



UNIVERSIDAD
PRIVADA
DEL NORTE

FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Administración

“DE QUÉ MANERA EL E-COMMERCE INFLUYE
EN LA INDUSTRIA RETAIL EN LATINOAMÉRICA”.

Trabajo de investigación para optar al grado de:

Bachiller en Administración

Autores:

Mallma Contreras, Ivette Rina

Herrera Oviden, Paulo Cesar

Asesor:

Mg. Erica González Ponce de León

Lima - Perú

2019

DEDICATORIA

Este trabajo de investigación lo dedicamos a nuestros padres quienes nos han
brindado su apoyo a fin de conseguir nuestras metas.

Además, también dedicamos este trabajo a todos nuestros familiares que de alguna
manera a través de su apoyo nos brindaron las fuerzas para seguir adelante.

AGRADECIMIENTO

A la Mg. Erica Gonzales Ponce de león, por su asesoría, motivación y enseñanzas
que brindo a lo largo del curso Proyecto de Tesis.

A nuestro amigo en común, Moises Jaramillo por su apoyo desinteresado e
incondicional, su motivación y paciencia en cada una de las etapas de este trabajo.

Tabla de contenido

DEDICATORIA	2
AGRADECIMIENTO	3
ÍNDICE DE TABLAS	5
INDICE DE FIGURAS	6
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	7
CAPÍTULO II. METODOLOGÍA	9
CAPITULO III RESULTADOS	14
CAPITULO IV CONCLUSIONES	18
REFERENCIAS	19

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 01

Selección y exclusión de documentos..... 10

Tabla 02

Fuentes de información..... 11

Tabla 03

Descripción por periodo de las Fuentes de Información.....13

Tabla 1

Artículos Descartados por repetición 14

Tabla 2

Artículos descartados por los criterios de exclusión. 15

INDICE DE FIGURAS

Figura 1

Flujo grama del proceso de selección de
documentos.....12

Figura 2

Esquema de la secuencia de las palabras claves para
búsqueda..... 12

Grafico 1.

Artículos descartados.....15

Grafico 2

Criterios de Depuración..... 17

Grafico 3.

Razón de Selección de Artículos.....18

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

El e-commerce o también llamado comercio electrónico se da inicio en los años 90 a nivel global, la historia del comercio electrónico tiene cuatro etapas bien definidas, la primera da inicio en el año 1993, donde las empresas solo diseñaban sus páginas web y estas solamente brindaban información de las mismas, en esta segunda etapa se implementó las compras de ciertos productos, los cuales generaron el método de pago por transferencias electrónicas y cheques, en una tercera etapa se crean web dinámicas en estas las compras eran de mayor confianza y el pago se realizaban por medio de tarjetas de crédito y en la última cuarta etapa en la cual nos encontramos la seguridad se convierte en una de las mayores ventajas del comercio electrónico. Según Cueva (2010) señala "Las empresas operan en entornos complejos, dinámicos e inciertos que son difíciles de competir. La economía electrónica cada vez tiene una presencia importante en el mundo de los negocios" es por esa razón que las empresas de comercio retail están en una época de cambio adaptándose a la actualidad no obstante no podemos ignorar los factores críticos del comercio electrónico que siguen existiendo en la actualidad.

Uno de estos factores según Godoy (2015) "Sin embargo para algunas instituciones y empresas el uso de las Tecnologías de Información y Comunicación siguen representando un gasto y lamentablemente no son vistas como lo que verdaderamente son, una gran inversión" este factor en Latinoamérica hace que no crezca exponencialmente el comercio electrónico como ya se viene dando en otros países de otros continentes.

A la vez Godoy (2015) recalca que la utilización del comercio electrónico logra satisfacer una demanda creciente, amplia posibilidades de nuevas tecnologías y lo que es

más importante la disminución de los costos unitarios siendo esta última una gran ventaja para competir y dar mejores ofertas a los clientes.

En el Perú se viene implementando nuevas alternativas de comercio electrónico siendo los retail los primeros en implementar plataformas llamadas Market Place las cuales un claro ejemplo es la tienda por departamento Ripley ya que según Isidora (2018) señala que desde que implementaron esta nueva plataforma ha sido muy rentable tanto para Ripley como para los vendedores y clientes ya que permite tener un mix de productos dentro de una plataforma que tiene millones de visitas al mes.

CAPÍTULO II. METODOLOGÍA

2.1 Tipo de estudio

En el presente estudio de investigación, nos hemos basado en la revisión sistemática de la literatura científica, el cual trata de recopilar diversas investigaciones, considerando fuentes confiables para desarrollar el tema a investigar, Esto en las empresas Latinoamericanas en los últimos 10 años.

