

	GESTIÓN DE SERVICIOS ACADÉMICOS Y BIBLIOTECARIOS		CÓDIGO	FO-GS-15	
			VERSIÓN	02	
	ESQUEMA HOJA DE RESUMEN			FECHA	03/04/2017
				PÁGINA	1 de 1
ELABORÓ		REVISÓ	APROBÓ		
Jefe División de Biblioteca		Equipo Operativo de Calidad	Líder de Calidad		

RESUMEN TRABAJO DE GRADO

AUTOR(ES):

NOMBRE(S): SHIRLEY CORINA APELLIDOS: PÉREZ ORTEGA

NOMBRE(S): ZELENE APELLIDOS: JAIMES GARCIA

FACULTAD: CIENCIAS EMPRESARIALES

PLAN DE ESTUDIOS: COMERCIO INTERNACIONAL

DIRECTOR:

NOMBRE(S): FELIPE APELLIDOS: PRADA ZULUAGA

NOMBRE(S): JULIETH PAOLA APELLIDOS: ACEVEDO MENESES

TÍTULO DEL TRABAJO (TESIS): LAS ESTRATEGIAS DEL E-COMMERCE APLICADAS AL SECTOR MODA DE CÚCUTA PARA ENFRENTAR LA CRISIS DEL COVID-19.

El presente proyecto busca identificar las estrategias de comercio electrónico que han adoptado las empresas del sector moda (caracterizándolas por tipo, tamaño, edad, entre otras) para salir a flote y sobrellevar la crisis generada por la pandemia y las medidas del estado, que permita establecer algún patrón que pueda ser validado para recomendación y apoyo al sector empresarial.

PALABRAS CLAVES: Comercio electrónico, sector moda, covid-19.

CARACTERÍSTICAS:

PÁGINAS: 76 PLANOS: _____ ILUSTRACIONES: _____ CD ROOM: _____

LAS ESTRATEGIAS DEL E-COMMERCE APLICADAS AL SECTOR MODA DE CÚCUTA
PARA ENFRENTAR LA CRISIS DEL COVID-19

SHIRLEY CORINA PEREZ ORTEGA

ZELENE JAIMES GARCIA

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

PLAN DE ESTUDIOS DE COMERCIO INTERNACIONAL

SAN JOSÉ DE CÚCUTA

2020

LAS ESTRATEGIAS DEL E-COMMERCE APLICADAS AL SECTOR MODA DECÚCUTA
PARA ENFRENTAR LA CRISIS DEL COVID-19

SHIRLEY CORINA PEREZ ORTEGA

ZELENE JAIMES GARCIA

Trabajo de grado presentado para obtener el título de:

Profesional en comercio internacional

Director disciplinar

FELIPE PRADA ZULUAGA

Director metodológico

JULIETH PAOLA ACEVEDO MENESES

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

PLAN DE ESTUDIOS DE COMERCIO INTERNACIONAL

SAN JOSÉ DE CÚCUTA

2020



SAN JOSÉ DE CÚCUTA, 12 de abril de 2021 Acta N° 04/2021

TITULO PLAN DE ESTUDIOS: Comercio Internacional LUGAR: Plataforma virtual meet.

DEL PROYECTO: “LAS ESTRATEGIAS DEL E-COMMERCE APLICADAS AL SECTOR MODA DE CÚCUTA PARA ENFRENTAR LA CRISIS DEL COVID-”

MODALIDAD: Trabajo de Investigación JURADOS:

Liliana Marcela Bastos Osorio
Cesar Augusto Panizo Cardona
Diego Zarate Ocampo

ENTIDAD: Universidad Francisco de Paula Santander
ENTIDAD: Universidad Francisco de Paula Santander
ENTIDAD: Universidad Francisco de Paula Santander

DIRECTORES:

Firma:

Felipe Prada Zuluaga

Julieth Paola Acevedo Meneses

NOMBRE DEL ESTUDIANTE	CODIGO	CALIFICACIÓN		
		LETRA	NÚMERO	A- M -L
<u>Zelene Jaimes García</u>	<u>1261172</u>	<u>Tres punto Ocho</u>	<u>3.8</u>	<u>X</u>
<u>Shirley Corina Perez Ortega</u>	<u>1261195</u>	<u>Tres punto Ocho</u>	<u>3.8</u>	<u>X</u>

Liliana Marcela Bastos Osorio
Liliana Marcela Bastos Osorio

Cesar agosto Panizo Cardona

Diego Zarate Ocampo

V°B°

Liliana Marcela Bastos Osorio
LILIANA MARCELA BASTOS OSORIO

Coordinadora de Comité Curricular Comercio Internacional

RESUMEN

El presente trabajo de grado tiene como finalidad identificar las estrategias del comercio electrónico que han adoptado las distintas empresas del sector moda de Cúcuta, caracterizando las distintas empresas por su tipo, tamaño y edad entre otros, para salir a flote y sobrellevar la crisis generada por la pandemia.

