

E-COMMERCE

Comercio Electrónico
e-Commerce

Definición

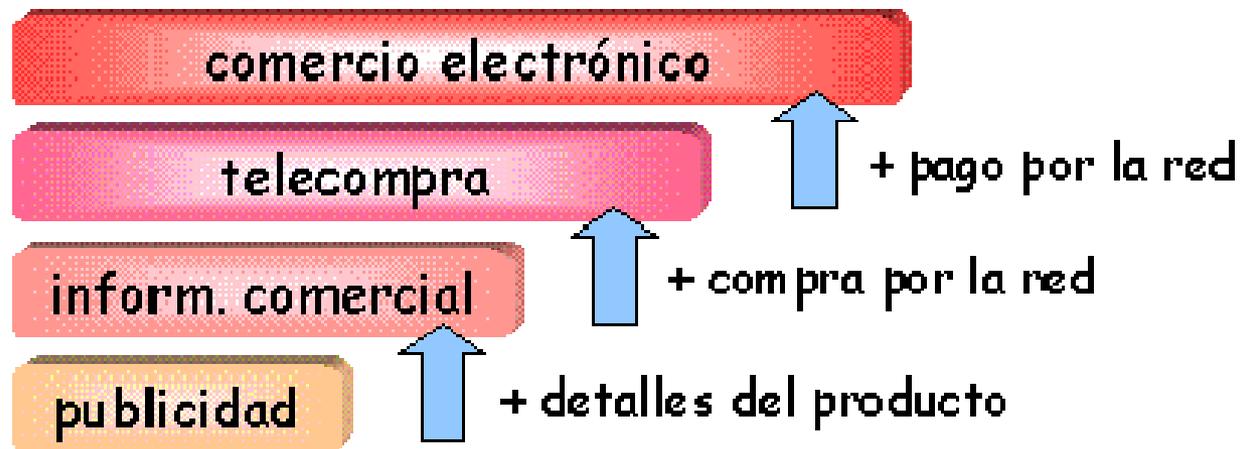
Definiciones

- ▶ ‘Compartir información de negocio, manteniendo las relaciones de negocio y llevando a cabo las transacciones de comercio por medio de redes de telecomunicaciones’, Zwass, 1996.
- ▶ ‘El uso de internet para compra y ventas de bienes y servicios, incluyendo servicios y soporte después de la venta’, Treese y Stewart. (1998)
- ▶ ‘La entrega de información, productos/servicios, o pagos vía líneas telefónicas, redes de ordenadores u otros medios’, Kalakota y Whinston . (1999)



Definiciones

- ▶ Deducciones a partir de las definiciones:
 - ▶ Aunque una de las principales actividades del comercio electrónico es la compra de productos en la web, no es la única. Abarca más actividades como podrían ser la consulta y distribución de información de productos y catálogos, la transferencia de fondos, solicitudes de pedidos, envío de facturas, etc.
 - ▶ El comercio no sólo afecta a productos, sino que también intervienen servicios o información.
 - ▶ Internet no es el único medio para realizar las transacciones. También pueden ser las redes de telefonía básica o telefonía móvil



Comercio Tradicional

Ventajas

La interacción es física entre comprador y vendedor.

El cliente puede ver y probar el producto antes de comprarlo.

En caso de que el producto falle puede hacerse un posible cambio.

Genera más confianza comprar en una tienda física que comprar en un sitio web.

Se puede pagar mediante efectivo y la entrega es inmediata.



Desventajas

Siempre hay horarios y días de servicio, por lo que los clientes se debe de adecuar los horarios de los vendedores.

A veces las sucursales se encuentran lejos de la ubicación del cliente.

No siempre tienen disponible algún producto o modelo.

Una vez realizada la compra del producto ya es responsabilidad del cliente que llegue bien a casa.



Comercio Electrónico

Ventajas

Se puede comprar cualquier producto o servicio a cualquier hora y en cualquier día.

La comodidad de comprar desde cualquier lugar.

La atención es más personalizada ya que hay un contacto virtualmente directo con el vendedor.

Las compras online permite que conozcamos todos los detalles de los productos.

Hay muchas ofertas que solo están disponibles en tiendas online.



Desventajas

A veces el tiempo de entrega de productos es tardado y depende de un tercer.

La desconfianza que se tiene de que no llegue bien el producto o de que no llegue el producto.

No es posible ver los productos antes de comprarlos.

Generalmente se requiere de una tarjeta de crédito y genera desconfianza proporcionar datos bancarios a un desconocido e incluso es difícil obtener devoluciones.

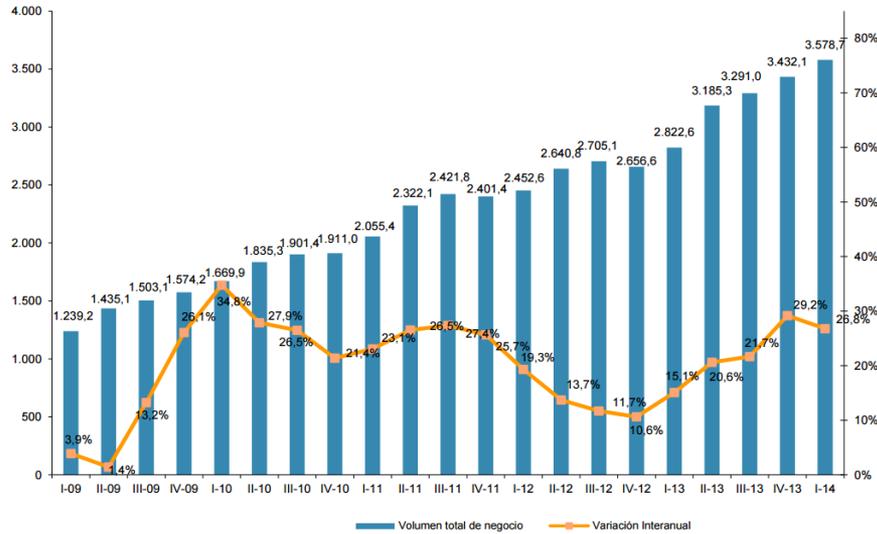


Fuente: <https://comercioelectronicuin.wordpress.com/2015/03/11/comercio-electronico/>



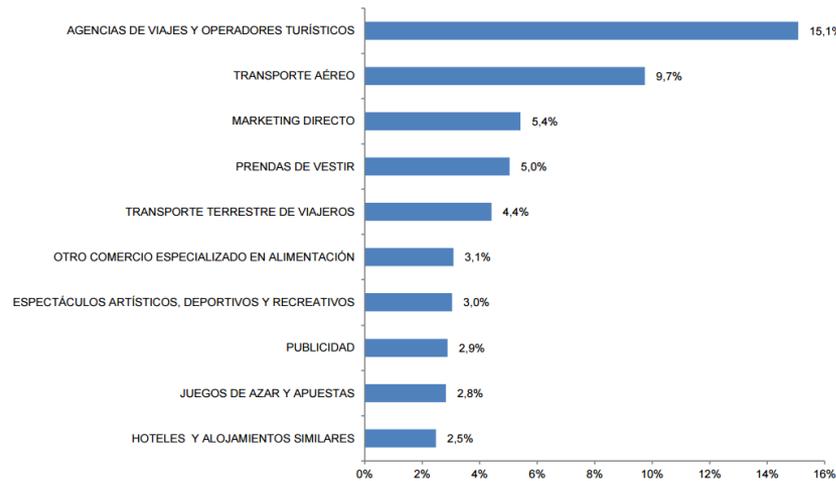
E-COMMERCE

EVOLUCIÓN TRIMESTRAL DEL VOLUMEN DE NEGOCIO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO Y VARIACIÓN INTERANUAL (millones de euros y porcentaje)



