



UNIVERSIDAD  
PRIVADA  
DEL NORTE

# FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Administración

“LOGÍSTICA Y COMERCIO ELECTRÓNICO EN  
LAS PYMES EN EL PERÚ ENTRE 2010 - 2019:  
UNA REVISIÓN DE LA LITERATURA CIENTÍFICA”

Trabajo de investigación para optar el grado de:

**Bachiller en Administración**

**Autores:**

Bred Joel Espinoza Timoteo  
Jose Anthony Paredes Castillo

**Asesor:**

Mg. Erica Rojana Gonzalez Ponce De Leon

Lima - Perú

2019

## DEDICATORIA

Este trabajo de investigación lo dedicamos a nuestras familias por el apoyo constante que nos brindan, resaltando su motivación en cada paso de nuestro camino universitario para conseguir nuestros objetivos.

Además, también dedicamos este trabajo a nuestros jefes que siempre nos brindaron su apoyo con los permisos que nos permitían cumplir con nuestras tareas.

## AGRADECIMIENTO

Queremos Agradecer a la Mg. Gonzalez Ponce de León Érica Rojana, por su tiempo dedicado para aclarar cualquiera de nuestras dudas que se nos sugiriese, asesoría, motivación y enseñanzas que nos brindó a lo largo del curso Proyecto de Tesis. También para agradecerle por la claridad y exactitud con la que enseñó cada clase virtual, discurso y lección.

A la Mg. Huaman Guillermo Edison, por su apoyo desinteresado e incondicional, su motivación y paciencia en cada una de las etapas de este trabajo.

Al Mg. Paredes Villegas Oscar Paul, que con su paciencia nos apoyó con el aprendizaje de algunas plataformas de investigación.

A un gran amigo de la oficina; Aliaga Perez Joe, quien siempre tiene la paciencia y la disposición para discutir sobre algunas teorías estudiadas.

## TABLA DE CONTENIDO

<b>DEDICATORIA.....</b>	<b>2</b>
<b>AGRADECIMIENTO .....</b>	<b>3</b>
<b>RESUMEN.....</b>	<b>5</b>
<b>CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>7</b>
<b>CAPÍTULO II. METODOLOGÍA.....</b>	<b>11</b>
<b>CAPÍTULO III. RESULTADOS .....</b>	<b>13</b>
<b>CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN.....</b>	<b>19</b>
<b>CAPÍTULO V. CONCLUSIONES .....</b>	<b>20</b>
<b>REFERENCIAS.....</b>	<b>23</b>
<b>ANEXO 1 .....</b>	<b>24</b>

## RESUMEN

Nuestro proyecto de tesis como trabajo de investigación busca cristalizar la relevancia del comercio electrónico en las PYMES en el Perú entre 2010 – 2019, para que logren obtener una sostenibilidad en el tiempo y no tiendan a desaparecer. Por ellos, debemos mencionar que hemos examinado 31 trabajos de investigación entre tesis y libros, descartando 9 trabajos que guardaban relación con el objetivo de nuestra investigación; por lo tanto podemos señalar que los 31 trabajos incluidos en nuestro esquema para la investigación son elementales por los conceptos y términos empleados en dicha bibliografía. Además debemos hacer mención que gran parte de los textos obtenidos fueron del buscador Google Académico, 12 trabajos que informan sobre el comercio electrónico, logística y las PYMES; sin embargo, ninguna brinda información sobre el desarrollo de la PYMES en el Perú entre el 2010 - 2019. Otras bases de datos que se usaron para esta investigación fueron USIL, Scielo, Espoch, IPN, Redalyc, Lasalle, UPC, UPS y la UPN quién nos brindan trabajos de investigación (tesis) con amplia información sobre el tema de investigación. Por otro lado, no se consideraron algunos artículos encontrados en UVA, UCC, UNJFSC, Redalyc, Repositorio académico de la UPC, UPNBOX, debido a que la información no está relacionada con el lineamiento de nuestra investigación.

Por otro lado, las limitaciones evidenciadas sobre los objetivos a tratar en el proyecto son la temática realizada por los algunos países europeos, siendo España la excepción, que no evalúan el crecimiento que han tenido las PYMES dentro del país y cómo éstas se abren paso en el mercado internacional. Entre los países de América Latina que aportan temas interesantes de investigación tenemos a Colombia, Argentina, Chile y Ecuador. Cabe señalar, que dentro de dicho conjunto se encuentra el Perú.

En relación con los temas de investigación revisados, podemos validar que la mayoría señala al comercio electrónico como base del crecimiento de las PYMES y con ello se puede mencionar que éste será el bastión para la sostenibilidad de los mismos en los años porvenir; es decir, si una PYME no se adapta al e-commerce, su vida en el mercado será temporal. Esto debido a que el mundo moderno, está girando en torno a las ventas y compras por internet.

Asimismo, hemos podido encontrar quejas de trabajadores que pertenecen a las PYMES, aduciendo la explotación que han sufrido y que les sirvió a las PYMES para poder crecer en el mercado, esto refiere a; sueldos no pagados, liquidaciones vencidas y AFP nunca depositadas.

**PALABRAS CLAVES:** Comercio electrónico, logística, PYMES, investigación.

## CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

En los última década del siglo XXI, hemos presenciado diversos cambios en nuestro estilo de vida, incluso hasta en nuestras costumbres y entorno social. La asunción de la internet, redes sociales o también las muy conocidas TICs, son algunos de los factores que han irrumpido nuestras existencias. El mundo del comercio ha visto varias transformaciones en cada uno de sus procesos, por ende tanto las instituciones y los actores del mundo comercial siguen en proceso de adaptación frente al colosal avance de la tecnología; así percibimos que las grandes empresas tienden adaptarse a la versátil tecnología para poder tener sostenibilidad en el tiempo (Saga Falabella, Ripley, Plaza vea, etc.) y otras que se ven minimizadas en el tiempo (Kodak, Blockbuster, etc).

