

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE
ASUNCIÓN**
Facultad Politécnica
**EXPOSICIÓN TECNOLÓGICA y
CIENTÍFICA (ETyC)**



E-COMMERCE EN TIEMPOS DE PANDEMIA
LA NECESIDAD DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL

Prof. Lic. MAIS. Walter Ovelar

AGENDA

Que es el E-Commerce o comercio electrónico y su Historia.

Evolución del Comercio Electrónico-Tendencias de E-Commerce. Ventajas/Desventaja del E-Commerce.

Modelos de E-Commerce.

Transformacion Digital en el Ecommerce.

Estadísticas.

Marketing y Ventas.

Como Formar un E-Commerce.



Evolución del E-Commerce



1ª ETAPA

EDI (Intercambio Electrónico de Datos)
Utilizado por las empresas a principios de 1970, para el intercambio de documentos por vía electrónica, mejorando el nivel de competitividad.



2ª ETAPA

Considerada "La era del folleto electrónico". Con la llegada de los navegadores se podían crear páginas web en las que podían plasmar contenido, como imágenes y características de las empresas, entre otras cosas.



3ª ETAPA TIENDAS EN LINEA

El internet ha avanzado, ha llegado a más hogares y cada vez hay más usuarios. Aprovechando este avance de tecnología, surgieron las tiendas en línea permitiendo la compra y venta de productos de forma virtual.



4ª ETAPA

CENTROS COMERCIALES EN LINEA

Se crean plataformas virtuales a las cuales se pueden unir varias empresas o personas para ofrecer sus productos, todas en un mismo lugar.



5ª ETAPA

Las empresas al ya saber vender por internet, comienzan a crear estrategias de marketing, nuevos modelos de negocios, como poder llegar a otros mercados con la ayuda de los medios electrónicos.

