



El desarrollo de negocios electrónicos y su impacto social en pymes: una revisión de la literatura científica entre el 2011-2020

The development of e-business and its social impact on smes: a review of the scientific literature between 2011-2020

O desenvolvimento dos negócios eletrônicos e seu impacto social nas PMEs: uma revisão da literatura científica entre 2011-2020

Luciana Belén Vílchez-Barrantes^I
belen.vilchez.barrantes@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-1715-735X>

Graciela Esther Reyes-Pastor^{II}
graciela.pastor@upn.pe
<https://orcid.org/0000-0002-8206-1717>

Ena Cecilia Obando-Peralta^{III}
ena.obando@upn.pe
<https://orcid.org/0000-0001-5734-6764>

Susan Cristy Rodríguez-Balcázar^{IV}
cristy.rodriguez@upn.pe
<https://orcid.org/0000-0003-3649-7496>

Correspondencia: belen.vilchez.barrantes@gmail.com

Ciencias Económicas y Empresariales
Artículo de Revisión

***Recibido:** 27 de marzo de 2022 ***Aceptado:** 18 de abril de 2022 * **Publicado:** 03 de mayo de 2022

- I. Egresada de la carrera Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Privada del Norte, Trujillo, Perú.
- II. Doctoranda en Educación, Maestra en Investigación y Docencia Universitaria, Magíster en Ciencias de la Comunicación con Mención en Gestión Comercial y Comunicación de Marketing, Ingeniero Estadístico, Programa de Alta Especialización en Marketing, Universidad Privada Antenor Orrego, Estudios concluidos en la Maestría en Educación con mención en Gestión y Acreditación Educativa y en la Maestría de Informática Educativa. Trujillo, Perú.
- III. Abogada, Economista y Conciliadora. Doctora en Derecho. Doctora en Educación. Doctoranda en Administración. Magíster en Investigación Científica. Magíster en Derecho con mención en Derecho Civil Empresarial. Magíster en Educación, con mención en Didáctica de la Educación Superior. Magíster en Administración con mención en Recursos Humanos. Magíster en Educación con mención en Gestión Educativa y Acreditación. Estudios concluidos en la maestría de Educación con mención en Docencia Virtual. Estudios concluidos en Informática Educativa y Tecnologías de Información. Maestranda de E Business, Universidad Privada del Norte, Trujillo, Perú
- IV. Doctoranda en Psicología, Maestra en Educación con mención en Gestión y Acreditación Educativa, Maestría en Intervención en Violencia contra la Mujer, Licenciada en Psicología, Universidad Privada del Norte, Cajamarca, Perú.

Resumen

En el siguiente estudio de investigación se revisó diferentes investigaciones y libros de bases de datos científicos en donde trabajaban el desarrollo de los negocios electrónicos y su impacto social en Pymes. El motivo por el que se desarrolló fue que en un contexto de pandemia mundial y distanciamiento obligatorio las empresas pueden cerrar sus negocios o adaptar sus organizaciones a la nueva modalidad virtual.

El objetivo fue determinar el impacto al desarrollar o implementar un modelo de negocio de tipo electrónico en Pymes. Para esta revisión de la literatura científica, se utilizó las bases de datos como ScienceDirect, Springer Link, ResearchGate, SiELO Analytics y Google Scholar. Los criterios de inclusión debieron contener las variables “e-business” e “impacto social” en un contexto de Pymes y tener una antigüedad menor a 10 años.

Finalmente, en los resultados obtenidos fueron que el 65% de las investigaciones encontradas mencionaron que la implementación de e-business en pequeñas y medianas empresas si tiene un impacto positivo ya que aumenta el nivel de productividad en las organizaciones, reduce costos, incrementa las ventas y ayuda a las empresas en su proceso de internacionalización.

Palabras Clave: E-business; Pymes; SME's; Impacto Social; Beneficios.

Abstract

In the following research study we reviewed different research and scientific database books where they worked on the development of e-business and its social impact on SMEs. The reason for its development was that in a context of global pandemic and mandatory distancing, companies can close their businesses or adapt their organizations to the new virtual modality.

The objective was to determine the impact of developing or implementing an electronic business model in SMEs. For this review of the scientific literature, databases such as ScienceDirect, Springer Link, ResearchGate, SiELO Analytics and Google Scholar were used. The inclusion criteria had to contain the variables "e-business" and "social impact" in an SME context and be less than 10 years old.

