



FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Administración y Negocios Internacionales

“DIGITALIZACIÓN Y COMERCIO ELECTRÓNICO EN LAS EMPRESAS DEL SECTOR RETAIL DE LIMA NORTE, 2025”

Tesis para optar al título profesional de:

Licenciada en Administración y Negocios Internacionales

Autor:

Vivian Alexandra Egusquiza Mendoza

Asesor:

Mg. Lic. Jonathan Jesus Seminario Casana

<https://orcid.org/0000-0001-7043-5913>

Lima - Perú

2025

JURADO EVALUADOR

Jurado 1 Presidente(a)	Guillermo Juniors Morales Benavides
	Nombre y Apellidos

Jurado 2	Gisela Analy Fernandez Hurtado
	Nombre y Apellidos

Jurado 3	Jonathan Jesus Seminario Casana
	Nombre y Apellidos

Informe de Similitud

Vivian EGUSQUIZA

ENTREGA FINAL DEL TRABAJO

- Trabajo final con DEPÓSITO (subir con el asesor)
- titulación
- Asesores

Detalles del documento

Identificador de la entrega

trn:oid::1:3449497321

Fecha de entrega

21 dic 2025, 1:10 p.m. GMT-5

Fecha de descarga

21 dic 2025, 1:13 p.m. GMT-5

Nombre del archivo

Egúsquiza_Mendoza_Vivian_Alexandra.docx

Tamaño del archivo

426.9 KB

56 páginas

11.172 palabras

64.553 caracteres



Página 1 de 60 - Portada

Identificador de la entrega trn:oid::1:3449497321



Página 2 de 60 - Descripción general de integridad

Identificador de la entrega trn:oid::1:3449497321

7% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Filtrado desde el informe

- ▶ Bibliografía
- ▶ Texto citado
- ▶ Texto mencionado
- ▶ Coincidencias menores (menos de 12 palabras)

Fuentes principales

- 7% Fuentes de Internet
- 1% Publicaciones
- 4% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Tabla de contenidos

Índice de tablas	9
Resumen	10
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN.....	11
1.1. Realidad problemática.....	11
Antecedentes.....	12
Marco teórico.....	15
1.2 Formulación de problemas.....	19
1.2.1 Problema general	19
1.2.2 Problemas específicos	19
1.3 Objetivos	19
1.3.1 Objetivo general	19
1.3.2 Objetivos específicos	19
1.4 Hipótesis.....	20
1.4.1 Hipótesis general	20
1.4.2 Hipótesis específicas	20
1.5 Justificación de la investigación.....	20
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA	22
2.1. Metodología de la investigación	22
Enfoque	22
Nivel	22
Alcance	22

Diseño	23
2.2. Población y muestra	23
2.2.1 Población	23
2.2.2 Muestra	24
2.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	25
2.4. Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información	28
2.5. Aspectos éticos	28
CAPÍTULO III: RESULTADOS	29
3.1. Resultados descriptivos	29
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES.....	41
4.1. Discusión.....	41
4.1.1 Limitaciones	45
4.1.2 Implicancias	45
4.2. Conclusiones	46
4.3. Recomendaciones	47
Referencias	49
ANEXOS	56
ANEXO N° 1. Matriz de consistencia	56
ANEXO N° 2. Matriz de operacionalización	57
ANEXO N° 3. Cuestionario en escala Likert para el desarrollo de la tesis.....	58
ANEXO N° 4. Matriz para la evaluación de expertos	60

ANEXO N°5. Cuestionario vía Google Forms..... 62

Índice de tablas

Tabla 1:	27
Tabla 2:	29
Tabla 3:	30
Tabla 4:	31
Tabla 5:	32
Tabla 6:	33
Tabla 7:	34
Tabla 8:	35
Tabla 9:	36
Tabla 10:	37
Tabla 11:	38
Tabla 12:	39
Tabla 13:	40

Resumen

El objetivo de la presente investigación fue determinar la relación entre la digitalización y el comercio electrónico en las empresas del sector retail de Lima Norte durante el año 2025. El estudio se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, de nivel correlacional y con un diseño no experimental de corte transversal. La población estuvo conformada por 384 consumidores de Lima Norte, seleccionados mediante muestreo probabilístico, a quienes se les aplicó un cuestionario estructurado de 20 ítems como instrumento de recolección de datos. Para el procesamiento de la información se emplearon técnicas estadísticas descriptivas e inferenciales. Los resultados evidenciaron que cuando la digitalización presenta un nivel deficiente, el comercio electrónico se sitúa en un nivel bajo en un 6 %, mientras que cuando la digitalización alcanza un nivel adecuado, el comercio electrónico se concentra en un nivel alto en un 24 %. Asimismo, el análisis estadístico permitió identificar una relación directa y estadísticamente significativa entre ambas variables, lo cual fue corroborado mediante el coeficiente de correlación de Spearman ($Rho = 0,744$; $p = 0,000$). En conclusión, se determinó que la digitalización influye de manera positiva y significativa en el desarrollo del comercio electrónico en las empresas del sector retail de Lima Norte, constituyéndose en un factor clave para fortalecer la competitividad, optimizar los procesos comerciales y mejorar la interacción con los consumidores en entornos digitales.

