

**IV ACUERDO MARCO PARA LA COMPETITIVIDAD E INNOVACIÓN
EMPRESARIAL DE CASTILLA Y LEÓN**

**COMERCIO
ELECTRONICO**

E-COMMERCE O COMERCIO ELECTRONICO

El e-commerce, o comercio electrónico, es un sistema de compra y venta de productos o servicios que se realiza exclusivamente a través de Internet. Se refiere a las transacciones entre compradores y vendedores mediante una plataforma online que gestiona los cobros y los pagos de manera completamente electrónica. Esta actividad puede llevarse a cabo por medio de plataformas digitales especializadas, sitios web, redes sociales o sistemas diseñados para este fin.

Algunas empresas sólo venden productos por Internet, mientras que otras usan el comercio electrónico como parte de una estrategia más amplia que incluye tiendas físicas y otros canales de distribución. En cualquier caso, el comercio electrónico permite que las nuevas, pequeñas y grandes empresas vendan sus productos a gran escala y lleguen a clientes de todo el mundo.

El principal requisito para establecer relaciones comerciales digitales es contar con una plataforma en línea para efectuar los procesos de venta y compra. Por su naturaleza, el comercio electrónico requiere el acceso a la red de internet y un medio de interacción entre el cliente y el vendedor. En términos simples, un comprador accede al medio de ventas, selecciona el producto o servicio que quiere, realiza el pago del bien y recibe aquello que compró, ya sea virtual o físicamente.

Para crear un medio de este tipo es necesario digitalizar las bases de datos, inventarios y métodos de cobro. El comercio electrónico requiere una completa presencia en formato digital y una constante actualización para evitar fallas en las compras o del sistema informático.

Un sitio web de comercio electrónico es el escaparate digital en Internet. Facilita la transacción entre el comprador y vendedor. Es el espacio virtual donde se muestran los productos y los clientes virtuales hacen selecciones. El sitio web actúa como estantes de productos, personal de ventas y caja registradora del negocio.



TIPOS DE COMERCIO ELECTRÓNICO

El comercio electrónico adopta muchas formas, ya que hay diferentes maneras de comprar en canales de Internet.

Algunos modelos de negocio comunes que conforman el mundo del comercio electrónico son:

- **B2B (Business-to-Business):**
Empresas que hacen negocios entre ellas. El business-to-business aplica a la relación entre un fabricante y el distribuidor de un producto y también a la relación entre el distribuidor y el comercio minorista.
- **B2C (Business-to-Consumer):**
Empresas que venden al público en general, a los consumidores como personas naturales. El modelo más común con muchas variantes.
- **C2B (Consumer-to-Business):**
Es el modelo de negocio de comercio electrónico en el que los consumidores pueden ofrecer productos y servicios a las empresas, y las empresas pagan a los consumidores.
- **C2C (Consumer-to-Consumer):**
Plataforma a partir de la cual los consumidores compran y venden entre ellos. Las empresas crean sitios web que conectan a los consumidores.
- **B2G (Business-to-Government):**
Empresas que venden u ofrecen sus servicios a las instituciones del gobierno. Los ayuntamientos, diputaciones y otras instituciones oficiales, pueden contactar con sus proveedores, comparando productos y realizando pedidos por medio de un proceso simple y estandarizado.
- **C2G (Consumer-to-Government):**
Los consumidores venden a gobiernos o entidades gubernamentales. El objetivo de C2G se centra en las relaciones comerciales producidas entre consumidores y el gobierno facilitando las operaciones entre ambos (pago de impuestos, servicios de educación o empleo, etc.)
- **G2B (Government-to-Business):**
Se refiere a la venta de productos o servicios del gobierno a las empresas. En este caso, el gobierno ofrece productos o servicios a empresas interesadas.
- **G2C (Government-to-Consumer):**
Los gobiernos o entidades gubernamentales venden a consumidores. Es común en la venta de entradas para eventos gubernamentales, pagos de impuestos en línea y la compra de boletos para el transporte público.



VENTAJAS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

Llevar a cabo las ventas en Internet tiene algunas ventajas significativas. Entre las principales ventajas del comercio electrónico se encuentran:

- Implica una interacción fácil y sencilla para el usuario
- Reduce el tiempo de compra por parte del cliente
- Proporciona la información adecuada en el momento correcto
- Facilita la comparación de alternativas a la compra
- Permite el rastreo de la mercancía hasta la entrega final
- Incentiva la comunicación directa entre comprador y vendedor
- Ofrece un alcance de marketing global

El comercio electrónico te permite llegar a clientes de todo el mundo. El aumento del uso de Internet y el crecimiento de las redes sociales hacen que sea más fácil para los propietarios de negocios de comercio electrónico llegar a una mayor variedad de clientes.

Ventajas del comercio electrónico	
<p>Para el usuario:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Implica una interacción fácil ✓ Reduce el tiempo de compra ✓ Proporciona la información completa ✓ Facilita la comparación de alternativas ✓ Permite el rastreo de la mercancía ✓ Ayuda a la comunicación directa con el vendedor 	<p>Para el vendedor</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Reduce los costos ✓ Da posibilidad de vender 24/7 ✓ Aumenta el alcance de venta ✓ Ofrece un mejor control sobre el proceso ✓ Brinda posicionamiento SEO ✓ Da una mejor gestión de inventario

HubSpot

- Proporciona la facilidad de pedir productos en Internet

Con todos los tipos de comercio electrónico, los clientes pueden examinar las opciones y hacer compras desde cualquier lugar con tan sólo unos clics.

