



**UNIVERSIDAD  
SEÑOR DE SIPÁN**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**Escuela Académico Profesional de Negocios  
Internacionales**

**TESIS**

**FACTORES QUE INCENTIVAN LA  
UTILIZACIÓN DE TIENDAS VIRTUALES COMO  
MEDIO DE NEGOCIACIÓN COMERCIAL EN  
LAS EMPRESAS DEL SECTOR JOYERÍAS DE  
LA CIUDAD DE CHICLAYO 2014**

**Para Optar el Título Profesional de Licenciadas en  
Negocios Internacionales**

**Autor:**

**BACH. JORGE CRYSTYAN VELEZMORO  
GUEVARA**

**BACH. SHEYLA KAROL CASTILLO  
LARREATEGUI**

**Pimentel – Enero del 2016**

## RESUMEN

El comercio, es sinónimo de desarrollo y progreso desde la pre-historia ha presentado a los largo de tiempos grandes cambios que ha afectado a la humanidad, llegando a evolucionar a definiciones cada vez más eficientes y formales de negociación, como la compra y venta.

A medida que el desarrollo tecnológico y nuevos conceptos (como la globalización) ganaban terreno en el mundo moderno, de igual manera surgían nuevas y novedosas formas de hacer negocios a la par de éstas y revolucionarias tendencias tecnológicas, Con el internet y su posterior masificación a nivel mundial nace el Comercio Electrónico.

El Comercio Electrónico, se ha difundido a través de tiendas virtuales y ha experimentado un importante crecimiento en el mundo hace varios años, pero no tanto a nivel nacional y menos local. El objetivo de la presente investigación es identificar los factores que promueven la utilización de las tiendas virtuales como medio de negociación comercial en las empresas del sector joyería de la ciudad de Chiclayo.

El estudio efectuado es de naturaleza cualitativa, pues explora un fenómeno no estudiado en la ciudad de Chiclayo, las herramientas utilizadas para lograr el objetivo general y los específicos ha sido entrevista en profundidad y la lista de cotejo, los cuales fueron aplicadas a dos empresas del sector joyería de la ciudad de Chiclayo.

Una vez analizados los resultados de las entrevistas se encontró información muy interesante que se muestran en la presente investigación, se concluye que existen diversas variables que incentivan la utilización de la tiendas virtuales como medio de negociación comercial en las empresas del sector joyería de la ciudad de Chiclayo.