



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



E-READINESS, E-COMMERCE Y LAS PYMES.

JULIÁN GIL MAYORQUÍN

UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA



SITUACIÓN PROBLEMÁTICA

Las TIC's han generado cambio tanto en las personas como en las organizaciones, ya que estas herramientas han permitido hacer corto los espacios largos y ampliar la proyección del negocio por medio del comercio electrónico. Por lo cual las empresas que tengan claro los factores del e-readiness que afectan la explotación de estos medios en las Pymes de Colombia es importante para que puedan afrontar la globalización.

JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Las empresas al tener claro los factores del e-readiness haría más fácil el proceso de adopción del e-commerce, debido a que estos factores son los que miden la aptitud que posee la empresa para poder adoptar este nuevo medio.

OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN

➤ **Objetivo General**

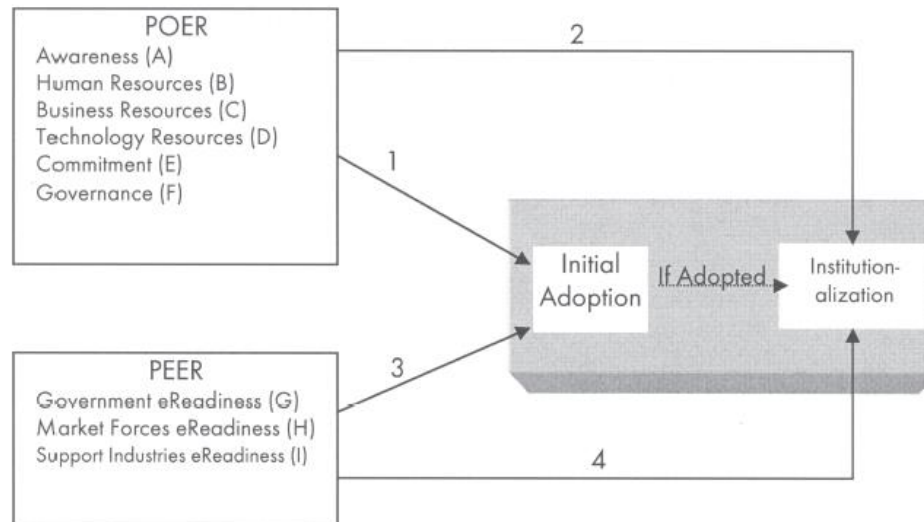
-Analizar los factores del e-readiness en la adopción del e-commerce en las Pymes en Colombia.

➤ **Objetivos Específicos**

-Identificar cuáles son los factores del e-readiness que inciden en la adopción del e-commerce en las Pymes en Colombia.

-Describir los factores del e-readiness que inciden en la adopción del e-commerce en las Pymes en Colombia.

Modelo de Comercio Electrónico de la adopción para las empresas en los países en desarrollo. (Molla & Licjer, 2005)



Percepción de Preparación Electrónica Organizacional. (POER)

Percepción de la Preparación Electrónica Externa. (PEER)

FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS

➤ **Hipótesis**

- Una correcta identificación y uso del e-readiness mejorara la adopción del e-commerce en las Pymes

