



ESCUELA POLITÉCNICA NACIONAL

ESCUELA DE FORMACIÓN DE TECNÓLOGOS



COMERCIO ELECTRÓNICO

ASIGNATURA:	Comercio Electrónico
PROFESOR:	Ing. Edwin Salvador
PERÍODO ACADÉMICO:	Oct. 2016 - Mar. 2017

SEGUNDA FASE

TÍTULO:

ANÁLISIS DEL CLIENTE/CONSUMIDOR

ESTUDIANTES:

Geovanny Bastidas
Carlos Lucero
Josselyn Rodríguez
Henry Rojas

FECHA DE ASIGNACIÓN: 24 de noviembre de 2016

FECHA DE ENTREGA: 01 de diciembre de 2016

CALIFICACIÓN OBTENIDA:

FIRMA DEL PROFESOR:

Contenido

1. ANÁLISIS DEL CLIENTE/CONSUMIDOR [1] [2]	3
1.1 INTRODUCCIÓN	3
1.2 CLIENTES POTENCIALES	4
1.3 PERFIL DE LOS CLIENTES POTENCIALES	4
1.4 COMPORTAMIENTO EN UNA TIENDA ONLINE Y EN EL MERCADO EN GENERAL	4
1.5 FACTORES DE CONSUMO	4
1.5.1 HÁBITOS DE CONSUMO	4
1.5.2 HÁBITOS DE COMPRA	5
1.6 ESTOS DATOS PERMITIRÁN MEJORAR LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO PARA AYUDAR A AUMENTAR LAS VENTAS	9
2. BIBLIOGRAFÍA.....	9

1. ANÁLISIS DEL CLIENTE/CONSUMIDOR [1] [2]

1.1 INTRODUCCIÓN

Los ecuatorianos demandan con fuerza más oferta

En 2014 en Ecuador se movieron \$540 millones de dólares a través de Internet. \$180 millones fueron por compras a través del sistema 4x4. El 89% de compras bajo el régimen 4x4 provenía de Estados Unidos. Y lo más obvio, 60% de esas compras se realizaron a través de Amazon (Datos del INEC).

El comercio electrónico en el país está creciendo; para dar fe de esto podemos apreciar en la siguiente tabla las transacciones de Comercio Electrónico realizados en el Ecuador.

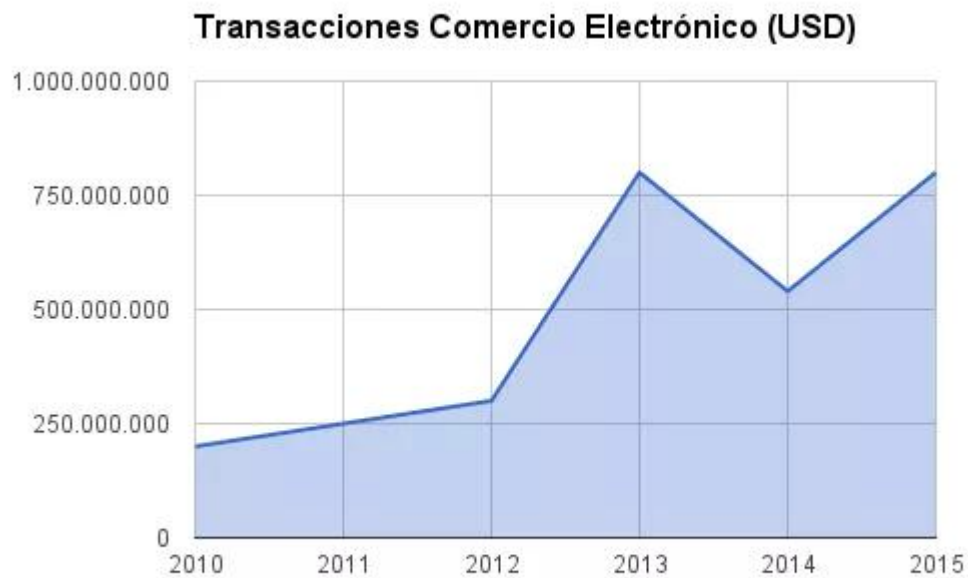


Ilustración 1: Elaborado por: [1]

La oportunidad es inmensa para las tiendas online del Ecuador. El reto es lograr retener aquellas personas que prefieren marcas como Amazon en lugar de una nacional y para eso debemos garantizar confianza y ofrecer un buen servicio.

