



UNIVERSIDAD TECNICA BABAHOYO FACULTAD DE
ADMINISTRACION FINANZA E INFORMATICA
(FAFI)



NOMBRE

VILMA GABRIELA PLACENCIA PEÑA

Cátedro:

FABIAN PEÑAHERRERA

TEMA

COMERCIO ELECTRÓNICO DE SECTOR TEXTIL CONFECCIONES
NEMATEX DE LA CIUDAD DE BABAHOYO.

PERIODO

2022

INTRODUCCIÓN

El comercio electrónico es un modelo de negocio basado en la transacción de un producto y servicio en los medios electrónico ya sea en lo medio sociales o sitio web, el comercio electrónico en la empresa a finales del siglo 15 en estado unidos con la venta de catálogo y correo postal este modelo rompió esquema pudiendo comprar desde casa por primera vez, desde ahí ha ido avanzado conforme a las nueva tecnologías como estrategia competitiva a tenido mucho reconocimiento a lo largo de los años ya que cada vez son más la empresa que opta por este servicio para dar a conocer su empresa.

CONFECIONES NEMATEX es una industria textil con Ruc. 1207931229001, dedicada a la confección y elaboración de uniforme en la provincia de los ríos está ubicada en Babahoyo en las calles calderón entre 5 junio y García Moreno, esta industria empezó como una pequeña empresa familiar en la década de los 50, el propietario Néstor Masaquiza aprendió a coser gracias a sus padres que elaboraba trajes de vestir en su residencia en Ambato.

Luego conoció a la que actualmente es su esposa y se mudó a la ciudad de Babahoyo en donde reside empezó a elaborar uniforme para las escuela cercana a su hogar en un pequeño taller y conforme paso el tiempo se ha convertido en una gran empresa familiar contado con 40 empleados incluyendo a los miembro familiares ofreciendo sus producto no solo de manera física sino que además utiliza la redes sociales para comercializar su mercancía esta industria es muy conocida por ser una de las pioneras en la confesiones de uniforme en la ciudad de Babahoyo.

Sim embargo a pesar del tiempo que lleva funcionando el taller ha tenido que atravesar por varias problemáticas entre ellas el alto costo de la materia Prima (tela) ya que están elaborada por un hilo especial que mejora la calidad del producto (uniforme) otro del inconveniente que se ha presentado dicha empresa es la dificultad para conseguir la mano obra ya que como se conoce los jóvenes de hoy en día no muestran interés este tipo de trabajo.

Poco a poco la nueva generación a perdido el interés y prefieren optar por otra opciones, aparte de toda la problemática ya mencionada existe una con la cual ha tenido mayor dificultad a lo largo de la comercialización de sus productos de manera electrónica la cual es el desconocimiento de aspecto legales como son las leyes que se aplican al comercio electrónico y otro servicio de internet siempre y cuando realice una activo económico regulando aspecto como la información general exigido por los prestadores de servicio.

La elaboración de este proyecto tiene como objetivo principal analizar el comercio electrónico de la industria fabricante de uniforme Nematex de la ciudad de Babahoyo.

El estudio de caso titulado. - Comercio Electrónico en el sector textil confesiones Nematex de la ciudad de Babahoyo, se encuentra enmarcado con la línea de investigación sistema de información, emprendimiento e innovación y la sub línea Marketing y comercialización.

Para el presente proyecto se utilizaron las técnicas de investigación que me permitieron recolectar la información entre ella el estudio de campo lo cual me permitieron tener datos reales de la empresa y estudiarlo la investigación descriptiva me permitió

describir y detallar la información brindada por el propietario el método deductivo me ayudo a deducir la problemática de la empresa ante que el propietario la mencionara y por último bibliografía que me permitió recopilar concepto con el propósito de conocimiento.

Con este proyecto espero que las personas conozcan e indague lo que es el comercio electrónico ya que estamos viviendo en la era digital en donde gran parte de las personas tiene acceso a internet y pasa la mayor parte del tiempo conectado a redes sociales es allí donde se concentra el mercado electrónico. Además de lo ante mencionado con este proyecto se espera brindar conocimiento a las personas en general sobre lo que es el comercio electrónico los pros y los contras que ofrece este servicio.

