



TESINA: *E-COMMERCE EN LAS REDES SOCIALES. CASO: VENEZUELA.*

ALUMNA: LENNY LISBETH CATAÑO JIMÉNEZ

1. Presentación y estructura del trabajo:

La presentación y estructura del trabajo son correctas. El objetivo de este trabajo es evidenciar la situación actual del *e-commerce* en el mercado venezolano en tiempo de crisis. Con esta finalidad, la alumna analiza múltiples aspectos clave del comercio electrónico para el correcto desarrollo del trabajo. Después de este primer bloque, la alumna analiza las principales características del *e-commerce* en el mundo y en los países de LATAM. El siguiente bloque muestra la evolución histórica del *e-commerce* en Venezuela. Finalmente, el trabajo termina con un apartado dedicado a conclusiones.

2. Objeto de la investigación y metodología

La hipótesis planteada por la alumna trata de responder el grado de influencia que han tenido las redes sociales sobre el *e-commerce*, en momentos en que tanto compradores como vendedores han buscado un espacio para enfrentar la crisis económica.

3. Valoración global.

Considero que la alumna ha realizado un correcto trabajo de investigación sobre el papel que actualmente pueden desempeñar las redes sociales en la promoción del comercio electrónico en Venezuela. No obstante, varias de las principales conclusiones que se obtienen en el trabajo carecen de datos empíricos y de fuentes



UNIVERSITAT^{DE}
BARCELONA

Facultat d'Economia i Empresa
Comerç i Finances Internacionals

bibliogràfiques que respalden tals afirmacions. En este sentido, la relación entre el uso de las redes sociales en Venezuela y el incremento en el uso del e-commerce no está suficientemente probada.

Barcelona, 7 de enero de 2020

Dr. Rafael Rubio Campillo