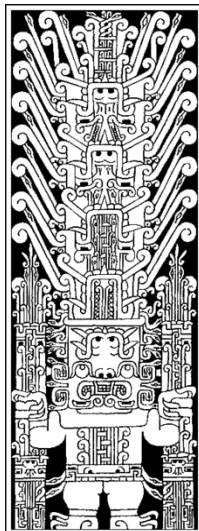


UNIVERSIDAD NACIONAL FEDERICO VILLARREAL

FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL Y DE SISTEMAS

ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERIA DE SISTEMAS



TESIS

**“EL COMERCIO ELECTRÓNICO, HERRAMIENTA DE NEGOCIOS, EN LA GESTIÓN
DE LAS PYMES LIMA NORTE: INDEPENDENCIA, COMAS Y LOS OLIVOS”**

PRESENTADO POR:

BACH. MELVYN ALFREDO PONTE PONTE

PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE INGENIERO DE SISTEMAS

ASESOR:

MG. JULIO AZAÑA AZAÑA

LIMA – PERU

2016

INDICE

| | |
|-----------------------------------------------------------|----|
| INTRODUCCION..... | 1 |
| CAPITULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA..... | 5 |
| 1.1 Antecedentes..... | 5 |
| 1.2 Delimitación..... | 7 |
| 1.3 Descripción del Proyecto..... | 7 |
| 1.3.1 Descripción de la Realidad Problemática..... | 7 |
| 1.3.2 Planteamiento del Problema..... | 9 |
| 1.3.2.1 Problema General..... | 10 |
| 1.3.2.2 Problemas Específicos..... | 10 |
| 1.4 Objetivos..... | 11 |
| 1.4.1 Objetivo General..... | 11 |
| 1.4.2 Objetivos Específicos..... | 11 |
| 1.5 Justificación e Importancia..... | 11 |
| 1.5.1 Justificación..... | 11 |
| 1.5.2 Importancia..... | 12 |
| 1.6 Alcances..... | 13 |
| CAPITULO II: MARCO TEORICO..... | 16 |
| 2.1 Antecedentes..... | 16 |
| 2.1.1 Antecedentes Internacionales..... | 17 |
| 2.1.2 Antecedentes Nacionales..... | 18 |
| 2.1.3 Normas Legales Nacionales..... | 19 |
| 2.1.3.1 Ley de Firmas y Certificados Digitales..... | 19 |
| 2.1.3.2 Firma Digital..... | 20 |
| 2.1.3.3 Certificados Digitales..... | 21 |
| 2.1.3.4 Código de Protección y Defensa al Consumidor..... | 22 |
| 2.1.3.5 Ley de Protección de los Datos Personales..... | 23 |
| 2.1.3.6 Marco Tecnológico..... | 24 |
| 2.2 Marco Conceptual..... | 25 |

| | | |
|----------|-----------------------------------------------------|----|
| 2.2.1 | Llegada del Comercio Electrónico al Perú..... | 25 |
| 2.2.2 | Cuestiones Relevantes del E-Commerce..... | 27 |
| 2.2.3 | Las Nuevas Tecnologías Revolucionan el Entorno..... | 29 |
| 2.2.4 | La Desintermediación tan Temida..... | 29 |
| 2.3 | Bases Teóricas..... | 31 |
| 2.3.1 | Definición de Términos..... | 34 |
| 2.3.1.1 | Tecnología de Información y Comunicación..... | 34 |
| 2.3.1.2 | Situación Socio-económico..... | 34 |
| 2.3.1.3 | Microempresa..... | 35 |
| 2.3.1.4 | Pyme..... | 35 |
| 2.3.1.5 | Globalización..... | 36 |
| 2.3.1.6 | Infraestructura..... | 37 |
| 2.3.1.7 | Telecomunicaciones..... | 37 |
| 2.3.1.8 | Cámara de comercio de Lima (CCL)..... | 37 |
| 2.3.1.9 | Comercio electrónico..... | 38 |
| 2.3.1.10 | Presencia..... | 38 |
| 2.3.1.11 | Mercadotecnia..... | 39 |
| 2.3.1.12 | Servicio al Cliente..... | 39 |
| 2.3.1.13 | La Red de Redes o Internet..... | 40 |
| 2.3.1.14 | Un Sitio Web..... | 41 |
| 2.3.1.15 | Medios de Pago..... | 42 |
| 2.3.1.16 | Distribución..... | 43 |
| | CAPITULO III: METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN..... | 49 |
| 3.1 | Método y Técnica..... | 49 |
| 3.2 | Enfoque..... | 51 |
| 3.3 | Modalidad..... | 51 |
| 3.3.1 | Investigación Bibliográfica..... | 51 |
| 3.3.2 | Investigación de Campo..... | 51 |
| 3.4 | Tipo de Investigación..... | 51 |
| 3.4.1 | Investigación Exploratoria..... | 51 |