En ese contexto, podemos apreciar en el Perú el alumbramiento de las Pymes, que en muchas ocasiones no logran sostenerse en el tiempo, desapareciendo del mercado, esto debido a distintos factores de nuestro mercado nacional; siendo la logística y el comercio electrónico uno de los principales problemas en la vida comercial de dichas organizaciones. No obstante, para Villarán (2010), las políticas públicas en el Perú no favorecen a dichas organizaciones, siempre se han visto relegadas por otras políticas de estado; siendo subordinadas por las políticas industriales y que en muchas ocasiones benefician a las grandes empresas.

Sin embargo, y como se mencionó líneas arriba, el comercio electrónico y la logística son elementos esenciales para estas nuevas organizaciones, así lo deja entrever Godoy (2015), tanto las pymes y mypes limeñas deben mejorar y enfocarse en el diseño de sus plataformas virtuales o sitios web; ya que en la actualidad la población hace uso de los

equipos inteligentes para acceder a tales sitios; siendo la ubicación parte elemental del comercio electrónico. Entonces, estas incipientes organizaciones deben mejorar el uso de sus plataformas virtuales, enfatizar la utilidad de las mismas y otorgarle mayor enfoque comercial frente al avance tecnológico.

Tratar de comercio electrónico, es mencionar un arte que muchos países en Latinoamérica se preocupan por desarrollar. Siendo un tema de total importancia para Argentina, debido a los pocos trabajos empíricos que se pueden hallar sobre este tema. A través de estos estudios, se busca el ahorro de costos para ambas partes (vendedor y cliente), enfocando siempre en la satisfacción del consumidor final. En un estudio realizado como muestreo, se consultaron a 108 empresas sobre la importancia de la adopción al comercio electrónico, teniendo como resultado: “Todas las empresas consideran el desarrollo del comercio electrónico como parte fundamental para mantenerse en el mercado y disminuir parcialmente los costos de su logística interna” (Carola Jones, María V. Alderente y Jorge Motta 2013).

Cabe señalar, en la actualidad, en nuestro mundo globalizado y conectado a la red con el uso de los aparatos móviles inteligentes es un factor que favorece a las Pymes en su proliferación para la venta de sus servicios y/o bienes, pues “Las PYMES pueden usar los sitios web para fortalecer sus marcas y aumentar la diferenciación, así como fortalecer el posicionamiento para aumentar el alto valor percibido de los clientes”. (Duarte, 2010, p.79). Los sitios web, son las plataformas virtuales con mayores visitas a inicios de los años 2000, ahora las aplicaciones móviles, hashtag, fanspage, etc., han desplazado las visitas instantáneas de los usuarios que demandan algún bien y/o servicio.

Por lo tanto, en vista que las Pymes tienen problemas para mantenerse en el mercado frente a las grandes empresas, debido a la gran cantidad de recursos que presentan las



últimas. Empero, las pymes deben apelar a la perspicacia e innovación para poder aprovechar las bondades que ofrece el mundo virtual y con ello el comercio electrónico (Mescua e Ibañez, 2017).

Por otro lado, se ha evidenciado que, en Colombia, el desarrollo del comercio electrónico en las PYMES, busca ganar una parte del mercado online el cual se encuentra ganado por empresas estadounidenses y europeas posicionadas en el mercado de ese país. Tomando como ejemplos a empresas asiáticas, Colombia busca adoptar técnicas que les permitan a las PYMES crecer dentro de un mercado cada vez más competitivo (Gonzalez Masuera, Ricardo 2012)

En el presente trabajo, ahondaremos más sobre algunos conceptos relacionados a nuestro proyecto de investigación, así por ejemplo el comercio electrónico no es más que un conjunto de operaciones que realizan los interesados en la compra-venta de bienes y/o servicios, a través de plataformas virtuales mediante el uso del internet (Mescua e Ibañez, 2017). Sin embargo, el comercio electrónico en la actualidad no solo está enfocado en la transacción económica para la obtención de un bien y/o servicio, sino en la experiencia brindada al cliente mediante la atención personalizada, a través de las plataformas virtuales.

Así también, se tratará la logística como parte elemental en la búsqueda de la sostenibilidad de una pyme en el mercado, conjuntamente con el comercio electrónico, ya que “Se puede sintetizar que la logística es un proceso en la que intervienen una serie de actividades que van desde la planeación hasta el almacenamiento de bienes o materias primas por parte de una empresa” (Valderrama, Yábar, Velarde y Díaz 2018, p.92). Para nuestra finalidad, la logística no solo tiene que estar enfocado en el proceso tradicional; sino que la logística ha mutado desde el nacimiento de la tecnología, sobre todo con el uso de las redes y la web para el fin informativo (Valderrama, Yábar, Velarde y Díaz, 2018).

Por ende, el nuevo concepto de e-logística va más allá del concepto básico de logística, busca plantear soluciones eficientes para la resolución de problemas a través del uso del internet y las nuevas tecnologías de la información, con ello la respuesta será instantánea frente al intercambio de información, integración y colaboración entre organizaciones, y mejor aún entre cliente – mypes (Ramalinho-Lourenco, 2005; citado por Valderrama, Yábar, Velarde y Díaz, 2018, p. 92). Así, tenemos como soporte algunos nuevos alcances sobre la variabilidad del concepto de la logística como producto del avance tecnológico, entonces desde nuestra perspectiva la logística es parte fundamental en nuestra propuesta de sostenibilidad de una pyme en el mercado comercial.

Mediante este proyecto buscamos profundizar sobre los diversos factores que afectan a las Pymes en el Perú, en especial la logística y el comercio electrónico, en su desarrollo y sostenibilidad en el tiempo; además del poco énfasis del estado por coadyuvar, con políticas estatales, para el reflote de las mismas. Además, como lo menciona (Duarte, 2010) es menester indagar más sobre porque los pequeños y medianos empresarios no explotan las nuevas tecnologías de la información y comunicación como parte de sus ventajas.