Las tesis, artículos considerados en nuestra revisión sistemática y que se encuentra en nuestra tabla 1 son, E-Libro, Ebook, Central, EBSCO, Proquest, Google Académico.

2.2 Tipos de Preguntas.

Las palabras claves que se utilizaron para recopilar información fueron: E-Commerce, comercio electrónico, venta minorista, retail, las cuales nos dieron como resultado 30 investigaciones científicas en estas solo 18 se encuentran alineadas.

2.3 Criterio de Selección de Documentos.

En este estudio se tuvieron en cuenta los siguientes criterios de inclusión, país de procedencia latinoamericano, y que la información se encuentre relacionada con el comercio electrónico o sus variables de los factores que inciden en esta problemática.

Las 12 investigaciones científicas descartadas de nuestra base de datos, están compuestas por 4 artículos que no se alinean al tema de investigación y las 8 restantes no pertenecen a Latinoamérica.

Tabla 01. Selección y exclusión de documentos.

SELECCIÓN Y EXCLUCION DE DOCUMENTOS					
Tipo de documento	Periodo	Idioma	Estatus	Tipo	Total
Tesis	Antigüedad no mayor de 10 años	Español	Difundido en páginas acreditadas	pregrado	4
Artículos científicos	Antigüedad no mayor de 10 años	Español	Difundido en páginas acreditadas	Revistas científicas	18
Libros	Antigüedad no mayor de 10 años	Español	Difundido en páginas acreditadas	libros electrónicos	8

Fuentes : Elaboración Propia

2.4 Descripción de la Fuente de Información.

En la presente investigación se ha distribuido las fuentes de información electrónica en los últimos 10 años, para lo cual se utilizó la presente tabla.

Tabla 02. Fuentes de información realizadas

Tabla N°02

Fuentes de Información	
FUENTE	DIRECCION WEB
EBSCO	https://www.ebsco.com/
PROQUEST	https://www.proquest.com
GOOGLE ACADEMICO	https://www.google.com
E-LIBRO	https://www.elibro.com

Fuentes: Elaboración Propia

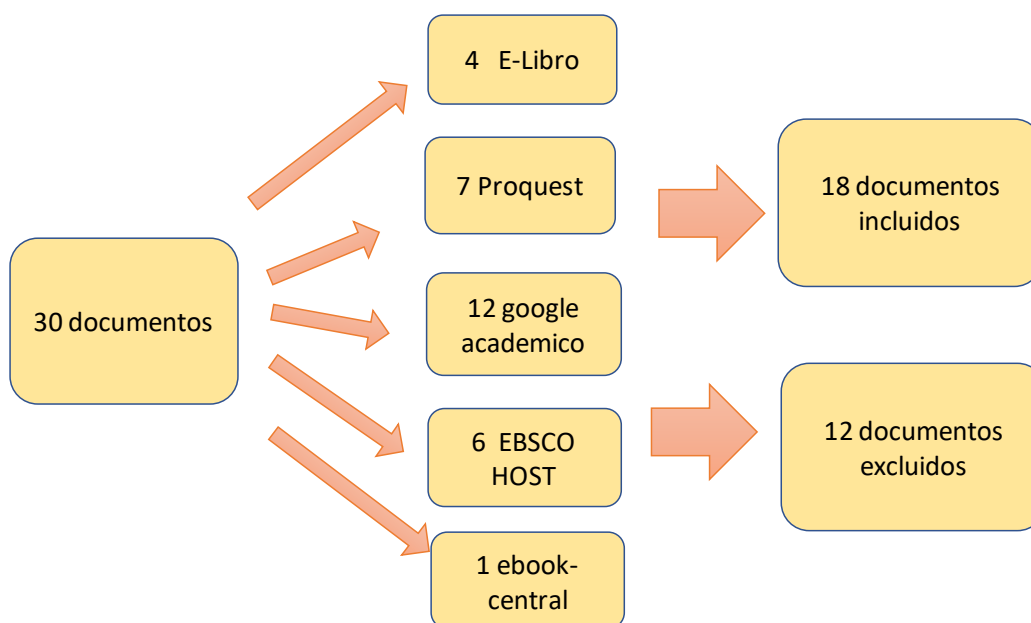


Figura 1 Flujo grama del proceso de selección de documentos.

Para el proceso de búsqueda se aleccionaron las palabras claves como son: E commerce y Retail



Figura 2. Esquema donde se puede observar la secuencia de las palabras claves.

2.5 Descripción por Periodo.

Se describe los tipos de documentos seleccionados y se ordena mediante el periodo de publicación correspondiente a los años 20010 - 2018.