Palabras Claves: Digitalización, comercio electrónico, sector retail, plataforma digital, servicio en línea.

NOTA

El contenido de la investigación no se encuentra disponible en **acceso abierto** por determinación de los propios autores, en concordancia con en el Texto Integrado del Reglamento RENATI (artículo 12), la Directiva N°048-2020-CONCYTEC-P que regula el Repositorio Nacional Digital de Ciencia, Tecnología e Innovación de Acceso Abierto (ALICIA) administrado por el pliego Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica - CONCYTEC y la Ley N° 29733, Ley de Protección de Datos Personales.

Referencias

- AECOC. (2024). *La Asociación de Fabricantes y Distribuidores*.
https://www.aecoc.es/innovation-hub-noticias/tendencias-tecnologicas-en-retail-2024/?utm_source=chatgpt.com
- Alvarado, M. (2024). *Propuesta de marketing digital para mejorar el nivel de conversión del ecommerce*.
<https://repositorio.ucsm.edu.pe/server/api/core/bitstreams/31576037-89b2-4d61-b4db-8ef8f9d43b8d/content>
- Ambrústolo, M. (2024). Transformación digital y mejora de procesos en comercio electrónico: Caso de estudio de una PYME de productos regionales de Mar del Plata. *AACINI*, 73-77. <https://riii.fi.mdp.edu.ar/index.php/AACINI-RIII/article/view/129/191>
- Bharadwaj et al. (2013). Digital business strategy: Toward a next generation of insights. *MIS Quarterly*, 37(2), 471–482.
https://aisel.aisnet.org/misq/vol37/iss2/10/?utm_source=chatgpt.com
- Calle, D., Porras, F., & Santamaría, E. (2024). Modelo de aceptación tecnológica y la difusión de contenidos en estudiantes universitarios. *MQR Investigar*, 8(4), 5685–5705. <https://doi.org/10.56048/MQR20225.8.4.2024.5685-5705>
- Cámara Peruana de Comercio Electrónico. (2022). *Actualización sobre el mercado del comercio electrónico de Perú*. <https://paymentscmi.com/insights/mercado-comercio-electronico-peru/>
- CPI. (Mayo de 2021). *Compañía Peruana de Estudios de Mercado y Opinión Pública*.
http://cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/23/Market_Report_Mayo.pdf
- Cubo, S., Bernadich, M., & Sarda, X. (2022). Impacto del personal de contacto en la experiencia y satisfacción del cliente en el e-commerce. *Uniandes Episteme*, 9(2), 264-292. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8477230>
- Delgado, D., & Ruiz, A. (2020). *Análisis del desarrollo del comercio electrónico y su relación teórica con la satisfacción de los clientes de tiendas por departamento en Lima en la actualidad*. [Tesis de licenciatura] Pontificia Universidad Católica

del Perú. <https://tesis.pucp.edu.pe/server/api/core/bitstreams/b6c1bde9-4da5-489f-a501-902c3040f15f/content>

Díaz, A. (julio de 2024). *IMPACTO DE LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL*. [Tesis de licenciatura]. Universidad de Lima.

https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/21293/T018_70493725_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Dipaz, X. (setiembre de 2023). “*El marketing digital y el comercio electrónico de la empresa Acis Process SAC en la región Lima*”. Tesis, Universidad Tecnológica del Perú. <https://repositorio.utp.edu.pe/backend/api/core/bitstreams/cc9e611f-22b6-4c73-b71d-58192cbf05a4/content>

Espinoza, R. (2019). *Transformación digital como herramienta para generar valor en las Mipymes de la región del Biobío*. Universidad Andrés Bello.

<http://repositorio.unab.cl/xmlui/handle/ria/15508>

Fontalvo, J. J. (2020). *El impacto socioeconómico del comercio electrónico internacional en los consumidores colombianos, durante los últimos 10 años*. Fundación Universidad de América.

<https://repository.uamerica.edu.co/server/api/core/bitstreams/d59a7a2a-b38c-4b22-a42a-d2085334518f/content>

Gallegos, G. C., & Chuquihuaccha, R. (2023). *Comercio electrónico y comportamiento del consumidor en la empresa retail Plaza Vea, Lurin*. Tesis de licenciatura, Universidad Autónoma del Perú.