Finally, the results obtained were that 65% of the research found mentioned that the implementation of e-business in small and medium-sized companies does have a positive impact as it increases the level of productivity in organizations, reduces costs, increases sales and helps companies in their internationalization process.

Key words: E-business; Pymes; SME's; Social Impact; Benefits.

Resumo

No seguinte estudo de pesquisa, foram revisadas diferentes investigações e livros de bases científicas onde se trabalhou o desenvolvimento dos negócios eletrônicos e seu impacto social nas PMEs. A razão pela qual foi desenvolvido foi que num contexto de pandemia global e distanciamento obrigatório, as empresas podem encerrar os seus negócios ou adaptar as suas organizações à nova modalidade virtual.

O objetivo era determinar o impacto do desenvolvimento ou implementação de um modelo de negócios eletrônico nas PMEs. Para esta revisão da literatura científica foram utilizadas bases de dados como ScienceDirect, Springer Link, ResearchGate, SiELO Analytics e Google Scholar. Os critérios de inclusão deveriam conter as variáveis “e-business” e “impacto social” no contexto das PME e ter menos de 10 anos.

Por fim, nos resultados obtidos, 65% das investigações encontradas mencionaram que a implantação do e-business em pequenas e médias empresas tem um impacto positivo, pois aumenta o nível de produtividade nas organizações, reduz custos, aumenta as vendas. auxilia as empresas em seu processo de internacionalização.

Palavras-chave: E-business; PME; PME's; Impacto social; Benefícios.

Introducción

La sociedad y la tecnología tuvo con el pasar del tiempo una relación que impactó una en la otra (Tabares & Correa, 2014), desde que apareció el internet hasta la interacción entre personas y el intercambio de bienes por medios tecnológicos.

Las tecnologías de la información, el acceso a internet y su desarrollo a lo largo de los años causó diferentes impactos en la sociedad (Perdigón Llanes & Pérez Pino, 2020). El año pasado se registró 4.13 billones de usuarios con acceso a internet a nivel mundial (Statista, 2020). Y sólo el 62.2% son usuarios de América Latina y el Caribe (Ahlgren, 2020).

Las organizaciones iniciaron con el desarrollo del sitio web, luego compra y venta de productos y servicios por medio de pagos electrónicos sin involucrar a los clientes, hasta que después, éstos

empezaron a incorporar a proveedores, colaboradores, clientes a su plataforma online. (Natera & Meneses, 2015)

Es así que nacieron los e-business o negocios electrónicos, para que las organizaciones desarrollen una ventaja competitiva interconectando a todos los actores que intervienen en el desarrollo operacional desde proveedores hasta clientes (Bi, Davison, & Smyrniotis, 2017)

Los términos de e-business y e-commerce a veces lo utilizan para referirse a una misma estructura sin hacer distinción a sus características que lo diferencia uno del otro. Los e-business no solo se refieren a la compra y venta de un producto o servicio, sino también a la inclusión de las tecnologías de la información para crear una cadena de valor para la empresa. (Moriset, 2020).

Adicional a ello, el e-business es cuando la organización se comunica con sus clientes, proveedores a través de correo electrónico, marketing, investigación de mercado, venta y compra de productos, reclutamiento de personal, entre otros procesos, lo realizan a través del internet. (Dabagh, 2019)

La segunda variable es el impacto social. Ésta tiene como finalidad calcular los efectos de las acciones humanas en un entorno internacional, nacional, regional o local. (Antonucci & Venditti, 2019; Kuisma, 2017)

Uniendo ambos conceptos en un ambiente de Pymes, el desarrollo de negocios electrónicos tuvo un impacto positivo que permitió a pequeñas y medianas empresas crear un valor competitivo, mejorando el intercambio de información, coordinación, capacidad de respuesta e innovación en los procesos que se desarrolla en la organización (Bi, Davison, & Smyrniotis, 2017)

Es por eso que la presente investigación tiene como finalidad determinar si el desarrollo de los negocios electrónicos impacta a la sociedad.