1.2 CLIENTES POTENCIALES

Según la información proporcionada en el 2014 por couriers, aduanas y expertos permite definir que el comprador ‘on line’ en Ecuador vive en Quito o Guayaquil y es de clase media, pues sus compras en promedio son de USD 73 y sus paquetes pesan entre 1 y 2 kilogramos.

Basada en esta información nuestros productos serán dirigidos para el sector de la “clase media”.

1.3 PERFIL DE LOS CLIENTES POTENCIALES

Un hecho determinante es que la generación actual conocida como “millennials” (que domina la tecnología) serán nuestros principales compradores “on line”

De hecho, el grupo etario que más usa Internet en el país tiene entre 16 y 24 años con el 59,4%, seguido de las personas de 25 a 34 años con el 39,6%, según cifras del INEC.

1.4 COMPORTAMIENTO EN UNA TIENDA ONLINE Y EN EL MERCADO EN GENERAL

Debido a que el desarrollo del E-Commerce en Ecuador aún no se consolidan en comparación a otros países, el miedo al comercio electrónico persiste.

Se dice que todavía un 70 por ciento de los internautas en el Ecuador no realizan compras en Internet (fuente: El Telégrafo).

En 2014, el Inec (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos) público que el 0,34% de los hogares ecuatorianos declara haber realizado compras por internet

1.5 FACTORES DE CONSUMO

1.5.1 HÁBITOS DE CONSUMO

La información proporcionada en el 2014 por el Inec (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos) muestra datos sobre la preferencia de compras online que tiene el internauta ecuatoriano.

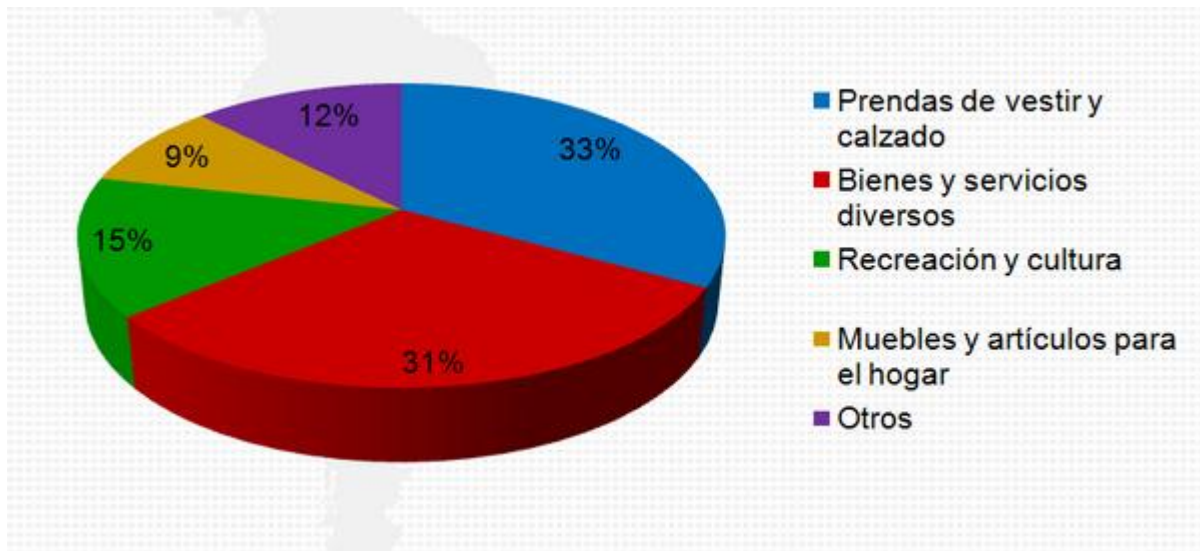


Ilustración 2: [1]

1.5.1.1 NECESIDADES QUE QUIEREN SATISFACER

- Obtener un obsequio ideal para cada ocasión de forma rápida.
- Envío de obsequios a un destinatario.
- Personalización de obsequios.

1.5.1.2 MOMENTO CONSUMEN MÁS EL PRODUCTO

En fechas especiales como:

- San Valentín
- Cumpleaños
- Aniversarios
- Día de la madre
- Navidad

1.5.2 HÁBITOS DE COMPRA

1.5.2.1 CÓMO REALIZAN LA COMPRA

Debido al poco desarrollo del E-Commerce en Ecuador, todavía un 70 por ciento de los internautas en el Ecuador no realizan compras en Internet (fuente: [El Telégrafo](#)).