Por lo mencionado, nuestro trabajo de investigación se planteó el objetivo principal: Describir la logística y el comercio electrónico en la Pymes en el Perú entre los años 2010 – 2019. Además, como parte de nuestros objetivos específicos, se han planteado preguntas específicas: ¿Cuáles son las provincias del Perú que relacionan al comercio electrónico como un factor favorable para las Pymes? ¿Cuántas Pymes adoptaron al comercio electrónico como herramienta para lograr una sostenibilidad entre 2010 - 2019? ¿Qué herramientas han utilizado las Pymes para insertarse en el comercio electrónico en los últimos 10 años?, ¿Cuáles han sido las variables analizadas?

## CAPÍTULO II. METODOLOGÍA

El proyecto de tesis presentado en base a la indagación de diferentes fuentes, ha sido como consecuencia de la incesante búsqueda de literatura empírica o textos por internet, cuyos principales temas están vinculados a los fundamentales factores, en especial logística y comercio electrónico, que han tenido las pymes para tener una sostenibilidad en el mercado comercial. Por lo tanto, hemos seleccionado del conjunto de investigaciones obtenidas las más relevantes para nuestro proyecto de investigación; es así que las mencionadas en el **Anexo 1** han sido elementales para esclarecer muchos aspectos y/o fortalecer algunos conceptos.

En tanto, para sostener dicho proyecto de tesis y como parte del curso se presentarán las revisiones sistemáticas, el análisis y síntesis sobre las evidencias de las investigaciones encontradas, siendo parte de la autorregulación de aprendizaje, para la obtención de los trabajos que guarden relación sobre lo expuesto a nuestra temática (Díaz, Varela, Rodríguez, Paz, 2017). Este modelo, nos ha permitido identificar algunos trabajos que no guardan estrecha relación con la temática.

Sobre nuestra indagación para la obtención de las investigaciones, se utilizó bases de datos en línea con repositorios científicos tales como: Redalyc, Scielo, Dialnet, Elsevier, UPNBOX, UPC, Google Académico, E-libro, Proquest, Espoch, entre otros; gran parte de dicho material fue encontrado a través de la biblioteca virtual de la Universidad Privada del Norte; cuya base de datos se encuentra licenciada por Laureate International Universities.

Con relación al uso de las palabras claves para la búsqueda se determinó, lo siguiente: ("Logística" o "E-logística") entre 2010 – 2017; también ("Comercio electrónico" o "Encommerce"). Asimismo, para identificar cuáles son los factores que determinan la falta

de sostenibilidad de la Pymes en el Perú entre el 2010 – 2019, se ha planteado una pregunta principal que permite realizar un nuestro trabajo de investigación: ¿Qué se conoce de la logística y el comercio electrónico en las Pymes en el Perú entre los años 2010 – 2019?

Con la finalidad de presentar la Revisión Sistemática de la Literatura, se utilizó el formato PICO, en relación a la formulación de preguntas específicas para el estudio.

Hemos identificado una serie de investigaciones, para la revisión sistemática, sin embargo se consideró como principio de inclusión a las investigaciones relacionadas con nuestra temática y que contengan algún caso similar al planteado, alineados con la investigación sobre algunos factores críticos del comercio electrónico, además guardar relación con respecto al objetivo, soporte en las definiciones sobre palabras claves en nuestro proyecto y vinculadas a la problemática sobre la sostenibilidad de las Pymes en el e-commerce. En cuanto a la exclusión, se consideró lo siguiente: producto que el contexto de la publicación esta fuera del alcance de nuestro objetivo, no está alineado con los objetivos; debido a que trata de la logística en la ingeniería industrial, por no estar relacionado al mercado de Sudamérica, etc.

Luego se estableció el orden en base al modelo adjunto establecido por nuestra asesora, así se incorporaron todos los criterios de inclusión y exclusión para luego llevarlos a la data de extracción utilizando los puntos señalados en la matriz de búsqueda, la cual adjuntamos como **Anexo 1**.

### CAPÍTULO III. RESULTADOS

En el análisis de nuestros resultados obtenidos como producto de la indagación, obtuvimos 40 trabajos de investigación (libros, artículos, tesis, etc.). Por lo tanto, delimitamos que 31 trabajos de investigación coadyuvaron al proyecto o estuvieron alineados a nuestra propuesta. Cabe señalar, sobre el hallazgo de otros artículos y blogs de páginas web que no fueron considerados, como dejamos entrever en la tabla N°1.

Tabla 1:  
*Clasificación de Fuentes*

Fuente y acceso	Fuentes descartadas	Fuentes seleccionados
E – libro	1	3
Dialnet	0	2
Epoch	1	0
Google Scholar	3	12
Scielo	0	2
Lasalle	0	1
Proquest	1	0
Puce	0	1
Redalyc	1	2
Repositorios de diversas Universidades	2	8
<b>Total</b>	<b>8</b>	<b>32</b>

*Nota: Elaboración propia*

Ahora, se revelará los resultados de la selección de artículos utilizados para nuestra investigación, teniendo como base los criterios de inclusión que guardan relación al comercio electrónico y la logística en las Pymes el Perú.