Por otro lado, en este contexto de pandemia mundial y distanciamiento social obligatorio ha causado la paralización de las actividades económicas, el cual ha perjudicado a todas las organizaciones detener sus labores. (Anwar et al. 2020) Por lo que, estas organizaciones solo tienen dos opciones: cerrar el negocio y dar de baja a la empresa o darle un giro de lo presencial hacia lo electrónico. Por ejemplo, en el caso de las medianas empresas que tienen un mayor número de trabajadores y departamentos necesitan una plataforma amplia para poder llevar toda su infraestructura del negocio hacia la nube. Además, las Pymes obtendrían una ventaja competitiva dentro del mercado implementando una plataforma de este tipo. (Santoso & Hadi, 2020)

Metodología

En la investigación, el enfoque de los estudios fue tanto cualitativos como cuantitativos. Para la técnica de recolección de datos se utilizó papers, libros y sitios web. Entre ellos, artículos que incluyeron una o ambas variables “e-business” e “impacto social” en el contexto de Pymes. Asimismo, informes que detallaban información estadística sobre porcentajes de personas con acceso a internet a nivel mundial y en América latina. Por otra parte, se consideró investigaciones con una antigüedad de 10 años, el idioma en español e inglés y aquellos estudios basados en un entorno de Pymes y el país de origen sin distinción.

Por otro lado, las bibliotecas virtuales consultadas para el estudio fueron:

- ScienceDirect: plataforma donde estudiantes, profesores, investigadores de diferentes rubros pueden publicar y encontrar variados estudios, incluyendo artículos de revistas de Elsevier.
- Redalyc: Es una red de revistas científicas de diferentes temas con código abierto de toda la comunidad de Latinoamérica, El Caribe, España y Portugal.
- SiELO Analytics: Librería electrónica científica, en la que los usuarios pueden acceder a revistas, trabajos, investigaciones de diversos temas.
- Springer Link: colección de investigaciones, revistas en temas científicos, tecnológicos y médicos.
- ResearchGate: Plataforma en la que profesionales científicos capacitados en investigaciones publican sus aportaciones a la comunidad científica.
- Plataforma de Statista: Portal electrónico que muestra los resultados de encuestas al consumidor y estudios sectoriales sobre diversos temas a través de diagramas.
- Google Scholar: Buscador de Google de investigaciones y bibliografía científico – académica.

Para la búsqueda se desarrolló el uso de operadores Booleanos “and”. Luego, se limitaron los resultados a partir de “tipo de artículo” por artículos de revisión, artículos científicos y libros para definir terminologías. Además, se delimitó por la antigüedad de la publicación que sea entre 2011 al 2020. Idioma en inglés y español. La ruta de investigación que se utilizó en las diferentes bibliotecas virtuales fueron “e-business” and “social impact”, “e-business” and “impacto social”, “negocios electrónicos” and “impacto social”, “e-business” and “impacto en pymes”.

Para el proceso de descarte de artículos se siguió los siguientes criterios: tipo de artículo como tesis, antigüedad menor al año 2011, ausencia del tema de investigación como de las variables y aquellas investigaciones que no desarrollaban sus estudios en un entorno de Pymes.

Los métodos de extracción de datos fueron principalmente los que contenían las variables “e-business” y/o “impacto social” en el contexto de pymes que describen la conexión entre ambos conceptos y definen a cada uno. Asimismo, artículos que cumplieran con los criterios de inclusión como antigüedad de 10 años (2011 - 2020), idioma (inglés y español), tipo de artículo (papers y libros) e investigaciones que se analizaron en un contexto de Pymes. Posteriormente, se procedió a extraer ciertos datos que mencionan las ventajas del e-business en pymes, su impacto en la sociedad, procesos que desarrollan y también datos que especifican los porcentajes de usuarios con acceso a internet en América Latina.

Resultados

En los resultados obtenidos de esta revisión sistemática se encontró que el desarrollo de la variable 1 si genera un impacto en la variable 2. Es decir, El desarrollo de los negocios electrónicos si tiene un impacto positivo en la sociedad y en Pymes.

Tabla 1 Matriz de Registro de Artículos

Nº	Base de Datos	Autor / Autores	Año	Título de artículo de investigación
1	Google Scholar	Ali Abu Abid; Md Mahbubur Rahim & Helana Scheepers	2011	Experienced Benefits and Barriers of e-Business Technology Adoption by SME suppliers
2	Google Scholar	Victoria Bordonaba-Juste, Laura Lucia-Palacios and Yolanda Polo-Redondo	2012	The influence of organizational factors on e-business use: analysis of firm size
3	Google Scholar	Victoria Bordonaba-Juste, Laura Lucia-Palacios and Yolanda Polo-Redondo	2012	Antecedents and consequences of e-business adoption for European retailers
4	Google Scholar	Nigel Caldwell; Christine Harland; Philip Powell & Jurong Zheng	2013	Impact of e-business on perceived supply chain risks
5	ResearchGate	Juliana Tabares Quiroz; Santiago Correa Vélez	2014	Tecnología y sociedad: una aproximación a los estudios sociales.