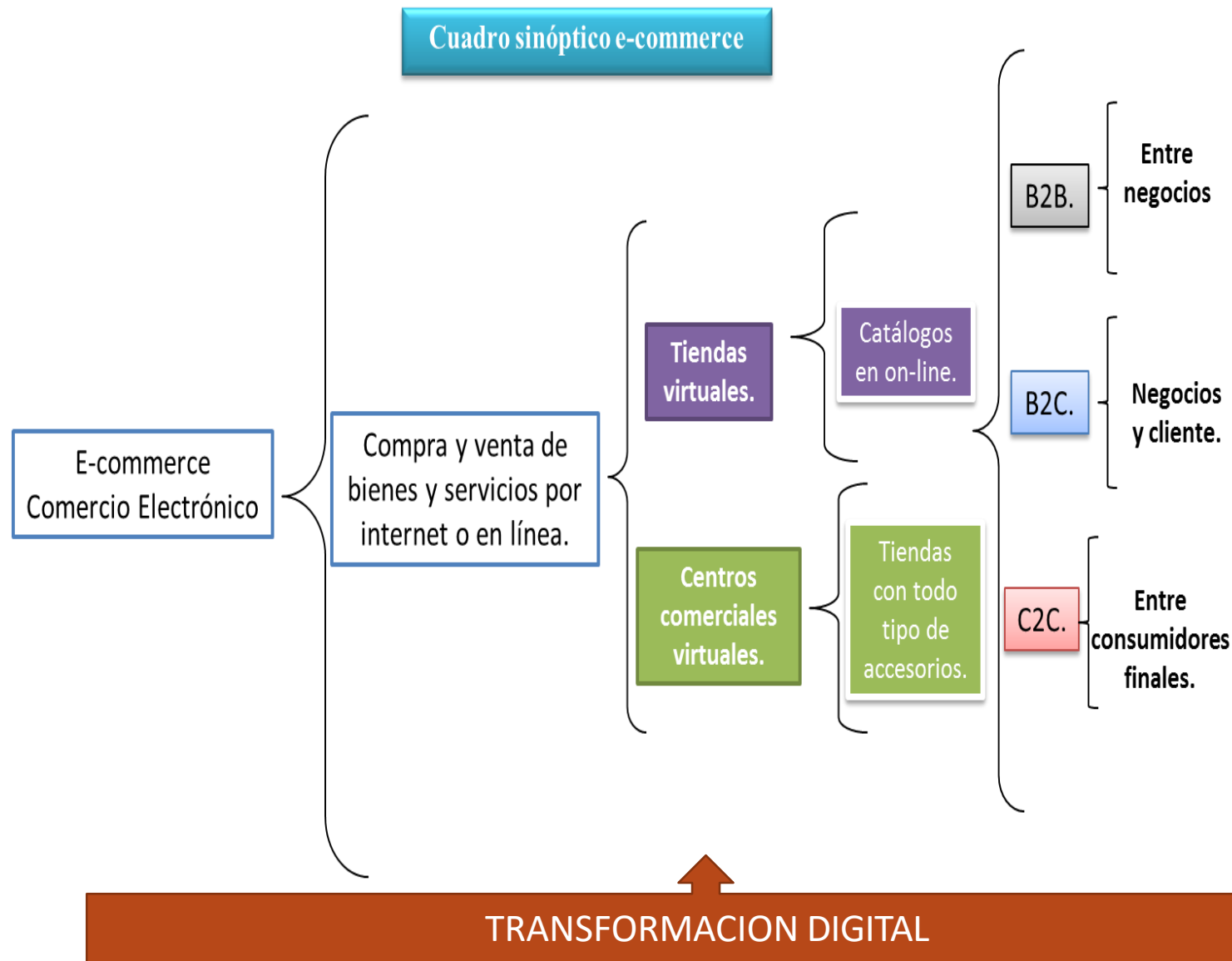


6ª ETAPA

La gran aceptación de las redes sociales ha hecho que estas se conviertan en el mejor canal para el anuncio de productos, dando un mejor valor a las empresas y mejorando la atención de sus clientes. Además de esto surgen las App's para Smartphone en las cuales los usuarios desde cualquier lugar pueden realizar sus compras.



**Por lo tanto el
E-Commerce /
Comercio
Electrónico.**



Marketplace (Tiendas Paraguayas Online).



TETÁ VIRU
MOHENDAPY
Motomondicha



Paraguái
tehiyguára
mba'e



Cobranza - Fiscalización - Créditos y Franquicias Fiscales

Ventajas y Desventajas del E-commerce

PARA LAS EMPRESAS

Ventajas	Desventajas
<ol style="list-style-type: none">1. Mejoras en la distribución.2. Comunicaciones de mercado.3. Beneficios operacionales.	<ol style="list-style-type: none">1. Puede llegar a reducir los canales de comercialización.2. Ofrece oportunidades sin precedentes.3. Proveedores disminuyen sus costos.

PARA LOS CLIENTES

Ventajas	Desventajas
<ol style="list-style-type: none">1. Permite el acceso a más información.2. Facilita la investigación y comparación de mercados.3. Abarata los costos y precios.	<ol style="list-style-type: none">1. Búsquedas profundas no lineales que son iniciadas y controladas por los clientes.2. Proporcionadas por los medios tradicionales.3. Baja en los costos y precios.

Comercio-E tradicional	Comercio-E en Internet
Sólo entre empresas	Empresas – consumidores Empresas - Empresas Usuarios - usuarios
Círculos cerrados (de un sector)	Mercado mundial abierto
Número limitado de participantes (empresas)	Número ilimitado de participantes
Redes cerradas propias	Redes abiertas, no protegidas
Participantes conocidos y seleccionados	Participantes conocidos y desconocidos
Seguridad forma parte del diseño de la red	Seguridad y autenticación son necesarias
El mercado es un círculo cerrado	La red es el mercado

Offline vs Online.

Proceso del E-Commerce.



Reglas del
Negocio



Convenios y
Medios de
Pago



Seguridad



Bases de
Datos

Powered By

ORACLE



Sistema de
Información
CRM

Logística



Plataforma de
Aplicación

Microsoft

IBM

Arquitectura
Tecnológica



Componentes
principales del E-
Commerce y
Transformación digital



Mercados en el
comercio
electrónico.
(clasificación
modelos de
negocio)

Modelo de negocio

B2B: Se refiere a la transacción entre empresas (partner de distribución). Destinados al intercambio de productos y servicios entre empresas que pretenden reducir costes entre ellos.