Habiendo establecido esta reseña, en Ecuador la forma de compra más común entre los ecuatorianos, se basa en pagos directamente en efectivo, en tarjeta, en cheque, etc.

Por lo que confiar en un medio electrónico que no involucre la compra directa o personal de un producto, disminuye las probabilidades de una compra efectiva a través de una tienda online de la internet.

1.5.2.2 ABANDONAN O NO CARRITOS DE COMPRA

Lilibeth Bogantes de la empresa DHL Ecommerce nos explica las razones por las que las personas abandonan el carrito de compras:

- 44% no compra porque el precio de envío es más alto que el precio del producto.
- 22% porque los costos de envío no están claros.
- 8% por pago de impuestos en envíos internacionales.
- 6% por la lentitud de la entrega.

Un análisis realizado por la Escuela Superior Politécnica del Litoral (Espol) determina que la confianza de los usuarios en los canales electrónicos es mínima.

Cuando pensamos en pagar en línea, muchos tenemos la duda ¿si este sistema es seguro o no? ¿Si esconde costos ocultos o es muy difícil de usar?

1.5.2.3 CUÁLES SON SUS MÉTODOS PREFERIDOS DE PAGO Y DE ENVÍO

El empresario Robert Korntheue (Webservicio Quito) nos cuenta que las formas de pago son uno de los -o tal vez el- problema más grande que tiene el comercio electrónico en el país

En el eCommerce Day Ecuador 2016 muchos participantes criticaron que no existe ninguna forma fácil de integrar distintas formas de pago en una tienda online. Especialmente la integración de pagos a través de distintas tarjetas de crédito causa problemas.

Existen varias opciones para realizar pagos online:

- Tarjetas de Crédito y Débito: En nuestro País es la forma más común para realizar un pago online
- Western Union: Podrá pagar en efectivo

1.5.2.4 DESDE DÓNDE ACCEDEN A INTERNET [3]

Según el Instituto nacional de estadística y censos, el 18,1% tiene al menos una computadora portátil, mientras que el 27.5% de los hogares tienen computadoras de escritorio.

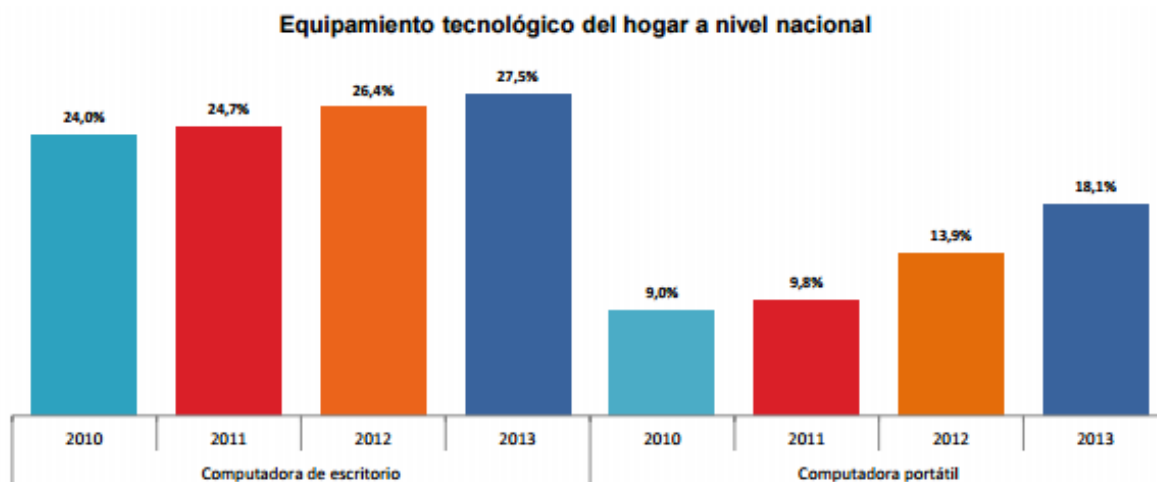


Ilustración 3 Elaborado por: [3]

El 28,3% de los hogares a nivel nacional tienen acceso a internet.

