

	GESTIÓN DE SERVICIOS ACADÉMICOS Y BIBLIOTECARIOS		CÓDIGO	FO-GS-15
	ESQUEMA HOJA DE RESUMEN		VERSIÓN	02
			FECHA	03/04/2017
			PÁGINA	1 de 1
ELABORÓ	REVISÓ	APROBÓ		
Jefe División de Biblioteca	Equipo Operativo de Calidad	Líder de Calidad		

RESUMEN TRABAJO DE GRADO

AUTOR(ES): NOMBRES Y APELLIDOS COMPLETOS

NOMBRE(S): JUDITH

APELLIDOS: RODRIGUEZ VALENCIA

NOMBRE(S): YERITZA TARCILA

APELLIDOS: URIBE RICO

FACULTAD: EDUCACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES

PLAN DE ESTUDIOS: PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

DIRECTOR: JAIME ANDRES

APELLIDOS: PABÓN

TÍTULO DEL TRABAJO (TESIS): PROPUESTA DE DISEÑO Y CREACIÓN DE UNA PÁGINA WEB COMO ESTRATEGIA DE E-COMERCE/ PARA LA EMPRESA ARROZ RAMOS. S.A.S. DE CÚCUTA, NORTE DE SANTANDER

El presente trabajo de grado, es una investigación que trata sobre el estudio de la comercializadora Arroz Ramos S.A.S en el entorno digital, el cual busca desarrollar herramientas en función al comercio electrónico que atienda las necesidades de los clientes, hemos realizado esta investigación, observando falencias que existen de manera notoria en las comercializadoras de arroz colombianas, puesto que, vivir en una sociedad donde la tecnología está en sectores tan importantes como las telecomunicaciones, nos proporciona la posibilidad de ofrecer cualquier tipo de productos y servicios a quien lo necesite. Recopilamos información a través del instrumento de la encuesta y de muestreo, que nos sirven como guía para efectuar los objetivos. Al conocer los resultados de los instrumentos implementados, se propone la creación de la propuesta de diseño y creación de una página web como estrategia de e-commerce para la empresa arroz Ramos S.A.S de Cúcuta. El proyecto tiene como objeto contribuir a la transformación digital, dejando atrás lo tradicional y pasando a las nuevas tecnologías. Culminando este informe con el adecuado análisis de los resultados se han tomado en cuenta una serie de conclusiones y recomendaciones proyectadas a la transformación y el desarrollo de la empresa donde fue posible realizar este proyecto.

PALABRAS CLAVES: Transformación digital, comercio electrónico, página web, Comercializadora, posicionamiento.

CARACTERÍSTICAS:

PÁGINAS: 105 **PLANOS:** 0 **ILUSTRACIONES:** 0 **CD ROOM:** 0

PROPUESTA DE DISEÑO Y CREACIÓN DE UNA PÁGINA WEB COMO
ESTRATEGIA DE
E-COMERCE/ PARA LA EMPRESA ARROZ RAMOS. S.A.S. DE CÚCUTA,
NORTE DE SANTANDER

JUDITH RODRÍGUEZ VALENCIA
YERITZA TARCILA URIBE RICO

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
FACULTAD DE EDUCACIÓN, ARTE Y HUMANIDADES
PLAN DE ESTUDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL
SAN JOSÉ DE CÚCUTA
2021

PROPUESTA DE DISEÑO Y CREACIÓN DE UNA PÁGINA WEB COMO
ESTRATEGIA DE
E-COMERCE/ PARA LA EMPRESA ARROZ RAMOS. S.A.S. DE CÚCUTA, NORTE
DE SANTANDER

JUDITH RODRÍGUEZ VALENCIA
YERITZA TARCILA URIBE RICO

JAIME ANDRÉS PABÓN
DIRECTOR

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
FACULTAD DE EDUCACIÓN, ARTE Y HUMANIDADES
PLAN DE ESTUDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL
SAN JOSÉ DE CÚCUTA
2021

*ACTA DE SUSTENTACION DE UN TRABAJO DE GRADO
PROGRAMA ACADÉMICO COMUNICACION SOCIAL*

FECHA: San José de Cúcuta, 2 de Noviembre de 2021

HORA: 14:00 horas

LUGAR: Plataforma Meet Google

Título del trabajo de grado: "PROPUESTA DE DISEÑO DE UNA PÁGINA WEB COMO ESTRATEGIA DE E-COMMERCE PARA LA EMPRESA ARROZ RAMOS S.A.S. DE CUCÚTA NORTE DE SANTANDER"

Director (a): **JAIME ANDRES PABÓN VILLAMIZAR**
*Profesional en Mercadeo y Publicidad
Especialista en Gestión de Empresas
Mg. En Dirección de marketing*

<i>NOMBRE DEL ESTUDIANTE</i>	<i>CÓDIGO</i>	<i>CALIFICACION</i>	<i>A.M.L</i>
<i>YERITZA TARCILA URIBE RICO</i>	<i>1330921</i>	<i>3.7</i>	<i>APROBADA</i>
<i>JUDITH RODRÍGUEZ VALENCIA</i>	<i>1330856</i>	<i>3.7</i>	<i>APROBADA</i>

Tatiana T. Bayona S.

TATIANA BAYONA SANABRIA

Sandra Milena Paez Paez

SANDRA MILENA PAEZ

Betty Julieth Villabona

BETTY JULIETH VILLABONA

Margarita Rosa Peñalzoa Duran

MARGARITA ROSA PEÑALZOA DURAN
*Coordinador Comité Curricular
Plan de Estudio Comunicación Social*

TABLA DE CONTENIDO

Introducción	10
1. Planteamiento del Problema	11
1.1.Descripción del Problema	11
1.2. Objetivos	14
1.2.1 Objetivo General	14
1.2.2 Objetivos Específicos	14
1.3. Justificación	15
2. Marco Referencial	18
2.1 Antecedentes	18
2.2 Marco Teórico	33
2.2.1 Comercio Electrónico	36
2.2.2 Tipos de Comercio Electrónico	38
2.2.4 Marketing Digital	42
2.2.5 Importancia de las TIC en las Organizaciones	44
2.3 Marco Conceptual	45
2.4 Marco Contextual	50
2.5 Marco Legal	55

	6
2.5.1 Ley 527 de 1999	56
2.5.2 Estatuto de comercio Ley 480 de 2011	57
2.5.3 Ley 1581 de 2012: Régimen general de protección de datos personales	58
2.5.4 Decreto 1094 de 1996	58
2.5.5 Artículo 333	58
2.5.6 Artículo 91 de la Ley 633 de 2000	59
2.5.7 Ley 1480 de 2011 del Estatuto del Consumidor	59
3 Diseño Metodológico	61
3.1 Método y Metodología	61
3.1.1 Actores	63
3.2 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos	64
3.2.1 Entrevista Semiestructurada	64
3.2.2 Encuesta	66
3.2.3 Tabla de Muestreo Benchmarc	67
3.2.4 Dofa	68
4. Resultados	70
4.1 Reconocimiento Digital	70
4.2 Benchmarking para la Página Web	73
4.3 La Interpretación de los Números (encuesta)	76

	7
4.4 Diseño para la creación del E-Commerce para Arroz SAS.	82
Conclusiones	89
Recomendaciones	90
Bibliografía	91
Anexos	102