Fuente CNMC

LAS DIEZ RAMAS DE ACTIVIDAD CON MAYOR PORCENTAJE DE VOLUMEN DE NEGOCIO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO (I-14, porcentaje)



Fuente CNMC

CNMC: Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia

el Observatorio Cetelem 2014
eCommerce |

El comercio electrónico en España, ¿qué compramos y cómo?

www.elObservatorioCetelem.es
@Obs_Cetelem_ES



7 de cada 10 encuestados compró en Internet por primera vez en 2011 o antes



El 48% de los españoles que hace compras online las hace vía Web

Cerca de un 25% de los compradores considera que el aspecto más negativo del eCommerce es no tener gastos de envío gratuitos



Importe medio gastado por usuario español en el último año:

1330€



Más de la mitad de los encuestados han contratado un viaje por Internet en los últimos 12 meses



El 75% de los que compran online da importancia a que el portal que está usando tenga un sello de calidad / código de confianza



Más de la mitad de los consumidores encuestados compró por Internet directamente a particulares



sigue siendo el favorito entre los medios de pago en Internet



Cerca del 100% de los encuestados tiene intención de comprar (o seguir comprando) por Internet



El 62% de los encuestados consulta a amigos y familiares antes de hacer su compra online

E-COMMERCE

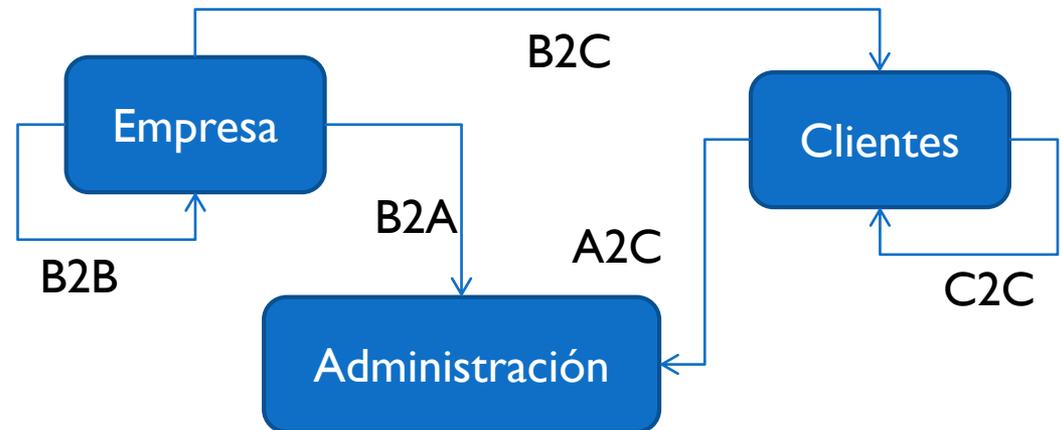
Actores del comercio electrónico

▶ Actores:

- ▶ Consumidores, Clientes
- ▶ Organizaciones
- ▶ Administración

▶ Relaciones:

- ▶ Entre clientes, C2C
- ▶ Entre organizaciones, B2B
- ▶ Entre clientes u organizaciones, B2C
- ▶ Entre organizaciones y administración, B2A
- ▶ Entre clientes y la administración, C2A



Relaciones B2B

- ▶ **B2B (Business to Business)** es el comercio electrónico que se realiza entre empresas. Esta forma de comercio ha sido utilizada durante muchos años a partir del estándar EDI (Electronic Data Interchange) sobre redes privadas. Existen varios esquemas dentro de B2B

Palets Online - Nuestra Tienda Online
Página principal | Artículos | Palets para decoración | Carrito | Preguntas frecuentes | Buscar

Artículos por categorías

Bicicleta - Información Corporativa - Código de profesionalidad y Conducta - Canal ayuda 0.00 EUR

VIGUETAS LANZAROTE

ESSENTRA COMPONENTS
+34 902 178 001

Clece

Actividades

- Servicios Sociales
- Servicios Educativos
- Medio Ambiente
- Restauración Social
- Servicios Energéticos
- Limpieza
- Mantenimiento
- Facility Management
- Logística
- Servicios Aeroportuarios
- Seguridad
- Otros Servicios

Sectores

- Social
- Sanitario
- Educativo
- Administraciones Públicas
- Centros comerciales y de ocio
- Industria
- Oficinas e dependencias
- Aeropuertos e Infraestructuras
- Hostelería

Protectores y Embellecedores para Tornillos y Tuercas

Unicaps
Capuchones para tornillos de cabeza Phillips
Protector para tornillo transparente con clip
Capuchones para Remaches Ciegos
Capuchones a presión de Cabeza Tornillo
Capuchones protectores de encaje a presión

Protectores y Embellecedores para Tornillos y Tuercas

Unicaps
Capuchones para tornillos de cabeza Phillips
Protector para tornillo transparente con clip
Capuchones para Remaches Ciegos
Capuchones a presión de Cabeza Tornillo

Relaciones B2C

- ▶ **B2C (Business to Consumer).** Es el comercio, a través de internet, de venta directa o indirecta de productos/servicios al consumidor final. Este modelo utiliza la web para marketing directo, ventas y servicios al cliente que va más allá de tener un catálogo en Internet con la posibilidad de la compra en línea y el pago con tarjeta de crédito. Se caracteriza por estar compuesto de:
 - ▶ Un sitio web ágil, interactivo y con un contenido adecuado
 - ▶ Buenos precios y variedad de productos, puesto que el cliente debe percibir que está comprando más barato que en los canales tradicionales y que además encuentra productos que no existen en otros medios.
 - ▶ Gestión de todo lo que se refiere al proceso de recepción de una orden de compra, su procesamiento, empaquetamiento de mercancía, envío y cobro.
- ▶ Lo que el cliente quiere encontrar es el producto que desea, comparar precios y calidades, comprarlo con comodidad y seguridad y recibirlo en el plazo más breve posible con la posibilidad de reclamar. Con ello consigue comodidad, ahorro de tiempo, gran amplitud de información y mayores posibilidades de compra.