DESARROLLO

CONFECIONES NEMATEX es una industria textil con Ruc 1207931229001, dedicada a la confección y elaboración de uniforme en la provincia de los ríos está ubicada en Babahoyo en las calles calderón entre 5 junio y García Moreno, esta industria empezó como una pequeña empresa familiar en la década de los 50, el propietario Néstor Mazaquiza aprendió a cocer gracias a sus padres que elaboraba trajes de vestir en su residencia en Ambato.

Sim embargo a pesar del tiempo que lleva funcionado el taller ha tenido que atravesar por varias problemáticas entre ellas el alto costo de la materia Prima (tela) ya que están elaborada por un hilo especial que mejora la calidad del producto (uniforme) otro del inconveniente que se ha presentado dicha empresa es la dificultad para conseguir la mano obra ya que como se conoce los jóvenes de hoy en día no muestran interés este tipo de trabajo y que a pesar de ser una empresa familiar.

Fundamentos del comercio electrónico

Si se posee una tienda electrónica es importante conocer las normas reguladoras del comercio electrónico donde se preste el servicio o se promociones el producto.

(Maria Hernandez, 2018-2020)

Se conoce que el Internet se ha convertido en una herramienta de gran importancia para la humanidad, ya que ha revolucionado en las últimas décadas de la sociedad y al hombre moderno, en cuanto a las organizaciones, estas se han visto en la obligación de adoptar esta herramienta para ser visibles en un mundo globalizado y competitivo.

La revolución del internet hoy en día se ha convertido en un medio indispensable no solo para comunicarnos, sino que además en el comercio nos permite expandirnos a cualquier parte del mundo, las redes sin duda están avanzando con gran rapidez cada día por minuto se crean miles de plataformas dedicadas al comercio electrónico donde existen un sin número de empresas ofertando sus productos.

El surgimiento de la inteligencia artificial constituye un nuevo factor de producción, al crear una realidad Ciber-Física de trabajo virtual, en parte humano, en parte desarrollado por máquinas inteligentes, que merced de la capacidad de análisis algorítmico son cada vez más sofisticadas. (Ana Ines Basco, 2018)

Es importante conocer que la revolución del internet ha cambiado completamente al mundo, desde la llegada de los primeros aparatos electrónicos hasta los primeros computadores donde la manera de comunicarse y de comercialización cambio completamente generando así un aumento de eficacia y de productividad mejorando la calidad de vida de los dueños administrativos de empresas y negocios en general.

Para entender el comercio electrónico daremos a conocer algunos de los puntos de vista de varios autores los cuales afirman que no existe un solo contexto para esta temática esto debido a las distintas singularidades del mismo por lo que cada autor escogió lo más importante para obtener su definición.

Autor	Concepto
<p>(Agustín López-Quesada Fernández, pág. 13)</p>	<p>“La Asociación de la Economía digital (ADIGITAL) define el comercio electrónico como: la compra-venta de productos y servicios a través de Sistema electrónico, tales como internet y otras redes informáticas”.</p>
<p>(Robleto Arana, pág. 6)</p>	<p>“Es la aplicación de la avanzada tecnología de la información para incrementar la eficacia de las relaciones empresariales entre socios comerciales.”</p>
<p>(Eduardo Liberios, pág. 32)</p>	<p>Uso de las tecnologías de la informática y las telecomunicaciones, que soportan las transacciones de productos o servicios entre las empresas, entre estas y particulares o con el Estado.</p>
<p>(Gariboldi, pág. 53)</p>	<p>“El comercio electrónico es una modalidad de comercio que utiliza medios electrónicos para la transacción de bienes y servicios, en un mercado nacional y global, donde las fronteras geográficas pierden su significado.”</p>

De acuerdo con la definición brindada por los autores antes mencionados entonces podríamos decir que el comercio electrónico es un medio por el cual se pueden realizar ventas y comprar productos o bienes mediante páginas web o aplicaciones que nos brinden servicio de transferencia virtuales esto con el fin de esto con el fin de maximizar y optimizar el proceso del comercio al reducir costos de intermediación y llegar al mercado.

Para llegar a conocer mejor lo que es el comercio electrónico también debemos conocer cuáles son los tipos o categorías y como se relacionan entre sí. y así elegir el que mejor se adapte a nuestras necesidades para ofertar nuestros productos entre ellos tenemos.