B2C: Comercio desde la empresa hacia cliente final o consumidor.

B2G: Consiste en realizar transacciones con el gobierno (es un sistema electrónico desarrollado por la Secretaría de la Función Pública con el objetivo de simplificar, transparentar, modernizar y establecer un adecuado proceso de contratación de servicios, bienes, arrendamientos y obra pública de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal).

C2C: Es el modelo de comercio electrónico que se refiere a la venta entre consumidores individuales. mero intercambio , que si se produce la venta y transacción entre los dos interesados, obtiene una comisión por cada venta realizada. Ejemplo mercado libre.

C2B: Se basa en una transacción de negocio originada por el usuario final, siendo éste quien fija las condiciones de venta a las empresas.

M-Commerce: Dicho modelo nace para los entornos de Internet móvil utiliza el teléfono y otros dispositivos móviles para conectar al usuario con la web, fomentando las ventas de muchos productos.



Ejemplo Amazon



En la actualidad, la transformación digital de las empresas es una necesidad, sin embargo, no es un proceso fácil de llevar a cabo ni que todos entiendan a la perfección.

En parte, este tema también está afectado por ese miedo al cambio que suele estar instaurado en muchas organizaciones. Por ello, son frecuentes las empresas que aún continúan llevando a cabo procesos de trabajo antiguos o ya casi obsoleto.

En la era digital las empresas que quieran tener éxito tienen que seguir el ritmo del cambio tecnológico que estamos viviendo así como entender el comportamiento de los clientes.

Por que transformación digital en el E-Commerce.



Modelo de Trasformación Digital en el E-Commerce.

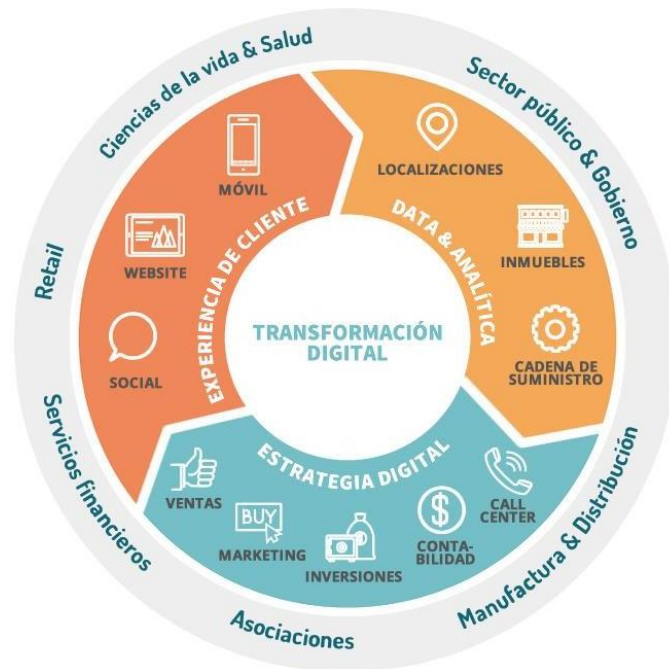
Modelo de Transformación Digital





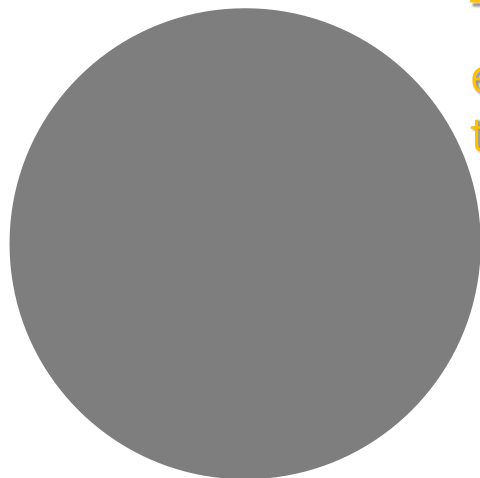
El E-Commerce es la puerta de la transformación digital en nuestra empresa.