Tabla 03. Descripción por periodo de las Fuentes de información

Características de la Fuente por Periodo		
Tipo de documento	Periodo	Total
TESIS	2010 - 2018	4
ARTICULOS		
	2010 - 2018	18
Artículos científicos		
Libros	2010 - 2018	1

Fuentes : Elaboración Propia

2.6 Estrategia de Búsqueda.

Se aplicó la estrategia de búsqueda mediante conectores de fases (“y”, “o”), de las cuales nos facilitan la unión de palabras claves como E-commerce y retail, tener en cuenta que estas son fundamentales para la búsqueda de información relevante para la investigación que se realiza

Las fuentes de información de artículos y publicaciones de investigación de la biblioteca virtual como son: Ebsco, ProQuest, ebook, e-libro y Google académico.

CAPITULO III RESULTADOS

De verificar las publicaciones encontradas en en el proceso de busqueda conforme al capitulo anterior; del cual se cumple con el metodologia de busqueda.

La Tabla 01 nos muestra cinco fuentes de informacion examinadas para el presente trabajo de investigacion; el orden es el siguiente: Fuente 1 Ebsco source con 6 articulos ; Fuente 2 :ebook con 1 articulo ,la Fuente ProQuest: 7 publicaciones científicas y google academico con 12 publicaciones.

Tabla 1

Artículos descartados por repetición.

	Fuente de Información	Número de artículos	Número de artículos repetidos en el proceso de búsqueda	Numero de artículo resultantes
Fuente 1	Ebsco	6	1	5
Fuente 2	Ebook	1	1	0
Fuente 3	ProQuest	7	1	6
Fuente 4	E-libro	4	1	3
Fuente 5	Google A.	12	5	7

De los 30 Artículos que quedaron resultantes de la depuración mostrada en la tabla 01, fueron seleccionados siguiendo los siguientes criterios de exclusión.

- La publicacion ofrece informacion poco relevante.
- La publicacion Pertenece a otro año lo cual no esta dentro del crierto de lo 10 ultimos años.
- La publicacion pertenece a otro Pais .

Se presenta la Tabla 02 con indicacion de las publicaciones debidamente ordenadas en base a los criterios de exclusion antes señalados; indicando como referencia informacion de la Tabla 1.

TABLA02

Artículos descartados por los criterios de
Exclusión.

	Fuente de Información	Número de artículos resultantes (Tabla 01)	La publicación ofrece información poco relevantes	La publicación Pertenece a otro año	La publicación que pertenece a otro País
Fuente 1	Ebsco	6	0	1	0
Fuente 2	Ebook	1	0	1	0
Fuente 3	ProQuest	7	1	0	3
Fuente 4	E-libro	4	0	1	0
Fuente 5	Google A	12	0	0	5

3.1 Selección de Estudio

Posteriormente de haberse realizado las dos primeras depuraciones en las Tablas 01 y 02, se elaboró los siguientes gráficos demostrando los resultados, demostrando el desarrollo de la investigación a razón de los artículos descartados.

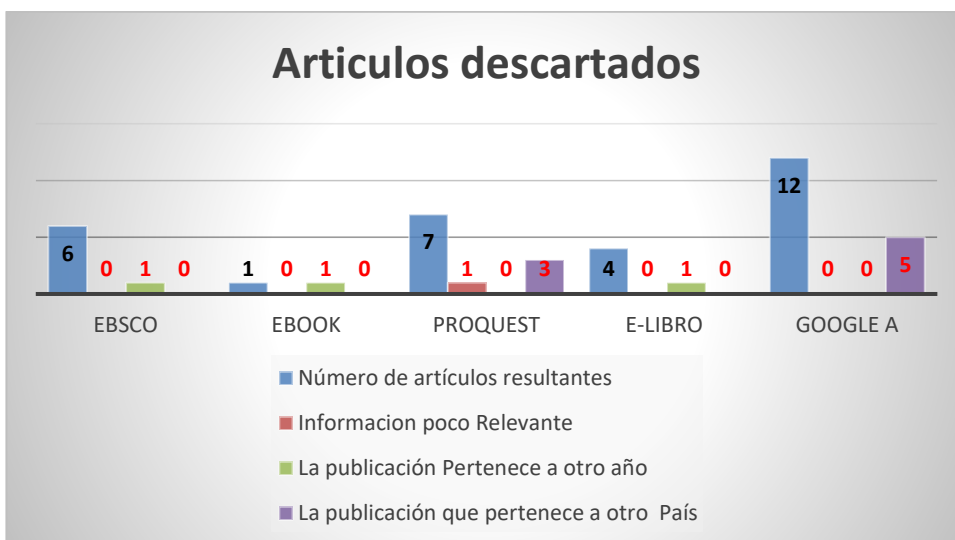


Grafico 1. Artículos descartados

Se aprecia dos grupos de barras de fuentes de información demostrando el número total de publicaciones por descarte y el número total del resultado de publicaciones

