**Estrategias colaborativas para la generación de confianza en escenarios  
de e-commerce**



Anteproyecto de Trabajo de Grado

**José Gregorio Hernández Hurtado**

Director: xxxxx xxxxxx xxxxxx xxxxx

Codirector: PhD. César Alberto Collazos Ordóñez

Universidad del Cauca

**Facultad de Ingeniería Electrónica y Telecomunicaciones**

**Departamento de Sistemas**

1**Grupo de I+D en Ingeniería de Software (IDIS)**

Popayán, Septiembre de 2018

**TABLA DE CONTENIDO**

1. Planteamiento del problema 3

2. Estado del arte 3

3. Objetivos 3

3.1.Objetivo general 3

3.2.Objetivos específicos (OE) 4

4. Actividades y cronograma 4

5. Recursos, Presupuesto y fuentes de Financiación 4

6. Condiciones de entrega 5

7. Referencia bibliografíca 5

8. Acta de propiedad intelectual 5

# Planteamiento del problema

Según cifras del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones de Colombia, entidad encargada del sector TIC Colombiano, la penetración de Internet en el país llegó a 61,4% de la población, el número de conexiones a Internet de banda ancha en Colombia llegó a 30,3 millones en el último trimestre del 2017, 6,4% más que en el tercer trimestre del mismo año, cuando se registraron 28,4 millones [1], es así que el acceso a internet y las nuevas tecnologías se está masificando y avanzando a pasos agigantados, llegando cada vez a más personas permitiendo ampliar las posibilidades a las que tienen acceso, un ejemplo de esto es el comercio electrónico, comercio por internet, comercio en línea (en adelante e-commerce[[1]](#footnote-1)) enfocado en la compra y venta de artículos ya sean bienes o servicios a través de medios digitales, las compras en este tipo de plataformas se ha popularizado en los últimos años, siendo uno de los ámbitos de mayor crecimiento a nivel mundial, sin embargo muchos de los usuarios potenciales no utilizan o aprovechan la extensa gama de oportunidades existentes en internet, esto se debe a que en gran medida existe un problema de confianza (falta o ausencia de esta), la confianza inicial es muy importante para las ventas exitosas y atrae a los usuarios. Los signos y símbolos, la apariencia del diseño web y la reputación de los vendedores son muy eficaces para crear una confianza básica. "Barry" se refiere a la confianza como una poderosa herramienta de marketing[[2]](#footnote-2). Según los estudios de Fui-Hoon, los clientes deciden comprar en línea solo por confianza, uno de los requisitos esenciales en el comercio electrónico es la confianza [2]. La falta de confianza es una de las mayores barreras que inhiben el comercio en línea entre compradores y vendedores que no están familiarizados entre sí [3]. (se podría extender mas hablando sobre: ubicaciones geográficas apartadas, el concepto de e-trust que divide a los académicos, como confiar en lo intangible, )

Los usuarios en su gran mayoría no practican el e-commerce por temor a que su dinero se vea comprometido o sea robado, además existe la posibilidad de que no se reciba el producto por el que se pagó, o porque es tal la desconfianza ante la contraparte, ya que no se tiene contacto físico directo, además existe el riesgo de que el vendedor no cumpla y llegar a ser víctima de estafa.

Otro aspecto que vale la pena resaltar es la falta de experiencia por parte de algunos usuarios, sobre el uso de las plataformas de e-commerce, cuales son los procedimientos correctos para realizar compras y como evitar caer en trampas de usuarios inescrupulosos que buscan aprovechar esa falta de experiencia.

Ya que el e-commerce es nuevo para muchos usuarios de internet, existe una gran falta de información sobre los posibles riesgos a los que se está expuesto en las diferentes plataformas que ofrecen estos servicios, falta de información aprovechada por algunos delincuentes que ven una oportunidad para sacar beneficio propio a costa de algunos usuarios desinformados.