“La ventaja del Business to Business. Según la Asociación Española de Comercio Electrónico y Marketing en un estudio realizado a compañías que usan el comercio electrónico, sus principales ventajas son: automatización de los procesos 64%, ahorro de costos 59%, optimización de procesos 58.4%, mejora de servicio al cliente 57.9%, reducción de tiempo de aprovisionamiento 45.5%, mejora la competitividad 42.1%, reducción del stock 22.5%, ninguno 2.8%, otros 1.7%” (Hernandez Barrueco & Hernandez Ramos, pág. 55)

Esta página nos permite obtener mejores resultados al momento de querer abrir nuestra tienda de manera online porque nos brinda felicidades en los gastos y cobros por envío nos ayuda con la plantilla de descuento para obtener buenos resultados en las ventas nos ofrece también un porcentaje bajo en competitividad lo que nos ayuda para vender más rápido nuestros productos.

“Las desventajas Business to Business. En el estudio de la AECEM, también se pueden evidenciar algunas desventajas que consideran las empresas encuestadas como: No lo han solicitado ni clientes ni proveedores 37.8%, no se utiliza en su sector 37.2%, prefiero trato personal 33.8%, desconocimiento o falta de personal calificado 22.2%, falta de beneficios tangibles 18.4%, elevados costos de desarrollo y mantenimiento 14.4%, complejidad en el proceso comercial 13.8%, desconfianza 10.3% otra razón 5.7%.”
(Hernandez Barrueco & Hernandez Ramos, 2020, pág. 56)

Ciertos autores afirman que este patrón se desarrollara con una buena implementación debido al aumento de muchas empresas que cada día integran al comercio electrónico como estrategia competitiva, además del alto porcentaje de visita que existe.

Business to Customer. Este tipo de comercio electrónico (Hernandez Barrueco & Hernandez Ramos, pág. 33) lo define como: “El comercio entre una empresa y el consumidor final mediante una aplicación web de comercio electrónico ya sea de productos o servicios, esta es la categoría que más se asimila al comercio electrónico, pues en esta ocasión una organización efectúa el intercambio de valores con un individuo.

Cabe recalcar que esta página es muy útil si se la utiliza de manera correcta pero debido al desconocimiento de tantas personas y otros factores y a pesar de ser un buen prospecto son muy pocas las que eligen Business to customer como una opción para ofertar productos por ser una página extrajeran.

MARCO LEGAL

Como toda empresa ya sea física, online debe registrarse por un marco legal todo esto con el fin de preservar la integridad de la empresa y que las compras y ventas se manejen de manera clara y transparente.

Para que la venta pueda finiquitarse vía online es fundamental para la empresa adquirir el comercio electrónico, poseer todos los permisos requeridos ya sean pequeñas o grandes empresas, como también tendrán que cumplir con ciertos requisitos ya sea de carácter laboral, fiscal, etc. dependiendo de la tienda online con la cual vayan a trabajar.

La mayoría de las empresas comenzaron a crear sitios web de presencia en internet como medio eficaz para dar a conocer su oferta de productos y servicios y atraer clientes, incluso a escala mundial, en esta etapa inicial, la mayor parte de las compras reales tenían lugar fuera de la red, que servía a lo sumo como escaparate virtual para poner en relación a comprador y vendedor (VEIGA, 2020)

Las tecnologías han logrado expandir el área comercial de una manera rápida y eficaz son muchas las grandes y pequeñas empresas que hoy en día ofertan sus productos en internet con el único fin de mejorar su negocio y hacerse conocer por este medio.

A partir de la década de los noventa el uso de las tecnologías de la información empezó a crecer a mayor ritmo, y si bien la llegada del comercio electrónico al mundo trajo consigo muchos beneficios, también trajo desafíos pues había vacíos legales y no había forma de que pudieran proteger al vendedor y consumidor al ser una nueva tendencia era complejo pero necesario, pues se debía disminuir la incertidumbre jurídica que generaban las transacciones electrónicas y de esta forma brindar seguridad jurídica.

(Ecommerce, pág. 15) Desde tiempos antiguos la tecnología ha Sido de gran ayuda para los seres humanos pues nos ha abierto fronteras hacia varios campos entre ellos las del comercio sin embargo existen leyes por las cual debemos regirnos si queremos obtener beneficios al momento de establecer un negocio por la seguridad del vendedor y del consumidor.

Es importante conocer las leyes por las que se rigen el comercio electrónico es por ello por lo que a continuación se mencionaran las que más sobresalen en este campo.

Ley de servicios de la sociedad de la información y comercio electrónico.

