

**FACULTAD DE CIENCIAS
EMPRESARIALES
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL
DE ADMINISTRACION**



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**“EL E-COMMERCE Y SU INFLUENCIA EN LA
COMPETITIVIDAD DE LA EMPRESA DE
ARTESANIAS GUIRI S.R.L – DISTRITO DE COMAS
EN EL AÑO 2011”**

**TESIS PARA OBTENER EL TITULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

AUTOR

JOSEPH DE JESÚS RODRIGUEZ LÓPEZ

ASESOR:

MBA. JORGE RODRIGUEZ FIGUEROA

LIC. BEATRIZ DIAZ AQUINO

LIMA-PERÚ

2012

DEDICO ESTE TRABAJO:

A los profesores de la UCV por ceder sus conocimientos hacia con nosotros.

A las personas que me ayudaron.
A hacer posible este trabajo.

**Un emprendedor ve oportunidades
allá donde mira, donde otros sólo
ven problemas.**
Autor: Michael Gerber

AGRADECIMIENTOS

A Dios por guiarme y fortalecerme cada día y darme el apoyo necesario para sacar adelante este trabajo de investigación

A mis padres Segundo Rodríguez y Yaret López, por sus enseñanzas y valores que inculcaron un mar de sabidurías en mi vida

Al profesor de Asesoría Metodológica MBA Jorge Rodríguez Figueroa que me proporcionó su apoyo mediante su conocimiento y experiencia como profesional para poder realizar mis estudios y en especial esta investigación

A la profesora de Asesoría Temática Lic. Beatriz Díaz Aquino, que me proporcionó todo el apoyo necesario para poder sacar adelante el trabajo en conjunto, por sus conocimientos y su gran personalidad

A los gerentes de la empresa GUIRI S.R.L por apoyo y permitir realizar esta presente investigación

Y a todas las personas que confiaron en mí y en mi trabajo brindándome su Apoyo incondicional para la realización de este trabajo de investigación

PRESENTACION

El presente trabajo de investigación titulado "El E-commerce y su influencia en la competitividad de la empresa artesanías GUIRI S R L en el año 2011", tiene como finalidad afirmar que la variable E-commerce influye de en la variable Competitividad para así con la ayuda de la tecnologías lograr aplicar nuevas herramientas en la organización obteniendo una mayor comercialización, reducción de costos y una cultura organizacional.

En el estudio se hace referencia a la importancia usar las tecnologías de información aplicándolas dentro de las organizaciones para que así lograr a obtener nuevas oportunidades y nichos de mercado.

El mercado de la bisutería se caracteriza por una producción fundamentada en esquemas artesanales tanto de productos como de materia prima para la producción de joyas y bisutería. La producción de bisutería a nivel nacional es de tipo artesanal e informal, basándose en técnicas como la filigrana, chapado, grabado, troquelado y otros, lo que les permite cubrir el mercado de las principales ciudades del país. Los grandes productores artesanos, por el contrario concentran su producción para el mercado internacional, con lo cual la oferta para el mercado nacional queda delegada en los pequeños productores y los importadores.

Mediante este trabajo se quiere lograr a hacerle conocer a los empresarios en el rubro de artesanías aplicar las nuevas herramientas, formas de comercializar y vender sus productos utilizando el e-commerce.

En la actualidad para los negocios implementar e-commerce en las organizaciones logra resultado favorable y es una inversión que a corto plazo presenta crecimiento constante si se emplea de manera correcta con la asesoría de personas capacitadas sobre el tema.

