

Investigación para posicionar la marca de ropa urbana KARMA en la web
Research to position the urban clothing brand KARMA on the web

Sebastian Parra

Harold Lozano

Daniel Ramírez

Corporación Unificada Nacional de Educación Superior

CUN

Trabajo de Grado 1 – 20106

Nathalia López Zambrano

10 de octubre de 2022

Contenido

RESUMEN.....	4
PALABRAS CLAVE	4
ABSTRACT	5
KEYWORDS	5
INTRODUCCIÓN	6
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	6
MARCO TEORICO	7
MARKETING DIGITAL	8
DIAGNOSTICO	8
ANALISIS INTERNO	8
ANALISIS DEL SECTOR DIGITAL	9
ANALISIS CONSUMIDORES	10
ANALISIS COMPETENCIA	10
TRUE	10
CREEP BRAND	11
ANALISIS CANALES DE DISTRIBUCION	11
EVIDENCIAS	12
TABLA DE ILUSTRACIONES	16
REFERENTES	17
BIBLIOGRÁFA	19

RESUMEN

Nuestra marca con el crecimiento del comercio electrónico busca generar un nuevo impacto y llegar a la gente de una manera muy cordial y amigable, además de hacer una obra benéfica para esas personas que lo necesitan. Nuestro identificativo y nuestro plus es como la sociedad nos puede ver, siendo una marca diferente, donde su sencillez, calidad y expresión de marca nos puede llegar a hacer mover en el mercado, además de que se apoyan las buenas causas sociales y el crecimiento del comercio electrónico, ya que en los últimos años las personas encuentran más sencillo y cómodo comprar por la Web.

PALABRAS CLAVE

e-commerce, fundaciones, marca, textil, urbano, ventas.

ABSTRACT

Our brand with the growth of e-commerce seeks to generate a new impact and reach people in a very cordial and friendly way, in addition to doing a charitable work for those people in need. Our identification and our plus is how society can see us, being a different brand, where its simplicity, quality and brand expression can make us move in the market, in addition to supporting good social causes and the growth of e-commerce, as in recent years people find it easier and more comfortable to buy on the Web.

KEYWORDS

e-commerce, foundations, brand, textile, urban, sales.

INTRODUCCIÓN

Reconocemos nuestra marca como un desarrollo gráfico que se adecua a la visibilidad de una población urbana juvenil que empatiza con una problemática artística y social, la mayoría del nuestro público objetivo son gente de la generación de las redes sociales, donde la mayor parte del tiempo lo que hacen es estar en el celular y sus plataformas digitales compartiendo información, nos enfocaremos en hacer anuncios llamativos enfocándonos en Instagram y Twitter, canales que la mayoría de usuarios ya saben utilizar y se le facilita a la hora de entrar a ver nuestros productos.

OBJETIVO GENERAL

Reconocer nuestra marca como un desarrollo gráfico que se adecua a la visibilidad de una población urbana juvenil por medio de una página web.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Por medio de una investigación minuciosa resaltar conceptualmente cuales son los factores claves para este desarrollo.
- A través de un desarrollo grafico emplear contenido gráfico de primera mano cómo Fotográficas, ilustraciones que nos ayudaran adentrarnos en el mercado digital
- Expandir la identidad de nuestra marca para darnos a conocer y posicionarnos en el mercado digital.

MARCO TEÓRICO

El crecimiento del comercio electrónico en los últimos años, las personas consideran que es una manera más rápida y sencilla de hacer sus compras sin necesidad de desplazarse y las posibles variaciones de precio en diferentes prendas de ropa femenina en almacenes y portales virtuales.

“Las empresas que deseen tener una presencia en internet más efectiva no se pueden conformar con una página corporativa que tan sólo proporcione información” (Useit,2018), concluimos entonces que la manera de darse a conocer está evolucionando y ya no es suficiente con solo una página web para dar a conocer una marca.

Por lo tanto, la manera más fácil ahora de dar a conocer una marca es entonces por medio del ecommerce, según (Useit,2018) “Los consumidores ya están totalmente acostumbrados a realizar sus compras online y los procedimientos de pago son cada vez más diversos y seguros, gracias a productos como PayPal, por ejemplo”; gracias a esto podemos evidenciar que la gente se siente más cómoda comprando por medio de páginas web.