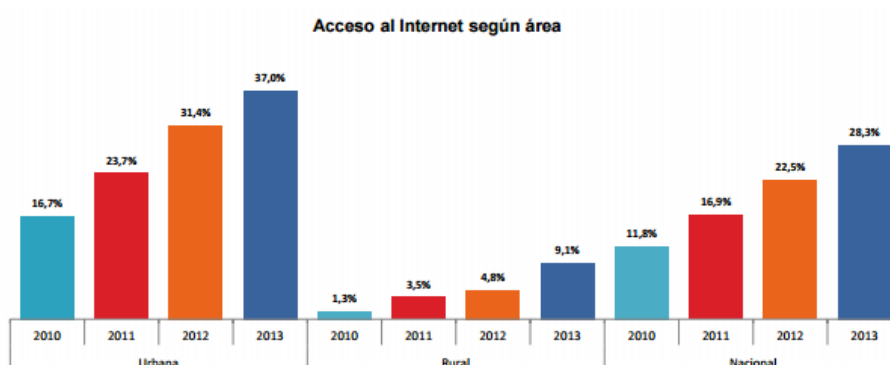


Ilustración 4 Elaborado por: [3]

Según la gráfica que se muestra a continuación las personas entre los 16 y 24 años son las que más utilizan un computador.

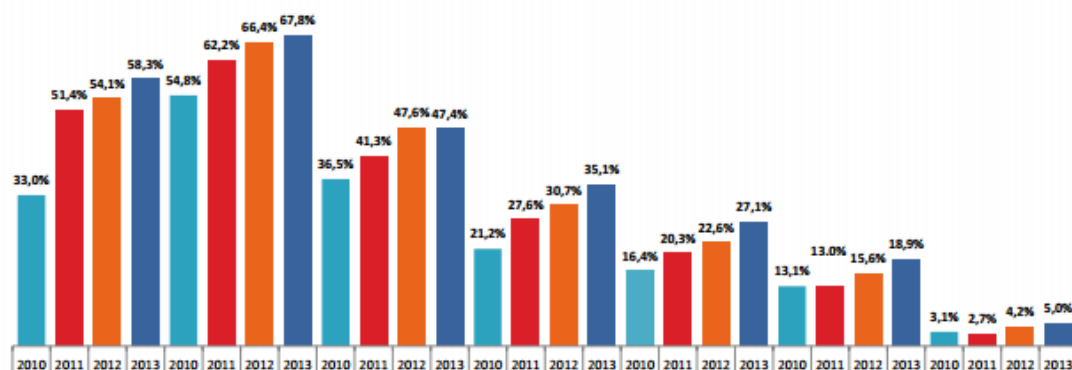


Ilustración 5 Elaborado por: [3]

En el Ecuador la provincia que más utiliza internet es Pichincha con un porcentaje de 53,1%.

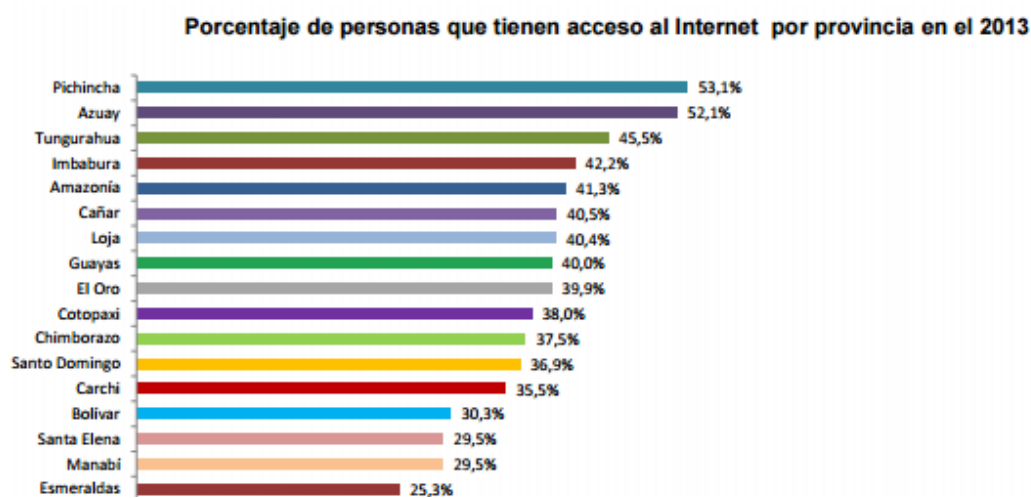


Ilustración 6 Elaborado por: [3]

La provincia con mayor porcentaje de personas que tienen celular activado es Pichincha con el 60,9%, seguida de Guayas con el 54,2%.