Las posibilidades y ventajas del e-commerce son muchas, algunas que vale la pena resaltar es la posibilidad de realizar compras alrededor del mundo, con vendedores que de otro modo sería imposible realizar transacciones comerciales, además las distancias geográficas ya no son un problema para poder adquirir productos que no se encuentran fácilmente en el entorno físico, se abre un abanico de posibilidades que muchas personas no aprovechan, por lo mencionado anteriormente la falta de confianza en el e-commerce.

--------------------------------------------------

Las personas no aprovechas las opciones que tienen a su alcance para comprar en medios digitales

Las personas no utilizan estos medios digitales para realizar compras

Existen muchos riesgos a la hora de realizar compras en internet

Las personas sienten desconfianza

Existe miedo a que sean estafados

Existe desinformación sobre posibles riesgos y problemas que podrían surgir al momento de realizar compras en plataformas de e-commerce

(YA)\_Problema de confianza

(YA)\_La confianza es fundamental

(YA)\_Las personas no compran por miedo (robo - tumben)

La colaboración (introducir el tema)

Como la colaboración podría ayudar a solucionar

Introducir la pregunta del proyecto.

En la definición del problema de estudio es fundamental identificar claramente la(s) pregunta(s) que se quiere(n) resolver y el problema concreto a cuya solución o entendimiento se contribuirá con la ejecución del proyecto de investigación. Por lo tanto se recomienda hacer una descripción precisa y completa de la naturaleza y magnitud del problema y justificar la necesidad de la investigación en términos del desarrollo del país y/o del aporte al conocimiento científico global.

Usados Borrar

La tecnología cada vez avanza a pasos agigantados

Las nuevas tecnologías llegan cada vez a más personas

Las compras en plataformas de e-commerce se han popularizado y tomado fuerza

Los clientes deciden comprar en línea solo por confianza 111

Los signos y símbolos la apariencia del sitio web y la reputación de los agentes son muy eficaces para crear una confianza básica 111

A partir de lo anterior surge la siguiente pregunta de investigación que se busca responder con la ejecución de este proyecto: ***¿Cómo a partir de la generación de estrategias colaborativas lograr que las personas participen y se genere confianza en escenarios de e-commerce?*** La respuesta a esta pregunta no es fácil, y aunque en la literatura consultada se logra evidenciar que existen algunas iniciativas relacionadas especialmente con la definición de plataformas de comercio colaborativo, no se ha tenido en cuenta la definición de estrategias colaborativas para la generación de confianza en plataformas de e-commerce ya existentes.

# Estado del arte

En esta sección se presenta el estado actual del conocimiento del problema, que corresponde a una síntesis de los proyectos a nivel nacional e internacional relacionados con el tema; Se debe presentar en forma clara la diferencia de la propuesta de trabajo de grado con los proyectos existentes. Porqué y cómo la investigación propuesta, a diferencia de investigaciones previas, contribuirá, con probabilidades de éxito, a la solución o comprensión del problema planteado.

Esta sección incluye un ítem de aportes, en donde se exprese claramente cuales son los aportes investigativos y/o de innovación del trabajo de grado.

# Objetivos

Deben indicar en forma muy precisa, cual es el propósito del trabajo y mostrar una relación clara y consistente con la descripción del problema y, específicamente, con las preguntas que se quieren resolver.

Se recomienda formular un objetivo general global, coherente con el problema planteado, y dos o más objetivos específicos que conducirán a lograr el objetivo general y que son alcanzables con la metodología propuesta.

Se espera encontrar una respuesta a una o más de las siguientes preguntas: Qué conocimiento se espera desarrollar? Qué solución tecnológica se espera desarrollar? Qué solución a un problema específico se espera lograr? Esto es, cual es el aporte que se logrará con el desarrollo del proyecto?.

Recordar que no se debe confundir objetivos con actividades o procedimientos metodológicos.