Relaciones B2C

The screenshot shows the Amazon.es homepage. At the top, there's the Amazon logo and navigation links like 'Ayuda', 'Transferir en Amazon', and 'Cheques regalo'. Below that, there's a search bar with 'Libros' and 'compra libro' entered. The main content area features a 'Libros' section with 'compra libro' as a sub-section, displaying 'Búsquedas relacionadas: ut, libro al, libro' and 'Mostrando 1 - 10 de 311 resultados'. There are also promotional banners for 'Artisanal Quiche Are Here!' and 'see what's on SALE PRESIDENT'S PICKS'. The bottom part of the screenshot shows the PIXmania.com website with a search bar, navigation menu, and a Samsung GALAXY S5 advertisement.

amazon.es | Ayuda | Transferir en Amazon | Cheques regalo | Nuestras ofertas | Mi Amazon.es

Libros | Búsqueda avanzada | Todos los géneros | Novedades | Los más vendidos

Libros - "compra libro" | Búsquedas relacionadas: ut, libro al, libro | Mostrando 1 - 10 de 311 resultados

artesanum | Hecho con amor

PIXmania.com | ¿Qué estás buscando? | Buscar | Mi cuenta | Cesta

Foto Video | TV Video Home cinema | Telefonía Auto GPS | Sonido Música | Informática Tabletas | Electro domésticos | Hogar Bricolaje | Videojuegos | Puericultura | Juguetes Gadgets | Deporte Relojes | Tarjeta VIPs & Servicios | Revelados de fotos | Oportunidades & Guías de compra

SATISFECHO O REEMBOLSADO | SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE A TU DISPOSICIÓN | PAGO SEGURO | ENVÍO GRATIS*

Your life powered by the*
Samsung GALAXY S5

- Pantalla 5.1 super AMOLED
- Foto 16MP con enfoque automático 0.3 seg
- Android KitKat
- 4G

¡Adelante! ▶

*Todo lo que el Samsung Galaxy S5 aporta a mi vida.

Relaciones C2C

- ▶ **C2C – P2P (Consumer to Consumer, Peer to Peer).** Es el comercio generado cuando un usuario ofrece sus productos/servicios y realiza transacciones directas con otros consumidores. Sus principales características son:
 - ▶ Contribuir al desarrollo de un mercado abierto
 - ▶ Utilizar tecnología avanzada a bajo costes
 - ▶ El pago no siempre se realiza de forma electrónica
 - ▶ Los precios se marcan entre los propios consumidores
- ▶ Este tipo de comercio permite el acceso instantáneo a las ofertas de otros consumidores incrementando con ello la oferta y la demanda, la posibilidad de acceder a recursos que por su especialización sería difícil conseguir en los sistemas tradicionales o simplemente la realización de trueques
- ▶ Las relaciones P2P permiten el intercambio de información entre los usuarios, generando redes de ámbito internacional. (emule, Kaaza)



Relaciones C2C

The screenshot shows the 'segundamano.es' website interface. At the top, there is a navigation bar with the logo, search, help, favorites, and account options, along with a 'pon tu anuncio gratis' button. Below this, a list of instructions for posting an ad is shown: 'Poner un anuncio es gratis y estará activo durante 3 meses con posibilidad de renovarlo cuando toque.' and 'La calidad de los anuncios es nuestra prioridad, por eso una vez pongas tu anuncio lo revisaremos según nuestras reglas de inserción.'

A progress bar indicates three steps: 1) pon tu anuncio, 2) revisa y publica, and 3) listo. The main content area features a 'milanuncios.com' banner with the text 'La mayor web de anuncios gratis !!' and a description of the platform's free service. A sidebar on the left offers a 'MENÚ' with options like 'PÁGINA PRINCIPAL', 'PUBLICAR ANUNCIOS', and 'MODIFICAR MIS ANUNCIOS'. Below the menu is a search bar for categories and a 'transacción' section.

The central part of the page is titled 'Escoge la categoría Publicar anuncios 8 CONSEJOS impr...' and includes a list of categories: MOTOR, INMOBI, EMPLEO, FORMAC, SERVICI, NEGOCI, INFORM, IMAGEN Y SONIDO, TELEFONÍA, and JUEGOS. To the right, there is an 'Ayuda' section with a search bar and a 'Vender un artículo: primeros pasos en eBay' section with a list of steps: 'Crea una cuenta de vendedor', 'Define las preguntas frecuentes', 'Investiga un poco sobre tu artículo y la mejor', 'Crea tu anuncio', 'Gestiona tu anuncio', and 'Cierra el trato con el comprador'.

Relaciones A2B, A2C

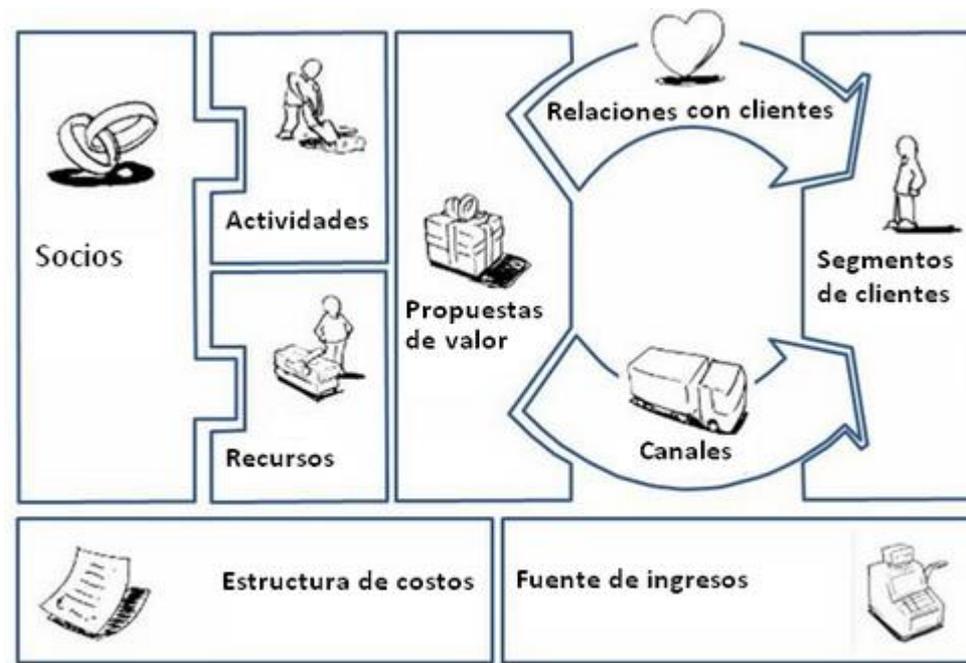
A2B ,A2C (Administration to Consumer and to Business).

- ▶ Relaciones entre la Administración y las compañías o bien entre la Administración y los consumidores. La administración proporciona información necesaria para que sus contribuyentes puedan conocer los procedimientos, información, normativas y plazos a la hora de la realización de las actividades. Además ofrece el soporte necesario para la contribución efectiva, en sus diferentes modalidades.

The screenshot displays the website of the Ayuntamiento de Las Palmas de Gran Canaria. The main navigation bar includes 'Áreas Temáticas', 'La Ciudad', 'Ayuntamiento', 'Trámites', and 'Turismo'. The page title is 'Obtención de Certificados de Viajes'. A search bar is located in the top right corner. The main content area features a form for obtaining travel certificates, with fields for NIF, Name, Surnames, Date of Birth, Nationality, and Email. A 'VPRKEE' logo is visible. Below the form, there are sections for 'Procedimientos, Servicios y Trámites' and 'Trámites destacados'. The footer includes 'UNIVERSIDAD DE LAS PALMAS DE GRAN CANARIA' and 'SEDE ELECTRONICA'.

