



Universidad Tecnológica de Parras

INGENIERÍA en: TECNOLOGÍAS DE LA

(COMERCIO ELECTRÓNICO)

Lic. Francisco Javier Ortiz

TEMA (S):

- Elementos del comercio electrónico
- Características
- Ventajas / desventajas

ALUMNO:

José Carlos Morín Riojas

Actividad	Saber	Hacer	Ser	Oportunidad
1				
2				
3				
4				
Total				Sello / Firma
Puntualidad y Asistencia	Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>	Retroalimentación	
Entrega en tiempo y forma	Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>		
Proactividad	Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>		
Grupo:				

Fecha de Entrega:

12/07/2018

E-A 2018

INTRODUCCION

En el presente documento hablaremos de los elementos generales que componen el comercio electrónico, Las funciones que lo componen, para que sirve, que beneficios trae consigo hacia las empresas y personas que hacen uso de él, entre otras cosas.

El comercio tiene gran demanda y cada vez este aumenta a tal grado que cada día hace que el número de personas que quieran vender sus productos a través de internet vaya en aumento, esto se debe a que las diversas plataformas que ofrecen el servicio de venta por internet cuentan con muchos beneficios pero sin embargo estos no son gratis, ya que estas plataformas cobran una comisión por cada artículo que vendas a través de su plataforma.

Por otro lado existen la opción de crear nuestra propia tienda por internet esto también tiene sus ventajas y desventajas, de las cuales hablaremos a continuación.

Para crear nuestra propia tienda en línea debemos de contemplar una serie de cosas antes de tomar esta decisión.

Debemos de saber cuántas piezas vendemos por día y si esto es rentable, ya que para crear una tienda en línea es todo un proceso de desarrollo y se tiene que contratar un especialista para crear un sistema de este tipo.

En los próximos temas abordaremos características del comercio eléctrico y las características con los que debe que debe cumplir nuestro sitio web.

DESARROLLO.

Elementos del comercio electrónico

Para empezar hablar de los temas antes mencionados primero hablaremos de los elementos del comercio electrónico y como funciona.



Características de un buen sitio de comercio electrónico.

Uno de los factores más importantes de una tienda online es la imagen que proyecta.

Si tu sitio inspira confianza y seguridad, ya has ganado la mitad de la batalla. Carlos Dieter.

1. Imagen corporativa:

Los colores y la tipografía, deben ser congruentes con tu marca y su uso debe seguir los lineamientos de tu empresa.

2. Calidad de imágenes:

Es un punto muy importante y en el que debes buscar un balance entre la calidad de imagen y el peso de las mismas.

3. Todo a la mano

Dentro de tu sitio de comercio electrónico, todo debe poder encontrarse con facilidad.

4. No más de dos clics

No debe existir parte alguna de tu sitio que esté a más de dos clics de distancia de tu página de inicio.

5. El producto es la estrella

El tema central son tus productos. Por este motivo es importante que estos siempre estén visibles.

6. Facilidad de pago

La parte más sencilla de tu sitio debe ser la forma de pago. Debe ser clara, fácil y sin contratiempos. Una forma de pago complicada es el principal motivo de abandono de una carrito de compras online.

7. Multiplataforma

Internet es cada vez más móvil. Los clientes pueden llegar a tu sitio ya sea mediante una tablet, un smartphone o por medio de su computadora.

8. Sitio optimizado

Un sitio optimizado es un sitio “sano”. Retomando el punto 2, la parte que más contribuye al peso de un sitio son las imágenes por lo que es importante buscar un balance entre calidad y peso.

9. Datos de empresa

Este aspecto es muy importante y en demasiadas ocasiones es omitido. Todo sitio de ecommerce debe tener los datos de la empresa, su domicilio, el teléfono y un correo de contacto.

10. Certificados

En todo sitio de ecommerce debe haber intercambio de información segura. Por este motivo, es necesario que contar con un candado SSL que encripte la comunicación entre el usuario y el sitio

CASO DE ESTUDIO

Identificar que productos se van vender:

De acuerdo a varios estudios y análisis realizados se determinó que los internautas compradores prefieren comprar en tiendas en línea que también cuenten con un almacén físico.

¿Dónde suelen comprar por internet?

