



“METODOLOGIA DE ADOPCION DE COMERCIO ELECTRONICO PARA LAS PYMES DEL PAIS”

**CRISTIAN PLANA DIAZ
INGENIERO COMERCIAL**

RESUMEN EJECUTIVO

De acuerdo a las necesidades actuales de búsqueda de herramientas que permitan a las empresas readecuarse al presente tecnológico, este proyecto plantea una metodología de adopción de Comercio electrónico enfocada a la pequeña y mediana empresa (Pymes), que es el sector que más requiere de métodos que le ayuden a utilizar de forma eficiente los recursos destinados al Comercio a través de Internet.

En el estudio se pueden identificar tres actividades principales que se desarrollaron en forma paralela; éstas formaron la información base para el desarrollo de la metodología. La primera de estas tareas comprendió un análisis de las investigaciones de mercados que se han realizado a nivel nacional, cuyo objetivo fue identificar la percepción y la actitud de las Pymes con respecto al uso de Comercio electrónico. En forma paralela, se realizó un estudio de modelos de adopción de tecnologías, más específicamente modelos relacionados en referencia al Comercio electrónico, clasificándolos de acuerdo a las características más relevantes de éstos. Una tercera tarea comprendió un análisis de la situación actual respecto a la evolución del Comercio electrónico a nivel global y local, identificando factores de crecimientos y niveles de influencia en la estructura organizacional de las empresas. Las tres tareas anteriores ayudaron a identificar los principales parámetros, para discriminar entre los distintos modelos de adopción de

tecnologías y sus componentes, así como también, generaron la información base para el desarrollo de la metodología.

En las siguientes páginas, se encontrará con variada información de base teórica que respalda el diseño final de la metodología que se presenta en este documento, así como, información que permite obtener un acercamiento por parte de la Pyme al concepto Comercio electrónico. Así, se entenderá que la información que aquí presentada tiene un carácter teórico, dado que la finalidad será proponer una metodología de adopción de Comercio electrónico, que sea aplicable a futuro en la Pyme.