Este tipo de ley se puede implementar a este y otro tipos de servicios electrónicos, cada vez que haya ingresos dentro de la plataforma los cuales permiten conocer al consumidor información relevante de la empresa que oferta sus productos tales como la información de la tienda, las ofertas, solución de litigios, códigos de conductas entre otros

Según la Ley de servicios de la Sociedad de la Información y Comercio Electrónico (LSSI) la cual establece que las páginas web deben proporcionar la siguiente información general sobre su titular (Ecommerce, 2018, pág. 15)

Esta ley regula lo que es el comercio electrónico, aporta información sobre la economía y contrato comerciales como lo que veremos a continuación.

- Nombre o denominación social.
- Residencia, domicilio o dirección del establecimiento permanente.
- Dirección de correo electrónico y cualquier otro dato que permita establecer contacto de forma directa y efectiva.
- Datos de inscripción registral

□ En el caso de que la actividad realizada este sujeta a autorización administrativa previa deberán constar los datos relativos a la autorización y la autoridad que la haya emitido.

□ El número de identificación fiscal correspondiente.

□ Información Clara y exacta del precio del producto o servicio indicando los impuestos correspondientes y los gastos de envío en su caso.

□ Los códigos de conducta a los que esté adherido a la manera de consultarlos electrónicamente. (Ecommerce, 2018, pág. 18)

Son todos estos aspectos de vital importancia para un buen manejo de la empresa, además de los antes mencionados existen otros que se deberán de tener en cuenta para generar ingresos dentro de la tienda estos son.

Lugar y momento de la celebración del contrato: Como cualquier otro contrato, cuando este es por vía electrónica produce los mismos efectos jurídicos porque existe un consentimiento y demás requisitos necesarios para su validez, rigiéndose por las mismas disposiciones generales de la Ley de servicios de la sociedad de la información y comercio electrónico. (Software, 2019, pág. 95)

Celebrar un contrato vía online es similar a hacerlo de manera física son los mismos requisitos se deben de cumplir con leyes que permitan hacer valida la empresa con la cual se está trabajando.

Plazos de envíos de la mercancía: salvo pacto contrario, el vendedor deberá entregar su mercancía en un periodo no máximo a 30 días, a partir del día siguiente de haber recibido la orden de compra del comprador, si no se puede despachar el producto en estos 30 días se le debe informar al comprador con anterioridad y ofrecer otras

alternativas de características similares y de igual o superior calidad. (Software, 2019, pág. 97).

Norma técnica ISO 27002

Como estándar internacional para la seguridad de la información el más aceptado es la norma técnica ISO 27002 que proporciona recomendaciones de las mejores prácticas en la gestión de la seguridad de la información para establecer, implantar, documentar y evaluar un Sistema de Gestión de la Seguridad de la Información (SGSI). (Calatayud & Katz, 2019, pág. 72)

Las técnicas estándar permiten obtener una mejor seguridad al momento de ofertar nuestros productos en línea ya que en el mercado existen muchas personas que quieren aprovecharse de las necesidades de consumidor para promover la estafa y el mercado negro.

La información es un recurso que, como el resto de los activos, tiene valor para el organismo y por consiguiente debe ser debidamente protegida. Las políticas de seguridad y privacidad de la información protegen a la misma de una amplia gama de amenazas, a fin de garantizar la continuidad de los sistemas de información, minimizar los riesgos de daño y asegurar el eficiente cumplimiento de los objetivos de las entidades del Estado.” (Dalgo Proaño, 2022, pág. 25)

Es importante de alguna u otra manera proteger la información que adquirimos al trabajar de manera electrónica ya que esta es un recurso que nos permitirá mantenernos a flote de la industria, como todo servicio que se presta estamos propensos a sufrir de inseguridad digital es por ello que tendremos tomar medidas de seguridad necesarias para protegernos de ataques y amenazas además de dar un buen servicio a los clientes.

Las principales ventajas para un comercio virtual son:

Disponibilidad desde cualquier lugar del mundo se requiere conexión de red se puede hacer transacciones en cualquier momento concepto 24x 7 o 24 horas disponibles los 365 días del año lo que facilita el acceso a un enorme mercado eliminando barreras físicas y geográficas. (Dalgo Proaño, 2022) Afirma Acceso a la información. La actividad digital deja un rastro de información extremadamente completo se genera “toneladas” de datos, que adecuadamente tratados, se pueden convertir en una gran fuente de información y conocimiento para mejorar el negocio, conocer a los clientes y su gusto y mejorar la competitividad y rentabilidad del negocio.