Por medio de nuestro proyecto se quiere dar a conocer nuestra marca de ropa, distribuyéndola por medio de nuestra página web,” Con la llegada de Internet, las ventas de ropa han comenzado a moverse en línea y han ganado gran parte del mercado virtual” (Villegas,2021); según Villegas el ecommerce ha llegado para quedarse y una de sus más fuertes ramas son las de productos textiles, recordando también al célebre Bill Gates “Si tu negocio no está en internet, no existe”.

Actualmente en el mercado digital existen varias plataformas que venden toda clase de productos y servicios locales como: Clever Shop, Coosas, Poordesigner, Decohunter, Monomi (proyectos realizados por colombianos). De almacenes conocidos donde su inversión a herramientas digitales es alta como Falabella, y de plataformas con promociones o descuentos muy altos como Cuponatic. El Marketing Digital ha estado evolucionando a pasos agigantados como las empresas mismas en los últimos años.

En estos tiempos la mejor manera para llegar a los clientes es por medio de los canales digitales, ya que está disponible para la gran mayoría de personas y también es la manera más

eficiente de conectar con las personas ya que lo pueden hacer desde cualquier lugar por medio de sus dispositivos móviles, “En las últimas 2 décadas Colombia empezó una transición hacia lo que se conoce como la “nueva economía” y que actualmente se conoce como economía digital.” (Gomez,2018); deducimos entonces que la economía digital es el mayor medio económico de la actualidad por lo tanto es el sector en el que se debe invertir para que tu marca se haga conocida.

“El sector textil se encarga principalmente de transformar materias primas en productos. Las empresas textiles empezaron como emprendimientos familiares con talleres que empleaban poca tecnología.” (Caicedo,2021); en cambio hoy en día la industria textil es de las más avanzadas a nivel económico y tecnológico, por lo que la mayoría de la gente no puede costearse algunas prendas de ese nivel en eso entra nuestra marca KARMA la cual quiere llegar a ese sector que no puede costearse las prendas textiles más modernas.

Por medio de nuestro proyecto se quiere dar a conocer nuestra marca de ropa, distribuyéndola por medio de nuestra página web,” Con la llegada de Internet, las ventas de ropa han comenzado a moverse en línea y han ganado gran parte del mercado virtual” (Villegas,2021); según Villegas el ecommerce ha llegado para quedarse y una de sus más fuertes ramas son las de productos textiles, recordando también al célebre Bill Gates “Si tu negocio no está en internet, no existe”.

MARKETING DIGITAL

El concepto de KARMA nace de la idea de emprender en el ámbito del diseño y la moda urbana, por medio de una página web en la cual se distribuyan las prendas y otras piezas gráficas para su venta, utilizando el concepto de prendas de segunda mano para darle una nueva vida útil a las prendas y así reduciendo su costo de producción y distribución.

Para el desarrollo de nuestra estrategia de marketing, tomamos en cuenta todos los datos recolectados a través de las investigaciones realizadas y la importancia del ecommerce hoy en día,

para poder fidelizar nuestra marca y expandir nuestro alcance por medio de publicaciones llamativas a través de los canales digitales de nuestra marca, y así poder apoyar a fundaciones benéficas de escasos recursos.

DIAGNÓSTICO

ANÁLISIS INTERNO

En Colombia el uso de la moda urbana está en aumento, gracias a marcas tales como Supreme, Trasher y DC, con sus estilos únicos y llamativos, hicieron que la industria urbana se disparara y con ello las ventas de prendas urbanas en la capital del país.

“Arrancar una marca de moda independiente que le apueste a temáticas y diseños contraculturales siempre es un reto, incluso un arma de doble filo para el diseñador que se anime. Al no existir producción masiva, es más caro sacar colecciones, no se tienen grandes canales de difusión –ni en medios, ni en pasarelas- y el público, lamentablemente, no termina por apreciar los productos nacionales” (CartelUrbano,2017).