Desarrollar un Tienda de Comercio Electrónico – Modelo de Negocio

- ▶ Un modelo de negocio es la definición de cómo un negocio obtiene beneficios económicos a cambio de prestar un servicio que aporta un valor añadido a sus clientes.
- ▶ Modelo de negocios Canvas
 - ▶ <https://www.youtube.com/watch?v=i1Le5GYkBT8>



<http://www.businessmodelgeneration.com/> mass.pe Modelo de negocios CANVAS

Desarrollar un Tienda de Comercio Electrónico

Decidir qué ofrecer		
Establecer Perfiles de clientes		
Seleccionar Canales		
Escaparate virtual Tienda virtual Centros comerciales Subastas		
Seleccionar Recursos Clave - Tecnología		
Elección de la plataforma	Pilares	Diseño
<ul style="list-style-type: none">• Soluciones Cloud• Marketplaces• Soluciones open source• Desarrollos a medida	<ul style="list-style-type: none">• Diseño• Usabilidad• Accesibilidad	<ul style="list-style-type: none">• Catálogo de productos• Carrito de la compra• Proceso de registro• Proceso de Ventas• Búsquedas• Recomendaciones• Certificado de seguridad• Gestión de stocks• Integración con los sistemas de gestión
Actividades – Estrategias de Acción		



Propuestas de valor

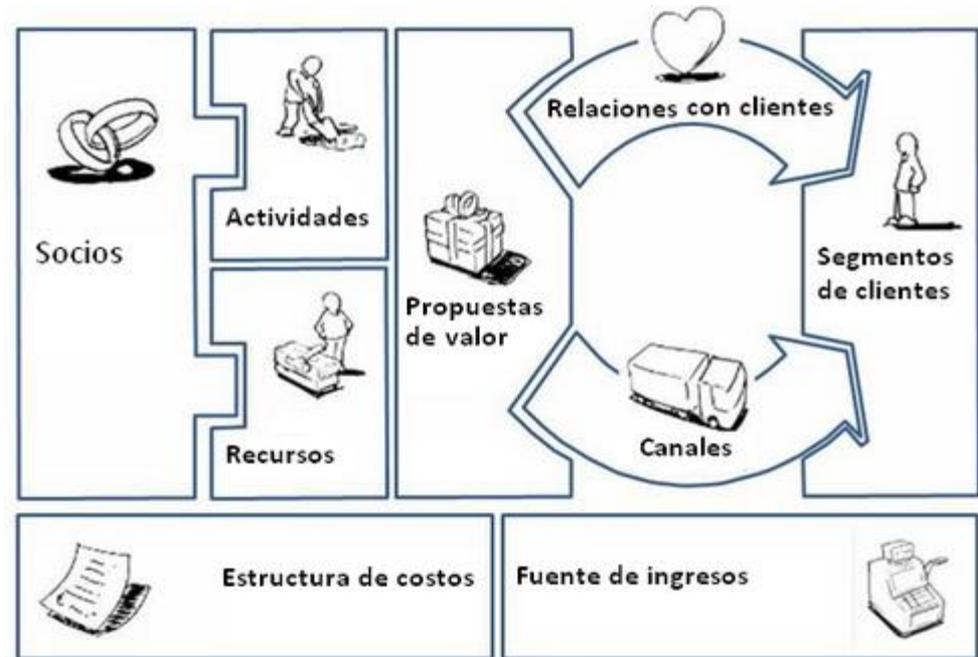
- ▶ Criterios a considerar:
 - ▶ Ideas de negocios con futuro.
 - ▶ acompañar a una empresa tradicional a dar el salto definitivo en la economía digital
 - ▶ apoyar las iniciativas que aceleran la globalización de la economía – piensa en los grandes market places de servicios offshore (outsourcing).
 - ▶ Negocios escalables
 - ▶ Negocios de poca inversión.
 - ▶ Formalización de tu actividad empresarial.
 - ▶ Desarrollar un sistema que trabaje solo.
 - ▶ Intentar generar ingresos pasivos

Fuente: <http://www.lifestylealcuadrado.com/negocios-online/>



Establecer los canales de relación con los clientes

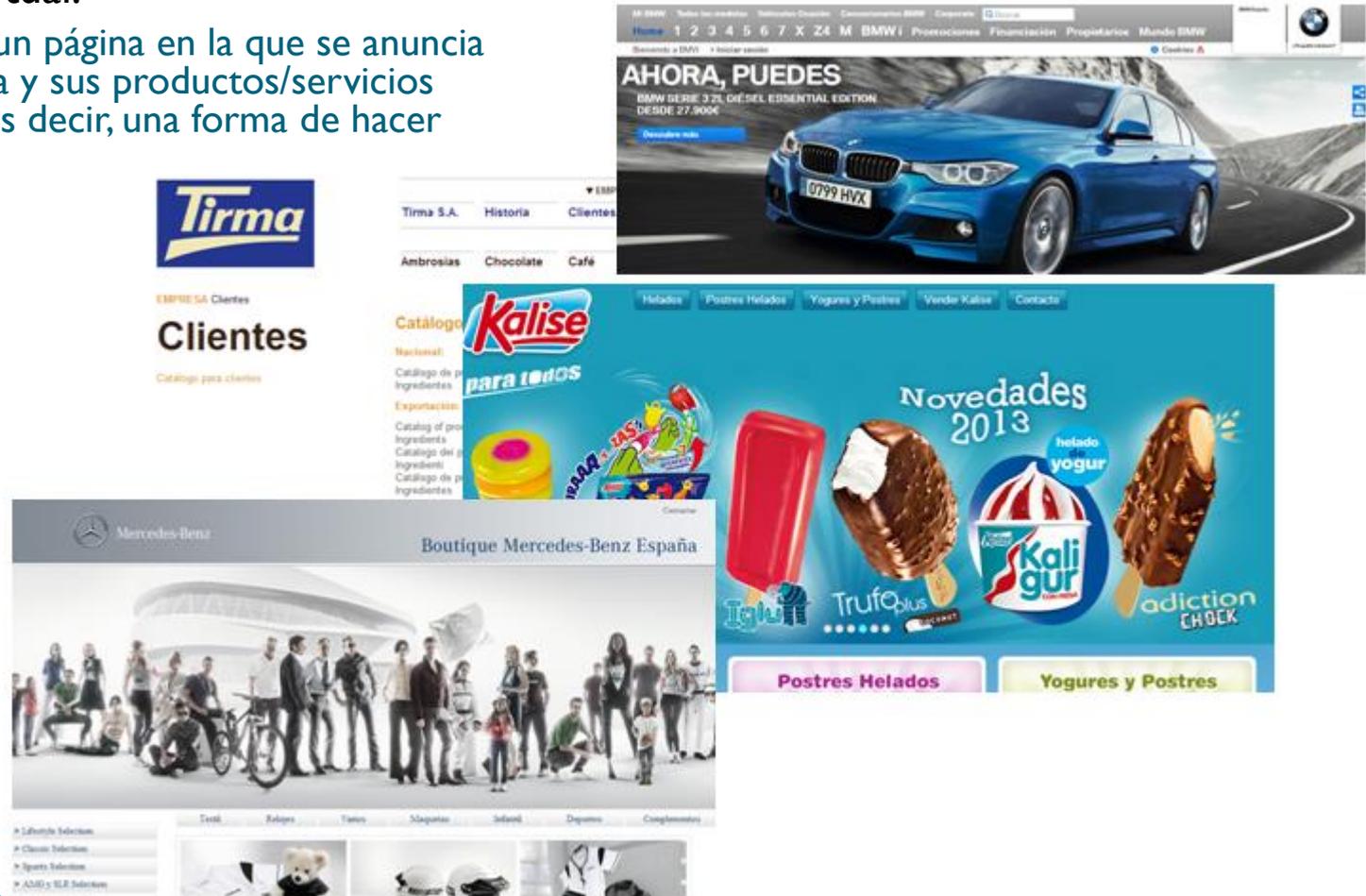
- ▶ Escaparate virtual
- ▶ Tienda virtual
- ▶ Centros comerciales
- ▶ Subastas



