

RA MANUFACTURAS

ENCUESTA SOBRE COMERCIO ELECTRÓNICO

Los autores de la encuesta: Juan David Tabares Acevedo y Fausto José Ramos Martínez la realizan con el fin de llevar a cabo su proyecto de grado sobre comercio electrónico para la facultad de administración de empresas de la universidad Santo Tomás.

La siguiente encuesta se realiza con fines netamente académicos, se lleva a cabo con el fin de indagar sobre comercio electrónico en el sector autopartes de la ciudad de Bogotá, al final de la investigación le será retroalimentada la información que surja de esta.

Encuesta tipo abierta.

1. ¿Qué sabe usted sobre comercio electrónico?

medio

2. ¿Alguna vez ha recibido propuestas de implementación de comercio electrónico?

Sí ☒

No ☐

¿Qué tipo de propuesta?

tercerización, CRM

3. ¿su empresa cuenta con página web, Facebook, twitter, en donde promocioe o venda sus productos?

Sí ☒

No ☐

Página web → informativa
Facebook.

4. (Sí la respuesta a la pregunta anterior es SI), ¿cuenta con una persona encargada que administre esas redes sociales?

Si ☐

No ☒

5. Si la respuesta de la pregunta 3 es NO, ¿Tendría interés en implementar soluciones de comercio electrónico?

Sí ☒

No ☐

¿Por qué?

6. ¿Ha realizado compras a través de internet ya sea de materias primas o insumos que tengan que ver con su proceso productivo?

Sí ☒

No ☐

¿Con qué frecuencia? 2 meses.

7. ¿Considera que el comercio electrónico traería beneficios a su empresa?

Sí ☒

No ☐

¿Por qué? (de qué tipo) rentabilidad, ventaja competitiva, dar a conocer la empresa

8. ¿En qué aspectos considera que tendría más impacto la implementación de comercio electrónico?

Ventas, cultura organizacional, cambios organizacionales, relación con clientes, otro ¿cuál? ventaja competitiva.

9. ¿alguna vez ha utilizado el internet para contactar o conseguir nuevos proveedores y /o clientes?

Sí ☒ (frecuencia) (¿funciona?)

muy de vez en cuando y ha funcionado.

No ☐ (¿Por qué?)

10. ¿Encuentra barreras en la implementación de soluciones de comercio Electrónico en su empresa?

Sí ☒

No ☐

11. ¿Qué tipo de barreras?

no cuentan con una persona adecuada.
capacitación

Inversión, cultura organizacional, resistencia al cambio, cultura tecnológica, otro ¿cuál?

12. ¿En su empresa hay disposición frente a cambios tecnológicos que se dan en los distintos procesos que se llevan a cabo en su empresa?

Sí ☒

No ☐

¿Por qué?

13. ¿Qué importancia le otorga al comercio electrónico como estrategia comercial en el sector de autopartes?

(Mucha, poca o le es indiferente)



RA MANUFACTURAS

3/02/2017

ENCUESTA SOBRE COMERCIO ELECTRÓNICO

Incampi

Los autores de la encuesta: Juan David Tabares Acevedo y Fausto José Ramos Martínez la realizan con el fin de llevar a cabo su proyecto de grado sobre comercio electrónico para la facultad de administración de empresas de la universidad Santo Tomás.

La siguiente encuesta se realiza con fines netamente académicos, se lleva a cabo con el fin de indagar sobre comercio electrónico en el sector autopartes de la ciudad de Bogotá, al final de la investigación le será retroalimentada la información que surja de esta.

Encuesta tipo abierta.

1. ¿Qué sabe usted sobre comercio electrónico?

Mucho

2. ¿Alguna vez ha recibido propuestas de implementación de comercio electrónico?

Sí ☒

No ☐

¿Qué tipo de propuesta?

Implementación comercio electrónico hace año y medio
↑
Hijo del dueño.

3. ¿Su empresa cuenta con página web, Facebook, twitter, en donde promocióne o venda sus productos?

Sí ☒

No ☐

página web → sí tiene carrito
Facebook
Twitter

4. (Si la respuesta a la pregunta anterior es SI), ¿cuenta con una persona encargada que administre esas redes sociales?

Sí ☒

No ☐

5. Si la respuesta de la pregunta 3 es NO, ¿Tendría interés en implementar soluciones de comercio electrónico?

Sí ☒

No ☐

¿Por qué?

