

# **FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA ACADEMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACION**



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

*“EL COMERCIO ELECTRÓNICO COMO HERRAMIENTA DE PROMOCIÓN DE LAS EXPORTACIONES DE LAS MYPES DE ARTESANÍAS DE LA AV. LA MARINA EN EL DISTRITO DE PUEBLO LIBRE, AÑO 2010-2011”*

---

**TESIS PARA OBTENER EL TITULO PROFESIONAL DE:**

Licenciado de Administración

**AUTOR:**

Alejo Castro, Jean Pierre

**ASESOR TEMATICO**

Lic. Roberto Estrada Zapata

**ASESORA METODOLOGICA**

Mg. Pilar Ruiz Chávez

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN DE LA ESCUELA:**

Desarrollo Empresarial.

**2011**

## **AGRADECIMIENTOS**

Primeramente doy infinitamente gracias a Dios, por haberme dado fuerza y valor para terminar estos estudios.

Agradezco también la confianza y el apoyo de mis padres, porque han contribuido positivamente para llevar a cabo esta difícil jornada.

A todos los maestros que me asesoraron, porque cada uno, con sus valiosas aportaciones, me ayudaron a crecer como persona y como profesional.

Finalmente, agradezco a mis amigos: Juan, Isabel, Milagros, Karen, Ines y Yessenia porque la constante comunicación con ellos ha contribuido en gran medida a transformar y mejorar mi forma de actuar, dándome con ello, momentos muy gratos que nunca olvidaré.

## PRESENTACION

En la actualidad las MYPES albergan más del 98% del total de empresas en el Perú y generan más del 80% del Empleo, constituyen la base de nuestra economía y desarrollo económico y por lo tanto social; sin embargo al desarrollar este trabajo hemos podido confirmar que mas del 70% de ellas es informal y la mayoría se extinguen antes de llegar al primer año de operación.

Con el apoyo de instituciones privadas, organismos nacionales e internacionales, con un sistema transparente de tramitación y focalización, con leyes y proyecto de leyes que generen iniciativas de desarrollo de MYPES y con la ayuda directa del Estado la MYPES se convertirían en el pilar de nuestra economía peruana. En un mundo donde la globalización y el comercio internacional dominan la economía, las MYPES no pueden dejar de ser las protagonistas de este desarrollo.

Explorando en la estructura económica de distintos países, podemos encontrar sectores más dinámicos que otros, actividades que cuentan con ventajas comparativas frente a otros países. Pero en todos encontraremos empresas pequeñas, medianas y grandes.

La dimensión de una empresa no está relacionada con un determinado sector de actividad porque no existe una actividad donde inevitablemente las empresas deben tener una dimensión dada para funcionar, tampoco existen países o economías dados que exijan un determinado nivel de actividad para que se conforme una empresa.

Por otro lado en la actual economía mundial se observa claras tendencias hacia la internacionalización de los negocios y de los mercados, como la liberación del comercio y el intercambio entre grandes bloques económicos regionales.

Dentro de este proceso entendemos que las MYPES deben cumplir un papel destacado debido a la nueva concepción de la competencia, que cobra especial relevancia.

Las MYPES son las organizaciones con mayor capacidad para responder en forma adecuada y rápida a los cambios en el mercado internacional y a los cambios tecnológicos, adaptándose a los tipos de bienes producidos, cantidad y calidad de mano de obra, insumos e incluso hasta el mismo proceso productivo debe replantearse.

## RESUMEN

Las formas de hacer comercio han cambiado mucho en estos últimos años con ayuda del Internet, una persona que esté conectado al Internet podrá comprar cualquier producto que se ofrezca en la red en cualquier parte del mundo.

En el Perú desde hace ya varios años se viene desarrollando el comercio electrónico. Actualmente más de 24 mil pequeños y medianos empresarios ya forman parte de del mundo de los negocios virtuales. Con esta innovación los negocios pasan de la época del papel a la era tecnológica, tiene una ventaja ahorra costos y tiempo en las operaciones empresariales. Por tanto, acceder a mercados de productos de buena calidad y bajos precios orientados a la industria representa una verdadera oportunidad. Cada vez son más las MYPES que entran en el competitivo mundo del Internet donde el interesado en un producto puede comparar costos y calidades en cuestión de segundos, según estadísticas de 1995 en el Perú del 78% que son las MYPES solo un 5% pertenecen a la pequeña empresa y el 73% restantes pertenece a la microempresa esto no a cambiado mucho en los últimos años. La microempresa por el escaso presupuesto con el que cuenta no tiene muchas posibilidades de llevar a cabo un proyecto como poner su propia Web y así de esa manera ampliar su mercado.

Las pequeñas empresas tienen más posibilidades de triunfar en este mundo más competitivo pues cuenta con un presupuesto mayor y un personal mas calificado, estas empresas antes de crear una Web donde recibirán a miles de ínter nautas algunos de ellos potenciales compradores tienen muy en cuenta que casi dos millones de peruanos están en el extranjero y según cifras publicadas últimamente cada uno de ellos mantienen en el país a 5 personas de esta manera podemos ver que de 2 millones de personas en el extranjero viven 10 millones de persona en el país, en total del extranjero viven 12 millones de personas un 38.7% de la población del Perú. Un mercado agradable estos 2 millones de peruanos que son potenciales compradores de artículos Peruanos a través del Internet.

## ABSTRACT

The forms to make commerce have changed much in recent years with the help of the Internet, a person who this connecting to the Internet will be able to buy any product that is offered anywhere in the network of the world. In Peru for several years has been developing in our country e-commerce

At the moment but of 24 thousand small and medium industrialists already they comprise of of the world of the virtual businesses. With this innovation the businesses happen of the time of the paper to the technological era, it has an advantage saves costs and time in the enterprise operations. Therefore, to accede to product markets of good quality and low prices oriented to the industry represents a true opportunity.

The SMEs in Peru and the electronic commerce. Each you see are but the SMEs that enter the competitive world of the Internet where the interested one in a product can compare costs and qualities in a matter of seconds, according to statistics of 1995 in the Peru of 78% that is the SMEs a 5% only belong to the small company and 73% rest belong to the micro-enterprise this to not changed much in the last years.

The micro-enterprise by the little budget on which it counts does not have many possibilities of carrying out a project like putting its own Web that and that way to extend its market. The small companies have but possibilities of prevailing in this competitive world but because it counts on a greater and personnel but described budget, these companies before creating a Web where some of them will receive to thousands of Inter nautas potential buyers very consider that almost two million of Peruvian are abroad and according to published numbers lately each of them maintains in the country to 5 people this way we can see that on 2 million people abroad 10 million person in the country live, altogether of the foreigner live 12 million people 48,7% of the population of Peru.