



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**E-COMMERCE Y SU RELACIÓN CON LA
COMPETITIVIDAD DE LAS MYPE DEL SECTOR
ALIMENTICIO DE PRODUCTOS SALUDABLES EN LIMA
METROPOLITANA, 2023**

**PRESENTADO POR
SAMMY GABRIEL MARCOS RICALDI
NIETZSCHE IVANOVA RONDAN BRAVO**

**ASESORA
ROCÍO MUÑOZ CAMERO**

**TESIS
PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

**LIMA – PERÚ
2024**



CC BY-NC-ND

Reconocimiento – No comercial – Sin obra derivada

El autor sólo permite que se pueda descargar esta obra y compartirla con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se puede cambiar de ninguna manera ni se puede utilizar comercialmente.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



USMP

UNIVERSIDAD DE
SAN MARTÍN DE PORRES

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

TESIS

**E-COMMERCE Y SU RELACIÓN CON LA COMPETITIVIDAD DE
LAS MYPE DEL SECTOR ALIMENTICIO DE PRODUCTOS
SALUDABLES EN LIMA METROPOLITANA, 2023**

**PARA OPTAR
EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

**PRESENTADO POR:
SAMMY GABRIEL MARCOS RICALDI
NIETZSCHE IVANOVA RONDAN BRAVO**

**ASESORA:
MG. ROCÍO MUÑOZ CAMERO**

LIMA - PERÚ

2024

RESUMEN

En la presente investigación, se tuvo como objetivo determinar la relación entre el comercio electrónico y la competitividad que pueden adquirir las mype por medio de esta herramienta en el contexto de postpandemia. Es por ello, que se tomó como referencia investigaciones realizadas en años anteriores donde evaluaban los beneficios de esta herramienta en las empresas.

El tipo de investigación fue aplicada y su alcance descriptiva correlacional, el método empleado para la recolección de datos cuantitativos fue a través de un cuestionario online, se tuvo como población a 71 empresarios de mype del sector alimenticio de productos saludables de Lima Metropolitana, que luego de aplicar la fórmula de poblaciones finitas, se obtuvo como muestra a 61 empresarios, de esta manera se pudo conocer si la herramienta del comercio electrónico permite aumentar la competitividad de sus empresas.

Los resultados obtenidos lograron determinar que existe una relación directa alta entre el comercio electrónico y la competitividad, y que los empresarios de las mype, incorporando esta herramienta, pueden insertarse en un mercado más competitivo logrando aumentar sus ventas. La investigación determinó que muchos negocios tienen el elemento principal para adaptar esta herramienta: el acceso a internet. Sin embargo, muchos de ellos a pesar de tener el conocimiento no se arriesgan a utilizarlo en sus negocios.

La conclusión general fue que hay empresarios que conocen acerca del comercio electrónico, pero no se deciden por implementarlo porque consideran que es para negocios más grandes y que deben formalizarse para poder usarlo. Por otro lado, muchos de ellos consideran que esta herramienta les permitirá internacionalizarse a futuro y competir con otras empresas de su mismo rubro.

Palabras clave: comercio electrónico, competitividad, mype, mercado.

ABSTRACT

The objective of this research was to determine the relationship between electronic commerce and the competitiveness that mype can acquire through this tool in the post-pandemic context. For this reason, research was investigated in previous years evaluating the benefits of this tool in companies was taken as a reference.

The type of research applied was descriptive correlational, the method used to collect quantitative data was through an online questionnaire, the population was 71 mype entrepreneurs from the healthy products food sector of Metropolitan Lima, who after applying the formula of finite populations, a sample of 61 mype, in this way it was possible to know if this electronic commerce tool allows them to increase the competitiveness of their companies.

The results obtained were able to determine that there is a high direct relationship between electronic commerce and competitiveness, and that mype entrepreneurs, incorporating this tool, can enter a more competitive market, managing to increase their sales. Within this investigation, it was determined that many businesses have the main element to adapt this tool, the Internet, but that many of them, despite having the knowledge, do not risk use it in their businesses.

It was concluded that there are businessmen who know about electronic commerce, but do not decide to implement it because they consider that it is for larger businesses and that they must formalize themselves to be able to use it. On the other hand, many of them consider that this tool will allow them to internationalize future and compete with other companies in the same field.

Key words: electronic commerce, competitiveness, mype, market.

RESUMEN DE REPORTE TURNITÍN

ESTUDIANTE: NIETZSCHE IVANOVA RONDAN BRAVO Y
SAMMY GABRIEL MARCOS RICALDI (6 FEBRERO, 2024)

Reporte de similitud

NOMBRE DEL TRABAJO

E- COMMERCE Y SU RELACION CON LA
COMPETITIVIDAD DE LAS MYPES DEL S
ECTOR ALIMENTICIO PRODUCTOS SALU
DA

RECUESTO DE PALABRAS

18813 Words

RECUESTO DE CARACTERES

97529 Characters

RECUESTO DE PÁGINAS

127 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

29.1MB

FECHA DE ENTREGA

Feb 6, 2024 4:42 PM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Feb 6, 2024 4:44 PM GMT-5

● 19% de similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos.

- 17% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 14% Base de datos de trabajos entregados
- 5% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Material citado
- Bloques de texto excluidos manualmente
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 10 palabras)

REVISADO POR: DRA. BARBARA ISABEL PONCE PONCE