6. ¿Ha realizado compras a través de internet ya sea de materias primas o insumos que tengan que ver con su proceso productivo?

Sí ☒

No ☐

¿Con qué frecuencia? *Mensual*

7. ¿Considera que el comercio electrónico traería beneficios a su empresa?

Sí ☒

No ☐

¿Por qué? (de qué tipo) *pagos*

8. ¿En qué aspectos considera que tendría más impacto la implementación de comercio electrónico?

ventas, cultura organizacional, cambios organizacionales, *relación con clientes*, *nuevos mercados* otro ¿cuál?

9. ¿alguna vez ha utilizado el internet para contactar o conseguir nuevos proveedores y /o clientes?

Sí ☒ (frecuencia) (¿funciona?)

No ☐ (¿Por qué?)

10. ¿Encuentra barreras en la implementación de soluciones de comercio Electrónico en su empresa?

Sí ☐

No ☒

11. ¿Qué tipo de barreras?

Inversión, cultura organizacional, resistencia al cambio, cultura tecnológica, otro mercado ¿cuál?

12. ¿En su empresa hay disposición frente a cambios tecnológicos que se dan en los distintos procesos que se llevan a cabo en su empresa?

Sí ☒

No ☐

¿Por qué?

13. ¿Qué importancia le otorga al comercio electrónico como estrategia comercial en el sector de autopartes?

(Mucha, poca o le es indiferente)



Coltak.

ENCUESTA SOBRE COMERCIO ELECTRÓNICO

Los autores de la encuesta: Juan David Tabares Acevedo y Fausto José Ramos Martínez la realizan con el fin de llevar a cabo su proyecto de grado sobre comercio electrónico para la facultad de administración de empresas de la universidad Santo Tomás.

La siguiente encuesta se realiza con fines netamente académicos, se lleva a cabo con el fin de indagar sobre comercio electrónico en el sector autopartes de la ciudad de Bogotá, al final de la investigación le será retroalimentada la información que surja de esta.

Encuesta tipo abierta.

1. ¿Qué sabe usted sobre comercio electrónico?

Poco

2. ¿Alguna vez ha recibido propuestas de implementación de comercio electrónico?

Sí ☒

No ☐

¿Qué tipo de propuesta?

creación de redes sociales

3. ¿su empresa cuenta con página web, Facebook, twitter, en donde promoció o vendió sus productos?

Sí ☒

No ☐

Facebook
página web → informativa
twitter → do soletto.

4. (Si la respuesta a la pregunta anterior es SI), ¿cuenta con una persona encargada que administre esas redes sociales?

Si ☐

No ☒

5. Si la respuesta de la pregunta 3 es NO, ¿Tendría interés en implementar soluciones de comercio electrónico?

Sí

No ~~X~~

¿Por qué?

6. ¿Ha realizado compras a través de internet ya sea de materias primas o insumos que tengan que ver con su proceso productivo?

Sí ~~X~~

No

¿Con qué frecuencia?

7. ¿Considera que el comercio electrónico traería beneficios a su empresa?

Sí ~~X~~

No

¿Por qué? (de qué tipo)

8. ¿En qué aspectos considera que tendría más impacto la implementación de comercio electrónico?

Ventas, cultura organizacional, cambios organizacionales, relación con clientes, otro ¿cuál?

9. ¿alguna vez ha utilizado el internet para contactar o conseguir nuevos proveedores y /o clientes?

Sí ~~X~~ (frecuencia) (¿funciona?)

No (¿Por qué?)

10. ¿Encuentra barreras en la implementación de soluciones de comercio Electrónico en su empresa?

Sí ~~X~~

No

11. ¿qué tipo de barreras?

no hay quien se encargue del tema

Inversión, cultura organizacional, resistencia al cambio, cultura tecnológica, otro ¿cuál?

12. ¿En su empresa hay disposición frente a cambios tecnológicos que se dan en los distintos procesos que se llevan a cabo en su empresa?

Sí

No X

¿Por qué?

13. ¿Qué importancia le otorga al comercio electrónico como estrategia comercial en el sector de autopartes?

(Mucha, poca o le es indiferente)

Aliciana Rocio Suarez
www.coltakeonline.com
NIT: 900.589.189-1
10-02-2017

COLTAK.