"La transformación digital no es sólo una tendencia tecnológica; está en el centro de las estrategias comerciales en todos los mercados y segmentos".

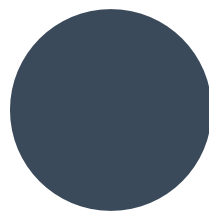


La transformación digital representa una oportunidad para que las compañías redefinan la experiencia de sus clientes y alcanzar nuevos niveles de productividad empresarial.

Transformación digital: cómo integrar el eCommerce en tu negocio tradicional.



Reorganización interna.



Duplicación de puestos.



Resistencia al cambio.

Empresas afrontan el reto de integrar el eCommerce **creando una división específica, aislada del resto y con dotación de personal y recursos propios.** Es decir, haciendo los mínimos cambios posibles para que los actuales equilibrios de poder no se vean alterados.



Es necesario que el proceso de transformación digital perfiles nuevos se incorporen a los departamentos ya existentes.

Incorporación de nuevos perfiles, es necesario formar al equipo que ya tenemos para que **desarrolle nuevas competencias en el ámbito digital**. Lo que no es posible es que al director de marketing de una empresa que vende online una parte de sus productos el "tema de Internet le suene a chino".

Transformación digital: cómo integrar el eCommerce en tu negocio tradicional.



Integrar el **eCommerce**, llevar a cabo ese proceso de transformación digital, supone que tendrán que incorporarse a la empresa perfiles nuevos.

Hay unas **competencias mínimas** que deben ser desarrolladas o implantadas.



Nuevos perfiles en el E-Commerce para la transformación digital.

- 1. Perfiles técnicos:** Especialistas en Back office Front Office- programadores SW - diseñadores. Etc.
- 2. Perfiles analíticos:** depende del tamaño y del volumen de ventas, es imprescindible que haya alguien que cuide de la **analítica de datos**.
- 3. Perfiles de marketing:** Necesitarás alguien que se encargue de las **campañas de marketing – venta y publicidad online**.
- 4. Perfiles offline relacionados con eCommerce:** Integrar el eCommerce requiere de perfiles no relacionados directamente con tareas online pero que son igualmente necesarias para completar la transformación digital (Logística-análisis de productos- tareas administrativas- ERP- CRM).

Cuatro tendencias de la transformación digital en el ecommerce en 2021.

Dirigirse hacia donde está la gente

Los **asistentes de voz** crean experiencias de compra dinámicas y sin pantalla que resultan muy útiles, mientras que la realidad aumentada y la realidad virtual son elementos de *ecommerce*.

2. El servicio de atención al cliente debe ser perfecto

Community manager RRHH

Una forma de mantener a los clientes contentos es poseer una presencia visible y receptiva en redes sociales.

3. El *customer journey* será más fluido

Independientemente de la plataforma, las marcas necesitan **saber exactamente cómo es este viaje del consumidor (*customer journey*)**, encontrar los puntos que causan fricción y **remaccionar rápido para evitar problemas**. He pasado suficiente tiempo frente a sistemas de pago lentos y botones imposibles de encontrar para saber que queda mucho por hacer. Descubrir lo que se interpone en ese camino que recorren los clientes hasta realizar sus compras no es una tarea fácil, pero sin duda valdrá la pena invertir tiempo en ello.

4. La puntualidad y la sostenibilidad chocarán

Aunque los minoristas más conocidos del mundo están trabajando para saciar ese “lo quiero ahora”, podría no resultar tan fácil en términos de sostenibilidad.

4 pasos para una transformación digital de éxito dentro de la empresa.

28% Ejecuta: Tome ventaja de esos datos mediante prácticas y acuerdos con proveedores

5% Infórmese: Comience por conocer las analíticas de sus clientes.

46% Explora: identifique las necesidades de su negocio.

21% Implice a toda la empresa: La transformación digital de una empresa.



Estadísticas: Como
impacta el comercio
electrónico en tu
negocio.