6	ScienceDirect	Mesut Savrula, Ahmet Incekarab, Sefer Sener	2014	The Potential of E-commerce for SMEs in a Globalizing Business Environment
7	Google Scholar	Agim Derguti; Lulzim Shabani	2015	The Impact Of Electronic Business On The Development Of Small And Medium Enterprises In The Republic Of Kosovo.
8	Google Scholar	Tim Mazzarol	2015	SMEs engagement with e-commerce, e-business and e-marketing
9	Google Scholar	Pedro Soto-Acosta, Simona Popa & Daniel Palacios-Marqués	2015	E-Business, Organizational Innovation and Firm Performance In Manufacturing Smes: An Empirical Study In Spain
10	Google Scholar	Prodromos Chatzoglou & Dimitrios Chatzoudes	2016	Factors affecting e-business adoption in SMEs: an empirical research
11	Springer Link	Rui Bi, Robert M. Davison & Kosmas X. Smyrnios	2016	E-business and fast growth SMEs
12	Redalyc	García Moreno, Marta Beatriz; Nájera Sánchez, Juan José; García Moreno, Susana María; de Pablos Heredero, Carmen	2016	Evolución Del Negocio Electrónico: Un Análisis Bibliométrico De Su Adopción
13	Springer Link	Gianluca Antonucci & Michelina Venditti	2019	Social Impact
14	ResearchGate	Sandip U. Deshmukh	2019	Impact of E-Business on Business Association
15	ResearchGate	Raid Al- Dabagh	2019	E Business: Concepts and Context with Illustrative Examples of e-business and e-commerce in Education
16	SiELO Analytics	María Teresa Pérez Pino, Rudibel Perdigón Llanes	2020	Análisis holístico del impacto social de los negocios electrónicos en América Latina, de 2014 a 2019
17	ResearchGate	Mohammad Waliul Hasanat; Ashikul Hoque, Farzana Afrin Shikha, Mashrekha Anwar, Prof.	2020	The Impact of Coronavirus (Covid-19) on E-Business in Malaysia

Dr. Abu Bakar Abdul Hamid, Prof.
Dr. Huam Hon Tat

18	ScienceDirect	Zhen Zhua; Jing Zhao & Ashley A. Bushb	2020	The effects of e-business processes in supply chain operations: Process component and value creation mechanisms
19	ScienceDirect	Bruno Moriset	2020	E-Business and e-Commerce
20	ScienceDirect	Panca O. Hadi Putra Harry B. Santoso	2020	Contextual factors and performance impact of e-business use in Indonesian small and medium enterprises (SMEs)

Tabla 1. Como se observa en la tabla 1 fueron 20 artículos seleccionados en 5 bases de datos, entre los años 2011 al 2020. Asimismo, se consideró que contengan las variables del estudio en un contexto de Pymes.

En la matriz de registro de artículos se plasmó los 20 artículos seleccionados para esta investigación, obteniéndose 1 artículo de la base de datos de Redalyc (5%), 1 artículo de SiELO Analytics (5%), 2 artículos de Springer Link (10%), 4 artículos de ResearchGate (20%), 4 artículos de ScienceDirect (20%) y 8 investigación de Google Scholar (40%) de toda revisión sistemática. Para un mejor entendimiento, la siguiente figura distribuye los porcentajes del número de artículos por cada base de datos:

Figura 1 Porcentaje del número de artículos por base de datos

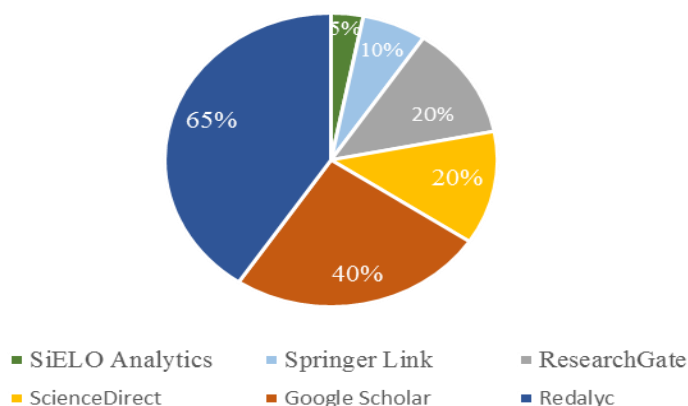


Figura 1: Como se observa en la figura 1 se tiene los porcentajes de cada artículo que se extrajo de las diferentes bases de datos.