Royal Master.

ENCUESTA SOBRE COMERCIO ELECTRÓNICO

Los autores de la encuesta: Juan David Tabares Acevedo y Fausto José Ramos Martínez la realizan con el fin de llevar a cabo su proyecto de grado sobre comercio electrónico para la facultad de administración de empresas de la universidad Santo Tomás.

La siguiente encuesta se realiza con fines netamente académicos, se lleva a cabo con el fin de indagar sobre comercio electrónico en el sector autopartes de la ciudad de Bogotá, al final de la investigación le será retroalimentada la información que surja de esta.

Encuesta tipo abierta.

1. ¿Qué sabe usted sobre comercio electrónico?

poco.

2. ¿Alguna vez ha recibido propuestas de implementación de comercio electrónico?

Sí ☒

No ☐

¿Qué tipo de propuesta?

creación de página web, carrito de compras

3. ¿su empresa cuenta con página web, Facebook, twitter, en donde promoció o venda sus productos?

Sí ☒

No ☐

página web → carrito de compras
Facebook.

4. (Si la respuesta a la pregunta anterior es SI), ¿cuenta con una persona encargada que administre esas redes sociales?

Sí ☒

No ☐

5. Si la respuesta de la pregunta 3 es NO, ¿Tendría interés en implementar soluciones de comercio electrónico?

Sí ☒

No ☒

¿Por qué?

6. ¿Ha realizado compras a través de internet ya sea de materias primas o insumos que tengan que ver con su proceso productivo?

Sí ☒

No ☐

¿Con qué frecuencia? 3 meses.

7. ¿Considera que el comercio electrónico traería beneficios a su empresa?

Sí ☒

No ☐

¿Por qué? (de qué tipo) visibilidad, ventas

8. ¿En qué aspectos considera que tendría más impacto la implementación de comercio electrónico?

Ventas, cultura organizacional, cambios organizacionales, relación con clientes, otro ¿cuál?

9. ¿alguna vez ha utilizado el internet para contactar o conseguir nuevos proveedores y /o clientes?

Sí ☐ (frecuencia) (¿funciona?)

No ☒ (¿Por qué?) no es necesario.

10. ¿Encuentra barreras en la implementación de soluciones de comercio Electrónico en su empresa?

Sí ☒

No ☐

11. ¿Qué tipo de barreras?

Inversión, cultura organizacional, resistencia al cambio, Falta de conocimiento, cultura tecnológica, otro ¿cuál?

12. ¿En su empresa hay disposición frente a cambios tecnológicos que se dan en los distintos procesos que se llevan a cabo en su empresa?

Sí

No X

¿Por qué?

13. ¿Qué importancia le otorga al comercio electrónico como estrategia comercial en el sector de autopartes?

(Mucha, poca o le es indiferente)

Mucha

ROYAL MASTER.

FAICOL

ENCUESTA SOBRE COMERCIO ELECTRÓNICO

Los autores de la encuesta: Juan David Tabares Acevedo y Fausto José Ramos Martínez la realizan con el fin de llevar a cabo su proyecto de grado sobre comercio electrónico para la facultad de administración de empresas de la universidad Santo Tomás.

La siguiente encuesta se realiza con fines netamente académicos, se lleva a cabo con el fin de indagar sobre comercio electrónico en el sector autopartes de la ciudad de Bogotá, al final de la investigación le será retroalimentada la información que surja de esta.

Encuesta tipo abierta.

1. ¿Qué sabe usted sobre comercio electrónico?

poco.

2. ¿Alguna vez ha recibido propuestas de implementación de comercio electrónico?

Sí ☒

No ☐

¿Qué tipo de propuesta?

mejoramiento de página web.

3. ¿su empresa cuenta con página web, Facebook, twitter, en donde promocióne o venda sus productos?

Sí ☒

No ☐

página web → sin carrito, informativa
twitter → obsoleto.

4. (Sí la respuesta a la pregunta anterior es SI), ¿cuenta con una persona encargada que administre esas redes sociales?

Si ☐

No ☒

5. Si la respuesta de la pregunta 3 es NO, ¿Tendría interés en implementar soluciones de comercio electrónico?

Sí ☒

No ☐

¿Por qué?

6. ¿Ha realizado compras a través de internet ya sea de materias primas o insumos que tengan que ver con su proceso productivo?