Cúcuta se ha caracterizado por ser una ciudad muy comercial y desde hace varios años el sector moda es uno de los sectores más significativos para la ciudad y también es uno de los más afectados debido a la crisis que enfrenta actualmente el país por las medidas generadas por el estado para evitar el contagio del COVID-19.

La presente investigación busca revelar que ha hecho el sector moda para enfrentar la crisis generada por la pandemia, esta investigación se centra en analizar si ha existido un incremento en el uso del comercio electrónico como consecuencia de la pandemia y así mismo identificar que tan preparadas están las empresas a esta modalidad del comercio y como han logrado sobrellevar la situación debido a la problemática que atravesamos.

Palabras claves: pandemia, comercio electrónico, sector moda

ABSTRACT

The purpose of this degree work is to identify the electronic commerce strategies that have been adopted by the different companies in the fashion sector of Cucuta, characterizing them by their type, size and age, among others, to emerge and cope with the crisis generated by the pandemic. Cucuta has been characterized as a very commercial city and for several years the fashion sector is one of the most significant sectors for the city and is also one of the most affected due to the crisis that the country is currently facing due to the measures generated by the state to avoid the spread of COVID-19.

This research seeks to reveal what the fashion sector has done to face the crisis generated by the pandemic, this research focuses on analyzing whether there has been an increase in the use of electronic commerce as a result of the pandemic and also identify how prepared they are the companies to this type of trade and how they have managed to cope with the situation due to the problems we are going through.

Keywords: pandemic, e-commerce, fashion sector.

CONTENIDO

Introducción	10
1. Título	11
2. Problema de la investigación	11
2.1. Planteamiento del problema	11
2.2. Formulación del problema	13
2.3. Sistematización del problema	14
3. Objetivos	15
3.1. Objetivo general	15
3.2. Objetivos específicos	15
4. Justificación	15
5. Marco referencial	17
5.1. Antecedentes	17
5.2. Bases teóricas	20
Estudios sobre el comercio electrónico	22
5.3. Marco conceptual	25
5.4. Marco legal	27
5.4.1. Decreto 593 del 24 de abril de 2020	27
5.4.2. Decreto 636 de 8 de mayo de 2020	28

	5
5.4.3. La ley 527 de 1999	30
5.4.4. Contratos Marco de Precios y la Tienda Virtual del Estado Colombiano	33
5.4.5. Página web y sitios de internet de origen colombiano	33
5.4.6. Protección de datos personales en el entorno electrónico	34
5.4.7. Ley 1266 de 2008	34
5.5. Marco espacial	34
5.6. Marco temporal	35
6. Diseño metodológico	35
6.1. Diseño metodológico	35
6.2. Población y muestra	36
6.3. Procedimiento	36
7. Caracterizar las distintas empresas clasificando su actividad, tamaño, estructura, que pertenecen al sector moda de Cúcuta, para enfrentar la crisis del covid-19.	39
7.1. Caracterización de las empresas objeto de estudio	39
7.1.1. Sector industrial	40
7.1.2. Sector comercial	40
7.2. Análisis del sector y contraste con los resultados de la base de datos	41
8. Identificación de los distintos modelos y canales de e-commerce durante la crisis del covid-19	46
9. Análisis de las estrategias de e-commerce aplicadas al sector moda	51

	6
9.1. Edad de las empresas Vs. experiencia en e-commerce	52
9.2. Experiencia en e-commerce Vs. rango de ingresos	53
9.3. Rango de ingresos Vs. canales de e-commerce	54
9.4. Tipos de cliente Vs. canales de e-commerce	56
9.5. Medios digitales Vs. percepción de los empresarios frente a las ventajas obtenidas por el e-commerce	57
9.6. Matriz DOFA del sector moda frente al comercio electrónico	60
9.6.1. Debilidades	60
9.6.2. Fortalezas	61
9.6.3. Oportunidades	61
9.6.4. Amenazas	62
10. Diseñar estrategias de e-commerce para el desarrollo del sector moda de cúcuta para enfrentar la crisis del covid-19	62
10.1. Estrategias FO	62
10.2. Estrategias FA	63
10.3. Estrategias DO	63
10.4. Estrategias DA	63
11. Conclusiones	63
12. Recomendaciones	67

12.1.	Actividades para reforzar conocimiento acerca del comercio electrónico en la ciudad de Cúcuta por parte de la cámara de comercio.	68
12.2.	Estrategias adoptadas por el sector moda en unión con la cámara de comercio de Cúcuta	69
12.3.	Otras Convocatorias	70
12.3.1.	Repoténciate, encadenamientos sistema moda	70
12.3.2.	Programa vende digital	70
12.3.3.	Cúcuta una transformación digital	71
13.	Bibliografía	72
14.	Marco administrativo	76
14.1	Personas que participan en el proceso	76
14.1.1.	Autoras	76
14.1.2.	Director	77
14.2	Presupuesto para la investigación	77