Tabla 2:  
*Clasificación de Inclusión*

<b>Relación a la temática</b>	<b>En general</b>	<b>Específico</b>
Inserción de las pymes en el mercado internacional	1	0
Inserción de las Pymes en el e-commerce	11	6
Acerca del comercio electrónico	5	3
Logística y las Pymes	1	2
Pymes	2	0
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>11</b>

*Nota: Elaboración propia*

En contraste, a los trabajos de investigación incluidos, tenemos en la tabla N°3, las investigaciones que han sido excluidas para el trabajo de investigación, según los siguientes criterios:

Tabla 3:  
*Clasificación de Exclusión*

<b>Factores de exclusión</b>	<b>Años de Publicación</b>	<b>Cantidad</b>
Con respecto al tiempo de la publicación	2005 - 2008	2
Con respecto al espacio en la investigación	2005 - 2017	4
No alineado a la investigación	2015 - 2018	2
No hubo acceso al trabajo de investigación	2015	1
<b>Total</b>		<b>9</b>

*Nota: Elaboración propia*

Además, se considera un gran aporte el desarrollo del comercio electrónico en las Pymes, las investigaciones que los distintos centros de estudios vienen realizando en Lima y provincias. Podemos definir en la tabla N°5, que Lima viene siendo la provincia con más aportes de investigación contando con 12 tesis del tema definido (75%), siendo Trujillo la siguiente provincia con 2 tesis (12.50%), seguido de Junín y Chiclayo que cuentan con 1 tesis cada una (6.5%).

Tabla 4:  
*Investigación realizada por departamento*

<b>Departamentos del Perú</b>	<b>Cantidad</b>	<b>%</b>
Lima	12	75.00%
Trujillo	2	12.50%
Junín	1	6.25%
Chiclayo	1	6.25%
<b>Total</b>	<b>16</b>	<b>100.00%</b>

*Nota: Elaboración propia*

Asimismo, podemos detallar a los países que vienen aportando estudios del desarrollo de pymes a través de distintas tesis, aquí podemos resaltar al país de Ecuador con 5 tesis (22%), seguido de España, Argentina y Colombia quienes aportan 3 tesis (13%) cada uno, también resalta el aporte de México y Chile con 2 tesis (9%) por país y cerrando el estudio, cabe mencionar a Venezuela, Nicaragua, Guatemala, Brasil y Bolivia quienes aportan 1 tesis (4%) cada uno.

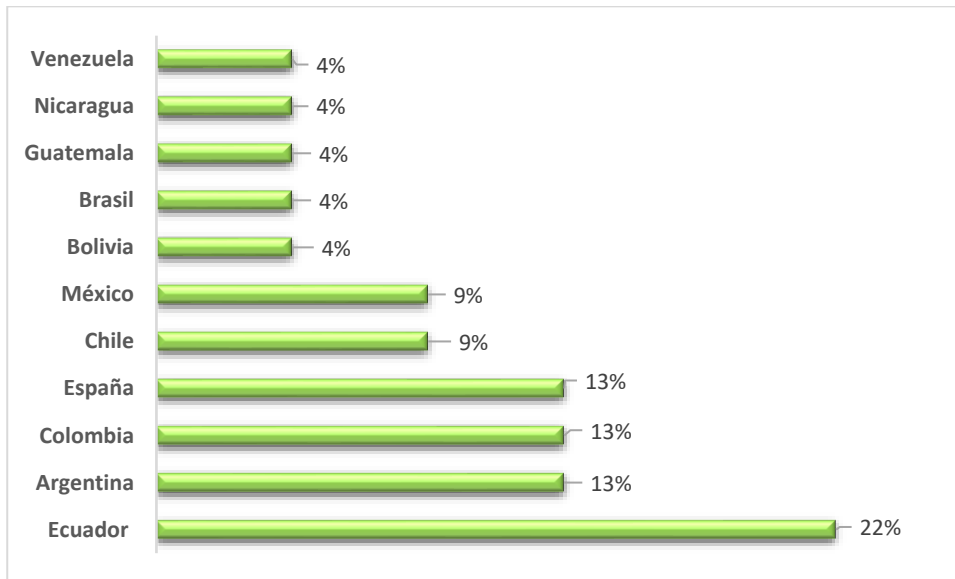


Figura 1: Investigaciones realizadas por país

Por otro lado, de las investigaciones seleccionadas hemos percibido que as principales pymes que han invertido gran parte de su presupuesto anual para adoptar el comercio electrónico como parte esencial de su sostenibilidad han sido las detalladas en el cuadro adjunto; asimismo, podemos definir a que todas las pymes del Perú y de los países mencionados, le brindan un gran interés por contar con ventas online, enfocándose en la reducción de costos que suman ganancias para las pymes.

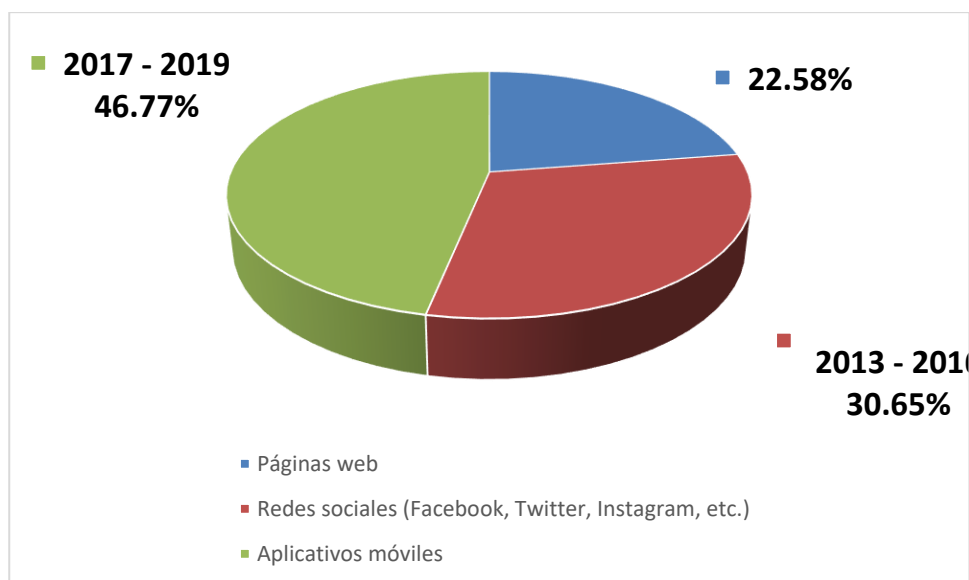
Tabla 5:  
*Investigación realizada por departamento*