Ahora en 2022 con popularidad del genero urbano, ha elevado el emprendimiento de este nicho y así se viera incrementada la demanda de la moda urbana y más ahora que todo es tan fácil mediante el uso de los medios digitales donde con solo un clic se compran inmensas cantidades de ropa al día, motivo por el cual el ecommerce textil es una de las maneras más rentables de emprender en estos tiempos.

Grandes marcas tales como TRUE o Creep Brand han logrado escalar y convertirse en pioneras del género urbano en Colombia en lo que a ropa se refiere, ganando incluso fama mundial al ser marcas que visten a cantantes del género urbano reconocidos en el país.

“¿Pero ¿dónde ocurrió el cambio? Pues bien, este cambio inicia cuando artistas tan grandes como J Balvin comienzan a ser referentes de moda, haciendo que los artistas más nuevos empezarán a implementar en sus estilos este tipo de prendas del streetwear, no por nada hoy vemos como los vídeos, los shows y los looks de estos artistas marcan la parada en cualquier evento y aún más importante, en cualquier tendencia de moda.” *(Daniela, 2019)*

ANÁLISIS DEL SECTOR DIGITAL

El comercio electrónico es un fenómeno reciente, y comprender su evolución genera sorpresa, ya que esta misma se ha presentado en un corto espacio de tiempo, llegando a la actualidad donde las compras por plataformas virtuales son muy comunes.

“El Comercio electrónico o Ecommerce ha tenido una tendencia de crecimiento importante en los últimos años en Colombia. Si bien en comparación con los países latino americanos aún estamos alejados de los líderes (Brasil, Argentina y México), Colombia presenta un avance significativo en adopción de tecnologías y tendencias de compras y ventas no presenciales.” *(Andrés y Lina, 2019)*.

Al ir expandiéndose esta industria por todo el territorio colombiano, se ha convertido en una de los más importantes sectores económicos y es bien respaldada por los usuarios de esta, “Basado en los fundamentos antes señalados, la elección del comercio electrónico como Objeto de estudio en este trabajo, se debe a que el internet y otras tecnologías, están creando Un nuevo

paradigma en la gestión comercial, tanto para las empresas como en los propios Consumidores” (Juan, 2019).

ANALISIS CONSUMIDORES

Jóvenes entre 18 a 25 años en el sector de la candelaria, centro de Bogotá por medio de encuestas y campañas se piensa recopilar información sobre el público objetivo, según análisis realizados la mejor manera es realizando actividades interactivas en la cuales los jóvenes se entretengan y conozcan el producto, aparte de premios especiales por promoción en redes sociales etiquetado a @KARMA_ART y por el hashtag #KARMAISART.

ANALISIS COMPETENCIA

TRUE

Es una marca de ropa urbana creada en 2016 por la empresaria Daniela Valencia, chica nacida en los Estados Unidos, New York, pero criada desde pequeña en la ciudad de Medellín Colombia.

True es un referente para la cultura independiente. Sus colecciones representan este estilo de la ciudad que se mezcla con prendas cómodas y que se pueden usar en cualquier escenario.

Sus comienzos en la industria se dieron en un evento de cerveza donde la famosa marca Budwaiser estrenaría su primer bar en Colombia y en donde la encargada de las prendas para el ámbito publicitario no fue otra que Daniela, donde enfocándose en sus gustos y sacando el máximo del género urbano encanto con sus diseños que de a poco comenzaron a hacerse un nombre en la industria hasta escalar a una empresa pionera en Colombia sobre lo que la moda urbana se refiere.

Es una marca que representa lo que pasa en la calle, que se inspira en los movimientos urbanos y en la música que narra lo que vemos en el día a día, son las palabras de Daniela para definir su marca, dándonos a entender lo arraigada que está la cultura urbana en Daniela y en sus diseños y lo que evidencia también que a los usuarios le gusta ese tipo de enfoque.

CREEP BRAND

Es una marca de diseñadores colombianos enfocados en la moda y el arte urbano, la cual busca un estilo fresco e innovador en sus diseños los cuales siempre están a la vanguardia mundial, por medio de la utilización de mano de obra local e insumos totalmente nacionales.