| | | |
|-------------------------------------------------|------------------------------------------------|-----|
| 3.4.2 | Investigación Descriptiva..... | 52 |
| 3.4.4 | Investigación Explicativa..... | 52 |
| 3.5 | Técnicas de Investigación Empleadas..... | 52 |
| 3.6 | Instrumentos de Recolección de Datos..... | 52 |
| 3.7 | Procedimiento de Investigación..... | 54 |
| 3.8 | Formulación de Hipótesis..... | 54 |
| 3.8.1 | Hipótesis General..... | 54 |
| 3.8.2 | Hipótesis Secundarias..... | 54 |
| 3.9 | Identificación de Variables e Indicadores..... | 55 |
| 3.9.1 | Variables Independientes..... | 55 |
| 3.9.2 | Variables Dependientes..... | 55 |
| 3.9.3 | Variables Intervinientes..... | 55 |
| 3.9.4 | Universo y Técnicas de Investigación..... | 56 |
| 3.9.4.1 | Universo o Población..... | 56 |
| 3.9.4.2 | Población..... | 57 |
| 3.9.4.3 | Muestra..... | 57 |
| 3.9.5 | Contrastación de la Hipótesis..... | 59 |
| CAPITULO IV: RESULTADOS..... | | 61 |
| 4.1 | Cuadros de Resultados..... | 62 |
| 4.2 | Aspectos Administrativos..... | 93 |
| 4.2.1 | Cronograma de Actividades..... | 93 |
| 4.2.2 | Presupuesto y Financiamiento..... | 94 |
| 4.2.3 | Matriz de Consistencia..... | 95 |
| 4.2.4 | Presupuesto..... | 96 |
| CAPITULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES..... | | 98 |
| 5.1 | Conclusiones..... | 98 |
| 5.2 | Recomendaciones..... | 99 |
| Referencias Bibliográficas..... | | 100 |
| Referencias Digitales..... | | 101 |

INDICE DE FIGURAS

| | |
|----------------------------------------------------------|----|
| Figura N° 01: Interface de Comercio Electrónico | 13 |
| Figura N° 02: Pyme de Fabricación de Calzado | 14 |
| Figura N° 03: Computadora con Sistema Operativo..... | 34 |
| Figura N° 04: Microempresa..... | 35 |
| Figura N° 05: Pyme | 36 |
| Figura N° 06: Globalización Empresarial..... | 36 |
| Figura N° 07: Infraestructura de una Empresa | 37 |
| Figura N° 08: Tipos de Comercio Electrónico..... | 38 |
| Figura N° 09: Sistema de Mercadotecnia | 39 |
| Figura N° 10: Servicio de Atención al Cliente | 40 |
| Figura N° 11: Sistema de Comercio Electrónico | 41 |
| Figura N° 12: La Red Internet..... | 42 |
| Figura N° 13: Medios de Pago Electrónico | 43 |
| Figura N° 14: Sistema de Distribución | 44 |
| Figura N° 15: Criterios de Tipificación del Método | 49 |
| Figura N° 16: Subsectores de Pymes en Lima Norte | 50 |
| Figura N° 17: Descripción de Variables | 56 |

INDICE DE TABLAS

| | | |
|--------------|----------------------------------------------------------|----|
| TABLA N° 01: | Edad del conductor del negocio | 62 |
| TABLA N° 02: | Sexo del conductor del negocio | 63 |
| TABLA N° 03: | Grado de instrucción | 63 |
| TABLA N° 04: | Años del empresario en el negocio | 64 |
| TABLA N° 05: | Número de trabajadores..... | 65 |
| TABLA N° 06: | Antigüedad de la empresa | 65 |
| TABLA N° 07: | Promedio mensual de ventas | 66 |
| TABLA N° 08: | Percepción de su empresa respecto a las ventas | 67 |
| TABLA N° 09: | Realiza planes formales | 68 |
| TABLA N° 10: | Medios de información | 68 |
| TABLA N° 11: | Fuentes de información..... | 69 |
| TABLA N° 12: | Conocimiento de nuevas tecnologías..... | 70 |
| TABLA N° 13: | Utilización de internet para su empresa..... | 71 |
| TABLA N° 14: | Conocen la importancia de internet..... | 72 |
| TABLA N° 15: | Opinión sobre el uso de internet..... | 72 |
| TABLA N° 16: | Sabe sobre el uso que le daría a internet..... | 73 |
| TABLA N° 17: | Medio porque acceso por primera vez a internet..... | 74 |
| TABLA N° 18: | Ha utilizado para su empresa E-Mail..... | 74 |
| TABLA N° 19: | Para que usa con mayor frecuencia el internet..... | 75 |
| TABLA N° 20: | Tiene su empresa el servicio de correo electrónico | 76 |
| TABLA N° 21: | Proveedores de correo electrónico..... | 76 |
| TABLA N° 22: | Lugar que utiliza internet | 77 |
| TABLA N° 23: | Sitio electrónico más utilizado | 78 |
| TABLA N° 24: | Barrera para uso de internet..... | 79 |

| | | |
|--------------|----------------------------------------------------------------------|----|
| TABLA N° 25: | Disponibilidad de pago por servicio de información por internet..... | 79 |
| TABLA N° 26: | En el futuro piensa en acceder a internet..... | 80 |
| TABLA N° 27: | Cuando piensa suscribirse a internet..... | 80 |
| TABLA N° 28: | Necesidad de información en diseño..... | 81 |
| TABLA N° 29: | Necesidad de información de proveedores..... | 82 |
| TABLA N° 30: | Necesidad de información de clientes..... | 83 |
| TABLA N° 31: | Necesidad de información de tecnología..... | 83 |