Tabla 2 Características de los estudios

Tipo de documento	F	%	Año de Publicación	F	%	País	%
Artículos de Revistas	19	95%	2011	1	5%	Venezuela	5%
			2012	2	10%	México	5%
			2013	1	5%	India	5%
			2014	2	10%	Irak	5%
			2015	3	15%	Malaysia	5%
			2016	3	15%	Francia	5%
			2019	2	10%	Indonesia	5%
			2020	5	25%	Turquía	5%
			2020	5	25%	Kosovo	5%
Sección de Libro	1	5%	2017	1	5%	España	15%
						Reino Unido	5%
						Grecia	5%
TOTAL	20	100%		20	100%	Otros	30%
							100%

Nota: Como se observa en la tabla 2 se clasifican los artículos por sus características: Artículos de Revistas y Sección de Libro; año de publicación y país de origen.

En la tabla de Características de los Estudios se obtuvo que el 95% de ellas son Artículos de revistas y el 5% a Sección de Libros, respecto al tipo de documento. Además, se obtuvo que el 25% del total de investigaciones analizadas fueron del año 2020, 15% del 2015 – 2016, el 10% y 5% fueron publicadas en entre los años 2011 y 2014. Por otro lado, el análisis por países constituye el 10% de América Latina, el 30% a países europeos, el 20% de Oriente Medio y el 40% restante no se tiene conocimiento del país de publicación.

Tabla 3 Características de los estudios según idioma

Tipo de documento	F	%	Idioma	F	%
Artículos de Revistas	19	95%	Inglés	16	80%
			Español	3	15%
Sección de Libro	1	5%	Inglés	1	5%
			Español	0	0%
TOTAL	20	100%		20	100%

Nota: Como se observa en la tabla 3 el número de artículos científicos en idioma español e inglés.

Figura 2 Número de artículos según idioma

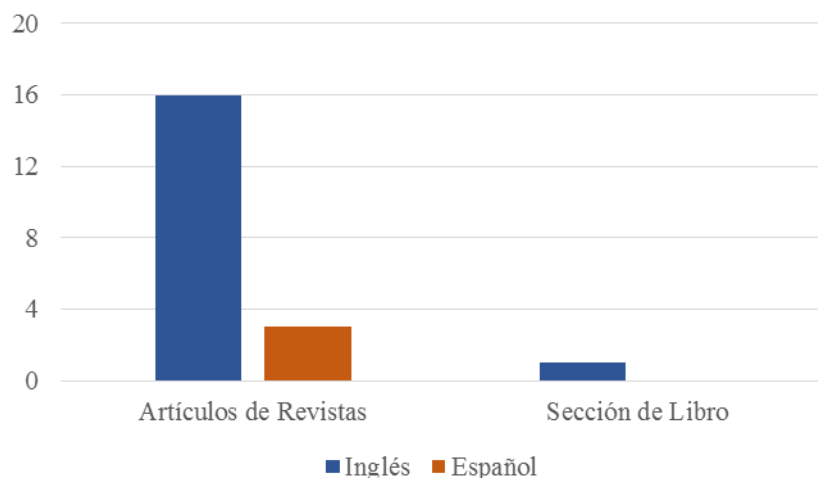


Figura 2: Como se observa en la figura 2 el número de artículos científicos según los idiomas de español e inglés.