ÍNDICE

| | |
|-----------------------------|-----------|
| Dedicatoria | ii |
| Agradecimiento | iv |
| Presentación | v |
| Índice | vi |
| RESUMEN | iv |
| ABSTRACT | xi |

CAPITULO I

| | |
|--|-----------|
| 1. INTRODUCCIÓN | 14 |
| 1.1. Problema de la Investigación | 15 |
| 1.1.1. Realidad Problemática | 15 |
| 1.1.2. Formulación del problema | 21 |
| 1.1.2.1. Problema General | 23 |
| 1.1.2.2. Problema Especifico | 23 |
| 1.1.3. Justificación | 23 |
| 1.1.4. Antecedentes | 26 |
| 1.1.5. Objetivos | 29 |
| 1.1.5.1. Objetivo General | 29 |
| 1.1.5.2. Objetivos Especificos | 29 |

CAPITULO II

| | |
|--|-----------|
| 2. MARCO TEORICO..... | 31 |
| 2.1. Antecedentes de las Variables..... | 31 |
| 2.1.1. Variable Independiente..... | 31 |
| 2.1.2. Variable Dependiente..... | 37 |
| 2.2. Definiciones de las Variables..... | 44 |
| 2.2.1. Variable Independiente..... | 44 |
| 2.2.2. Variable Dependiente..... | 46 |
| 2.3. Bases Teóricas..... | 49 |
| 2.3.1. Variables Independiente..... | 49 |
| 2.3.2. Variable Dependiente..... | 69 |
| 2.4. Marco Conceptual..... | 81 |

CAPITULO III

| | |
|--|-----------|
| 3. MARCO METODOLOGICO..... | 95 |
| 3.1. Hipótesis..... | 96 |
| 3.1.1. Hipótesis General..... | 95 |
| 3.1.2. Hipótesis Específicas..... | 95 |
| 3.2. Variables..... | 86 |
| 3.2.1. Definición Conceptual..... | 95 |
| 3.2.2. Definición Operacional..... | 96 |
| 3.2.3. Matriz de Operacionalización..... | 97 |
| 3.3. Metodología..... | 99 |

| | |
|---|-----|
| 3.3.1. Tipo de Estudio..... | 99 |
| 3.3.2. Diseño..... | 99 |
| 3.4. Población, Muestra y Muestreo..... | 100 |
| 3.5. Métodos de Investigación..... | 101 |
| 3.6. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos..... | 101 |
| 3.7. Métodos de Análisis de Datos..... | 102 |

CAPITULO IV

| | |
|-------------------------------------|-----|
| 4.1. RESULTADOS..... | 106 |
| 4.2. DISCUSION..... | 114 |
| 4.3. CONCLUSIONES..... | 115 |
| 4.4. SUGERENCIAS..... | 116 |
| 4.5. REFERENCIAS BIBLOGRAFICAS..... | 117 |
| ANEXOS..... | 119 |

RESUMEN

En el presente trabajo de investigación denominado 'EL E-COMMERCE Y SU INFLUENCIA EN LA COMPETITIVIDAD DE LA EMPRESA DE ARTESANIAS GUIRI S.R.L - DISTRITO DE COMAS EN EL AÑO 2011', tiene como propósito determinar las perspectivas que existen para promover el desarrollo y competitividad de la Micro y Pequeña empresa en el rubro de artesanías, en función a las expectativas existentes sobre un inminente crecimiento comercial del Perú, determinado por las negociaciones y acuerdos nacionales e internacionales.

La empresa GUIRI S.R.L se forma hace 10 años como iniciativa de reafirmar nuestra cultura en nuestro país, dedicándose a la producción y comercialización nacional e internacional de productos peruanos para la venta al por mayor y menor de artesanías peruanas, donde su especialidad es en el sector de artesanías y manualidades en bisutería, aretes en coco, cachos de toro, pulseras y entre otros.

La materia prima que utiliza la empresa en la elaboración de sus productos son productos reciclables como son las cascara de coco, semillas, cachos de toro entre otros, agregándole un valor agregado de transformación por nuestros artesanos que usando su creatividad realizan aretes, collares, pulseras, anillos, paps y adornos decorativos. Su principal objetivo de la organización es llegar a mercados internacionales con productos propios y comercializados. Logrando así posicionar los diferentes productos peruanos en los mejores sectores del mercado artesanal, destacando en su variedad, originalidad y calidad. El mercado de la bisutería se caracteriza por una producción fundamentada en esquemas artesanales tanto de productos como de materia prima para la producción de joyas y bisutería. La producción de bisutería a nivel nacional es de tipo artesanal e informal, basándose en técnicas como la hilgrana, chapado, grabado, froquelado y otros, lo que les permite cubrir el mercado de las principales ciudades del país.

