

Instrumento de medición para la obtención de datos para la investigación

Título de la tesis: Evaluación de factores que inciden en la adopción de plataformas de comercio electrónico por parte de empresas madereras en Colombia

Datos de contacto del investigador principal: Steven Bernal, Universidad Distrital Francisco José de Caldas, Ingeniero Forestal, Estudiante de Maestría en Manejo, Uso y Conservación del Bosque sabernaln@udistrital.edu.co

Resumen

Los retos y desafíos para las empresas forestales en el mercado electrónico de la madera en Colombia han venido aumentando debido a diversos factores que inciden en su adopción. Se ha demostrado que para la adopción de comercio electrónico se encuentran incidiendo diferentes factores de tipo Tecnológicos, Organizacionales y de Entorno (TOE), los cuales inciden en la toma de decisiones por parte de las empresas. En este estudio, se busca evaluar los factores que inciden en la adopción de plataformas de comercio electrónico por parte de empresas madereras en Colombia. Para esto, se realiza una continua revisión de literatura científica que permita identificar los factores, se realizará una encuesta a 216 empresas registradas en la plataforma Elija Madera Legal, las cuales cuentan con un buen nivel de representatividad en el contexto colombiano. Para evaluar la incidencia de los factores, se busca construir un índice de adopción de comercio electrónico (IACE) para cada empresa, basado en un Análisis de Componentes Principales donde se identificarán los factores que presentan un mayor peso específico y que se consideran como aquellos que mayor relevancia presentan con respecto a la adopción de comercio electrónico.

De acuerdo con la revisión de literatura especializada, algunos de los principales factores son: Ventaja relativa, expectativa de esfuerzo, comunicación (tecnológicos), preparación tecnológica, integración tecnológica, manejo de obstáculos, certificación de las empresas (organizacionales), marco regulatorio, inequidad, informalidad, trazabilidad (entorno), los cuales, han sido identificados como aquellos que mayor incidencia presentan en la adopción de comercio electrónico para el sector forestal y sobre los cuales es pertinente realizar el análisis.

Se espera que estos hallazgos presenten implicaciones significativas sobre el eslabón de la comercialización de la madera por parte de diferentes empresas en el contexto colombiano, especialmente las pequeñas. Esto se resalta en la medida que la evaluación de los factores de TOE, permiten entender el comportamiento de las empresas referente a la adopción de tecnologías, y así mismo, comprende información útil para diferentes actores que se encuentran inmersos en la cadena de la comercialización de la madera, así como para las principales organizaciones económicas e instituciones interesadas en el fortalecimiento de la industria de la madera en Colombia.

Objetivo General

- Evaluar los factores que inciden en la adopción de plataformas de comercio electrónico por parte de empresas madereras en Colombia.



Objetivos Específicos

- Caracterizar las empresas madereras en Colombia que tengan un nivel representativo en el mercado.
- Identificar los factores de tecnología, organización y entorno que inciden en la adopción de plataformas de comercio electrónico de productos forestales maderables por parte de empresas madereras en Colombia.
- Analizar los factores de TOE y su incidencia en la adopción de plataformas de comercio electrónico por parte de las empresas madereras.

Hipótesis Planteadas

Con la ejecución del proyecto de investigación se plantea probar dos hipótesis a nivel general:

H1: En la medida que una empresa presente condiciones más favorables a nivel interno, mayor potencial de adopción de tecnologías tendrá.

H2: Los factores TOE pueden incidir de manera positiva o negativa en la adopción de comercio electrónico por parte de las empresas madereras.

Instrumento de medición

Se presenta ahora el instrumento de medición diseñado de acuerdo con la revisión de bibliografía y la aplicación del marco TOE para determinar la influencia de factores en la adopción de comercio electrónico. La encuesta contiene 3 componentes, la caracterización general de las empresas que comercializan diferentes tipos de productos maderables; la identificación de factores y su incidencia para las empresas en procesos de adopción de comercio electrónico y por último se centra en la percepción de las empresas con respecto a la adopción de comercio electrónico, tanto para los que han adoptado, como los que no.

Accede a la encuesta [aquí](#).

