

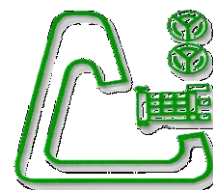


UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE TAMAULIPAS

FACULTAD DE

COMERCIO Y ADMINISTRACIÓN VICTORIA

DIVISIÓN DE ESTUDIOS DE POSGRADO E INVESTIGACIÓN



TESIS.

**“FACTORES DE ÉXITO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO EN LAS PYME’S DE
CIUDAD VICTORIA, TAMAULIPAS, MÉXICO.”**

Para obtener el grado de

**“MAESTRO EN DIRECCIÓN EMPRESARIAL CON ENFASIS
EN SISTEMAS Y COMERCIOS ELECTRÓNICOS.”**

Presentada por

ING. MARTIN LEDEZMA MUÑOZ

Director de tesis.

Dr. Héctor Gabino Aguirre Ramirez.

Asesor metodológico.

Dr. Rafael Beca Pumarejo.

Cd. Victoria, Tamaulipas, México

Fecha 6 de octubre de 2016.

Contenido

FACTORES DE ÉXITO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO EN LAS PYME'S DE CIUDAD VICTORIA, TAMAULIPAS, MÉXICO.	5
CAPITULO 1. INTRODUCCIÓN.....	5
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.	8
1.2. ANTECEDENTES.	9
1.3. OBJETIVOS.	13
1.4. JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO.	14
1.5. DELIMITACIONES.....	15
CAPITULO 2. MARCO TEORICO.....	16
2.1. INTERNET EMPRESARIAL EN MÉXICO.	16
2.1.1. ESPERANZA DE VIDA DE LOS NEGOCIOS EN TAMAULIPAS.	16
2.1.2. LAS PYMES.....	19
2.1.3. TAMAULIPAS Y LAS PYMES.....	21
2.1.4. EL CAMBIO ORGANIZACIONAL.	23
2.1.5. PROCESO DE CAMBIO.	24
2.1.6. FACTORES DE CAMBIO.	34
2.1.7. ALCANCE DEL INTERNET Y EL COMERCIO ELECTRÓNICO EN MÉXICO.	38
2.1.8. HÁBITOS DEL CONSUMIDOR EN MÉXICO.....	39
2.1.9. HÁBITOS DEL USUARIO EN INTERNET 2007.	40
2.1.10. HÁBITOS DEL USUARIO DE INTERNET 2013.	44
2.1.11. HISTORIA DEL COMERCIO ELECTRÓNICO EN MÉXICO.	50
2.1.12. HISTORIA DEL COMERCIO ELECTRÓNICO 2007.....	50
2.1.13. HISTORIA DEL COMERCIO ELECTRÓNICO 2013.....	56
2.2. COMERCIO ELECTRONICO.	64
2.2.1. VENTAJAS Y DESVENTAJAS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO.	65
2.2.2. PRINCIPALES FACTORES DE ÉXITO EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO.	67
2.2.3. CASOS DE ÉXITO EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO.....	85
2.2.4. ECOMERCE AWARDS 2011.	88
2.3. LEGISLACIÓN DEL COMERCIO ELECTRÓNICO EN MEXICO.	92
2.3.1. MARCO JURIDICO NACIONAL.....	92
2.3.2. MÉXICO Y EL TRATADO DE LIBRE COMERCIO.	92

2.3.3. LINEAMIENTOS INTERNACIONALES.	97
2.3.4. MEDIDAS DE PRECAUCIÓN.....	97
CAPITULO 3. METODOLOGÍA Y RESULTADOS.	99
3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN, ALCANCE Y ENFOQUE.	99
3.2. POBLACION DE ESTUDIO/MUESTRA.	100
3.3. HIPOTESIS.	101
3.4. RESULTADOS.	102
3.5 CONCLUSIONES.	110
3.6 RECOMENDACIONES.	112
BIBLIOGRAFÍA.	113