sierra nevada de santa marta. Obtenido en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4760190>

Ivonne Vásquez Esquivel y Keller Martínez Solís. (2018). El rol de la gerencia en la adopción del comercio electrónico: el caso de las mipymes costarricenses. Obtenido en:

“ANÁLISIS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS PYMES EN LOS ÚLTIMOS 10 AÑOS. UNA REVISIÓN SISTEMÁTICA”: UNA REVISIÓN DE LA LITERATURA CIENTÍFICA

https://www.scielo.sa.cr/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1659-33592018000200045&lng=en&nrm=iso&tlng=es

Kwan Chung Kau y García Cruz, Rosario. (2014). Factores críticos de éxitos en busca de la ventaja competitiva dentro del comercio electrónico: un estudio empírico en las empresas paraguayas. Obtenido en: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1807-17752014000100033&script=sci_abstract&tlng=es

Jorge Rodas, Ana Chacón y Mariuxi Vinueza. (2014). Comercio electrónico: un enfoque desde las perspectivas de las mipymes en la generación de estrategias para potenciar el desarrollo económico y empresarial en la ciudad de milagro. Obtenido en: <http://oaji.net/articles/2017/5813-1515009990.pdf>

Roxana Silva Murillo. (2009). Beneficios del comercio electrónico. Obtenido en: <https://www.redalyc.org/pdf/4259/425942160008.pdf>

Sergio Ixmatlahua, Ricardo Raygoza, Omar Romero, Fernando Uribe y Efraín Vargas. (2015). Metrópoli digital: una plataforma web para la inclusión integral de las pymes, sociedad y gobierno en el uso de las tecnologías de la información en la región de las altas

“ANÁLISIS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS PYMES EN LOS ÚLTIMOS 10 AÑOS. UNA REVISIÓN SISTEMÁTICA”: UNA REVISIÓN DE LA LITERATURA CIENTÍFICA

montañas del estado de Veracruz, México. Obtenida en:

<http://www.scielo.mec.pt/pdf/rist/nspe3/nspe3a05.pdf>

Maridueña Villena, Luis Mario. (2016). Análisis de la incidencia del uso de las TIC como base de crecimiento de PYMES comerciales en Machala. Obtenida en:

<http://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/8051>

Ernesto Figueroa, Flor Hernández, María González y Delia Arrieta. (2013). Comercio electrónico como factor competitivo en las micro, pequeñas y medianas empresas del sector comercial en el estado de Durango. Obtenido en:

https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2157018

Giovanny Tarazona, Maribel Gómez y Carlos Montenegro. (2012). Buenas prácticas para implementación del comercio electrónico en pymes. Obtenido en:

<https://biblat.unam.mx/es/revista/vision-electronica/articulo/buenas-practicas-para-implementacion-del-comercio-electronico-en-pymes>

Rudibel Perdigón, Hubert Viltres y Ivis Rosa Madrigal. (2018). Estrategias de comercio electrónico y marketing digital para pequeñas y medianas empresas. Obtenido en:

http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2227-18992018000300014

“ANÁLISIS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS PYMES EN LOS ÚLTIMOS 10 AÑOS. UNA REVISIÓN SISTEMÁTICA”: UNA REVISIÓN DE LA LITERATURA CIENTÍFICA

David López Jiménez y Antonio Monroy Antón. (2013). El comercio electrónico de calidad: compromisos empresariales asumidos en beneficio del consumidor. Obtenido en: <https://revistas.unal.edu.co/index.php/innovar/article/view/40244/42100>

Luis Ibarra, Emma Casas, Erika Olivas y Belén Espinoza. (2014). El comercio electrónico en las pequeñas y medianas empresas comerciales (pymes) que operan en Hermosillo, Sonora. Obtenido en: <https://www.redalyc.org/jatsRepo/206/20645903010/html/index.html>

Gloria Carmen Puetate Puetate. (2014). El comercio electrónico y las pymes en la ciudad de Tulcán. Obtenido en: <https://es.scribd.com/doc/284125955/EL-COMERCIO-ELECTRONICO-Y-LAS-PYMES-EN-LA-CIUDAD-DE-TULCAN-PUETATE-GLORIA-CARMEN-pdf>

José Cholán y Eduardo Cano Urbina. (2016). Tecnologías de información y comunicación y su incidencia en la competitividad de las pymes de calzado del distrito el porvenir. Obtenido en: <http://revistas.unitru.edu.pe/index.php/PGM/article/view/1497>

Melissa Cárdenas Lino y Steven Daniel Rivera Conforme. (2016). Análisis sobre la utilización del comercio electrónico y sus ventajas competitivas y aplicación para el

“ANÁLISIS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS PYMES EN LOS ÚLTIMOS 10 AÑOS. UNA REVISIÓN SISTEMÁTICA”: UNA REVISIÓN DE LA LITERATURA CIENTÍFICA

desarrollo de las pymes en la ciudad de Guayaquil. Obtenido en:

<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/20702/1/TESIS%20CARDENAS%20-%20RIVERA.pdf>

Edwin Felipe Jerí Copaja. (2017). Uso de comercio electrónico y competitividad empresarial en las micro y pequeñas empresas de la ciudad de Tacna. Obtenido en:

<http://repositorio.upt.edu.pe/handle/UPT/889>

Yeison Obregón Pantoja. (2016). El comercio electrónico y su influencia en las ventas de las pymes de la ciudad de huacho. Obtenido en:

<http://repositorio.unjfsc.edu.pe/bitstream/handle/UNJFSC/2093/OBREGON%20PANTOJA%20YEISON.pdf?sequence=1&isAllowed=y>