<https://repositorio.autonoma.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13067/2467/Gallegos%20Pillaca%2c%20G.%20C.%20D.%2c%20%26%20Chuquihuaccha%20Ventura%2c%20R.%20N..pdf?sequence=11&isAllowed=y>

Guerrero et al. (2 de diciembre de 2022). *Digitalización del comercio: factores que influenciaron el crecimiento del comercio electrónico durante la pandemia*. Tesis, Universidad Iberoamericana, Torreón.

<https://www.riico.net/index.php/riico/article/view/2116/1951>

Guo, Q., & Huang, W. (2024). Analyzing the diffusion of Innovations Theory. *Scientific and Social Research*, 6(12). doi:<https://doi.org/10.26689/ssr.v6i12.8947>

- Halil, İ. (2024). *Digital consumer behavior: A systematic literature*. Gaziantep University. <https://prizrenjournal.com/index.php/PSSJ/article/view/479/219>
- Hernandez et al. (2014). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta (6.ª ed.)*. McGraw-Hill Education.
https://www.unasa.edu.sv/biblioteca/catalogo_online/ver-detalle-libro.php?num_inventario=G004207&utm_source=chatgpt.com
- Hernández Sampieri, e. a. (2014). Metodología de la investigación.
- Hernández Sampieri, R. F. (2014). *Metodología de la investigación (6.ª ed.)*. McGraw-Hill.
- Hernández, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. (1 ed.). México: Mc Graw Hill Education,.
- Huapaya, Y. (2024). *Dimensiones del marketing digital y su relación con la satisfacción de los clientes de Zohec, Lima 2022*. Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración de Empresas, Universidad San Ignacio de Loyola, Lima-Perú. <https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/1d92fd6a-bbf5-4e86-8543-9345a52b903d/content>
- INEI. (2015). *9 millonees 752 mil limeños celebran 480 años de Fundación de la ciudad de Lima*. https://www.inei.gov.pe/media/MenuRecursivo/noticias/nota-de-prensa-n008-2015-inei.pdf?utm_source=chatgpt.com
- IPSOS. (JUNIO de 2020). *Compradores por internet*. <https://www.ipsos.com/es-pe/compradores-por-internet>
- IPSOS. (2025). *Las 6 caras de Lima Metropolitana*.
https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/publication/documents/2025-03/Perfiles%20Zonales%202025_V3-LinkedIn.pdf
- Juárez, C. (2024). *Impacto del aumento de la digitalización y el comercio electrónico en el crecimiento económico*. The Logistics World.
<https://thelogisticsworld.com/planeacion-estrategica/impacto-del-aumento-de-la-digitalizacion-y-el-comercio-electronico-en-el-crecimiento-economico/>

- Kerlinger, F. N., & Lee, H. B. (2000). *“Foundations of Behavioral Research”*.
https://books.google.com.pe/books/about/Foundations_of_Behavioral_Research.html?id=3QQAQAIAAJ&redir_esc=y.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2021). *E-Commerce 2021: Business, Technology, and Society, 16th edition*.
https://api.pageplace.de/preview/DT0400.9781292343211_A39745346/preview-9781292343211_A39745346.pdf
- Medina, P., Chango, M., Corella, M., & Guizado, D. (2022). Transformación digital en las empresas: una revisión conceptual. *Journal Of Science And Research, 1(1)*.
<https://zenodo.org/records/7726439>
- Nagy, S., & Hajdú, N. (2022). *Artificial Intelligence in Wholesale and Retail*.
<https://arxiv.org/pdf/2301.01277>
- Ñaupas et al. (2018). *Metodología de la investigación cuantitativa-cualitativa y redacción de tesis (5.ª ed.)*. Ediciones de la U.
https://books.google.com.pe/books?id=KzSjDwAAQBAJ&pg=PA19&hl=es&source=gbs_selected_pages&cad=1#v=onepage&q&f=false
- Ñaupas, H., Mejía, E., Novoa, E., & Villagómez, A. (2018). *Metodología de la investigación científica y la elaboración de tesis*. (5 ed.).
https://universoabierto.org/2021/03/30/metodologia-de-la-investigacion-cuantitativa-cualitativa-y-redaccion-de-la-tesis/?utm_source=chatgpt.com
- Odón, F. A. (2012). *El Proyecto de Investigación. Introducción a la Metodología Científica. 6ta. Edición*. Fideas G. Arias.
https://www.researchgate.net/publication/301894369_EL_PROYECTO_DE_INVESTIGACION_6a_EDICION/link/572c1b2908ae2efbfbdbde004/download?tp=eyJjb250ZXh0Ijp7ImZpcnN0UGFnZSI6InB1YmxpY2F0aW9uIiwicGFnZSI6InB1YmxpY2F0aW9uIn19
- Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Lima. (2025). *Informe e-País: El comercio electrónico En Perú*.
<https://www.icex.es/content/dam/icex/centros/peru/documentos/2025/informe-e-pais-comercio-electronico-peru-2025-resumen-ejecutivo.pdf>