# Objetivo general

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetuer adipiscing elit. Ut purus elit, vestibulum ut, placeratac, adipiscing vitae, felis. Curabitur dictum gravida mauris. Nam arcu libero, nonummy eget, consectetuer id, vulputate a, magna. Donec vehicula augue eu neque. Pellentesque habitant morbi tristique senectus et netus et malesuada fames ac turpis egestas. Mauris ut leo. Cras viverra metus rhoncus sem. Nulla et lectus vestibulum urna fringilla ultrices. Phasellus eutellus sit amet tortor gravida placerat. Integer sapien est, iaculis in, pretium quis, viverra ac, nunc. Praesent eget sem vel leo ultrices bibendum. Aenean faucibus. Morbi dolor nulla, malesuada eu, pulvinar at, mollis ac, nulla. Curabitur auctor semper nulla. Donec varius orci eget risus. Duis nibh mi, congue eu, accumsan eleifend, sagittis quis, diam. Duis eget orci sit amet orci dignissim rutrum.

# Objetivos específicos (OE)

1. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetuer adipiscing elit. Ut purus elit, vestibulum ut, placeratac, adipiscing vitae, felis. Curabitur dictum gravida mauris. Nam arcu libero, nonummy eget, consectetuer id, vulputate a, magna. Donec vehicula augue eu neque. Pellentesque habitant morbi tristique senectus et netus et malesuada fames ac turpis egestas.
2. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetuer adipiscing elit. Ut purus elit, vestibulum ut, placeratac, adipiscing vitae, felis. Curabitur dictum gravida mauris. Nam arcu libero, nonummy eget, consectetuer id, vulputate a, magna. Donec vehicula augue eu neque.
3. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetuer adipiscing elit. Ut purus elit, vestibulum ut, placeratac, adipiscing vitae, felis. Curabitur dictum gravida mauris.
4. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetuer adipiscing elit. Ut purus elit, vestibulum.

# Actividades y cronograma

Las actividades deben corresponder a una metodología de trabajo y reflejar la estructura lógica del proceso de innovación, investigación y desarrollo; estas actividades abarcan desde la elección de un enfoque metodológico específico hasta la forma como se van a recolectar, analizar, interpretar datos y como se van a presentar los resultados.

En consecuencia, la metodología empleada debe reflejar la articulación entre los objetivos del estudio y los procedimientos metodológicos para cumplir dichos objetivos. Deberá indicarse el proceso a seguir para la recolección de información, así como la organización, sistematización y análisis de datos.

Se debe tener en cuenta que el diseño metodológico es la base para planificar todas las actividades que demanda el proyecto y para determinar los recursos humanos y financieros requeridos.

Las actividades se deben presentar en un cronograma, que consiste en un diagrama de Gantt en donde aparece la fecha de inicio y la duración de cada una de las actividades generales y específicas.

# Recursos, Presupuesto y fuentes de Financiación

El presupuesto consiste en una tabla resumen, con la relación de los gastos que exigen la realización del proyecto y las fuentes de financiación según el formato de la Tabla 1 que sirve como referencia para el caso de trabajos que no cuentan con la financiación de entidades externas.

Tabla . Presupuesto

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **RUBROS** | **FUENTES** | | **TOTAL** |
| **ESTUDIANTES** | **DEPARTAMENTO** |
| Personal |  |  |  |
| Equipo |  |  |  |
| Software |  |  |  |
| Viajes y salidas de campo |  |  |  |
| Bibliografía |  |  |  |
| Materiales |  |  |  |
| Servicios técnicos |  |  |  |
| Publicaciones |  |  |  |
| Administración |  |  |  |
| Comunicaciones |  |  |  |
| Otros |  |  |  |
| **TOTAL** |  |  |  |

En caso de que los gastos del proyecto sean financiados parcial o totalmente por entidades o personas distintas a los estudiantes y a la Universidad que presentan el anteproyecto, deben anexarse las certificaciones pertinentes, con las cantidades que les corresponde acorde con el presupuesto presentado.