Tabla 4 Inducción de Categorías

Categorías	Aportes
Impacto Positivo del desarrollo de E-business en Pymes.	La reducción de costos durante el servicio al cliente – no utilización de papel durante las quejas de clientes. (Ali Abu, Md Mahbur, & Helana, 2011)
	Incrementa las ventas y ayuda a empresas en proceso de internacionalización. (Bordonaba Juste, Lucia Palacios, & Polo Redondo, 2012)
	Aumenta el nivel de productividad en las empresas y en diferentes sectores como distribución, inventario, entre otras. (Mesut, Ahmet, & Sefer, 2014)
	Las migraciones al plano tecnológico disminuyen los costos operativos. (Soto Acosta, Popa, & Palacios Marqués, 2015)
	Uso de Herramientas Tecnológicas dan a los consumidores una impresión más profesional y una apariencia de una organización más corporativa. (Mazzarol, 2015)
	Beneficia a Pymes en reducción de costos y tiempo en la producción, aumentando así las ventas. (Agim & Lulzim, 2015)
	Impulsa el desarrollo de nuevos procesos en las áreas de producción y distribución. (García Moreno, Nájera Sánchez, García Moreno, & Pablos Heredero, 2016)
	Con ayuda de la tecnología las organizaciones pueden entender mejor las necesidades de los consumidores. (Chatzoglou & Chatzoudes, 2016)
	Ayuda al crecimiento de las medianas empresa y mejorar la cadena de valor. (Bi, Davison, & Smyrnios, 2017)
	Negocios electrónicos acelera la forma de hacer negocios. (Deshmukh, 2019)
El desarrollo de procesos de la organización es más veloz. (Dabagh, 2019)	
Impulsa el crecimiento económico del país. (Perdigón Llanes & Pérez Pino, 2020)	
Implementarla significa un comportamiento más competitivo en el mercado. (Hadi Putra & Santoso, 2020)	

Impacto Negativo del desarrollo de E-business en Pymes.	Cambia la cadena de valor y las relaciones conectadas a ellas, como la confianza con proveedores ya que no se realiza Face-to-face. (Caldwell, Harland, Powell, & Zheng, 2013) Grandes empresas mayormente son las que implementarían un e-business, por lo que tienen mayores recursos. (Bordonaba Juste, Lucía Palacios, & Polo Redondo, 2012) El cambio tecnológico no figura ningún impacto en la sociedad, ya que es un proceso natural de constante cambio. (Tabares & Correa, 2014) El nivel de educación tecnológica de los CEO's, y de habitantes del país, son un punto importante al adoptar un proceso de e-business. (Chatzoglou & Chatzoudes, 2016)
Barreras para desarrollar E-business en Pymes	Los contextos políticos, sociales y éticos se deben de tomar en cuenta. (Moriset, 2020) La falta de recursos digitales. (Zhu, Zhao, & A.Bush, 2020) El cambio constante del comportamiento de los consumidores y el contexto mundial. (Anwar <i>et al</i> , 2020)

Nota: Como se observa en la tabla 4 se distribuyen los aportes de cada investigación por categorías: Impacto Positivo, Impacto Negativo y Barreras al implementar e-business en Pymes.

En la tabla de Inducción por Categorías, se distribuyó los aportes extraídos de los artículos de investigación ya recolectados por Impacto Positivo, Impacto Negativo, y Barreras al desarrollar e-business en Pymes. Se obtuvieron un 65% de investigaciones en la que sus aportes identificaron un impacto positivo el adoptar un e-business en Pequeñas y medianas empresas. Asimismo, el 5% de artículos señalaron un impacto negativo y el 30% restante, mencionaron las barreras para su desarrollo.

Así se puede observar en la siguiente figura:

Figura 3 Porcentaje por categorías

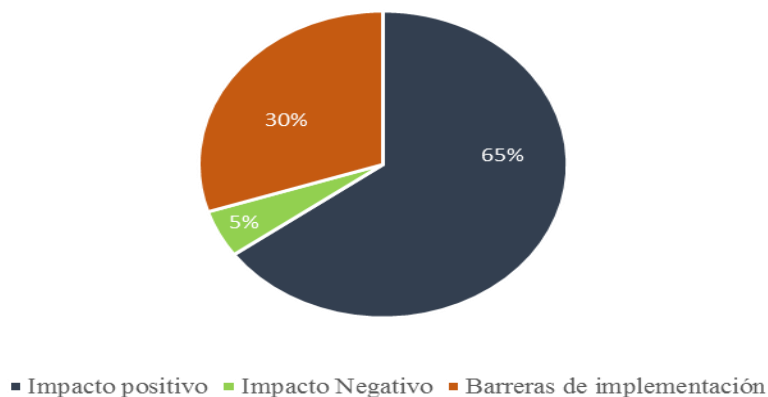


Figura 3: Como se observa en la figura 3 se tiene el porcentaje de cada categoría del total de artículos científicos.

