



Universidad Nacional Mayor de San Marcos

Universidad del Perú. Decana de América

Dirección General de Estudios de Posgrado

Facultad de Ciencias Económicas

Unidad de Posgrado

Diseño de un modelo para el desarrollo del comercio electrónico en países en vía de desarrollo a partir del análisis de su adopción por parte de las pymes en el Ecuador

TESIS

Para optar el Grado Académico de Doctor en Gestión Económica
Global

AUTOR

Antonio Francisco POVEDA GUEVARA

Lima, Perú

2016

RESUMEN

Una rápida adopción del comercio electrónico por parte de las PYMES les proporcionaría una vía para el desarrollo económico a través del comercio y sobre todo un medio efectivo para su internacionalización. Aun cuando el e-commerce ha proliferado a nivel mundial con el crecimiento vertiginoso del internet, existe investigación insuficiente acerca de su estado en el Ecuador y las investigaciones Latinoamericanas excluyen a esta nación por su bajo nivel de comercialización en línea. La presente tesis busca por tanto analizar si los factores relacionados al beneficio percibido, la compatibilidad y complejidad de adopción, los factores organizacionales, los factores políticos y de infraestructura, la influencia del mercado y la industria y los factores relacionados a la seguridad impiden o retrasan la adopción del comercio electrónico por parte de las Pymes en el Ecuador.

En el capítulo 1 se presenta el problema de investigación a través del planteamiento del problema general y de los sub problemas, argumentando la justificación e importancia del presente estudio. Posteriormente se presentan los objetivos de investigación y el marco teórico en el cual se analiza los principales estudios encontrados en la literatura existente acerca de los modelos y teorías de la adopción de innovación, la adopción de tecnologías y la adopción del comercio electrónico por parte de las Pymes. Finalmente, en base a la literatura analizada se define un modelo explicativo y las hipótesis de investigación que serán validadas empíricamente en los capítulos posteriores.

El capítulo 3 muestra la metodología empleada, en la cual se explica que el estudio corresponde a una investigación de tipo correlacional y explicativa por cuanto se analiza la relación e interacción entre las variables para explicar la adopción del e-commerce por parte de las Pymes. El levantamiento de la información fue a través de encuestas aplicadas al propietario/gerente general, de las pymes por ser personas involucradas en la toma de decisión respecto a la adopción del comercio electrónico. Se toma en consideración únicamente a las Pymes de la ciudad de Guayaquil, por ser la ciudad con la mayor concentración de Pymes y debido a que su condición de puerto marítimo la ha convertido en la principal ciudad del Ecuador en cuanto a comercio y desarrollo empresarial. El capítulo 4 muestra los resultados de la investigación, reflejando los factores que afectan la adopción del comercio electrónico en el Ecuador

ABSTRACT

A quick adoption of e-commerce by SME's would provide them a route for economic development through commerce and especially an effective medium for internationalization. Even though e-commerce has widely spread on a global scale with the rapid growth of the internet, there is not enough research about its state in Ecuador and research in LATAM excludes this nation due to its low levels of online transactions. The present thesis therefore searches to analyze if factors related to perceived benefit, compatibility and complexity of adoption, organizational factors, political and infrastructure factors, market and industry influence and factors related to security, stop or delay e-commerce adoption by SME's in Ecuador.

In the first chapter the research problem is presented through the statement of the general research problem and the research subproblems, discussing the justification and importance of this research. Then the research objectives are presented as well as the theoretical background in which the primary studies found in existing literature about models and theories of innovation, technology and e-commerce adoption in SMEs are analyzed. Finally, based in the analyzed literature, an explanatory model is defined as well as the research hypothesis to be validated in following chapters.

Chapter 3 shows the methodology employed, in which it is explained that the study corresponds to a correlational and explanatory type of research, as the relationship and interaction between variables that explain e-commerce adoption by SMEs is analyzed. Data was collected by surveying owners/general managers of SMEs as they are the persons involved in the decision related to e-commerce adoption. Only SMEs in Guayaquil are taken in consideration as it is the city with the biggest SMEs concentration and because its condition as a maritime port has made it a mayor city in reference to its commercial and business development. Chapter 4 shows the results of the investigation, reflecting the factors that affect the adoption of e-commerce in Ecuador.