Tal es el caso que si sabemos utilizar la información que nos da la red podemos aprovecharla para nuestro beneficio ya que día a día las redes generan miles de fuentes informativas brindándonos la oportunidad de aprovecharlas en su totalidad generándonos ingresos extras para mantener la estabilidad de nuestra tienda.

Modelo de negocio de la tienda virtual

Una tienda virtual replica en el ámbito digital, el modelo de negocio de sus homologas en el mundo físico las tiendas físicas. Su forma generar margen es revendido producto que previamente han comprado a proveedores (fabricantes o distribuidores). Consiste a vender al consumidor final sin transformación lo que previamente se ha adquirido a otros negocios. (Paniagua, Fernando, Bach, & Adolf, 2022, pág. 80)

Para la empresa Textil Nematex al crear un modelo de negocio a través de la plataforma online ha permitido que sus productos se expandan a nivel nacional y a su vez a logrado desarrollar una fuerte competitividad en el mundo comercial siendo una parte física y elemental el mejoramiento de la calidad de su mercancía.

Otro de los modelos de negocio y que es muy beneficioso es Marketplace: (Moncalvo, 2018) Difiere que. “Los modelos Marketplace funcionan desde un punto de vista como un modelo de negocio, de forma muy diferente a los etailers o comerciantes virtuales también llamado tienda online”. Estos mercados virtuales, se parecen más los mercados de abastos o centro comercial no generan sus ingresos como consecuencia de la venta al consumidor. Sino que lo hacen a través de anuncios y publicaciones los cuales le generan un porcentaje de ganancia.

Teniendo en cuenta que confesiones Nematex es una pequeña empresa con visión hacia el futuro tienen una proyección mucho mas amplia, ellos lo que buscan es que su tienda crezca a nivel nacional e internacional utilizando como fuente el comercio electrónico pero para ello necesitan dar a conocer su tienda online a través de la publicidad y con esta misma generar ingresos que le permitan sustentarse pero todo desde una perspectiva futurista, porque en este momento lo que hacen es capacitarse y ganar experiencia en este ámbito para poder abrirse paso al mundo online.

El comercio electrónico

Es importante recordar que el comercio electrónico es una plataforma muy competitiva ya que cada minuto existen un sinfín de tendencias y nuevos productos que para todo tipo de consumidores. A través de las tendencias y si el propietario tiene una empresa es como tener dos la empresa del presente que ya tiene procesos tiene gente que tiene un sistema tiene forma de hacer dinero y esta empresa online que es la empresa del futuro como se va hacer el dinero el día de mañana. (Alvarez, Muñiz, Moran, & Merchan, pág. 4)

es por eso que los dueños de tiendas online tienen que ser los primeros en conocer las nuevas tendencias la calidad de los productos, las manufacturas son por lo

cual se tiene que analizar no solo lo que necesita el consumidor sino el servicio que se le brinda y que este quede satisfecho con su compra.

(Alvarez, Muñiz, Moran, & Merchan, pág. 4) Afirma que “Otras de las maneras de competir con otras empresas que ofertan los mismos productos es el marketing digital ya que este evoluciona rápidamente al ritmo de los cambios de la tecnología, innovaciones disruptivas en los negocios y nuevas preferencias de los consumidores conectados”.

De ahí la importancia de comprender cómo diseñar estrategias de marketing digital efectivas y rentables con las que desplegar propuestas de valor que satisfagan las necesidades de los consumidores de un modo superior a la competencia.

También es importante utilizar los medios digitales en combinación con el marketing relacional, los programas de CRM social y la inteligencia artificial aplicada al análisis de macrodatos para desplegar estrategias que enganchan a los usuarios a la propuesta de valor. Y proporcionar propuestas de valor seguras y sostenibles en comercio electrónico. (Rodríguez Ardura, 2020, pág. 10)

El tener un buen enganche al momento de ofertas nuestros productos de vital importancia para que nuestro consumidor decida o no llevarse el producto es por ello que la publicidad tiene mucho que ver al momento de implementar una tienda online confecciones nematex posee una amplia gama de publicidad de sus uniformes escolares sin embargo no todos reciben buena respuesta esto debido a la producción de la publicidad es decir si lo que se presenta no es lo que ofrece es muy probable que baje la calidad del producto independientemente del material con el que haya sido confeccionado.

