



**EVOLUCIÓN DEL ECOMMERCE EN LAS ORGANIZACIONES TEXTILES
ENTRE EL PERIODO 2017-2020 DE LA CIUDAD DE MEDELLÍN, ANTIOQUIA.**

Elaborado por:

JEFFERSON YADIR VILLEGAS CAMPO

JUAN CAMILO YARCE GONZÁLEZ

Asesor:

WILMER CASTAÑEDA CARDONA

Tecnológico de Antioquia Institución Universitaria

Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas

Medellín

2021

Resumen

Este artículo ofrece una descripción general de las actividades de E-commerce en las industrias textil y de la confección. Comenzamos con una breve mirada al panorama competitivo actual en la industria de la confección "tradicional", destacando los cambios que se han producido durante la última década a medida que los minoristas han adoptado modelos comerciales de "venta al por menor ajustada" en respuesta a una mayor proliferación de productos y una vida útil más corta.

Con la llegada de Internet, las ventas de ropa han comenzado a moverse en línea. Para comprender cómo el patrón de crecimiento de las ventas de ropa en línea puede diferir del de otros productos, describimos algunas de las formas críticas en las que la decisión de compra de ropa difiere de la decisión de compra de otros productos de consumo, como libros y discos compactos, que han tenido experiencia. rápido crecimiento de las ventas en línea. Es por esto que el estudio tuvo como objetivo general analizar la evolución del e-commerce en algunas organizaciones textiles entre el periodo 2017- 2020 de la ciudad de Medellín, Antioquia.

Palabras claves: e-commerce, organización textil, comercio electrónico, evolución, digital.

Abstract

This article provides an overview of e-commerce activities in the textile and clothing industries. We begin with a brief look at the current competitive landscape in the "traditional" apparel industry, highlighting the changes that have occurred over the past decade as retailers have adopted "lean retail" business models in response to increased product proliferation and shorter shelf life.

With the advent of the Internet, clothing sales have started to move online. To understand how the growth pattern of online clothing sales may differ from that of other products, we describe some of the critical ways in which the clothing purchase decision differs from the purchase decision for other consumer products, such as books and compact discs, which have had experience with rapid growth of online sales. This is why the study's general objective was to analyze the evolution of e-commerce in some textile organizations between the period 2017-2020 in the city of Medellín, Antioquia.

Keywords: e-commerce, textile organization, electronic commerce, evolution, digital.

Referencias

- Alzate, A., & Castrillón, L. (2019). *Estudio de pre factibilidad para la creación de una plataforma E-commerce para comerciantes de El Hueco en la ciudad de Medellín*. Universidad de Antioquia. Medellín .
- Anteportamlatinam, J. (2014). *Relevancia del e-commerce para la empresa actual*. Universidad de Valladolid. España.
- Campos, A. (2014). *El sector textil en Colombia: ¿cómo ser más competitivo?* Universidad Militar Nueva Granada. Bogotá.
- Converse. (2018). *Acerca de nosotros*. Obtenido de https://www.converse.com/es/acerca-de-nosotros/about-us.html?lang=es_ES
- Fernández, A. (2015). *Comercio Electrónico (e-commerce): aproximación bibliométrica y económica*. Universidad de Extremadura Escuela Politécnica. España .

- Fernández, L. (2014). *una app para personalizartus prendas de vestir* . Obtenido de <http://www.spri.eus/euskadinnova/es/enpresa-digitala/noticias/lynber-para-personalizar-prendas-vestir/12382.aspx>
- Inàcio, C. (20 de marzo de 2016). *Los principales modelos de negocios en el e-commerce*. Obtenido de <http://umh2809.edu.umh.es/wp-content/uploads/sites/860/2016/03/Los-principales-modelos-de-negocios-en-el-e-commerce.pdf>
- Itfashion. (2015). *El futuro de la customización lo tare Knyttan*. Obtenido de <http://www.itfashion.com/moda/industria/knyttan-el-futuro-de-la-customizacion/>
- LO ENCONTRASTE. (2018). *E-Commerce en Colombia: una realidad que aumenta*. Obtenido de <https://marketingdigital.bsm.upf.edu/e-commerce-comercio-electronico>
- López, M. (2017). *Este es el total de usuarios que utilizan Internet en todo el mundo*. Obtenido de unocero.com: <https://www.unocero.com/noticias/este-es-el-total-de-usuarios-que-utilizan-internet-en-todo-el-mundo/>
- Moreno, J. P. (2016). *Sector textil en Colombia: un anàlisis de las importaciones y exportaciones entre los años 2008 a 2014*. Universidad Militar Nueva Granada. Bogotá.
- Muñoz, A., & Sànchez, L. (2017). *Aceptaciòn y uso del e-commerce en las pymes del sector de alimentos fitness en Medellín*. Tecnològico de Antioquia Instituciòn Universitaria. Medellín.
- Semana. (07 de 02 de 2021). *Semana*. Obtenido de Semana: <https://www.semana.com/actualidad/articulo/comercio-electronico-aumento-en-colombia-durante-la-pandemia-y-creceria-16-este-ano/202140/>
- Tavera, J., Sànchez, J., & Ballesteros, B. (2011). Aceptaciòn del e-commerce en Colombia: un estudio para la ciudad de Medellín. . *Revista de la Facultad de Ciencias Econòmicas de la Universidad Militar Nueva Granada*. , 9-23.
- Totortosa, M. (2014). *Anna Lozabai abre su tienda online y se convierte en la primera modista 2.0 de España* . Obtenido de <https://lanzadera.es/anna-lozabai-abre-su-tienda-online-y-se-convierte-en-la-primera-modista-2-0-de-espana/>
- Warshaw, L. (01 de 10 de 2020). La industria textil: historia y salud y seguridad. En L. Ivester, & N. John, *Industrias textiles y de la confecciòn* (pàgs. 89. -89.4). 1998. Obtenido de

[https://www.insst.es/documents/94886/161971/Cap%C3%ADtulo+89.+Industria+d
e+productos+textiles](https://www.insst.es/documents/94886/161971/Cap%C3%ADtulo+89.+Industria+d
e+productos+textiles)