<http://www.businessmodelgeneration.com/> mass.pe Modelo de negocios CANVAS

Escaparates virtuales

- ▶ Escaparate virtual.
 - ▶ Se trata de un página en la que se anuncia una empresa y sus productos/servicios (catálogo); es decir, una forma de hacer publicidad.



Tiendas virtuales



- ▶ Tienda virtual o e-shop.
 - ▶ Tiendas especializadas en un sector concreto. Permiten tanto la realización de pedidos como el pago. Suele ser una ampliación del negocio tradicional.



Centros comerciales

- ▶ Centros comerciales o e-mall.
 - ▶ Son un conjunto de tiendas electrónicas bajo una misma marca. Son los intermediarios de información y su éxito depende de su actuación como captadores de compradores para los distintos comerciantes que se ofrecen bajo su marca. Los ingresos provienen del alquiler del sitio, de la publicidad y un porcentaje en las ventas.

The screenshot displays the eMALL website interface. At the top, the 'eMALL' logo is prominent, followed by a Google search bar and a 'Shop, Compare, Buy' section. Below this is a 'Product Search' field with a dropdown menu listing categories like 'All', 'Cars and Accessories', 'Clothing and Accessories', 'Computers', 'Electronics', 'Flowers and Gifts', and 'Gift Ideas'. A 'powered by' logo is visible below the search bar. The main navigation menu includes 'Ayuda', 'Nuestra tarjeta', 'Registro', 'Mis pedidos', 'Tarjeta regalo', and 'Venta 24 h. 902 22 44'. A 'Buscar...' search bar and a 'Cesta' button are also present. The main content area features a 'FELIZ día de la MADRE' promotion with images of clothing and accessories, and a '¡Solo hasta el 27 de abril!' deadline. A 'COMPRAR MEJOR EN MEJORES TIEMPOS' banner is visible on the right. The bottom right corner shows a 'BASIC CON' offer for €40.10 and a '100 días de tiempo' banner.

Chip Chip
CENTRO COMERCIAL VIRTUAL
para PÁGS

INICIO MODA MODA DEPORTES AGUATELÍA SERVICIOS ELECTRÓNICA BOUTIQUE

Comprar por Departamentos

- Moda mujer
- Moda hombre
- Zapatos
- Accesorios
- Lencería y baño
- Moda infantil
- Bebés
- Electrónica
- Informática
- Electrodomésticos
- Supermercado
- Gourmet y vinos
- Hogar y decoración
- Deportes
- Libros y cómics
- eBooks

ENVÍO GRATIS EN PEDIDOS SUPERIORES A 10€ 48h

¡Solo hasta el 27 de abril!

COMPRAR MEJOR EN MEJORES TIEMPOS

BASIC CON €40.10

100 días de tiempo

APRIL €39.99

100 días de tiempo

100 días de tiempo

Subastas online

Madbid.com
Created for Fun Shopping

1º SUBASTAS ENTRETENIMIENTO

Descuentos en artículos a estrenar!
¿Por qué pagar precios al por menor?

¡PUEDES AHORRAR HASTA UN 90% CON NUESTRAS OFERTAS!

bidphoria.com

Próximas subastas Multiproducto

LO MEJOR EN TUS MANOS
Los smartphones más vendidos

SAMSUNG S3 MINI

CUBOT GT 90

IPHONE 5C

MOTOROLA MOTO G

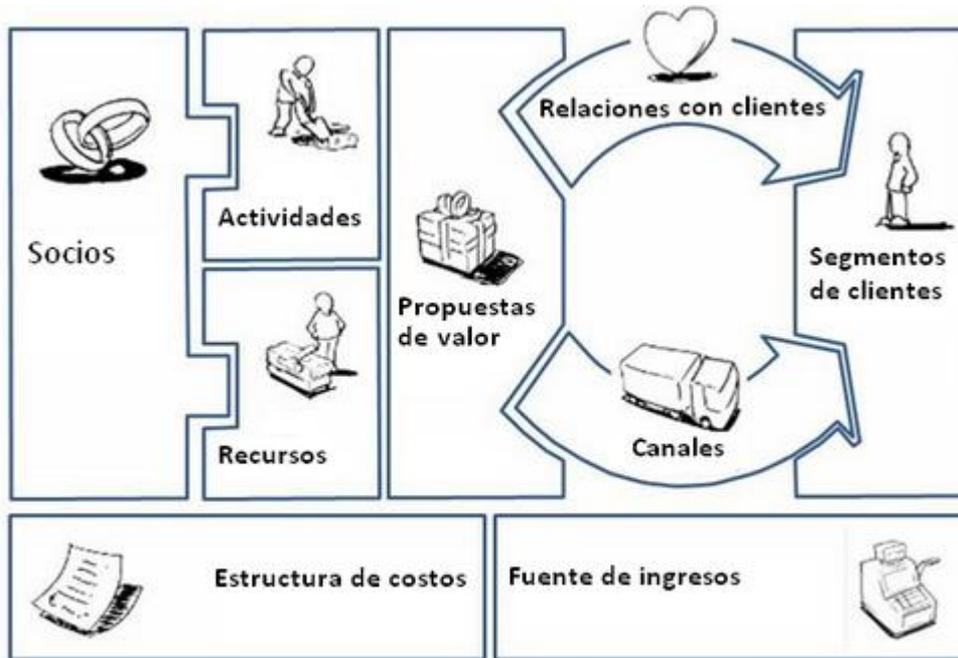
ACCESORIOS

E-COMMERCE

Subastas o e-auction.

- Es la implementación del mecanismo clásico de las subastas tradicionales. La entrega del producto y el pago quedan fuera de este servicio. Este sistema aporta presentaciones multimedia de los productos.