Pymes	Departamento	Rubro
H&C Logistic	Callao	Construcción
La esquina del dulce	Lima	Alimento
Capeco	Lima	Construcción
Vive live	Chiclayo	Belleza
Calzados Lina	Trujillo	Calzado
Paracas Invesment	Ica	Construcción
Perú fish	Piura	Deporte
Yuviel solution	Ancash	Transporte



*Nota: Elaboración propia*

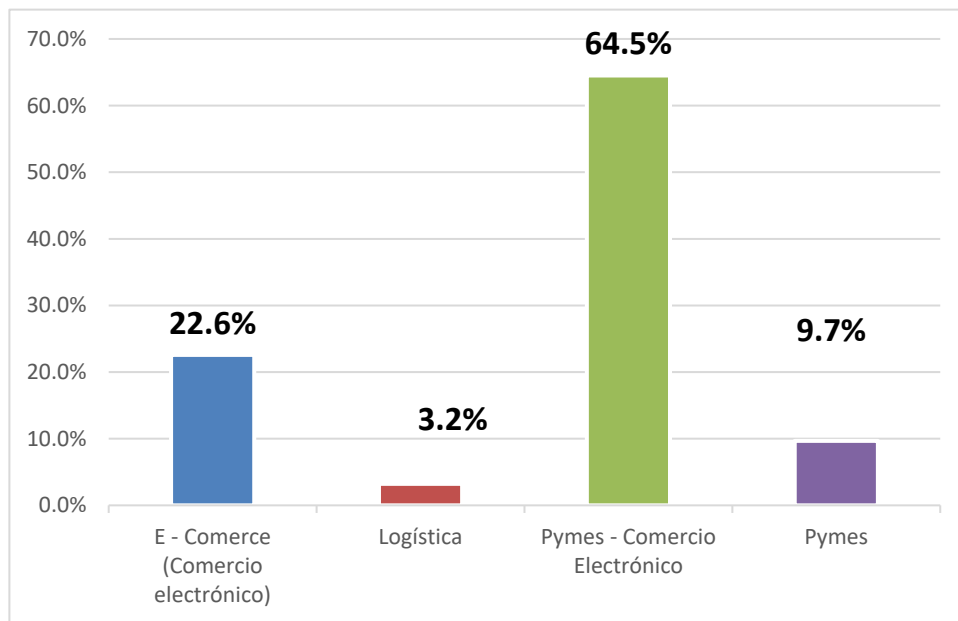
A continuación, se muestra cuáles han sido las herramientas que han utilizado las Pymes, según las investigaciones seleccionadas, del 2010 – 2019. En la figura N°2, se percibe que entre los años 2010 – 2013 las Pymes utilizaban las páginas web, como medio de publicación con un porcentaje del 22.6%, las redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram, etc.) obtuvieron un incremento del 30.6% entre los años 2013 – 2016 y los novedosos aplicativos móviles han despertado el interés de las pymes con un 46.8% desde el 2016 hasta la actualidad, así se ve reflejado en nuestro gráfico.



*Figura 2: Investigaciones sobre las herramientas utilizadas por las Pymes*

Otro de los factores importantes para nuestro trabajo de investigación, es el uso de las variables, cuya relevancia gira en torno a nuestra temática, que han sido desarrolladas en los trabajos revisados, además están relacionados a los factores que coadyuvan a la sostenibilidad de las Pymes en el Perú.

Debemos mencionar que para realizar el gráfico solo se consideró la totalidad de trabajos “incluidos” como parte de nuestra investigación; es así que del total de las investigaciones un 64.5% trata sobre las Pymes y el comercio electrónico, seguido de un 22.6% guarda mayor relación acerca del E-commerce, con un 9.7% existen investigaciones sobre las Pymes, y muy por debajo con un 3.2% se relaciona con la logística.



*Figura 3: Investigaciones por variables*

## CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN

Mediante el presente estudio podemos decir que Perú actualmente es el país que más estudios de investigación del tema analizado ha aportado en Sudamérica, dando a conocer que las pymes cada vez se preocupan más por adaptarse al comercio electrónico.

Por otro lado, hay un punto que no mencionan los estudios hechos en el Perú a diferencia de los estudios de los demás países mencionados en las tablas; donde se repite el mensaje de “ahorro de costo en la logística”, muchos estudios extranjeros relacionan al comercio electrónico con un ahorro de dinero para la pyme.

La adaptación de las pymes al comercio electrónico es casi exigida al notar que las empresas asiáticas y estadounidenses dominan el mercado virtual, opacando a las pymes con sus productos, invirtiendo mucho dinero en sus páginas web donde el usuario puede adquirir productos estando a kilómetros de distancias de la empresa elegida.

## CAPÍTULO V. CONCLUSIONES

Como parte del trabajo de investigación podemos inferir que los estudios acerca de las Pymes en el Perú entre los años 2010 – 2019, en relación a la obtención de una sostenibilidad en el tiempo; a través de su logística y el uso positivo que le puede otorgar el comercio electrónico, se encuentra en proceso de desarrollo; ya que existen pocos trabajos científicos, sobre el desarrollo de la logística y las Pymes en el Perú, el comercio electrónico y la logística como medios resaltantes en las Pymes.

Si es cierto, entorno a los trabajos que existen sobre el comercio electrónico y las pymes en el Perú; sin embargo no se explora el mercado internacional, mediante la exportación de los productos de las pymes y haciendo uso del comercio electrónico, mejorando y potenciando su logística. En los últimos 10 años, se ha percibido, por medio del análisis de las 31 investigaciones seleccionadas, que en el Perú aún existe poco énfasis en la logística como un factor elemental en el desarrollo de las Pymes. Además, se debe analizar otros factores que contribuirían a la sostenibilidad de las Pymes, por ejemplo, el uso de propagandas mediante las redes, los influencers, etc.