Sí ☐

No ☒

¿Con qué frecuencia?

otro tipo de cosas
2 meses

7. ¿Considera que el comercio electrónico traería beneficios a su empresa?

Sí ☒

No ☐

¿Por qué? (de qué tipo)

8. ¿En qué aspectos considera que tendría más impacto la implementación de comercio electrónico?

Ventas, cultura organizacional, cambios organizacionales, relación con clientes, otro tecnológico ¿cuál?

9. ¿alguna vez ha utilizado el internet para contactar o conseguir nuevos proveedores y /o clientes?

Sí ☐ (frecuencia) (¿funciona?)

No ☒ (¿Por qué?) no es necesario.

10. ¿Encuentra barreras en la implementación de soluciones de comercio Electrónico en su empresa?

Sí ☒

No ☐

11 ¿Qué tipo de barreras?

tecnología

Inversión, cultura organizacional, resistencia al cambio, cultura tecnológica, otro ¿cuál?

12. ¿En su empresa hay disposición frente a cambios tecnológicos que se dan en los distintos procesos que se llevan a cabo en su empresa?

Sí ☒

No ☐

¿Por qué?

13. ¿Qué importancia le otorga al comercio electrónico como estrategia comercial en el sector de autopartes?

(Mucha, poca o le es indiferente)

Derly Buitrago.

FAICOL

AUTOCARPET.

ENCUESTA SOBRE COMERCIO ELECTRÓNICO

Los autores de la encuesta: Juan David Tabares Acevedo y Fausto José Ramos Martínez la realizan con el fin de llevar a cabo su proyecto de grado sobre comercio electrónico para la facultad de administración de empresas de la universidad Santo Tomás.

La siguiente encuesta se realiza con fines netamente académicos, se lleva a cabo con el fin de indagar sobre comercio electrónico en el sector autopartes de la ciudad de Bogotá, al final de la investigación le será retroalimentada la información que surja de esta.

Encuesta tipo abierta.

1. ¿Qué sabe usted sobre comercio electrónico?

Mucho.

2. ¿Alguna vez ha recibido propuestas de implementación de comercio electrónico?

Sí ☒

No ☐

¿Qué tipo de propuesta?

tercerización (infraestructura → empresa)

3. ¿su empresa cuenta con página web, Facebook, twitter, en donde promocióne o venda sus productos?

Sí ☒

No ☐

página web → carrito de compras
Facebook
Twitter
mercado libre
olx.

4. (Sí la respuesta a la pregunta anterior es SI), ¿cuenta con una persona encargada que administre esas redes sociales?

Sí ☒

No ☐

hijo del dueño.

5. Si la respuesta de la pregunta 3 es NO, ¿Tendría interés en implementar soluciones de comercio electrónico?

Sí ☒

No ☐

¿Por qué?

6. ¿Ha realizado compras a través de internet ya sea de materias primas o insumos que tengan que ver con su proceso productivo?

Sí ☒

No ☐

¿Con qué frecuencia?

7. ¿Considera que el comercio electrónico traería beneficios a su empresa?

Sí ☒

No ☐

¿Por qué? (de qué tipo) *llegada a más clientes.*

8. ¿En qué aspectos considera que tendría más impacto la implementación de comercio electrónico?

Ventas, cultura organizacional, cambios organizacionales, relación con clientes, otro ¿cuál?

9. ¿alguna vez ha utilizado el internet para contactar o conseguir nuevos proveedores y /o clientes?

Sí ☐ (frecuencia) (¿funciona?)

No ☒ (¿Por qué?) *no es necesario.*

10. ¿Encuentra barreras en la implementación de soluciones de comercio Electrónico en su empresa?

Sí ☒

No ☐

11. ¿Qué tipo de barreras?

Inversión, cultura organizacional, resistencia al cambio, cultura tecnológica, otro *competencia* ¿cuál?

12. ¿En su empresa hay disposición frente a cambios tecnológicos que se dan en los distintos procesos que se llevan a cabo en su empresa?

Sí ☒

No ☐

¿Por qué?

13. ¿Qué importancia le otorga al comercio electrónico como estrategia comercial en el sector de autopartes?

(Mucha, poca o le es indiferente)

AUTOCARPET

ANCOVI MOTORS
Cel. 320 442 9508
316 224 0257