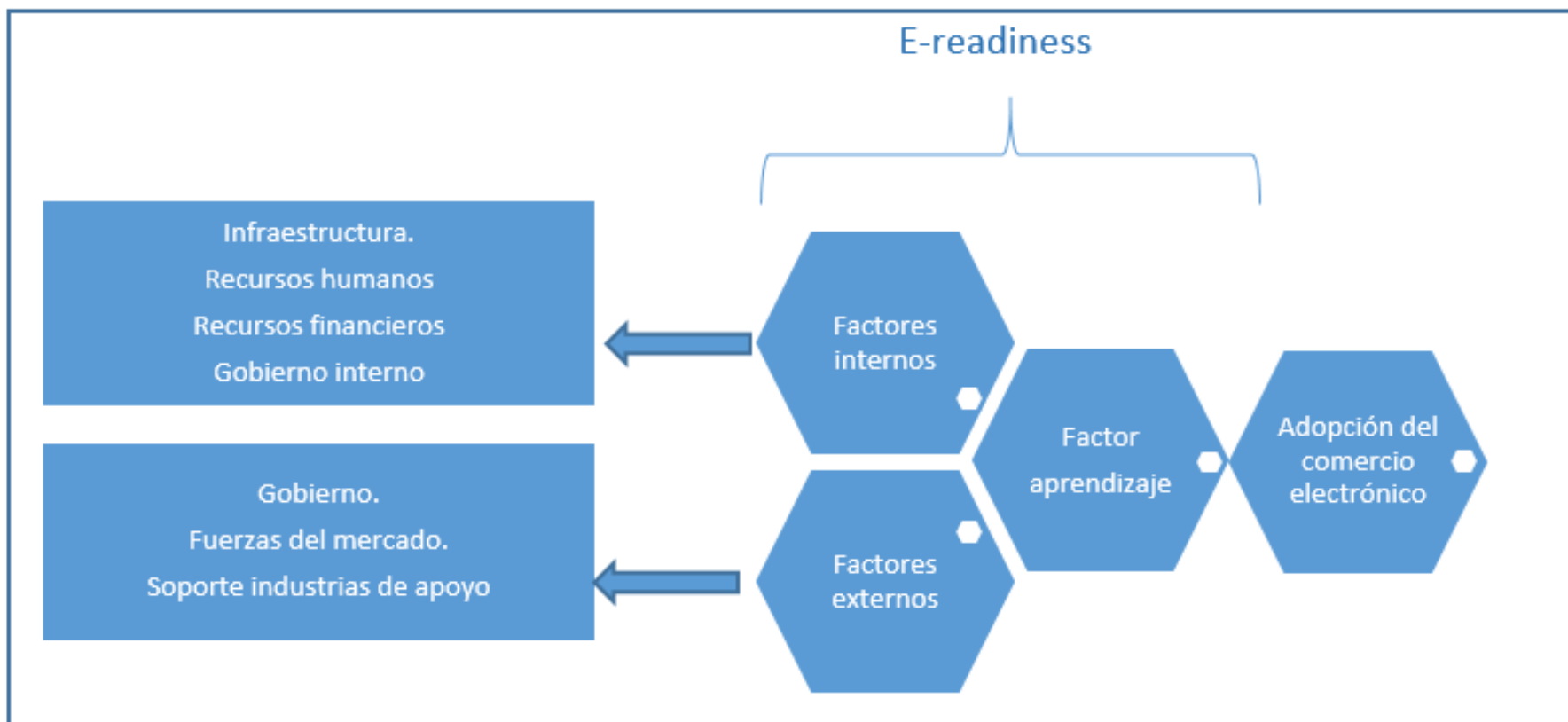
METODOLOGÍA

Se hizo un estudio exploratorio, descriptivo y explicativo. Por medio del análisis, síntesis e inducción.

¿Qué es el e-readiness?

El e-readiness es el encargado de identificar la aptitud que poseen las organizaciones, gobiernos o personas respecto a los medios digitales y las Tecnologías de Información y Comunicación, TICs (Upadhyay, 2013; Rao, 2003).

Evolución del modelo de molla y licjer: comercio electrónico de la adopción para las empresas en los países en desarrollo.



PRINCIPALES APORTES DE LA INVESTIGACIÓN

El análisis, identificación y descripción de los factores del e-readiness que afectan la adopción del e-commerce en las Pymes de Colombia. Teniendo en cuenta la capacidad de las personas y las organizaciones de aprender y adaptarse a la situación del momento.



CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- El e-readiness es importante en las Pymes, debido a que les permite mejorar la posibilidad de adaptar el e-commerce.
- Se encuentra un factor que no se le brinda la importancia que merece, el e-learning, el permite el aprendizaje tanto de las personas como de las organizaciones.
- Se recomienda buscar un modelo numérico por el cual se pueda evaluar la evolución del modelo de comercio electrónico de la adopción para las empresas en los países en desarrollo.