# Condiciones de entrega

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetuer adipiscing elit. Ut purus elit, vestibulum ut, placeratac, adipiscing vitae, felis. Curabitur dictum gravida mauris. Nam arcu libero, nonummy eget, consectetuer id, vulputate a, magna. Donec vehicula augue eu neque. Pellentesque habitant morbi tristique senectus et netus et malesuada fames ac turpis egestas. Mauris ut leo. Cras viverra metus rhoncus sem. Nulla et lectus vestibulum urna fringilla ultrices. Phasellus eutellus sit amet tortor gravida placerat. Integer sapien est, iaculis in, pretium quis, viverra ac, nunc. Praesent eget sem vel leo ultrices bibendum. Aenean faucibus. Morbi dolor nulla, malesuada eu, pulvinar at, mollis ac, nulla. Curabitur auctor semper nulla. Donec varius orci eget risus. Duis nibh mi, congue eu, accumsan eleifend, sagittis quis, diam. Duis eget orci sit amet orci dignissim rutrum.

# Bibliografía

Todo artículo científico o trabajo de investigación que haga uso de teorías, datos o información contenida en otros documentos, que se consideren de gran importancia para el tema tratado, deben ser referenciados en el trabajo. Estas referencias sirven a los lectores para avalar lo que se afirma en el trabajo y dan seriedad al mismo. Por esta razón, los Anteproyectos de Trabajos de Grado, así como el Documento Final de los mismos, debe contener una Referencia Bibliográfica bien elaborada.

Esta parte del Anteproyecto debe contener el listado de las referencias bibliográficas que se han incluido en el texto. Existen muchos formatos, utilizados en todo el mundo, que formalizan la presentación de las referencias bibliográficas. El Comité de Investigaciones sugiere que en la FIET se utilicen las siguientes:

* IEEE: Utiliza el estilo numerado entre corchetes:[0].
* IFAC/Elsevier: Utiliza el estilo autor-fecha: (Smith, 1991).

[1] M. de T. de la I. y las Comunicaciones, “Colombia llega a 30 millones de conexiones de banda ancha al cierre del 2017,” 2018. [Online]. Available: https://www.mintic.gov.co/portal/604/w3-article-72774.html. [Accessed: 18-Sep-2018].

[2] R. Habibi and Z. Hajati, “Trust in e-commerce,” vol. 10, no. 3, pp. 917–922, 2015.

[3] V. Shankar, G. L. Urban, and F. Sultan, “Online trust : a stakeholder perspective , concepts , implications , and future directions,” vol. 11, pp. 325–344, 2002.

## Acta de propiedad intelectual

**UNIVERSIDAD DEL CAUCA**

**FACULTAD DE INGENIERÍA ELECTRÓNICA Y TELECOMUNICACIONES**

**ACTA DE ACUERDO SOBRE LA PROPIEDAD INTELECTUAL DEL TRABAJO DE GRADO**

En atención al acuerdo del Honorable Consejo Superior de la Universidad del Cauca, número 008 del 23 de Febrero de 1999, donde se estipula todo lo concerniente a la producción intelectual en la institución, los abajo firmantes, reunidos el día \_\_\_\_ del mes de \_\_\_\_\_\_\_ de 2018 en el salón del Consejo de Facultad, acordamos las siguientes condiciones para el desarrollo y posible usufructo del siguiente proyecto.

Materia del acuerdo: Trabajo de grado para optar el título de **Ingeniero de Sistemas.**

Título del proyecto: **Estrategias colaborativas para la generación de confianza en escenarios de e-commerce.**

Objetivo del proyecto: **Definir una guía basada en Scrum que integre y armonice elementos esenciales para la gestión de proyectos distribuidos de software y soporte la gestión de proyectos en escenarios donde se apliquen múltiples modelos como: ISO 15504, CMMI e ISO 9001.**

Duración del proyecto: **9 meses**

Organismo financiador: **Universidad del Cauca y los estudiantes, en la naturaleza, cuantía y porcentajes de los costos del trabajo establecidos en la tabla de presupuesto contenida en el anteproyecto.**