Recursos de Tecnología – Selección Plataforma



- Soluciones Cloud
- Marketplaces
- Soluciones open source
- Desarrollos a medida

<http://www.businessmodelgeneration.com/> mass.pe Modelo de negocios CANVAS



E-COMMERCE

Tecnología – Selección Plataforma

▶ Marketplaces

- ▶ Son plataformas tecnológica y comercial, donde los compradores y vendedores permanecen hasta que la transacción se finaliza.
- ▶ Ventajas:
 - Acceso a gran número de compradores potenciales.
 - Visibilidad de la empresa y sus productos en internet a bajo coste.
 - Reducción de los costes de transacción.
 - Análisis de oferta respecto a la competencia.
- ▶ Tipos:
 - Verticales: especializados en productos o clientes concretos.
 - Horizontales: poseen mayor cantidad de productos y como consecuencia, atraen a más público.



Selección de la Tecnología. Plataforma de Ventas On-line

▶ Cloud Solutions:

- ▶ Son tiendas preconfiguradas que no necesitan de una programación por parte de técnicos propios o ajenos a la empresa.
- ▶ Permiten a bajo coste, tener una tienda en internet y en muy poco tiempo.

▶ Ejemplos:

- Shopify: www.shopify.com
- Magento Go: www.magentogo.com
- PrestaBox: www.prestabox.com
- The etailers: www.theetailers.com
- Ozon Go: www.ozongo.com
- landI: www.landI.es



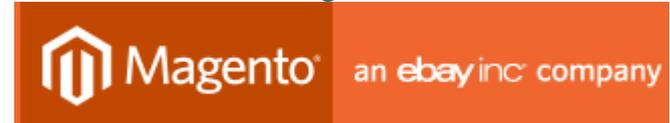
Selección de la Tecnología. Plataforma de Ventas On-line

▶ Soluciones Open source

- ▶ El código de la tecnología es público y de uso gratuito, sin pago de licencias y la comunidad de desarrolladores alimenta y fomenta el mantenimiento y crecimiento de la tecnología.

▶ Ventajas

- ▶ Tiene capacidad para
 - gestionar un catálogo de productos,
 - aplicar reglas de promoción de productos (descuentos, códigos promocionales),
 - gestión de venta cruzada de productos,
 - sistemas de pago,
 - zona de gestión del usuario,
 - gestión de múltiples tiendas de forma simultánea,
 - sistema de seguimiento de pedidos y
 - analítica de ventas por nombrar sólo algunas funcionalidades.
- ▶ gran cantidad de programadores y empresas (comunidad) que trabajan para ampliar las funcionalidades o características de éstas soluciones.



▶ Desventajas

- ▶ Necesidad de programaciones más específicas y adaptadas a los distintos procesos de la organización, conllevará el desarrollo de una **programación propia**, y de esta forma tener un límite de programación sólo marcado por nuestra **capacidad económica** para abordar los desarrollos necesarios para nuestro negocio.

▶ Ejemplos de soluciones de comercio electrónico basadas en Open Source se encuentran:

- ▶ www.magento.com
- ▶ www.prestashop.com
- ▶ www.zencart.com
- ▶ www.opencart.com



Selección de la Tecnología. Plataforma de Ventas On-line

▶ **Desarrollos a medida.**

- ▶ conllevan una programación desde la base

▶ **Ventajas:**

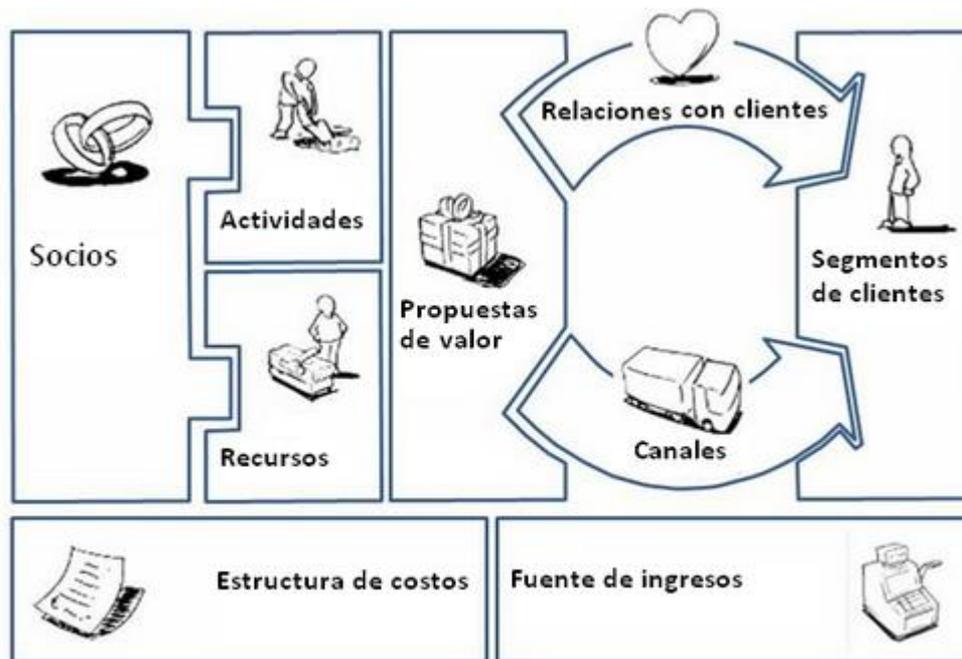
- ▶ Adaptación al 100% a los procesos de la empresa (procesos contables, gestión de proveedores, gestión de stocks y almacén...etc).
- ▶ Sin prácticamente límites de programación, más que los propios que pueda alcanzar el lenguaje de programación elegido.
- ▶ Independencia frente a actualizaciones de funcionalidades de terceros, algo muy común en las soluciones propietarias o preconfiguradas

▶ **Desventajas :**

- ▶ Mayor tiempo necesario para la programación de la tienda.
- ▶ Contratación interna o externa de más recursos y más cualificados



Recursos de Tecnología – Pilares



<http://www.businessmodelgeneration.com/> mass.pe Modelo de negocios CANVAS

- ▶ **Diseño:**
 - ▶ Intuitivo y agradable
- ▶ **Usabilidad:**
 - ▶ Contenido sencillo de entender
- ▶ **Accesibilidad:**
 - ▶ sus productos, contenidos y servicios pueden ser accedidos por el mayor número posible de personas



Recursos de Tecnología – Pilares

– **Diseño:** Intuitivo y agradable

- La tienda online debe estar **decorada con los propios contenidos de tal** manera que los productos sean los que destaquen por encima del diseño.
- Combinar colores para crear una **visión cálida y agradable.**
- Los **menús de navegación de las diferentes páginas que conforman la** tienda online deben seguir un orden establecido, así conseguimos no despistar al usuario.
- Disponer de un diseño orientado a la **optimización de buscadores**



Diseño de una tienda online.