- Ordoñez et al, 2. (2021). Revisión de literatura de la teoría del comportamiento planificado en la decisión de compra de productos orgánicos. *Rev. Nac. Adm.*, 12(1). <http://dx.doi.org/10.22458/rna.v12i1.3178>
- Orellana et al. (22 de abril de 2024). Las pymes y el camino hacia la transformación digital y el ecommerce. *Polo del conocimiento*.
<https://polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/rt/printerFriendly/7016/html>
- Orús, A. (2 de mayo de 2025). *Statista*. <https://es.statista.com/temas/9072/comercio-electronico-en-el-mundo/#topicOverview>
- Panasenko, S. (2022). El impacto de la globalización y la digitalización de la economía en el desarrollo del comercio electrónico. *Revista Electrónica de Investigación en Ciencias Económicas*.
<https://camjol.info/index.php/REICE/article/view/16031/21685>
- PCMI. (10 de agosto de 2023). *Dinámica del comercio electrónico en América Latina 2023–2026*. <https://paymentscmi.com/insights/comercio-electronico-america-latina-2023-2026/>
- PCMI. (ENERO de 2025). *Actualización sobre el mercado del comercio electrónico de Perú*. <https://paymentscmi.com/insights/mercado-comercio-electronico-peru/>
- Pérez, M., & Sacaula, A. (Marzo de 2023). *El uso del Comercio Electrónico y su impacto en el índice de ventas en las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas en Tierra Blanca, Veracruz*. Tesis Ingeniero en Administración, Tecnológico Nacional de México.
<https://rinacional.tecnm.mx/bitstream/TecNM/9311/1/TESIS%20AYLEEN%20SACAULA%20TRUJILLO.pdf>
- Philip Kotler, G. A. (2003). *Fundamentos de marketing*. Person Educacion.
https://www.libreriauca.com/products/marketing-16a-ed/81480?utm_source=chatgpt.com
- Quintana, D. C. (2021). *El comercio electrónico y gestión logística en empresas retail de Lima*. Tesis Licenciado en Negocios Internacionales, Universidad César Vallejo.

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/83829/Camacho_QDC-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Salkind, N. J. (1999). *Métodos de investigación*. Prentice-Hall.

https://books.google.com.pe/books/about/M%C3%A9todos_de_investigaci%C3%B3n.html?id=JN6FzgEACAAJ&redir_esc=y

Sancho Baldeon & Abusada Sarquis. (2018). *Metodología de la investigación : las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. Sancho Baldeon, C. R., Abusada Sarquis, A. A., Gutiérrez Santos, C. L., & Vicharra.

https://bibliotecadigital.uce.edu.ec/s/L-D/item/1946?utm_source=chatgpt.com#?c=&m=&s=&cv=

Štofková K et al. (2024). *Proposal of innovative smart solutions for retail store in order to support competitiveness and sustainable development*.

https://www.frontiersin.org/journals/computer-science/articles/10.3389/fcomp.2024.1328913/full?utm_source=chatgpt.com

Urbizagástegui, R. (2019). *El modelo de difusión de innovaciones de Rogers en la bibliometría mexicana*. Univerisdad de California en Riverside.

<https://www.redalyc.org/journal/3505/350560860001/html/>

Van Dijck, P. y. (2018). *The platform society: Public values in a connective world*. Oxford University Press. https://digitale-objekte.hbz-nrw.de/storage2/2018/12/11/file_13/8217734.pdf?utm_source=chatgpt.com

Vasquez, M. (2014). Los sistemas de información y su importancia en la. *Espacios*.

<https://www.revistaespacios.com/a18v39n45/a18v39n45p03.pdf>

Verhoef, L. y. (2016). *Understanding Customer Experience Throughout the Customer Journey*. https://www.scinapse.io/papers/2422895071?utm_source=chatgpt.com

Youngjin Yoo et al. (2010). *The new organizing logic of digital innovation: An agenda for information systems research*.

https://econpapers.repec.org/article/inmorisre/v_3a21_3ay_3a2010_3ai_3a4_3ap_3a724-735.htm?utm_source=chatgpt.com

Youngjin, Y. (2024). Las próximas fronteras de la investigación en innovación digital.

Investigación en Sistemas de Información, 35(4), 1507-1523.

<https://pubsonline.informs.org/doi/10.1287/isre.2024.editorial.v35.n4>