

	GESTIÓN DE RECURSOS Y SERVICIOS BIBLIOTECARIOS	Código	FO-SB-12/v0
	ESQUEMA HOJA DE RESUMEN	Página	1/1

## RESUMEN TRABAJO DE GRADO

AUTOR(ES): NOMBRES Y APELLIDOS COMPLETOS

NOMBRE(S): YERIMAR APELLIDOS: SANDOVAL MARIN

NOMBRE(S): LAURA MARCELA APELLIDOS: PABÓN CONTRERAS

FACULTAD: CIENCIAS EMPRESARIALES

PLAN DE ESTUDIOS: COMERCIO INTERNACIONAL

DIRECTOR:

NOMBRE(S): CLAIRE ALESSANDRA APELLIDOS: VILLAMIZAR HERNANDEZ

TÍTULO DEL TRABAJO (TESIS): “Análisis del comportamiento de las pymes del sector cerámico de la ciudad de Cúcuta, respecto a las prácticas de adopción del comercio electrónico, como herramienta para mejorar la competitividad empresarial”

RESUMEN

El presente proyecto es de tipo descriptivo, con el cual se buscó realizar un análisis del comportamiento que tienen las Pymes del sector cerámico con respecto a las prácticas de adopción del comercio electrónico como una herramienta para aumentar la competitividad, para determinar los factores que afectan o que favorecen la incursión del e-commerce y a partir de estos formular estrategias que incentiven la adopción del comercio electrónico en la ciudad de Cúcuta.

PALABRAS CLAVE: MÁXIMO: Comercio electrónico, competitividad, Pymes, Estrategias, Sector cerámico.

CARACTERÍSTICAS:

PÁGINAS: 137 PLANOS:     ILUSTRACIONES:     CD ROOM:   1  

Elaboró		Revisó		Aprobó	
Equipo Operativo del Proceso		Comité de Calidad		Comité de Calidad	
Fecha	24/10/2014	Fecha	05/12/2014	Fecha	05/12/2014

COPIA NO CONTROLADA

ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE LAS PYMES DEL SECTOR CERÁMICO  
DE LA CIUDAD DE CÚCUTA, RESPECTO A LAS PRÁCTICAS DE ADOPCIÓN DEL  
COMERCIO ELECTRÓNICO, COMO HERRAMIENTA PARA MEJORAR LA  
COMPETIVIDAD EMPRESARIAL.

YERIMAR SANDOVAL MARIN  
LAURA MARCELA PABÓN CONTRERAS

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
PLAN DE ESTUDIO DE COMERCIO INTERNACIONAL  
SAN JOSÉ DE CÚCUTA

2016

ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE LAS PYMES DEL SECTOR CERÁMICO  
DE LA CIUDAD DE CÚCUTA, RESPECTO A LAS PRÁCTICAS DE ADOPCIÓN DEL  
COMERCIO ELECTRÓNICO, COMO HERRAMIENTA PARA MEJORAR LA  
COMPETIVIDAD EMPRESARIAL.

YERIMAR SANDOVAL MARIN  
LAURA MARCELA PABÓN CONTRERAS


Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de  
Profesional en Comercio Internacional

Director:

CLAIRE ALESSANDRA VILLAMIZAR HERNANDEZ

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
PLAN DE ESTUDIO DE COMERCIO INTERNACIONAL  
SAN JOSÉ DE CÚCUTA

2016

	<b>FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES PROGRAMA DE COMERCIO INTERNACIONAL ACTA DE SUSTENTACIÓN TRABAJO DE GRADO</b>	<b>Versión:</b>	1/2013
		<b>Página</b>	1

SAN JOSÉ DE CÚCUTA, 18 de abril de 2016

Acta N° 03

**PLAN DE ESTUDIOS:** Comercio Internacional

**LUGAR:** Laboratorio Empresarial

**TITULO DEL PROYECTO:** “Análisis del Comportamiento de las Pymes del Sector Cerámico de la Ciudad de Cúcuta, Respecto A las Practicas de Adopción del Comercio Electrónico, como Herramienta para Mejorar la Competitividad Empresarial”

**MODALIDAD:** Trabajo de Investigación

**JURADOS:**

Lucy Gomes Mina                      **ENTIDAD:** Universidad Francisco de Paula Santander

Cesar Augusto Panizo Cardona   **ENTIDAD:** Universidad Francisco de Paula Santander

Jorge Luis Orjuela Abril           **ENTIDAD:** Universidad Francisco de Paula Santander