Los participantes del proyecto, el (los) señor(es) estudiante(s) de pregrado **José Gregorio Hernández Hurtado,** identificado con la cédula de ciudadanía número **1061726699,** a quien(es) en adelante se le(s) llamará "estudiante(s)", el (los) ingeniero(s) xxxx xxxxx xxxxx en calidad de Director de trabajo de grado,identificado con la cédula de ciudadanía **00.000.000**, y **César Alberto Collazos** en calidad de Codirector del trabajo de grado, identificado con la cédula de ciudadanía **00.000.000,** a quien en adelante se les llamará "docente(s)", y la Universidad del Cauca, representada por el Decano de la FIET, manifiestan que:

1.- La idea original del proyecto es del(los) docente(s) quien(es) la propuso(ieron) y presentó(aron) al Departamento de Sistemas, que la aceptó como tema para el proyecto de grado en referencia.

2.- La idea mencionada fue acogida por el(los) estudiante(s) como proyecto para obtener el grado de ingeniero(s) en sistemas, quienes la desarrollarán bajo la dirección del docente.

3.- Los derechos intelectuales y morales corresponden al docente y a los estudiantes.

4.- Los derechos patrimoniales corresponden al docente, a los estudiantes y a la Universidad del Cauca por partes iguales y continuarán vigentes, aún después de la desvinculación de alguna de las partes de la Universidad.

5.- Los participantes se comprometen a cumplir con todas las condiciones de tiempo, recursos, infraestructura, dirección, asesoría, establecidas en el anteproyecto, a estudiar, analizar, documentar y hacer acta de cambios aprobados por el Consejo de Facultad, durante el desarrollo del proyecto, los cuales entran a formar parte de las condiciones generales.

6.- Los estudiantes de comprometen a restituir en efectivo y de manera inmediata a la Universidad los aportes recibidos y los pagos hechos por la Institución a terceros por servicios o equipos, si el comité de Investigaciones declara suspendido el proyecto por incumplimiento del cronograma o de las demás obligaciones contraídas por los estudiantes; y en cualquier caso de suspensión, la obligación de devolver en el estado en que les fueron proporcionados y de manera inmediata, los equipos de laboratorio, de cómputo y demás bienes suministrados por la Universidad para la realización del proyecto.

7.- El(los) docente(s) y los estudiantes se comprometen a dar crédito a la Universidad y de hacer mención del Fondo de Fomento de Investigación, en los informes de avance y de resultados, y en registro de éstos, cuando ha habido financiación de la Universidad o del Fondo.

8.- Cuando por razones de incumplimiento, legalmente comprobadas, de las condiciones de desarrollo planteadas en el anteproyecto y sus modificaciones, alguno de los participantes deba ser excluido del proyecto, los derechos aquí establecidos concluyen para él. Además, se tendrán en cuenta los principios establecidos en el reglamento estudiantil vigente de la Universidad del Cauca en lo concerniente a la cancelación y la pérdida del derecho a continuar estudios.

9.- El documento del anteproyecto y las actas de modificaciones si las hubiere, forman parte integral de la presente acta.

10.- Los aspectos no contemplados en la presente acta serán definidos en los términos del acuerdo 008 del 23 de febrero de 1999 expedido por el Consejo Superior de la Universidad del Cauca, del cual los participantes del acuerdo aseguran tener pleno conocimiento.

|  |  |
| --- | --- |
| **\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**  **José Gregorio Hernández Hurtado**  C.C. 10307986 de Popayán, Cauca.  Estudiante |  |
| **\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**  **PhD. xxxxxxxxx**  C.C. 00.000.000 de Popayán, Cauca.  Docente (Director) | **\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**  **PhD. César Alberto Collazos O.**  C.C. 00.000.000 de Popayán, Cauca.  Docente (Codirector) |
| **\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**  **PhD. Francisco José Pino Correa**  C.C. 76.314.448 de Popayán, Cauca.  Decano Facultad |  |

1. Comercio electrónico del nombre en inglés, Electronic Commerce. [↑](#footnote-ref-1)
2. Mercadeo del nombre en inglés, marketing. [↑](#footnote-ref-2)