Elementos

1. Catálogo de productos
2. Carrito de la compra
3. Proceso de registro
4. Proceso de Ventas
5. Motor Interno de búsquedas
6. Motor de recomendaciones
7. Certificado de seguridad
8. Gestión de stocks
9. Integración con los sistemas de gestión



Catálogo de productos

- ▶ Condicionará distintos elementos de la tienda y procesos de la venta.
- ▶ Factores:
 - ▶ Imagen de producto: calidad y seriedad del vendedor
 - ▶ Productos en venta, productos disponibles
 - ▶ Atributos o características de los productos
 - ▶ Descripción del producto: lo más completa posible, no por ello ha de ser extensa.
 - ▶ Profundidad de catálogo: la solución tecnológica a implantar depende del tipo y cantidad de productos



Carrito de la compra

- ▶ Debe mostrar la información con los datos correctos en cuanto a impuestos, cantidad de producto, costes de envío (si fueran fijos para cualquier destino) o los descuentos si los hubiera.
- ▶ La facilidad de uso
- ▶ El comprador conoce en todo momento el importe exacto de su compra
 - ▶ la edición y modificación de productos
 - ▶ la actualización de importes o descuentos (por ejemplo por volumen).



Proceso de registro

- ▶ Numerosos estudios de usabilidad y conversión venta se ha detectado que uno de los principales frenos a la hora de realizar una compra se encuentra en el proceso de registro.
- ▶ Mantener un equilibrio entre la captación de datos y la facilidad del proceso de compra
- ▶ La tendencia en el proceso de registro es que la captación de datos completos de usuario se realice en el momento de la compra



The screenshot shows the eBay registration page. At the top, the eBay logo is followed by the text 'Empieza a usar eBay'. Below this, there is a link to create a personal account or a business account. The form itself consists of several input fields: 'Nombre' (Name) and 'Apellidos' (Last Name) are side-by-side; 'Correo electrónico' (Email) is a single wide field; 'Crea tu contraseña' (Create your password) and 'Confirmar contraseña' (Confirm password) are two stacked fields. Below the fields, there is a section titled 'Haciendo clic en "Enviar", acepto que:' (By clicking 'Send', I accept that:), followed by a list of terms and conditions. At the bottom of the form is a blue 'Enviar' (Send) button.

ebay Empieza a usar eBay

Crea una cuenta personal o [una cuenta de empresa](#).

Nombre Apellidos

Correo electrónico

Crea tu contraseña

Confirmar contraseña

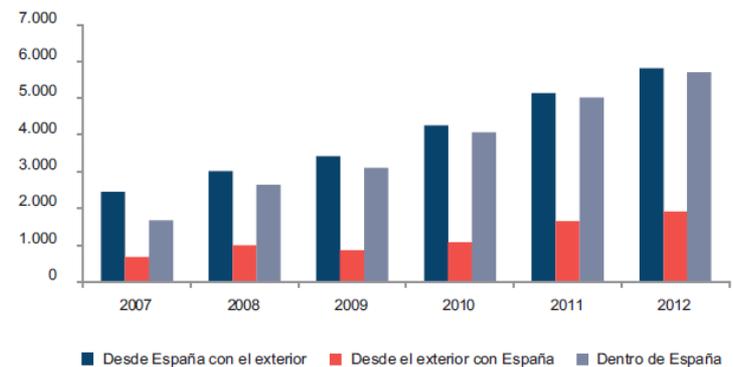
Haciendo clic en "Enviar", acepto que:

- He leído y aceptado las [Condiciones de Uso](#).
- Doy mi consentimiento [al tratamiento de mis datos](#).
- Puedo recibir comunicaciones comerciales de eBay y entiendo que puedo cambiar mis preferencias relativas a notificaciones en Mi eBay.
- Soy mayor de 18 años.

Proceso de Ventas

- ▶ Una de las grandes diferencias entre el comercio online y el comercio físico es la capacidad de medición que el medio online nos ofrece.
 - ▶ Podemos medir el proceso que siguen nuestros clientes desde que entran en la tienda hasta que compran un producto.
- ▶ Los principales procesos a medir son:
 - ▶ Visitantes que llegan a mi tienda y origen de éstos.
 - ▶ Página de producto.
 - ▶ Carrito de la compra.
 - ▶ Pago o checkout.
- ▶ Resultados de la medición:
 - ▶ % de visitantes que terminan c
 - ▶ Cuántas páginas visita un mism
 - ▶ Compras realizadas
 - ▶ ...

Comercio electrónico en España, 2007-2012, millones de dólares



Fuente: Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones.

Búsquedas

- ▶ El motor de búsqueda es fundamental a la hora de captar a los clientes. Si nuestro buscador no funciona correctamente es posible que el usuario piense que no tenemos el producto y por tanto hayamos perdido una venta.
- ▶ Para poder configurar correctamente un buscador es necesario:
 - ▶ Tener bien estructurada la base de datos de productos: Cada producto está correctamente categorizado, con una buena descripción
 - ▶ Las reglas del buscador estén correctamente definidas:
 - ▶ Búsquedas con un orden lógico en los distintos campos de la BD
 - ▶ Términos buscados son coherentes con los resultados mostrados



Recomendaciones

- ▶ La automatización de las recomendaciones permite captar el perfil de los visitantes y compradores de la tienda, aumentando el importe medio de carrito o el tiempo de estancia del usuario en la tienda.
- ▶ Proveedores de estas herramientas son:
 - ▶ Strands
 - ▶ Blueknow
 - ▶ Brainsins



Certificado de seguridad (SSL)

- ▶ En las transacciones comerciales en internet se produce un intercambio de datos entre el comercio y el cliente. Estos datos deben producirse de la forma más segura posible asegurando la protección de la Ley Orgánica de Protección de Datos.
- ▶ Para ello existen los Certificados de Seguridad o SSL (Secure Sockets Layer), generando información cifrada para que no pueda ser captada por terceros.
- ▶ Los certificados de seguridad cumplen una doble función, por un lado proteger la información de los compradores y por otro transmitir mayor confianza a los usuarios de las tiendas.



Gestión de stocks

- ▶ En comercio electrónico la gestión de los stocks y sobre todo la información que se facilita a los compradores sobre la disponibilidad de productos juega un papel importante.
- ▶ En la medida de lo posible se recomienda tener conectado el sistema de gestión de almacén con la tienda, automatizando procesos. Así se cumple un doble cometido: dar información veraz al comprador y ahorrar costes para la organización.
- ▶ Cuanto más automatizado esté el stock en la tienda, más ahorraremos en reclamaciones.