“Una marca que le da todo su esfuerzo a la ropa urbana pero que ha llamado la atención de distintos artistas por su juego y unión de telas donde se crean distintos efectos visuales y tecnológicos como refractivos de varios colores o metalizados.” (Daniela, 2019).

Las pensadas que más venden son los overoles y chaquetas tan únicos que tienen, con un concepto original e innovador, en el que el cliente siempre se siente a la vanguardia de tendencias mundiales

ANALISIS CANALES DE DISTRIBUCION

Después de la investigación realizada, se hace evidencia que los mejores canales de distribución son las redes sociales de Twitter e Instagram como también Facebook, ya que gracias a su crecimiento constante son plataformas que se adaptan al comercio actual tal como el ecommerce, facilitando la distribución de productos por medio de sus canales digitales

EVIDENCIAS

Figura 1.

1 Publicación de KARMA en Twitter



Figura 2.

2Publicación de KARMA en Instagram.

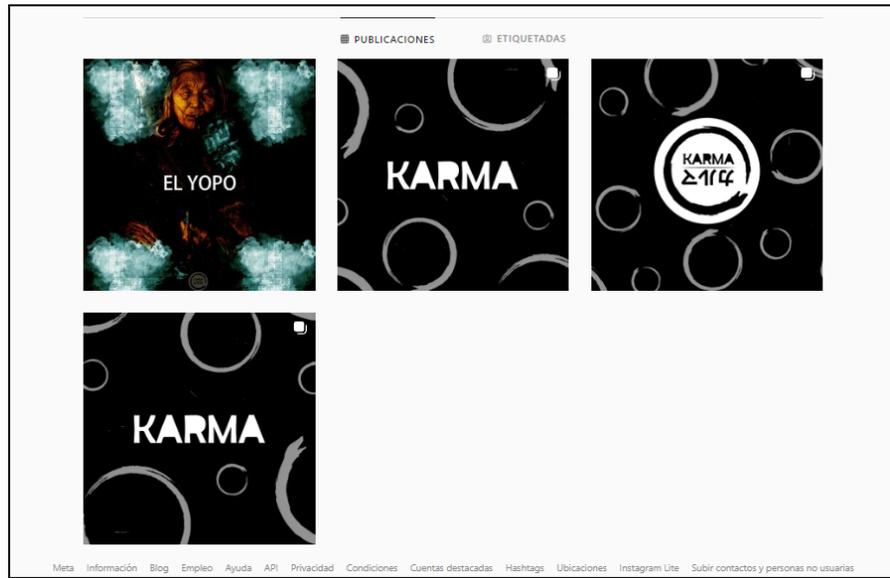


Figura 3.

3Logo de KARMA.



Figura 4.*4Estudio Publico Objetivo.*

Edad	18 años	20 años
Sexo	Masculino	Femenino
Nivel de Estudios	Bachiller/Avances Tecnicos/Tecnico Profesional Profesional	Bachiller/Avances Tecnicos/Tecnico Profesional Profesional
Ingresos	1,100,000/1,500,00+	1,100,000/1,500,00+
Zona de Residencia	Sur Bogota	Norte Bogota
Estado Civil	Soltero	Union Libre

Figura 5. Investigación sobre la competencia.