- Tienda en línea con almacén físico 55%
- Tienda que vende exclusivamente por internet 44%
- Sitio web del fabricante 23%
- Subastas 16%
- Portales 7%

Productos y servicios que más compran por Internet

- Tiquetes de transporte 48%
- Entradas a espectáculos 36%
- Reservas hoteleras 35%
- Productos electrónicos 27%
- Ropa y accesorios 20%
- Libros 17%
- DVD`s y Videojuegos 15%
- Software 14%
- Alimentación 10%
- Otros Alquiler vehículos, Servicios Internet, Financieros, electrodomésticos, juegos de azar.

Venta de Servicios

Una de las principales ventajas es la de no haber una transacción física de bienes. Simplifica el proceso de comercio electrónico.

- Compra de boletos: Es el comienzo para el nuevo usuario de compras por Internet, bajos precios, promociones, simplicidad.
- Reservas hoteleras: Buenas ofertas, conocimiento de los lugares, facilidad de tiempo.
- Venta de contenidos en línea (películas, cursos etc): Más usuarios menos precios, mayor accesos a servicios costosos antes no posibles para todos.

EL SEGUNDO PASO SON LOS ELEMENTOS QUE DEBE TENER UNA TIENDA

Cuando pensamos en la creación de una tienda de ventas en línea, debemos tener en cuenta 3 pilares fundamentales.

1. Diseño
2. Usabilidad.
3. Accesibilidad.

Elementos de una tienda en línea

Como elementos de una tienda en línea podemos destacar

1. Catálogo de Productos.
2. Carrito de compras.
3. Mecanismos de promoción y ofertas.
4. Motor de búsqueda.
5. Proceso de Compra.
6. Medios de pago.
7. Impuestos.

8. Logística.
9. Información Corporativa.
10. Registro de área de usuario.

EL TERCER PASO ES ELEGIR UN CARRO DE COMPRAS

Este es un elemento indispensable en la tienda en línea, debe ofrecer la posibilidad de añadir, eliminar o modificar productos durante la navegación.

De la misma se debe brindar la posibilidad que el cliente pueda visualizar de manera clara:

- Referencias Compradas
- Gatos de envío
- Impuestos aplicables
- Valor total del pedido

¿Dónde se puede elaborar el carrito de compras?

El proveedor de hosting debe proveer varias alternativas y las siguientes son algunos ejemplos:

Como ya se comentó desde un principio en la introducción existen 2 formas de poder elaborar un carrito de compras.

- Atreves de un equipo de desarrolladores con programación.
Php y Mysqli
- Atreves de gestores de contenido
- Prestashop
- Magento
- Presta shop

EL CUARTO PASO ES CREAR UN SISTEMA DE PAGOS EN LÍNEA

Un negocio que venda en línea debe ofrecer flexibilidad en los medios de pago muchas opciones nos permitirán más fácil cerrar una venta.

Existen 2 tipos de formas de pago.

- Métodos off-line.
 - Contra re embolso o entrega.
 - Transferencia bancaria
 - Consignación bancaria
- Métodos on-line
 - Tarjetas crédito y débito
 - PayPal

EL QUINTO PASO ES ESTABLECER DE LA TIENDA

Así como en el mundo off-line debe cumplir con unas obligaciones administrativas para operar, así mismo debe cumplirlas en el mundo on-line.

Algunos parámetros a tener en cuenta

1. Protección de datos.
2. Aviso legal.
3. Medidas de seguridad de los datos.
4. Información general de la empresa.
5. Condiciones generales de contratación.
6. Información al usuario dentro del proceso.
7. Cuando y donde se formaliza el contrato.
8. Cuestiones legales de la entrega.
9. Qué ha de entregar al cliente.
10. Cual es el plazo para devolver el producto comprado por Internet.

SEXTO PASO IMPLEMENTAR FACTURA ELECTRÓNICA

Se considera la facturación electrónica como la transmisión de las facturas o documentos análogos entre emisor y receptor por medios electrónicos (ficheros informáticos) y telemáticos (de un computador a otro), firmados digitalmente con certificados cualificados, con la misma validez legal que las facturas emitidas en papel.

Costos de implementar la factura electrónica

Como orientación, algunos sistemas de implantación sencilla, como aplicaciones tipo web para emitir facturas pueden costar unos \$80.000 PESOS al mes. En otras ocasiones, los prestadores de estas soluciones pueden definir modelos de precio basados en el número de facturas emitidas con valores entre \$150 PESOS por factura.