El marketing digital como estrategia competitiva nos proporciona un sinnúmero de posibilidades para expandir nuestro negocio sin embargo implica varios riesgos entre ellos el hacker de información y creación de cuentas falsas que podrían dañar en gran parte la credibilidad de nuestro negocio muchas veces esto realizado por propietarios de

otras empresas con el motivo de aumentar sus ingresos por lo que se debe tener especial cuidado y un buen servicio de seguridad en estos casos.

El proceso de financiación

El conocimiento y el adecuado manejo de los conceptos y herramientas vinculados a Internet son de fundamental importancia para cualquier profesional, ya que le permite ampliar y enriquecer su vida personal y profesional con toda la gama de oportunidades que esta herramienta le puede brindar. (Malca, 2001, pág. 113) El conocimiento y el adecuado manejo de los conceptos y herramientas vinculados a Internet son de fundamental importancia para cualquier profesional, ya que le permite ampliar y enriquecer su vida personal y profesional con toda la gama de oportunidades que esta herramienta le puede brindar.

Todas las compañías comienzan con un grupo de personas que tiene una idea en la cual centra todos sus esfuerzos para llevarla a cabo como por ejemplo Nematex que se centra en vender su ropa y aparte distribuirla a través de las redes con fin de que este pequeño negocio crezca.

CONCLUSIÓN

De acuerdo a la investigación desarrollada se concluye que es importante tanto para las empresas y para los consumidores conocer los aspectos legales y analizar el comercio electrónico.

El sector productivo se encuentra inestable pues con la reciente reforma tributaria, el precio en alza del dólar se han visto afectados, también aquellas “empresas textiles” pues estos producen uniformes y como se conoce sus ingresos solo se dan en temporada escolar. Es por ello que muchas de estas han empresas han optado por vender sus productos (uniformes) a precios mucho más bajos a los que estas empresas venden normalmente.

investigación desarrollada a la empresa confecciones Nematex dedicadas a la fabricación y comercialización de uniformes en la ciudad de Babahoyo , se logró evidenciar la utilización del comercio electrónico, No obstante, se evidencian barreras en la implementación de comercio electrónico, tanto para los clientes como para las empresa, como lo es la desconfianza en realizar compras por internet, desconfianza de la calidad de los productos ofrecidos por internet, falta de conocimientos acerca del comercio electrónico, falta de acceso a internet en algunas partes del país.

Es por esto la realización de este proyecto para brindar conocimiento a las personas en general y los propietarios de las pequeñas y grandes empresas de las ventajas y desventajas de utilizar el comercio electrónico de mercado además de los beneficios que se puede obtener a largo plazo si se le da un buen uso.

BIBLIOGRAFÍA

- Agustín López-Quesada Fernández, A. G. (agosto de 2015). *comercio electronico* .
- Alvarez, c., Muñiz , L., Moran, J., & Merchan , L. (2019). 3 ciencias.
- Alvarez, c., Muñiz, L., Moran, J., & Merchan, L. (2019). 3 CIENCIA.
- Ana Ines Basco, G. B. (2018). *Industria fabricando el futuro*. Anter-American Development Bank.
- Calatayud, A., & Katz, R. (2019).
- Calatayud, A., & Katz, R. (2019).
- Conecta Software. (2019).
- cristian, A. A. (2014). *EL COMERCIO ELECTRONICO* . revista de derecho 2004.
- cristian.alBerto.roBleto.arana. (s.f.). *El Comercio Electrónico*. Revista de Derecho, 2004
- .
- Dalgo Proaño, H. (2022). Ebooks.
- Dalgo Proaño, H. M. (2022).
- Dalgo Proaño, H. M. (2022). Ebooks.
- Ecommerce. (2017).
- Ecommerce. (2018).
- Eduardo Liberios. (septiembre de 2011). *comercio electronico*. ESIC Editorial.
- Eduardo Liberos, I. S. (s.f.). *El libro del Comercio Electrónico*. ESIC Editorial, 2011.
- Eduardo Liberos, I. S. (s.f.). *El libro del Comercio Electrónico*. ESIC Editorial, 2011.
- Gariboldi, G. (1999). *COMERCIO ELECTRONICO* . Departamento de Integración y Programas Regionales, Instituto para la Integración de América Latina y el Caribe, INTAL, Banco Interamericano de Desarrollo.
- Gariboldi, G. (s.f.). *Comercio electrónico: conceptos y reflexiones básicas*. BID-INTAL, 1999.
- Guiomar Salvat Martinrey, V. S. (s.f.). Gestión 2000, 2017.
- Guiomar Salvat Martinrey, V. S. (s.f.). Gestión 2000, 2017.
- Guiomar Salvat Martinrey, V. S. (15 de febrero de 2011). Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- Guiomar Salvat Martinrey, V. S. (s.f.). *La revolución digital y la sociedad de la información*. Comunicacion Social, 2011.
- Hernandez Barrueco , L., & Hernandez Ramos, E. (2020).
- Hernandez Barrueco, L., & Hernandez Ramos, E. (2020).
- Hernandez Barrueco, L., & Hernandez Ramos, E. (2020).