JOURNEY

DISEÑO	ESTAMPADO	EMPAQUE	ENVIO	PAGO	REDES
Desarrollamos nuestros propios diseños, por lo tanto, no necesitamos ilustradores competentes para generar tendencia por medio de diseños frescos e innovadores que existan en el público.	Todo el proceso referente al estampado de las prendas seleccionadas, se necesita gente con conocimiento sobre todo el tema del estampe que sean veloces y efectivos.	Un proceso de empaque en el que se efectúa que las prendas o accesorios vayan en optima forma y no sufran daños, se necesita optimizar el proceso para hacerlo de manera eficaz y con especial atención en los detalles.	La mejor manera para hacer llegar el producto al cliente con la mayor velocidad posible, por medio de servicios de entrega.	Se busca la manera más cómoda y eficaz posible por medio de canales electrónicos para efectuar el pago de los productos, se necesita estar al día sobre problemas de red y diferentes maneras de proceder con la transferencia del dinero.	El uso de redes sociales para el tema de publicidad y una forma de conectarlos con los clientes y estar al día sobre las tendencias que siguen los usuarios de estas mismas para expandir la marca.
Agencia de diseño gráfico ubicada en Bogotá. DESIGNARE AGENCIA con más de 10 años de experiencia y siendo una de las mejores empresas de diseño gráfico en Bogotá y agencias de publicidad, ofrecen soluciones creativas.	Es una empresa de estampado textil continuo, estampan metrajes para diseñadores en toda Colombia, estampan en screen desde hace más de 20 años, creando estampas únicas para empresas importantes del país.	Empresa productora y comercializadora de empaques, productos promocionales entre otros. Elaborados en vinilo (PVC) flexible, sintéticos, lonas y telas, a partir de esta fecha, venimos en proceso de expansión con amplio reconocimiento en el mercado y altamente calificados por nuestros clientes.	Servertrega S.A. es una compañía orientada a ofrecer soluciones integrales de logística en recolección, transporte, almacenamiento, empaque y embalaje, logística promocional y distribución de documentos y mercancías, a todo el país.	Nequi es una plataforma financiera 100% digital, que busca que el cliente tenga una mejor relación con su plata para que logren lo que quieren con ella. Nequi es un depósito de bajo monto sin cuota de manejo o comisiones.	Es un servicio de redes y medios sociales en línea, es una plataforma virtual creada en estados unidos por Mark Zuckerberg, se se puede acceder por una amplia gama de dispositivos que puedan conectarse a internet y cuenta con más de 2700 millones de usuarios activos mensuales.
Empresa de diseño gráfico que nace en el año de 2011, con la misión de diseñar para potenciar marcas y su buen manejo, diseñan piezas de comunicación, logos de empresas, diseño editorial, desarrollo digital y producción gráfica.	Empresa especializada en estampados souvenir, corte e impresión láser y toda la gama de publicidad, empresa con años de experiencia en el sector ubicado en la ciudad de Bucaramanga.	Sackprom es una empresa colombiana con más de 10 años de experiencia en la fabricación de empaques comerciales (cajas, bolsas, etiquetas) todo con material ecológico 100% biodegradables.	Transportadora Comercial Colombiana S.A. (TCC) es una empresa de transporte colombiana, fundada en Medellín, Antioquia dedicada al transporte de productos por todo el país y a nivel internacional con países vecinos.	DaviPlata permite hacer uso del dinero, de forma fácil, segura y sin costo, a través de cualquier operador celular, sin trámites, ni tarjeta, ni cuentas bancarias, el número de DaviPlata es el mismo número de su celular.	Es un servicio de micro-blogs, creado en estados unidos, cogió fama mundial desde sus inicios y es considerado el SMS (Servicio de Mensajes Simples) de internet, por defecto todos los mensajes en la red social son públicos, pudiendo difundirse información más eficientemente, la red cuenta con más de 65 millones de tuits por día.
Una empresa de diseño integrada por personas especializadas en diferentes áreas del diseño gráfico, se ubican en la ciudad de Bogotá donde participan en proyectos sobre la filosofía de las marcas y la comunicación de sus herramientas visuales.	Compañía con más de 10 años de experiencia, pioneros en la innovación publicitaria, optimizan recursos logrando así ofrecer precios asequibles, presencia a nivel nacional, planta propia de producción, planta propia de logística.	Desde 1984, somos fabricantes de la mayor variedad de bolsas de papel kraft, para domicilios, para panaderías, para cubiertos, industriales papel blanco, papel kraft, papel Earth pact. Fabricamos nuestros productos en Bogotá Colombia.	Compañía líder especializada en el transporte de materias primas y productos terminados, fundada en 1974 por Henry Cubides Olarte, bajo el nombre de Coltanques inició la empresa, y fue evolucionando y ampliando sus servicios conforme avanzó el tiempo hasta establecerse como una de las empresas de envío por excelencia en el país.	Bancolombia es una de las empresas del grupo financiero multinacional colombiano Grupo Bancolombia, su sede principal se encuentra en Medellín y en Bogotá, y hacen transacciones por medio de app en dispositivos móviles.	Es un aplicación y red social, consta en compartir imágenes para que otros usuarios las vean y compartan, cuenta también con un medio de comunicación privado y una función llamada Historias donde lo que se publique es temporalmente, es la sexta red social más usada con más de 1000 millones de usuarios activos mensuales.
BigBrandLab es un estudio de diseño radicado en Bogotá - Colombia desde el año 2010, se especializan en diseño gráfico y publicidad, con amplia experiencia en creación y fortalecimiento de marcas.	Espriellabe impresores cuenta con un personal altamente calificado en cada una de sus áreas para ofrecer el mejor servicio litográfico y estampado del país, se especializan en etiquetas, estampados, garas en cartón, materiales sintéticos resposados, catálogos, pendones, afiches.	Producción, comercialización y distribución de empaques sostenibles en papel, laminas y cajas de cartón corrugado 100% reciclado, reciclable y biodegradable. Asesorías en diseño estructural y gráfico de empaques y en almacenamiento y manipulación de productos.	Centros de recibo y entrega Coordinadora Mercantil, es una red logística que trabaja para acompañar a los colombianos, ayudándolo a cruzar fronteras, conectando mercados y asesorándolos para fortalecer sus negocios.	Es una empresa de pagos en línea con alcance mundial, creada en Estados Unidos fundada en el año de 1998, opera como un procesador de pagos para vendedores en línea, sitios de subastas y otros usuarios comerciales en línea.	Es una red social para compartir videos cortos, que van desde 1 segundo hasta 10 minutos, la red fue popular desde el momento en que salió, teniendo origen en china es la versión americana de Douyin, proyecto anterior a Tiktok, cuenta con más de 2000 millones de visualizaciones al mes.
ClockWork Estudio Creativo de Bogotá, Colombia, es una empresa que se especializa en branding, motion graphics, y el desarrollo de estrategias de comunicación y contenidos digitales que ayudan a posicionar alguna marca.	Es una empresa fundada en Bogotá - Colombia, posee una firme experiencia en el estampado de prendas, contando así con mejor maquinaria, asesorando ágilmente soluciones para su requerimiento, tienen servicios de personalización camisetas, gorras bordadas o estampadas, mugs, estampados, agendas, esteros, entre otros.	Producción, comercialización y distribución de empaques sostenibles en papel, laminas y cajas de cartón corrugado 100% reciclado, reciclable y biodegradable. Asesorías en diseño estructural y gráfico de empaques y en almacenamiento y manipulación de productos.			

