



Asociación Latinoamericana de Facultades y
Escuelas de Contaduría y Administración



III CONGRESO Del 14 al 17 de Octubre
LATINOAMERICANO
DE ESTUDIANTES DE **2015**
CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
LIMA - PERÚ



Aplicación de la Matriz de Ansoff al Comercio Electrónico.

Carlos Arturo García Ortiz

Universidad Nacional de Colombia



SITUACIÓN PROBLEMÁTICA

Se presenta cuando las empresas incursionen en nuevos mercados de la forma tradicional, es decir desplazando la compañía al territorio donde va a ingresar. Los inversionistas tienen altos niveles de riesgo, ya que deben destinar grandes sumas de dinero en este tipo de proyectos, por lo cual algunos inversionistas se ven limitados para expandir su nicho de mercado.

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

➤ **Pregunta Principal**

¿Cuál es la relación que existe entre la planeación estratégica basada en la Matriz de Ansoff y el Comercio Electrónico?

➤ **Pregunta Secundaria**

¿Cómo podrán ayudar la matriz de Ansoff y el Comercio Electrónico en la disminución del riesgo en nuevas inversiones?

JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Esta investigación es pertinente debido al auge que se presenta por la comercialización en internet, así que aparece la necesidad de indagar en estos temas como facilitadores del desarrollo.



OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN

➤ **Objetivo Principal**

Contribuir teóricamente a que las organizaciones disminuyan el riesgo de inversión en nuevos mercados, mediante la interacción de la matriz de Ansoff y el comercio electrónico.

➤ **Objetivo Secundario**

Identificar las características que tienen la matriz de Ansoff y el Comercio Electrónico en pro de la disminución del riesgo.

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

- Ansoff, H. (1965). *Corporate Strategy*. estados unidos : McGraw-Hill Inc.,US.
- Lobatón, J. I. (2006). ¿La Matriz de Ansoff, sigue vigente cuarenta años después? *Revista del Departamento Académico*, 40-44.
- Özlen, M. K. (2013). *Consumers' Perceptions about E-commerce Activities of Bosnian Companies*. Pakistan: International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences.
- Michalowska, M., Kotylak, S., & Danielak, W. (2015). Forming relationships on the e-commerce market as a basis to build loyalty and create value for the costumer. Empirical findings. *Management (1429-9321)*, 19 (1), 17.

FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS

➤ **Hipótesis General**

Existe una relación directa entre la matriz de Ansoff y el comercio electrónico como facilitadores para la disminución del riesgo.

➤ **Hipótesis Secundaria**

El comercio electrónico disminuye el riesgo en la diversificación y desarrollo de nuevos mercados ya que las inversiones son de cuantía menor.

METODOLOGÍA

Se hace un acercamiento teórico que explica la importancia que tiene la implementación de la matriz de Ansoff y el comercio electrónico en el desarrollo de nuevos mercados.



RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

Se concluye que al implementar el comercio electrónico como herramienta para penetrar en nuevos mercados, se disminuirá el riesgo en estos negocios ya que las inversiones serán de cuantía menor.

		Productos	
		Existentes	Nuevos
Mercados	Existentes	Penetración de mercado.	Desarrollo de productos o diferenciación.
	Nuevos	Desarrollo de mercados. Implementación de e-commerce	Diversificación. Implementación del e-commerce.

PRINCIPALES APORTES DE LA INVESTIGACIÓN

- Una herramienta innovadora que facilita la penetración en nuevos mercados.
- Dar a conocer a las empresas una nueva manera de hacer una planeación estratégica mas eficiente.
- Muestra la disminución del riesgo como otra característica fundamental del comercio electrónico.



CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- Se debería realizar una aproximación empírica de esta aplicación donde se recolecten datos que afirmen o refuten la teoría.
- El comercio electrónico, además de reducir el riesgo en las empresas, también se considera como fuente de desarrollo.
- Si la compañía decide utilizar el comercio electrónico, deberá enfocarse en generar confianza y seguridad en sus clientes, ya que de estos depende el éxito de la expansión del mercado.