De las investigaciones recopiladas, podemos concluir que todos los países mencionados en esta investigación muestran que las pymes se preocupan por adaptarse al comercio electrónico, sabiendo que las empresas asiáticas y estadounidenses están posicionadas en el mercado de Latinoamérica y de no aceptar esta nueva herramienta que mueve al mundo actual, su continuidad en el mercado podría peligrar. Cabe recalcar que el país que más información ha proporcionado para esta investigación es Ecuador, donde el gobierno incluso promueve campañas sobre desarrollo de ventanas en internet para ventas online de las pymes.

En el Perú el comercio electrónico muestra un gran crecimiento, esto se ha visto reflejado en los dos últimos años, donde diferentes empresas se han reunido para formar vínculos en páginas de comercio electrónico, donde los productos de una empresa completa la mercadería ofrecida por la otra. Asimismo, podemos mencionar que todos los estudios recopilados detallan también que las empresas buscan reducir su costo de logística a través de comercio electrónico.

Las pymes del rubro textil ubicadas en el emporio comercial de gamarra resaltan por su gran competitividad en el mundo del comercio electrónico, lo mismo sucede con la industria del calzado (Trujillo) quienes buscan crecer en el mercado con sus productos y desplazar la mercadería de origen Chino que ingresa al mercado peruano en gran cantidad.

También podemos decir que, de formarse una nueva pyme, está hace su presencia en el mercado peruano junto a su catálogo de ventas online, siendo está una herramienta que le permitirá volverse competitiva en el mercado donde ha decidido ingresar.

Así también, los resultados reflejan como las pymes se han ido adaptando a los cambios, en muchas ocasiones, abruptos de la tecnología y sus plataformas, es por eso que en la investigación se recoge información sobre el uso de las páginas web entre los años 2010-2013, lo cual significó un incipiente avance, pues en la actualidad un porcentaje considerable de las pymes maneja sus sitios web. Luego, llegamos los años 2013-2016, donde probaron mejor suerte al utilizar las redes sociales como medios de comunicación para poder llegar a su público objetivo, y en los 3 últimos años se percibe, que ya es parte de la necesidad en el comercio de las Pymes, el uso de las tecnologías de la información; aún más el uso de los aplicativos. Cabe destacar, el uso y la realización de los aplicativos móviles como un medio que evolucionó de las redes sociales, se podría mencionar que dicho medio es una ventana personalizada y portátil que puede interactuar con los clientes en tiempo real.

El E-commerce o comercio electrónico y las Pymes, es uno de nuestros factores o variables más relevantes para nuestra línea de investigación, es por eso que la gran parte de las investigaciones seleccionadas (64.5%) tratan sobre dicha temática. Como hemos podido observar las Pymes vienen desarrollándose mediante el uso de los medios electrónicos y también utilizando los elementos básicos (folletos, correos, publicaciones, etc). Según las investigaciones, el comercio electrónico es el nexo más relevante, así lo dejan entrever, para la sostenibilidad de las Pymes en el mercado.

Sin embargo, el comercio electrónico puede presentar un conjunto de complicaciones para las Pymes, como los son: los malware, poca capacidad del internet, caídas en las redes, etc., es por esto que hemos seleccionada investigaciones que se especialicen en dicha temática. Por último, tenemos a la variable logística, que puede ser muy conocida para muchas grandes empresas, pero que es poco tratada y desarrollada por las Pymes en el Perú; existen muchos elementos que han impedido el pleno desarrollo de las Pymes, por ejemplo: la informalidad, escasos recursos, deficiente infraestructura, etc. Por lo tanto, esta variable debería ser un sostén en la organización de las Pymes para lograr una optimización del uso de los medios electrónicos y llegar a la sostenibilidad en el mercado.

## REFERENCIAS

- Godoy, S. (2015). *Factores críticos del ecommerce para las MYPES Y PYMES limeñas*.  
Lima, Perú.
- Joyo, C & Paz, N. (2016). *Factores que limitan la adopción del comercio electrónico en las pymes de ropa urbana para mujer que operan dentro del C.C.parque Cánepa en el emporio de Comercial de Gamarra*. Lima, Perú.
- González, M. (2016). *Análisis del Comercio Electrónico en España*, España.
- Pérez, V. (2016). *Comercio Electrónico como una estrategia de negocios en el Municipio de Nezahualcóyotl para las micros y pequeñas empresas*. México.
- Pardina, M. (2017). *Internacionalización de pymes*. España.
- Urday, C & Cebreros, P. (2017). *La gestión logística y su influencia en la competitividad en la pymes en el sector construcción importadoras de maquinarias, equipos y herramientas del distrito de Puente Piedra*. Perú.
- Huaman, U & Hinostroza, F. (2017). *Incidencia de la gestión logística integral en la competitividad de las pymes caso: sector agregados y materiales de construcción en Tarma - periodo 2014*. Perú.
- Siekavizza, M. (2018). *Comercio Electrónico*. Guatemala.
- Guzmán, J & Chambi, H. (2018). *Propuesta de un modelo de éxito en gestión logística para las medianas empresas del sector plástico de Lima, Perú, basado en la gestión por procesos y buenas prácticas ingenieriles del sector*. Perú.