NUESTRA MISION

Proyecto de marketing digital que emplea piezas graficas con el interés general, ilustraciones con, el incentivo de comunicar a la población urbana de la ciudad de Bogotá sobre el desarrollo

De una marca de ropa. además, se implementa una estrategia de comunicación apoyando a las Fundaciones de escasos recursos con ropa de segunda mano. Incentivando a que otras marcas y la gente aporte con un pequeño granito de arena a recaudar los recursos donde nosotros como marca le damos el segundo uso y un uso agradable sin generar contaminación textil

NUESTRA VISION

Lo primero es reflejar e impulsar nuestra marca, haciéndola diferenciaría frente a las demás para poder incluir nuestro proyecto en la sociedad, reflejando una compañía colaborativa e impulsadora de los buenos actos, partimos del cuidado y poca contaminación, hasta llegar a que una persona necesitada use nuestra marca y genere ese impacto y flujo visual entre las personas, siendo un identificativo de nuestra marca.

TABLA DE ILUSTRACIONES

1) Figura 1. Publicación de KARMA en Twitter	12
2) Figura 2.Publicación de KARMA en Instagram.	12
3) Figura 3.Logo de KARMA.	13
4) Figura 4.Estudio Publico Objetivo.	13
5) Figura 5.Investigación sobre la competencia.	14