SÉPTIMO PASO ES IMPLEMENTAR LOGÍSTICA Y DESPACHOS

Bien sea servicio o un producto físico, debemos contar con la infraestructura tecnológica y de servicio para realizarlo.

A tener en cuenta:

1. Empaques.
2. Equipos.
3. Compañías transportadoras.
4. Horarios de despacho.
5. Días laborales y festivos.
6. Tarifas.
7. Seguimiento de la orden.
8. Garantías.
9. Atención al cliente.
10. Soporte.

EL OCTAVO PASO ES REALIZAR UNA CAMPAÑA DE E-MARKETING

1. Qué es una página web y qué no lo es.
2. Alta y posicionamiento en buscadores (SEO)
3. Paquete de análisis WEB, implementación y uso.
4. Publicidad en buscadores (SEM)
5. Email marketing.
6. Comunicaciones corporativas y RRPP en línea.
7. Publicidad por afiliación.
8. Redes sociales y Blogs. Social Media Optimization (SMO)
9. Marketing de alto impacto y bajo costo (Guerrilla)
10. Publicidad en banners.
11. Marketing en teléfonos móviles.
12. Seguimiento y fidelización de clientes (eCRM)

EL NOVENO PASO ES MEDIR EL ÉXITO DE LA TIENDA

La medición del éxito de nuestra tienda va más allá de conocer el número de visitas que tenemos. Lo que buscamos es buscar la efectividad de nuestra tienda en línea a través de un análisis de diferentes métricas o valores que reflejan estadísticamente y de forma cuantificada el rendimiento de nuestro negocio. Dos enfoques de medición.

1. MUESTRAL: (user centric) Medir el comportamiento de grupos de usuarios.
2. CENSAL: (site centric) Medir el tráfico que registra su sitio web.

EL DÉCIMO PASO ES FIDELIZAR A LOS CLIENTES

¿Cuál es la fórmula de las ventas en el comercio electrónico?

$Venta = Visitas * Tasa\ Conversi3n * Pedido\ Medio$

La primera aplicaci3n pr3ctica de la f3rmula es que hay tres caminos m3s maximizar las ventas:

1. Incrementar las visitas.
2. Incrementar la tasa de conversi3n de visitas ha pedido.
3. Incrementar el pedido medio.

VENTAJAS Y DESVENTAJAS

VENTAJAS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

- Desaparición de los límites geográficos y temporales.
- Gracias al comercio electrónico tu tienda puede estar ¡en cualquier parte!
- Horario de venta 24 horas al día durante los 365 días del año.
- Adiós a las restricciones de horarios de apertura. Estarás 365 días al año durante las 24 horas del día para tus clientes.
- Reducción de costes tanto de producción, administración y almacenamiento.
- Si te decantas por una tienda 100% online podrás ahorrarte los costes que supone tener una tienda física abierta. Ya sean los gastos del alquiler o de empleados. Si te decantas por un modelo mixto, tienda online y física.
- Obtención de un mayor número de clientes tanto online como offline gracias al aumento de visibilidad que permite internet.

DESVENTAJAS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

- Desconfianza del método de pago y la calidad del producto.
- La presencia del fraude electrónico no ayuda a este tipo de comercio ya que crea ciertas inseguridades.
- Intangibilidad.
- La distancia entre los productos y el cliente para algunos supone un gran problema. La imposibilidad de poder tocar y comprobar la calidad suele tirar hacia atrás a algunos clientes.
- Distancia entre el cliente y el vendedor.

COLCLUSIÓN

La implementación del comercio electrónico como estrategia de negocio para el aumento de las ventas y de los ingresos se ha vuelto algo muy importante ya que el avance tecnológico lo ha permitido, cada vez más personas hacen sus compras mediante internet y los negocios se vuelven más competentes ya que existe un gran número de tiendas en línea permitiendo que los vendedores o dueños de negocios a través de internet busquen tener los mejores productos, los más vendidos, los de mejor calidad y con el mejor precio.

Notando el gran auge que esto ha tenido, el incremento de las ventas por internet continuará pues ahora más personas lo utilizan, es posible pensar que un futuro todas las compras se harán de este modo ya que son más las ventajas que las desventajas que trae consigo el uso del comercio electrónico, tanto para compradores como para vendedores.

BIBLIOGRAFIA.

<https://es.shopify.com/blog/73221893-12-componentes-de-un-buen-sitio-de-comercio-electronico>