## ANEXO 1

N°	Base de datos	Accesibilidad	Autores	Título	País	Año	Inclusión / Exclusión
1	e - libro	e - libro	Maria Pilar Pardina Carranco	Internacionalización de pymes	España	2017	Sirve como complemento para la inserción de las pymes en el mercado internacional
2	e - libro	e - libro	Ariel Moncalvo	Comercio Electronico para Mymes	Argentina	2008	Establece un conjunto de conceptos relacionado a nuestra investigación
3	e - libro	e - libro	Carlo Ferraro and Giovanni Stumpo	Políticas de apoyo a las PYMES en América Latina	Chile	2010	Nos permite percibir la perspectiva de las PYMES en América Latina - Perú
4	Redalyc.org	Revista Contabilidad y Negocios	Franklin Duarte Cueva	Economía digital, sitios web y PYMES del sector artesanías en el Perú	Perú	2010	Relacionado a la problemática sobre la inserción de las Pymes en el e-commerce
5	Google Académico	DIRSI - IEP	Aileen Agüero y Patricia Pérez	El uso del internet de los trabajadores independientes y microempresarios en el Perú	Brasil (Conferencia)	2010	La relación entre las Pymes y el comercio electrónico
6	Google Académico	CEPAL - Naciones Unidas	Yasushi Ueki Masatsugu Tsuji Rodrigo Cárcamo Olmos	Tecnología de la información y las comunicaciones (TIC) para el fomento de la pymes exportadoras en América Latina y Asia Oriental	Chile	2005	Excluido, producto que el contexto de la publicación esta fuera del alcance de nuestro objetivo
7	Google Académico	Cybertesis - UNMSM	Darwin Ernesto Damacén Soplin	El comercio electrónico en las negociaciones comerciales de las PYMES en el Perú	Perú	2005	Relacionado a la temática sobre los medios electrónicos por parte de la Pymes
8	Biblioteca Digital - DSIC	Universidad Nacional de Trujillo	Beatriz Dávila Miguel Jorge Luis Mendieta Carranza	Diseño de un modelo de comercio electrónico basado en el modelo vista controlador para las PYMES del sector calzado en Trujillo	Perú	2013	Alineado con la investigación acerca de los tipos de comercio electrónico
9	Google Académico	Universidad ESAN	Sergio Cuervo Victor Cárdenas Claudia Garcia Cecilia Lino	Hábitos de consumo y comercio electrónico: el caso de la mujer moderna en Lima Metropolitana	Perú	2014	Definiciones sobre palabras claves en nuestro proyecto
10	Google Académico	Universidad San Ignacio de Loyola	Carlos Armando Urday Jauregui Pamela Cebreros Gutierrez	La gestión logística y su influencia en la competitividad en la pymes en el sector construcción importadoras de maquinarias, equipos y herramientas del distrito de Puente Piedra	Perú	2017	Guarda relación con respecto al objetivo
11	ProQuest	ProQuest	Pedro Martin	Teletrabajo y comercio electrónico	España	2018	Alineado con la investigación acerca de los tipos de comercio electrónico
12	Google Académico	Repositorio academico de la UPC	Guzmán Esteban Jorge Luis Chambi Tarazona Hillary Daryl	Propuesta de un modelo de éxito en gestión logística para las medianas empresas del sector plástico de Lima, Perú, basado en la gestión por procesos y buenas prácticas ingenieriles del sector	Perú	2018	Excluido, no esta alineado con los objetivos
13	Google Académico	Universidad San Ignacio de Loyola	Carla Ivette Joyo Yactayo Nedda Josslyne Paz Tarazona	Factores que limitan la adopción del comercio electrónico en las pymes de ropa urbana para mujer que operan dentro del C. C. parque Cánepa en el emporio de Comercial de Gamarra	Perú	2016	Guarda relación con respecto al objetivo
14	Google Académico	Google Académico	Stefanny Cecilia Godoy Anda	Factores críticos del ecommerce para las MYPES Y PYMES limeñas	Perú	2105	Alineado con la investigación sobre algunos factores críticos del comercio electrónico



N°	Base de datos	Accesibilidad	Autores	Título	País	Año	Inclusión / Exclusión
15	Google Académico	Google Académico	Ulises Arellano Huaman Frank Hinostroza Terrel	Incidencia de la gestión logística integral en la competitividad de las pymes caso: sector agregados y materiales de construcción en Tarma - periodo 2014	Perú	2017	Guarda relación con respecto al objetivo general
16	Google Académico	Google Académico	Cerdeña Montes de Oca, Maria Fernanda Escobar Carcelén Robert Alberto	Propuesta de un modelo de éxito en la gestión logística de las pymes del sector textil - materia prima en Lima, basado en la consolidación y mejora de las buenas prácticas de ingeniería industrial aplicadas	Perú	2015	Excluido, debido a que trata de la logística en la ingeniería industrial
17	Google Académico	UPNBOX - Repositorio Institucional	Agreda Contreras, Laly Brizet Guzmán Benites, Gabriela Geraldine	El comercio electrónico y su influencia en las exportaciones de las PYMES del sector calzado en la ciudad de Trujillo-Perú	Perú	2015	Excluido, como consecuencia que la página no permite el acceso al trabajo completo
18	Google Académico	Repositorio académico de la UPC	Authors Mescua Rivera Angel Ibañez Carrera Mayra	Internacionalización virtual de las pymes de productos naturales en el Perú	Perú	2017	Relacionado al objetivo en base al proyecto

19	USIL	Repositorio	Aliaga Castro, Deysi; Flores Acuña, Walter.	INFLUENCIA DEL E-COMMERCE EN EL DESEMPEÑO DE LAS MYPES DEL SECTOR TEXTIL PERUANO EN EL EMPORIO COMERCIAL DE GAMARRA	Perú	2017	Si, debido a estar relacionado con la investigación
20	Scielo	Scielo	Carola Jones; Maria V. Alderete; Jorge Motta;	Adopción del comercio electrónico en Micro, Pequeñas y Medianas empresas comerciales y de servicios de Córdoba, Argentina	Argentina	2013	Si, debido a estar relacionado con la investigación
21	Epoch	Dspase	Rodriguez Pesantes, Jorge Patricio	ANÁLISIS DE LA INCIDENCIA DEL E-BUSINESS EN LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS (PYMES) Y SU APLICACIÓN EN EL SITIO WEB DE ORGANIZACIÓN COMERCIAL VÍCTOR H. CAICEDO CÍA. LTDA	Ecuador	2011	Si, debido a estar relacionado con la investigación