REFERENTES

- 1) Ardila, O. (2000). *Lenguas indígenas de Colombia una visión descriptiva*. [Libro]. Instituto Caro y Cuervo Santafé de Bogotá.
- 2) Asobancaria. (2019). *E-Commerce, crecimiento y ecosistema digital en Colombia*.
- 3) Ballestas L. (2007). *La serpiente en el diseño indígena colombiano*. [Investigación]. Universidad Nacional de Colombia.
- 4) Balsa, J. (2020). *Diseño de un e-commerce para la comercialización de ropa e implementos deportivos de la empresa orange fitness*.
- 5) Bocigas, M. (2019). *El ecommerce en la industria textil. Análisis del proceso de compra online en el sector de la moda*.
- 6) Castro, G. (2021). *El ecommerce en la industria de la moda durante la pandemia de COVID 19*.
- 7) CCCE. (2019). *¿Cómo entrar al mundo del eCommerce?*
- 8) Dueñas, J y Peñalosa, M. (2014). *Desarrollo de las relaciones de negocios internacionales de pymes del subsector confección de ropa en Bogotá, Colombia*. [Artículo de Investigación]. Universidades Jorge Tadeo Lozano y Universidad de La Salle.
- 9) Duran, M. (2021). *Marketing Social y el e-commerce solidario*.
- 10) Empresite. (2019). *Ecommerce*.
- 11) Gamella, M. (2021). *¿Cuál es el diseño e-commerce ideal? Elementos que no pueden faltar*.
- 12) Garcia, B. (2018). *Diseño de un e-commerce para comercializar productos de microempresarios colombianos*.

- 13) Garcia, M. (2020). *Creación de un e-commerce de ropa de segunda mano*. [Tesis]. Tecno Campus Escola Superior de Ciències Socials i de l'Empresahttps.
- 14) Gomez, A. (2018). *Propuesta de implementación de e-commerce*.
- 15) GestionSystem. (2020). *Importancia del ecommerce para las compañías en el 2021*.
- 16) Grupovalora. (2019). *Las eCommerce textiles se llevan el 7,4% de las ventas en nuestro país*.
- 17) Iglesias J. (2015). *El papel de las marcas de moda en la construcción de la identidad personal*. [Tesis]. Universitat Ramon Llull.
- 18) Ihelp. (2022). *¿Eres una marca o e-commerce y quieres ayudar?*
- 19) Interempresas. (2020). *¿Cómo actúa la publicidad en el e-commerce?*
- 20) Londoño, J. (2019). *Co-local: la plataforma de ecommerce enfocada en marcas colombianas emergentes*.
- 21) Marketingdirecto. (2020). *Así evolucionó el e-commerce en el sector de la moda en 2020*.
- 22) Minds4change. (2021). *E-commerce gratuito para asociaciones, fundaciones y emprendedores*.
- 23) Murillo, L. (2017). *Descripción de la influencia del comercio electrónico en el proceso de compra de ropa para dama en la ciudad de bogotá*.
- 24) Neilpatel. (2022). *How to Grow Your First Website with No Money, No Brand, and No Connections*.
- 25) OCDE. (2019). *Panorama del comercio electrónico POLÍTICAS, TENDENCIAS Y MODELOS DE NEGOCIO*.

26) Plata, A. (2005). *Importancia de la fauna silvestre en la etnia Sikuani, comunidad de Cumariana, selva de Matavén, Vichada, Colombia*. [Artículo]. Universidad Sergio Arboleda

27) Pragma. (2019). *Qué es el e-commerce y cómo funciona*.

28) Sanchez, J. (2018). *Plan de negocio de venta y distribución “ONLINE” de productos textiles (Específico)*.

29) Seguí M. (2015). *Diseño de campaña promocional para la marca de ropa infantil tutto piccolo*. [Diseño de Campaña]-Politécnica de Valencia.

30) Serrano, A. (2022). *27 Trucos para aumentar el tráfico web de tu página o blog*.

31) Shopify. (2015). *Cómo financiar proyectos sociales desde tu tienda online*.

32) UNAM. (2018). *El comercio electrónico y principios económico-comerciales*.

33) Useit. (2018). *E-commerce y su importancia*.

34) Villegas, J. (2021). *Evolución del ecommerce en las organizaciones textiles*.