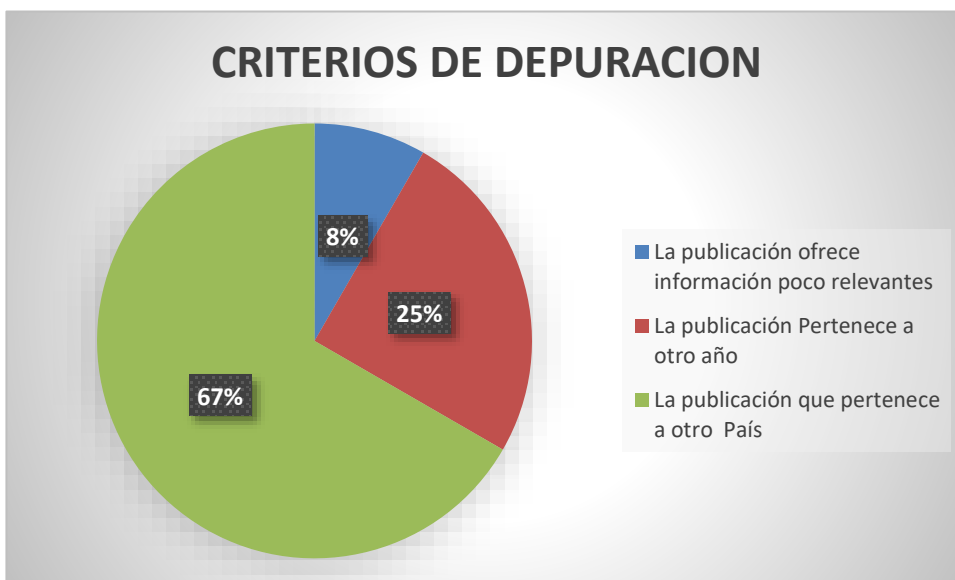


Grafico 02. Criterios de Depuración.

En el Grafico se puede apreciar los criterios de depuración empleados en el presente estudio, la razón más relevante de este grafico se basa en los números de publicaciones. La publicación ofrece información poco relevante 8%, La publicación pertenece a otro año 25% La publicación que pertenece a otro país 67%.

3.2 Características de evaluación de los estudios.

De los 18 artículos y publicaciones se lograron identificar diversos datos estudios donde se logran calificar las siguientes descripciones: Libros, tesis y artículo, año de publicación y país, material de estudio que se procedió analizar de conformidad a la metodología aplicada en este trabajo.



Grafico 03 Grafico de Razón de selección de Artículos

El grafico 03 se puede apreciar la selección de artículos científicos de los años 2010 – 2018, donde se indica el porcentaje siguiente: Tesis 56%, Artículos 33% y Libros 11%, donde el objetivo de esta investigación se basa en el tiempo de la publicación de estos artículos.

CAPITULO IV CONCLUSIONES

- Según la Revisión Sistemática de La Literatura, el estudio de las variables que influyen el E commerce, según bibliografías buscadas en Proquest, Ebsco, E Book, E Libro y Google Académico de un total de 30, entre los años 2010 y 2018, nos permitió identificar aspectos básicos en cuanto al mejoramiento del E commerce en Latinoamérica y el Perú.
- El proceso de búsqueda, se utilizó palabras claves como, E commerce, Retail, esto nos da entender la importancia que viene presentando en el mercado actual en Latinoamérica y el Perú, el enfoque y las estrategias para mejorar la venta por internet y la gestión de éxito o fracaso en implementar estas nuevas formas de venta en sus negocios.
- Cada año se publican más libros, temas, tesis, relacionados al E commerce, por tal motivo la Investigación Sistemática de La Literatura, respecto a este tema de la venta virtual, está creciendo y renovándose constantemente para mejorar y lidiar con la competencia.
- Se determina y concluye que 18 de los artículos seleccionados para esta investigación, describen los enfoques y las variables, para seguir investigando e implementando el E commerce en las empresas retail peruanas y latinoamericanas.

REFERENCIAS

Arce, M & Paredes A. (2018) Diagnóstico y mejora del proceso del ciclo de atención de pedidos de comercio electrónico de una empresa *retail* de artículos deportivos en el Perú en base al enfoque de procesos, tesis.

De Pelekais, C & El Kadi, O. (2014) E – commerce, E –business, E –Logistics y su aplicación en la logística empresarial.

Lezcano, Laritza. CE Noticias Financieras, Spanish ed.; Miami [Miami] 19 Jan 2019 El comercio electrónico una industria definida.

Isidora, Barberis A. El Mercurio; Santiago [Santiago] 28 Mar 2018. Ripley apuesta al comercio electrónico en Perú y lanzaría a mitad de año su Marketplace.

Prada, R (2016) Las TIC, factor de efectividad en la aplicación del mercadeo digital en negocios de retail.