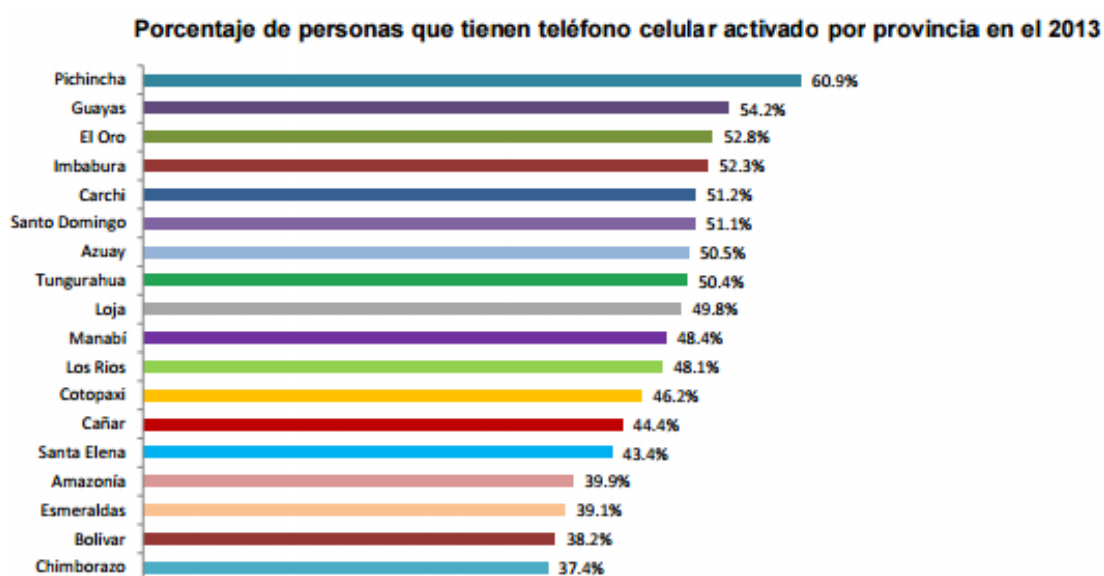


Ilustración 7 Elaborado por: [3]

Según las estadísticas dados por el INEC, hoy en día un celular inteligente es más utilizado que una computadora ya sea de escritorio o portátil, es decir las personas prefieren buscar en su navegador de celular que un computador por comodidad o por no prender la computadora y no estar en solo lado si poderse trasladarse de un lado a otro sin tener que perder la conexión a internet.

1.6 ESTOS DATOS PERMITIRÁN MEJORAR LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO PARA AYUDAR A AUMENTAR LAS VENTAS

1. Ser efectivo

Esto significa que realmente a quien quieres venderle te compre. Uno de los grandes problemas en ventas es que se tocan puertas o se hacen llamadas cientos de veces y sólo en contadas ocasiones se obtiene una respuesta positiva.

2. Conocer más a fondo a tus prospectos

Cuando haces la tarea significa que tienes interés por el individuo o compañía que buscas, y esto al final se nota. Ponte del lado del consumidor.

3. Poner atención en los detalles

Lo que tienes que hacer es ir al grano y decir las cosas como son. Si cedes la palabra, a cambio el comprador te dará la bitácora de vuelo, es decir, cómo quiere que le vendas paso a paso.

4. Se vale diversificar

Traza un plan B en donde contemples tanto salir a buscar más consumidores, como diversificar, ampliar o complementar tu catálogo de productos o servicios.

2. BIBLIOGRAFÍA

- [1] «Comercio electrónico en el Ecuador,» [En línea]. Available: <http://seoquito.com/comercio-electronico-en-ecuador/>. [Último acceso: 25 Noviembre 2016].
- [2] «Formación Gerencial,» [En línea]. Available: <http://blog.formaciongerencial.com/2015/08/18/estado-del-e-commerce-en-ecuador/>. [Último acceso: 25 Noviembre 2016].
- [3] INEC, «INEC,» [En línea]. Available: http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/Resultados_principales_140515.Tic.pdf. [Último acceso: 30 Noviembre 2016].