35) Zamudio. L, Toledo. A, Vargas. I, Vega. M, Ariza. J, Chenut. P, Platarrueda. C, Muelas. J, Rodríguez. B, Saade. M, Mora. M, Ortiz. N, Beltrán. J, Rubio. S, Escobar. L, Paz. C, Ortega. J, Manjarrés. L, Forero. Y, Cárdenas. D. (2015). *Estudio Nacional de la Situación Alimentaria y Nutricional de los Pueblos Indígenas de Colombia*. [Estudio]. Universidad Externado de Colombia, Universidad de Antioquia, Instituto Nacional de Salud.

BIBLIOGRAFÍA

<https://umomag.com/revista/articulos/las-5-marcas-latinas-que-se-apoderan-del-streetwear/>

https://www.researchgate.net/publication/343533563_Evolucion_del_Ecommerce_en_COLOMBIA

https://www.ccce.org.co/wp-content/uploads/2020/10/informe-comportamiento-y-perspectiva-ecommerce-2020-2021.pdf&ved=2ahUKEwj08q_XkOv6AhWSQjABHQDHD68QFnoECBsQAO&usg=AOvVaw2RZf02xSdS5M5rNtZHU6m

https://www.asobancaria.com/wp-content/uploads/1213.pdf&ved=2ahUKEwj08q_XkOv6AhWSQjABHQDHD68QFnoECA8QAO&usg=AOvVaw1BWDYmCWSzgdZ4DbII-Bza

<https://www.doofinder.com/es/blog/disenio-ecommerce-o-tienda-online>

<https://www.revistaneo.com/articles/2021/08/04/marketing-social-y-el-e-commerce-solidario>

<https://www.ihelp.org.es/blog/marca-ecommerce-quieres-ayudar/>

<https://www.shopify.com/co/blog/47104517-como-financiar-proyectos-sociales-desde-tu-tienda-online>

<https://www.minds4change.org/e-commerce-ongs-asociaciones-fundaciones/>

<https://aulacm.com/aumentar-trafico-web-visitas/>

<https://www.ccce.org.co/noticias/como-entrar-al-mundo-del-ecommerce/>

<https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/10/4667/4.pdf>

https://www.researchgate.net/publication/356360031_El_ecommerce_en_la_industria_de_la_moda_durante_la_pandemia_de_COVID_19

https://earchivo.uc3m.es/bitstream/handle/10016/29396/TFG_Josue_Sanchez_Gutierrez.pdf?sequence=1

<https://neilpatel.com/blog/grow-your-first-website/>

<https://www.pragma.com.co/academia/conceptos/que-es-el-ecommerce-y-como-funciona>

<https://www.asobancaria.com/wp-content/uploads/1213.pdf>

<https://www.oecd.org/sti/Panorama-del-comercio-electro%CC%81nico.pdf>

<https://empresite.economistaamerica.co/Actividad/ECOMMERCE>

<https://www.marketingdirecto.com/digital-general/e-commerce/evoluciono-ecommerce-sector-moda>

<https://www.grupovalora.es/blog/las-ecommerce-textiles-se-llevan-las-ventas/>

<https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/32217/TFG%20ADE.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

<https://gestionsystem.com.co/importancia-del-ecommerce-para-las-companias-en-el-2021/>

<https://www.useit.es/blog/e-commerce-y-su-importancia>

<https://dspace.tdea.edu.co/bitstream/handle/tdea/1763/33.%20TGII%20Yarce%20-%20Villegas%20Resumen.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

<https://m.riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/61800/SEGU%C3%8D%20-%20REDISE%20-%20DE%20MARCA%20APLICADO%20A%20EMPRESA%20REAL.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/369847/Tesi_Jordi_Iglesias.pdf

http://artes.bogota.unal.edu.co/assets/cdm/docs/publicaciones/full/serpiente_indigena.pdf

<https://www.icbf.gov.co/sites/default/files/sikuanicompressed.pdf>

<https://lenguasdecolombia.caroycuervo.gov.co/ICCAadmin/ICC/documentos/guahibo%20o%20sikuani.pdf>

https://repositori.tecnocampus.cat/bitstream/handle/20.500.12367/270/2806_Reusa_MelisaGarcia.pdf?sequence=1&isAllowed=y

<https://expeditiorepositorio.utadeo.edu.co/bitstream/handle/20.500.12010/9162/3079.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