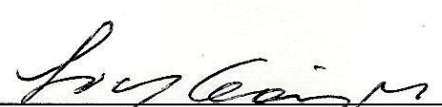
**DIRECTOR:**


Claire Alessandra Villamizar Hernández

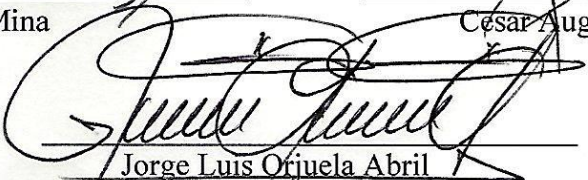
Firma:  



**NOMBRE DEL ESTUDIANTE**

	CODIGO	CALIFICACIÓN		
		LETRA	NÚMERO	A-M-L
<u>Yerimar Sandoval Marín</u>	<u>1260383</u>	<u>Cuatro Punto Tres</u>	<u>4.3</u>	<u>X</u>
<u>Laura Marcela Pabón Contreras</u>	<u>1260366</u>	<u>Cuatro Punto Tres</u>	<u>4.3</u>	<u>X</u>

  
Lucy Gomes Mina

  
Cesar Augusto Panizo Cardona

  
Jorge Luis Orjuela Abril

V°B°   
**JOHANNA MILENA MOGROVEJO ANDRADE**  
Coordinadora de Comité Curricular Comercio Internacional

## **Dedicatoria**

A Dios como ser supremo y creador nuestro y de todo los que nos rodea por darnos la inteligencia y paciencia y ser la guía de nuestra vida.

A nuestras madres que siempre han sido nuestro apoyo incondicional y demás personas que han hecho parte del cumplimiento de esta meta.

## **Agradecimientos**

Primeramente agradecemos a las personas que directa e indirectamente nos dieron su apoyo para la realización del proyecto:

A nuestras madres que siempre nos apoyaron en todo lo que emprendemos.

A la docente Claire Alessandra Villamizar quien fue nuestra directora y nos guio en este proceso con mucha paciencia.

A la metodóloga Nidya Villamizar quien nos brindó asesoría oportuna y efectiva en la estructura del modelo de investigación del proyecto.

Y a las demás personas que hicieron parte del proyecto aportando información y conocimiento.

## Tabla de contenido

Introducción .....	14
1. Generalidades de la Investigación.....	16
1.1 Título .....	16
1.2 Descripción del Problema.....	16
1.2.1 Planteamiento del Problema.....	16
1.2.2 Formulación del Problema. ....	17
1.2.3 Sistematización Del Problema. ....	17
1.3 Objetivos.....	18
1.3.1 Objetivo general. ....	18
1.3.2 Objetivos Específicos:.....	18
1.4 Justificación.....	18
1.5 Delimitaciones.....	20
1.5.1 Delimitación Conceptual.....	20
1.5.2 Delimitación Espacial. ....	24
1.5.3 Delimitación Temporal. ....	25
2. Referentes Teóricos.....	26
2.1 Antecedentes .....	26
2.2 Marco Teórico .....	31
2.3 Marco Legal .....	34

3.	Metodología de la Investigación .....	35
3.1	Tipo de Investigación .....	35
3.2	Método de Investigación .....	35
3.3	Tipo de Estudio .....	35
3.4	Población.....	36
3.5	Muestra.....	36
3.6	Sistematización de Variables .....	38
3.7	Tratamiento de la Información.....	39
3.7.1	Técnica para la recolección de información.....	39
3.7.2	Técnica procesamiento de la información.....	39
3.7.3	Presentación de la información. ....	40
4.	Caracterizar mediante fuentes primarias el comportamiento de las Pymes del sector Cerámico de Cúcuta que han incursionado en el e-commerce.....	41
	Para efectos de esta investigación, se define el Comercio Electrónico, como la incorporación en términos estratégicos, de tecnología de información que permita transacciones con clientes y proveedores; teniendo en cuenta el significado que se le otorga en Colombia en la normatividad establecida en el artículo 2 (literal b) de la Ley 527 de 1999, en la cual se definió comercio electrónico como:.....	41
4.1	Análisis De Resultados .....	43
4.2	Método de observación .....	52



5. Identificar los Factores que favorecen y limitan la adopción de E-commerce en las pymes del sector cerámico de Cúcuta. ....	63
5.1 Evaluación de las páginas web.....	63
5.2 Entrevistas .....	81
5.2.3 Factores que favorecen y limitan la adopción del E-commerce en las pymes del sector cerámico de Cúcuta. ....	92
6. Plantear estrategias que permitan impulsar el e-commerce para favorecer la competitividad de las pymes del sector cerámico de la ciudad de Cúcuta.....	97
6.1 Estrategia de Marketing Online .....	98
6.2 Estrategia De Servicio Post-Venta .....	102
6.3 Estrategia De Logística Para El Comercio Electrónico .....	106
6.4 Estrategia De Implementar Un Página Web Interactivo De Comercialización .....	116
Conclusiones .....	121
Recomendaciones.....	123
Bibliografía .....	125
ANEXOS.....	130