JAN
2020

PARAGUAY

THE ESSENTIAL HEADLINE DATA YOU NEED TO UNDERSTAND THE STATE OF MOBILE, INTERNET, AND SOCIAL MEDIA USE



TOTAL
POPULATION



7.09
MILLION

URBANISATION:
62%

MOBILE PHONE
CONNECTIONS



7.21
MILLION

vs. POPULATION:
102%

INTERNET
USERS



4.61
MILLION

PENETRATION:
65%

ACTIVE SOCIAL
MEDIA USERS



4.00
MILLION

PENETRATION:
56%

Pasos del Startups eCommerce

Paso 1. Escoge el sector y analízalo ¿Es tu proyecto viable

- Identifica el producto.
- Define a tu público.
- Precio y Posicionamiento.
- Logística.



Paso 2. Crea la empresa y define la estrategia

- Registra la empresa.
- Proveedores.
- Google Shopping marca (SEM-SEO).
- Directorios.
- Empresa Logística.
- Sistema de pago.



Paso 3. Lanza la página web y empieza

- Elige el dominio y el hosting.
- Software eCommerce.
- Alta de productos.

Primeros pasos para un e-Commerce





Estrategia del E-Commerce

- 1. Monitorea a los clientes.** Utiliza las interacciones de los visitantes de tu tienda para conocer mejor sus gustos, necesidades e intereses. Puedes obtener información instalando un chat de ayuda, ofreciendo un correo para resolver dudas o habilitando la opción de comentarios.
- 2.Crea contenido de valor.** Diseña el contenido (texto, imágenes, vídeos, audios) a publicar para que éste aporte a tu marca y atraiga e involucre a tus clientes con el fin de impulsar las ventas virtuales.
- 3.Impulsa las ventas.** Ofrece promociones y descuentos para crear la necesidad de compra, limitados a fechas específicas para generar la sensación de urgencia.
- 4.Llama a la acción.** Usa diversos tipos de botones, vínculos y métodos de navegación que faciliten al cliente la opción de pagar, para que éste concluya en la compra.
- 5.Analiza el flujo de pago.** Observa el proceso que realiza el cliente para llegar a la compra, analiza si le son fáciles los pasos a realizar desde el momento en el que ingresa al sitio hasta adquirir el producto. La idea principal es poner al acceso y de forma sencilla el proceso de compra para aumentar las ventas en la tienda virtual.



SOCIAL COMMERCE -TRANSFORMACION DIGITAL

ESTRATEGIAS EMPRESARIALES ONLINE

Sin lugar a dudas, las estrategias online futuras tienen nombre propio y se llaman Social Commerce.

Las Redes Sociales han cambiado los métodos de trabajo, las formas de establecer relaciones y de comunicarnos
“Los medios sociales son capaces de ayudar a las empresas y aportarles ventajas competitivas frente a la competencia”.

Los **Social Media** son una herramienta de gran utilidad para generar identidad y cultura de marca, lo cual repercute directamente en la imagen que transmite a sus clientes y esto a su vez repercute en el posicionamiento de la compañía. A través de los medios sociales se crean y alimentan relaciones mediante el consumo y el tráfico de contenido e información.

Errores comunes del negocio electrónico.



1. No muestras la información de contacto

El teléfono, la dirección y el email son datos clave que demuestran que tu negocio es un negocio real. Muéstrales que existes.



2. No permites que tus clientes opinen

Da igual lo que vendas, que si los clientes no conocen tu producto siempre van a fijarse en las opiniones. Permíteles opinar.



3. Les obligas a crear una cuenta para comprar

No debes obligar a nadie a registrarse para poder comprar. Si no quieren, ya conseguirás sus datos en el checkout.



4. No muestras lo que tus clientes opinan de ti

Si tienes clientes a los que les encanta tu producto muéstraselo a los demás. Puede ser la clave para que se decidan a comprar.



5. No ven tus políticas de envíos y devoluciones

Los envíos y las devoluciones son dos de los elementos que más dudas generan a la hora de comprar online. Resuélvelo ya.



6. Tu tienda no parece una tienda segura

HTTPS, iconos de empresas de seguridad, iconos de tarjetas de crédito... Imprescindibles en un mundo con ciberdelincuentes.



Muchas Gracias
wovelar@gmail.com