Los grandes productores artesanos, por el contrario concentran su producción para el mercado internacional, con lo cual la oferta para el mercado nacional queda delegada en los pequeños productores y los importadores.

Otros problemas que presenta el mercado es la informalidad del mismo, tanto en producción como en comercialización, a cual se manifiesta a través del contrabando, la no sujeción a las normas contables y formalidades comerciales, y el alto número de establecimientos y comercializadores que operan como persona natural. Actualmente el e-commerce no está siendo aprovechado por los empresarios de artesanías debido a que son pocos empresarios que están optando por esta herramienta del e-commerce dándose cuenta que gracias a esta herramienta están reduciendo costos, precios y se están volviendo más competitivos con respecto a su competencia, por lo que la presente investigación busca que encuentre la influencia del E-commerce en la Competitividad de la empresa de artesanías GUIRI S.R.L.

Analizar el e-commerce, sus elementos, su impacto y características enfocado a la venta de productos bisutería que realizan los artesanos.

Como herramienta se utilizaron encuestas aplicadas a los clientes de la empresa de artesanías GUIRI S.R.L. para evaluar el grado de conocimiento y su opinión acerca sobre el e-commerce y su comercialización.

Finalmente, con la realización de esta investigación se determinó que la empresa aun no tienen los servicios necesarios para garantizar una gran calidad en el servicio de las transacciones y comercialización electrónicas, ocurriendo que no pueda innovar en su organización y perdiendo oportunidades de negocios en otros mercados y clientes potenciales.

ABSTRACT

In this research paper called " THE E-COMMERCE AND ITS INFLUENCE ON COMPETITIVENESS OF CRAFTS ENTERPRISE GUIRI SRL foreigner - COMAS DISTRICT IN 2011" aims to determine the prospects that exist to promote the development and competitiveness of micro and small enterprises in the area of crafts, according to the expectations of an impending trade growth of Peru, determined by negotiations and national and international agreements.

GUIRI SRL The company is formed 10 years ago as an initiative to reaffirm our culture in our country, dedicated to the production and domestic and international marketing of Peruvian products in the wholesale and retail of Peruvian handicrafts, where his specialty is in the area arts and crafts in jewelry, coco earrings, bull horns, bracelets and more.

The raw material used by the company in the development of their products are recyclable products such as coconut husks, seeds, horns of a bull among others, adding a value added processing by our craftsmen using their creativity to make earrings, necklaces, bracelets, rings, pipes and decorative ornaments. Its main objective of the organization is to reach international markets with proprietary products and marketed. Position thus achieving different Peruvian products in the best sectors of the craft market, highlighting the variety, originality and quality. The jewelry market is characterized by artisanal production schemes based on both product and raw material for the production of jewelry. Jewelry production nationally is artisanal and informal, based on techniques such as fudge, plating, engraving, cutting and others, allowing them to cover the market of major cities.

Large producers/craftsmen, instead concentrate its production to the international market, thus offering for the domestic market is delegated to small producers and importers.

Other problems in the informal market is the same, both in production and marketing, which is manifested through smuggling, not subject to accounting standards and business formalities, and the high number of stores and dealers that operate as individual. Currently the e-commerce is not being used by entrepreneurs/craft because few entrepreneurs who are choosing this tool of e-commerce by realizing that this tools are reducing costs, and prices are becoming more competitive with your competition, so this research seeks to find the influence of E-commerce Competitiveness/craft company GUIRI SRL.

Analyze the e-commerce, its elements, its impact and features focused on the sale of jewelry products made by artisans.

As a tool used surveys of customers of the company/crafts SRL foreigner to assess the level of knowledge and opinion about the e-commerce and marketing. Finally, with the completion of this investigation it was determined that the company still does not have the necessary services to ensure high quality service and marketing of electronic transactions, which can not be happening in your organization innovate and using business opportunities in other markets and potential customers.