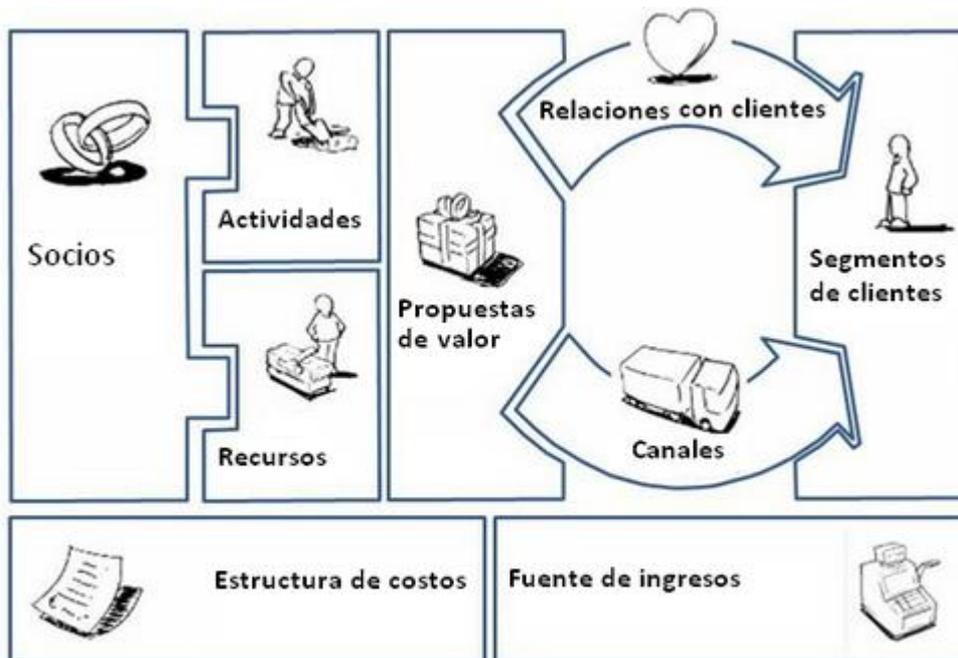


Integración con los sistemas de gestión

- ▶ La integración o conexión de estos sistemas de gestión con la tienda es un paso que es recomendable según vaya elevándose el volumen de negocio generado por la tienda.
- ▶ Principales sistemas de gestión y ventajas de integración con tienda:
 - ▶ Sistema contable: permitirá automatizar la generación de los asientos contables de la tienda con los libros de la empresa.
 - ▶ ERP (Enterprise Resource Planning): el sistema de gestión de productos, proveedores y ventas es crítico para muchas organizaciones. Normalmente es uno de los primeros sistemas de gestión en ser integrados en las tiendas online debido a su utilidad para la gestión de los diversos departamentos que participan en la venta de los productos (compras, producción, contabilidad... etc).
 - ▶ Gestión de almacén: facilitará la disponibilidad de productos en stock con la mayor exactitud posible.



Actividades – Estrategias de acción



- ▶ ¿Cuál es la estrategia que vamos a trazar para hacer llegar nuestro producto/servicio a los clientes seleccionados con los canales y tecnología aportada?

<http://www.businessmodelgeneration.com/> mass.pe Modelo de negocios CANVAS



E-COMMERCE

Actividades – Estrategias de acción

▶ **Modelo de suscripción**

- ▶ Se utiliza en un gran número de negocios, desde un gimnasio o un periódico hasta una plataforma SaaS, donde el cliente paga por el acceso a un producto o servicio con una periodicidad fijada y acordada de antemano. Propuestas hay para todos los gustos y colores.

▶ **Modelo de publicidad**

- ▶ Es el comodín que se suele utilizar en muchos casos como complemento para generar ingresos, pero la publicidad sola no es una buena elección para asegurar la rentabilidad.

▶ **Modelo de afiliación**

- ▶ A grandes rasgos, consiste en incitar a otros a que compren productos y/o servicios de terceros a cambio de una comisión por la venta. Es un modelo que está muy relacionado al social discovery y al social e-commerce, que tienen que ver con comprar (y vender) cosas que otros recomiendan.

▶ **Modelo ‘PEER TO PEER’**

- ▶ Las plataformas de P2P ponen de acuerdo a las partes (que son iguales) y comisionan una parte por los servicios realizados. Por ejemplo, [segundamano](#) en España o [airbnb](#) en Europa, hay otras iniciativas que logran satisfacer necesidades de intercambio y **relación entre usuarios donde la oferta y demanda se funden en plataformas especializadas**. Algunas de las empresas más nuevas son [socialcar](#) (alquiler de coches entre particulares) o [lingoo](#) (para estancias lingüísticas organizadas entre familias).

Fuente: <http://www.emprendedores.es/crear-una-empresa/modelos-de-negocio>

Actividades – Estrategias de acción

▶ Modelo ‘Crowdfunding’ y cocreación

- ▶ **Plataformas que permiten canalizar la financiación colectiva de proyectos que quieren salir a la luz.** Muy utilizado a día de hoy para la grabación de discos o la edición de libros. Algunas de las plataformas que funcionan bien son: [Lánzanos](#) y [amigosdenyumbani](#) para fines solidarios. La ebullición de todo esto nos lleva a diferenciar dos subcategorías:
 - ▶ – **Crowdsourcing:** o contratación colectiva. Un ejemplo hispano muy claro es [adtriboo](#) donde puedes colgar un proyecto de diseño de logo o página web sin ir mas lejos y podrás escoger entre distintos diseñadores que presentan propuesta.
 - ▶ – **Crowdlending:** aquí se trata de financiación colectiva de empresas y pymes. Una plataforma que está plasmando con éxito este tipo de propuesta lo encontramos en [Arboribus](#)

▶ Modelo Freemium

- ▶ Modelo basado en el acceso a un servicio gratuito con el posterior intento de vender servicios asociados “Premium” o de pago a los usuarios avanzados. Por ejemplo, Spotify, Dropbox

▶ Modelo ‘e-commerce’

- ▶ Se ha convertido en un clásico y ha evolucionado de la simple venta de productos a modelos híbridos. El B2B ofrece grandes oportunidades. Muy utilizados en multitud de sectores. Se trata de aglutinar en una misma plataforma lo que hacen la gran mayoría de compradores en su día a día. Los tenemos en muchos tipos de productos como los seguros ([Rastreator](#)), billetes de avión ([Kayak](#)), hoteles ([Trivago](#)), productos financieros ([iahorro](#)) y tantos otros.

▶ Los nuevos modelos de e-learning:

- ▶ En muy poco tiempo se ha producido en esta rama una autentica revolución: Hemos pasado de tener cursos que se adquirieren en la red y cada usuario marcaba su propio ritmo a **nuevas formulas como lo son las clases en streaming, mini-cursos por temáticas, plataformas de consultas a expertos e incluso píldoras de conocimiento** a precio muy reducido. Todo ello combinado con potentes campus virtuales que permiten la una interacción mas dinámica con el resto de estudiantes y profesorado. Algunas de las nuevas propuestas son: Tutellus, [Floqq](#), [Internetacademi](#), [foxsize](#)school o [iconversity](#).

Fuente: <http://www.emprendedores.es/crear-una-empresa/modelos-de-negocio>

Fuentes de información

- ▶ Sistemas y Entornos de pago para la adquisición de contenidos y servicios electrónicos en Red, Antonio Ruiz Martínez
- ▶ ‘Estudio de situación del comercio electrónico en España’. PISTA. PROMOCION E IDENTIFICACION DE SERVICIOS EMERGENTES DE TELECOMUNICACIONES AVANZADAS
<http://www.internautas.org/documentos/pista.htm>
- ▶ Libro blanco del comercio electrónico. Editado por adigital