Conclusiones

En los resultados obtenidos de la investigación sistemática se concluyó que el desarrollo de los e-business si tiene un impacto en la sociedad y en las Pequeñas y Medianas Empresas. (Moriset, 2020)

Asimismo, se encontró que 13 de los artículos tuvieron el mismo planteamiento de problema; conocer si el implementar un modelo de negocio de tipo electrónico significa ventajas a las Pymes. Por otro lado, dentro de las características más resaltantes de las investigaciones fue el año de publicación siendo las de 2015, 2016 y 2020 que más se encontraron. Además, el 10% del total de investigaciones proceden de América Latina, el 30% de Europa y el 20% del continente asiático. Este tipo de resultados afirma que estas investigaciones acerca de implementaciones de nuevos tipos de negocio no suelen ser investigados en la región. Teniendo así el idioma que fueron publicados los artículos, la mayor parte de ellos fueron redactados en inglés que en español.

También, como se mostraron en las tablas de resultados por categorías, el 65% de los artículos investigados muestran un impacto positivo al implementar un e-business en Pymes y la sociedad. (Deshmukh, 2019). El 5% describen las desventajas y el 35% presenta cuáles serían las barreras para su adopción.

Asimismo, la importancia de la revisión sistemática recae en la continuación de recolecciones y análisis de investigaciones dentro de un espacio de tiempo en diferentes temas.

Finalmente, una de las principales limitaciones que se tuvo fue que la mayor parte de artículos científicos requerían un pago por el uso de la información y en las bases de datos que se tenía libre acceso no se encontraban los artículos con las variables necesarias para desarrollar la investigación. Además, una debilidad fue el idioma ya que la mayor parte de los artículos científicos estaban en inglés.

A fin de que futuras investigaciones relacionadas al tema de “Desarrollo de los E-business tenga un impacto en la sociedad y en Pymes” expanda más su información se re direcciona a estudiar los beneficios que traería el implementar este tipo de modelo de negocio electrónico en pequeñas y medianas empresas peruanas en un contexto como el actual.

Referencias

1. Agim, D., & Lulzim, S. (2015). The Impact Of Electronic Business On The Development Of Small And Medium Enterprises In The Republic Of Kosovo. *European Journal of*

- Business, Economics and Accountancy, 3(4). Obtenido de <https://www.idpublications.org/wp-content/uploads/2015/05/THE-IMPACT-OF-ELECTRONIC-BUSINESS-ON-THE-DEVELOPMENT-OF-SMALL-AND-MEDIUM-ENTERPRISES-IN-THE-REPUBLIC-OF-KOSOVO.pdf>
2. Ahlgren, M. (25 de agosto de 2020). 100 + Estadísticas E Información De Internet Para 2020. Obtenido de <https://www.websitehostingrating.com/es/internet-statistics-facts/>
 3. Ali Abu, A., Md Mahbubur, R., & Helana, S. (2011). Experienced Benefits and Barriers of e-Business Technology Adoption by SME suppliers. *Communications of the IBIMA* . doi:10.5171/2011.7917780
 4. Antonucci, G., & Venditti, M. (2019). Social Impact. En A. Farazmand (Ed.), *Global Encyclopedia of Public Administration, Public Policy, and Governance* (pág. 87). Italia. doi:10.1007/978-3-319-31816-5_3045-1
 5. Anwar, M., Hoque, A., Afrin, F., Waliul, M., Abdul, A., & Hon, T. (2020). The Impact of Coronavirus (Covid-19) on E-Business in Malaysia. 3(1), 7. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/340445932_The_Impact_of_Coronavirus_Covid-19_on_E-Business_in_Malaysia
 6. Bi, R., Davison, R., & Smyrniotis, K. (2017). E-business and fast growth SMEs. *Small Business Economics*, 18. doi:10.1007/s11187-016-9788-8
 7. Bordonaba Juste , V., Lucia Palacios , L., & Polo Redondo, Y. (23 de Marzo de 2012). The influence of organizational factors on e-business use: analysis of firm size. *Marketing Intelligence & Planning*, 30(2), 212-229. doi:10.1108/02634501211211984
 8. Bordonaba Juste, V., Lucia Palacios, L., & Polo Redondo, Y. (2012). Antecedents and consequences of e-business adoption for European retailers. *Internet Research*, 22(5), 532-550. doi:10.1108/10662241211271536
 9. Caldwell, N., Harland, C., Powell, P., & Zheng, J. (2013). Impact of e-business on perceived supply chain risks. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 20(4), 688-715. doi:10.1108/JSBED-12-2011-0036
 10. Chatzoglou, P., & Chatzoudes, D. (2016). Factors affecting e-business adoption in SMEs: an empirical research. *Journal of Enterprise Information Management*, 29(3), 327-358. doi:10.1108/JEIM-03-2014-0033

