

Resumen

El presente proyecto de investigación tiene por objetivo identificar si el incremento del comercio electrónico y servicio delivery, puede llegar a influir favorablemente sobre el nivel de ventas de las pymes comerciales; al representar una gran fuerza generadora de ingresos para el país, conjuntamente, con la influencia del surgimiento de la pandemia ocasionada por el covid-19. El enfoque de investigación tendrá un carácter mixto; cualitativo por la recolección de datos y cuantitativo ya que estará fundamentada en la medición y relación de las variables de estudio, además, de tipo descriptivo correlacional. Para el efecto, se utilizó como población de estudio el total de pymes comerciales de la ciudad de Quito, de donde se realizó una selección de 146 empresas de muestra. El instrumento de investigación seleccionado fue el cuestionario, así como técnicas bibliográficas para la recolección de datos, conjuntamente, se dio validez y confiabilidad al instrumento mediante la aplicación del Alfa de Cronbach arrojando un coeficiente de 0,773 a través del software SPSS, paquete estadístico seleccionado para el procesamiento de datos. Seguido, se realizó una prueba de normalidad de datos, Prueba U de Mann – Whitney, finalmente la prueba Chi-cuadrado. Los resultados revelaron que el comercio electrónico mejoró el nivel de ventas digitales para el año 2020 en aquellas pymes que utilizaron este medio de comercialización.

Palabras Clave:

- **COMERCIO ELECTRÓNICO**
- **VENTAS DIGITALES**
- **PYMES COMERCIALES**
- **EMERGENCIA SANITARIA**

Abstract

The present research project aims to identify if the increase in e-commerce and delivery service can have a favorable influence on the level of sales of commercial SMEs; by representing a great income-generating force for the country, together with the influence of the emergence of the pandemic caused by covid-19. The research approach will have a mixed character; qualitative for data collection and quantitative since it will be based on the measurement and relationship of the study variables, in addition, of a descriptive correlational type. For this purpose, the total number of commercial SMEs in the city of Quito was used as the study population, from which a selection of 146 sample companies was made. The selected research instrument was the questionnaire, as well as bibliographic techniques for data collection, jointly, the instrument was given validity and reliability through the application of Cronbach's Alpha, yielding a coefficient of 0.773 through the SPSS software, a statistical package selected for data processing. Next, a data normality test was performed, the Mann-Whitney U test, and finally the Chi-square test for normality. The results revealed that e-commerce improved the level of digital sales by 2020 in those SMEs that used this marketing medium.

Keywords:

- **E – COMMERCE**
- **DIGITAL SALES**
- **COMMERCIAL SMEs**
- **HEALTH EMERGENCY**