22	Uva	Uvadoc	Gonzalez Maroto, Teresa	ANÁLISIS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO EN ESPAÑA	España	2016	No, por que no está relacionado al mercado de sudamerica.
23	U. Javeriana	Repository	Gonzalez Msuera, Ricardo	APROVECHAMIENTO DEL E-COMMERCE, COMO MEDIO PARA QUE LAS PYMES NUEVAS O YA CONSTITUIDAS, PUEDAN EXPANDIR SU NEGOCIO	Colombia	2012	Si, debido a estar relacionado con la investigación
24	IPN	Google Search	Peréz Garcia, Victor	COMERCIO ELECTRÓNICO COMO UNA ESTRATEGIA DE NEGOCIOS EN EL MUNICIPIO DE NEZAHUALCÓYOTL PARA LAS MICROS Y PEQUEÑAS EMPRESAS	Mexico	2016	Si, debido a estar relacionado con la investigación
25	UCC	Repository	Goenaga Utria, Andrea; Medina Molina, Grecia; Pedrozo Niebles, Sandra	COMERCIO ELECTRÓNICO EN LAS PYMES DEL DEPARTAMENTO DEL MAGDALENA	Colombia	2017	No, por que no está relacionado al mercado de sudamerica.

N°	Base de datos	Accesibilidad	Autores	Título	País	Año	Inclusión / Exclusión
26	URLL	Recurso biblio	Siekavizza Castillo, Maria	COMERCIO ELECTRÓNICO	Guatemala	2018	Si, debido a estar leracionado con la investigación
27	UCSG	Repositorio	Mateo Lopez, Blanca	Estudio del comercio electrónico como estrategia de negocios dentro de las empresas que brindan servicios de hospedaje en el Cantón Salinas, Provincia de Santa Elena.	Ecuador	2015	Si, debido a estar leracionado con la investigación
28	UCV	Repositorio	Garcia Santana, Madeleyne	EL COMERCIO ELECTRONICO Y LA CALIDAD DE SERVICIO EN LAS MYPES TEXTILES DE LA VICTORIA 2017	Perú	2017	Si, debido a estar leracionado con la investigación
29	UNL	Biblioteca Virtual	Perolo, Luis Daniel	EL DESARROLLO DEL E-COMMERCE COMO ALTERNATIVA ESTRATÉGICA EN UNA PYME COMERCIALIZADORA DE NEUMATICOS POR MAYOR Y MENOR	Argentina	2014	Si, debido a estar leracionado con la investigación
30	UPN	Repositorio	Liza Chiba, Christian	EL USO DE LA RED SOCIAL FACEBOOK EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO B2C EN LA EMPRESA DE CALZADO "GC" DEL DISTRITO DEL PORVENIR, 2018	Perú	2018	Si, debido a estar leracionado con la investigación
31	UMSA	Repositorio	Nuñez Paz, David	Estrategia comercial competitiva, basada en ecommerce, para la inserción en el mercado internacional" Caso: Pequeña y Mediana Empresa (Pymes) del sector textil (Alpaca)	Bolivia	2018	Si, debido a estar leracionado con la investigación
32	Researchgate	Google Search	Fiallos Ordoñez, Angel	Estrategias para la implementación de comercio electrónico en las Pymes del Ecuador	Ecuador	2007	Si, debido a estar leracionado con la investigación
33	PUCE	Repositorio	Larco del Castillo, Marlon	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA INTRODUCIR ARTESANÍAS NACIONALES EN EL MERCADO MUNDIAL EN LÍNEA A TRAVÉS DEL E-COMMERCE	Ecuador	2013	Si, debido a estar leracionado con la investigación
34	UPS	Dspase	Peñañiel Espinoza, Maritsa; Lopez Chila, Roberto.	ESTUDIO SOBRE LA UTILIZACIÓN SOBRE LA EFECTIVIDAD DEL COMERCIO ELECTRÓNICO (E-COMMERCE) Y PROPUESTA PARA SU IMPLEMENTACIÓN DE LAS PYMES DEL SECTOR COMERCIAL DE GUAYAQUIL	Ecuador	2012	Si, debido a estar leracionado con la investigación

N°	Base de datos	Accesibilidad	Autores	Título	País	Año	Inclusión / Exclusión
35	UNI THOMAS MORE	Google Search	Atha Cuadra, María	Impacto del Comercio Electrónico en las exportaciones de Nicaragua	Nicaragua	2009	Si, debido a estar relacionado con la investigación
36	UNJFSC	Repositorio	Jiron Obregon, Joselin	EL MARKETING DIGITAL Y EL E-COMMERCE EN LAS EMPRESAS AGROEXPORTADORAS DE LA PROVINCIA DE BARRANCA 2017	Perú	2018	No, por que no está relacionado al mercado de sudamerica.
37	UC	MRIUC	Rojas R. Henry	NUEVAS TENDENCIAS EN LOS SISTEMAS DE NEGOCIOS ELECTRÓNICOS Y SU INCIDENCIA EN LOS PROCESOS CONTABLES DE LA PYME DEL SECTOR QUÍMICO UBICADAS EN LA ZONA INDUSTRIAL	Venezuela	2005	Si, debido a estar relacionado con la investigación
38	LASALLE	Repository	Perez, Giovanni	PROPUESTA DE IMPLEMENTACIÓN DE E-COMMERCE EN MIPYMES: REFILL CENTER BOGOTÁ	Colombia	2015	Si, debido a estar relacionado con la investigación
39	Redalyc	Google Search	Guerrero Cuéllar, Rubén; Rivas Tova, Luis Arturo	COMERCIO ELECTRÓNICO EN MÉXICO: PROPUESTA DE UN MODELO CONCEPTUAL APLICADO A LAS PYMES	Mexico	2005	No, por que no está relacionado al mercado de sudamerica.