- Liberos, E., & Somalo, I. (2011).
- Liberos, E., & Somalo, I. (2011).
- Malca, O. (2001). COMERCIO ELECTRONICO.
- Malca, O. (2001). *comercio electronico*.
- Maria Hernandez, L. H. (2018-2020). *Manual del comercio electronico*. Valencia-Barcelona: Marge Books.
- Marisleynis Zao, R., & Rodriguez Miranda, D. (2005). *el comercio electronico una estrategia para hacer negocio* .
- Marisleynis Zao, R., & Rodriguez Miranda, D. (2005). *El comercio electronico una estrategia para hacer negocios*.
- Marisleynis Zao, R., & Rodriguez Miranda, D. (2005). *Una estrategia para hacer negocios* .
- Moncalvo, A. (2008). Ld Books Incorporated.
- Moncalvo, A. (2018). Ld Books Incorporated.
- Paniagua , M., Fernando, Bach, R., & Adolf. (2022). Paraninfo.
- Paniagua, M., Fernando, Bach, R., & Adolf. (2022). paraninfo.
- Robleto Arana, C. A. (2004). *Comercio electrónico*. revista .
- Rodriguez Ardura , I. (2020). Piramide.
- Rodriguez Ardura, I. (2020). PIRAMIDE.
- Sofware, C. (2019).
- Sofware, C. (2019).
- VEIGA, J. M. (2020). *Comercio electronico y sus metodos de pago*. Blurb, Incorporated.

RESUMEN

Palabras claves:

Comercio electrónico, marketing, internet, globalización.

El comercio electrónico atraviesa su mejor momento en el Ecuador y está siendo adoptado por las empresas que ven sus ventajas, pues permite romper barrera de mercado y llegar a más personas, ha generado cambios en los modelos de negocios de las empresas y se postula para ser el medio preferido para hacer compras en el futuro. Las empresas textiles productoras de uniforme escolares han visto como la coyuntura económica les ha afectado y adoptar un nuevo modelo de negocio que incluya el comercio electrónico podría significar una oportunidad para su crecimiento y sostenibilidad permitiéndolo tener una mayor visibilidad, y mejorar su relación con clientes y posibles aumento de sus ventas.

SUMMARY

Keywords:

Electronic commerce, marketing, internet, globalization

Adopted by companies that see its advantages, since it allows breaking market barriers and reaching more people, it has generated changes in the business models of companies and is running to be the preferred means of making purchases in the future. The textile companies that produce school uniforms have seen how the economic situation has affected them and adopting a new business model that includes electronic commerce could mean an opportunity for their growth and sustainability, allowing them to have greater visibility, improve their relationship with clients and possibly increase in your sales.

ANEXO

Babahoyo, 22 de marzo del 2023

Magister:

Eduardo Galeas Guijarro

DECANO DE LA FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN FINANZA E INFORMÁTICA

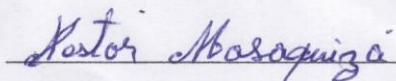
En su despacho.

solicito.

Reciba un cordial saludo de quienes conformamos la Micro empresa **CONFESIONES TEXTIL NEMATEX** de la ciudad de Babahoyo del Cantón Provincia los Ríos,

Por medio de la presente me dirijo a usted para comunicarle que se ha **AUTORIZADO** a la estudiante Vilma Gabriela Placencia Peña de la carrera de comercio de la Facultad de Administración Finanzas e Informática de la Universidad Técnica de Babahoyo para que realice el estudio de caso con el tema: **Comercio Electrónico De Sector Textil Confesiones Nematex del Periodo 2022** el cual es requisito indispensable para poder titularse.

Atentamente,



Néstor Masaquiza Cruz

Correo: masaquizacruz55@gmail.com

Teléfono: 0980806807