11. Clement, J. (7 de enero de 2020). Statista. Obtenido de Global number of internet users 2005-2019: <https://www.statista.com/statistics/273018/number-of-internet-users-worldwide/>
12. Dabagh, R. A. (2019). E Business: Concepts and Context With Illustrative Examples of e-business and e-commerce in Education. 21. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/337925919_E_Business_Concepts_and_Context_With_Illustrative_Examples_of_e-business_and_e-commerce_in_Education
13. Deshmukh, S. U. (Diciembre de 2019). Impact of E-Business on Business Association. *International Journal of Engineering and Management Research*, 9. doi:10.31033/ijemr.9.6.2
14. García Moreno, M., Nájera Sánchez, J., García Moreno, S., & Pablos Heredero, C. (2016). Evolución Del Negocio Electrónico: Un Análisis Bibliométrico De Su Adopción. *Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal*, 41(3), 148-153. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=33944256002>
15. Hadi Putra, P., & Santoso, H. (marzo de 2020). Contextual factors and performance impact of e-business use in Indonesian small and medium enterprises (SMEs). (Elsevier, Ed.) 6(3). doi:<https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e03568>
16. Kuisma, J. (2017). Social Impact. En J. Kuisma, *Managing Corporate Responsibility in the Real World* (pág. 247). Palgrave Macmillan. doi:10.1007/978-3-319-54078-8_7
17. Mazzarol, T. (18 de Marzo de 2015). SMEs engagement with e-commerce, e-business and e-marketing. *Small Enterprise Research*, 22, 79-90. doi:10.1080/13215906.2015.1018400
18. Mesut, S., Ahmet, I., & Sefer, S. (Agosto de 2014). The Potential of E-commerce for SMEs in a Globalizing Business Environment. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*(35-45), 150. doi:10.1016/j.sbspro.2014.09.005
19. Moriset, B. (2020). e-Business and e-Commerce. *International Encyclopedia of Human Geography*, 4, 10. doi:10.1016/B978-0-08-102295-5.10044-7
20. Natera, C., & Meneses, M. (13 de mayo de 2015). Antecedentes Y Definición De E-BUSINESS. Obtenido de <https://es.slideshare.net/CEG-automatizacion/tema-1-unidad-2-scm-48078469>

21. Perdigón Llanes, R., & Pérez Pino, M. T. (2020). Análisis holístico del impacto social de los negocios electrónicos en América Latina, de 2014 a 2019. *PAAKAT: revista de tecnología y sociedad*, 10(18). doi:10.32870/pk.a10n18.459
22. Santoso, H. B., & Hadi, O. (marzo de 2020). Contextual factors and performance impact of e-business use in Indonesian small and medium enterprises (SMEs). (Elsevier, Ed.) *Heliyon*, 6(3). doi:10.1016/j.heliyon.2020.e03568
23. Soto Acosta, P., Popa, S., & Palacios Marqués, D. (2015). E-business, organizational innovation and firm performance in manufacturing SMEs: an empirical study in Spain. *Technological and Economic Development of Economy*, 22, 885-904. doi:10.3846/20294913.2015.1074126
24. Statista. (7 de enero de 2020). Statista. Obtenido de <https://www.statista.com/statistics/273018/number-of-internet-users-worldwide/>
25. Tabares, J., & Correa, S. (2014). Tecnología y sociedad: una aproximación a los estudios sociales. *Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología y Sociedad*, 9(26). Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/263227805_Tecnologia_y_sociedad_una_aproximacion_a_los_estudios_sociales_de_la_tecnologia_Technology_and_society_An_approach_to_social_studies_of_technology
26. Zhu, Z., Zhao, J., & A.Bush, A. (2020). The effects of e-business processes in supply chain operations: Process component and value creation mechanisms. *International Journal of Information Management*. doi:10.1016/j.ijinfomgt.2019.07.001