- Generalmente implica menores costos de operación

Crear y mantener una página web es menos costoso que tener una tienda convencional. Se puede comenzar un canal de comercio electrónico empresarial sin necesidad de alquilar un local comercial, contratar empleados o tener un gran almacén.

Una vez conectada, la tienda está abierta las 24 horas del día, sin necesidad de estar supervisada ni de contar con personal como una tienda física.

Se Pueden usar herramientas y servicios de creación de sitios web para establecer una tienda de comercio electrónico rápidamente o evitar la creación

de un sitio web y lanzar la marca en las redes sociales o en una tienda como Amazon. Muchas empresas venden a través de varios canales por Internet.

- Proporciona acceso directo al consumidor

Gracias a Internet, las marcas de comercio electrónico pueden establecer relaciones directas con su público. No tienen que pagar un anuncio gigantesco o una campaña de anuncios de televisión para llamar la atención del público. Pueden adaptar la marca y estrategia de marketing para que se adapten a los deseos y necesidades de los clientes hasta el punto de brindarles ofertas especiales y recomendaciones de productos personalizadas.

CARACTERÍSTICAS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

1. Requiere bases de datos actualizadas.

Sin catálogos virtuales de productos y servicios no es posible concretar ventas. Por ello la plataforma debe estar optimizada para mantener actualizada la disponibilidad de los bienes que ofertas y ser clara con la clientela.

Existen servidores automatizados que pueden auxiliar en el control de stock. Generalmente, esto requiere la asistencia de trabajadores que monitorean el abastecimiento en las redes de distribución y venta, por lo que estas herramientas no son sustitutos, sino apoyos logísticos.

2. Emplea medios digitales para ofrecer bienes o servicios.

El factor digital es, por obvias razones, una característica esencial de los diversos tipos de comercio electrónico. Debido a esta necesidad digital, no solo



HubSpot

Características del comercio electrónico

- ✓ Requiere bases de datos actualizadas
- ✓ Emplea medios digitales para ofrecer bienes o servicios
- ✓ Está optimizado para la experiencia del cliente
- ✓ Necesita desarrollo y diseño de sistemas

los compradores se ven obligados a contar con dispositivos informáticos que les permitan explorar y llevar a cabo sus compras. Las empresas también requieren una buena infraestructura tecnológica.

Herramientas como potentes máquinas de procesamiento, espacio de almacenamiento físico y en la nube, servidores propios, dominios en la red y una buena conexión a internet son fundamentales para operar este tipo de comercios.

3. Está optimizado para la experiencia del cliente.

Si bien es cierto que el comercio electrónico conlleva importantes beneficios para las empresas, en realidad la experiencia de compra en línea gira en torno a las necesidades de los clientes. En los últimos años se ha hecho evidente que son el mercado y las audiencias de compradores quienes exigen nuevas formas de consumo y mejores canales de venta.

El comercio online está diseñado para satisfacer estas necesidades y mejorar la experiencia de compra de los clientes.

4. Necesita desarrollo y diseño de sistemas.

Día con día, cientos de negocios incursionan en el mercado digital con alguna plataforma de venta en línea y con ayuda de herramientas sencillas (como WooCommerce). No obstante, para llevar una operación comercial de gran escala al mundo digital es necesario contar con expertos en informática que acompañen la gestión de procesos y el mantenimiento de servidores, bases de datos y equipos de trabajo.

ELEMENTOS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

Los elementos principales del comercio electrónico son:

1. Plataforma digital

Un elemento fundamental para llevar un comercio al mundo digital es contar con el canal de ventas. Estos medios son las plataformas que sirven a los usuarios para acceder a los productos y servicios que ofreces, conocer sus características, ponerse en contacto con tu empresa y, principalmente, concretar la compra.

Las plataformas digitales pueden ser sitios web, blogs, aplicaciones móviles o incluso perfiles de redes sociales, ya sea que automaticen los procesos de venta (como Instagram) o que requieran tu intervención (como Facebook o Twitter).

2. Interfaz de interacción

Contar con una buena interfaz es esencial si se quiere retener al público dentro de la plataforma de ventas. En muchos casos los compradores quieren llevar a cabo las compras de manera autónoma, por lo que una plataforma amigable y sencilla de usar puede optimizar la experiencia del consumidor.

Los sitios web deben tener un buen diseño y las aplicaciones móviles deben ser intuitivas y responsivas. En todos los casos se debe incluir información completa de aquello que se vende y promover una navegación fluida.

3. Sistema de pago electrónico

El sistema de pago es uno de los elementos más importantes para todo negocio en línea y representan el punto final de la compra electrónica. Recuerda que los consumidores esperan realizar el pago de las mercancías adquiridas de manera fácil, simple y rápida. Entre los métodos más populares están:

- Pago con tarjeta de crédito
- Pago con tarjeta de débito
- Transferencia bancaria

- Pago a través de intermediarios (como Mercado Pago, de Mercado Libre, o PayPal)

Toma en consideración que muchos usuarios siguen utilizando medios tradicionales de pago o quieren tener la certeza de la entrega de sus productos. Para responder a las necesidades de estos públicos puedes ofrecer pago contra entrega con terminales móviles o pagos en efectivo.

4. Políticas de privacidad y términos y condiciones

A pesar de que este paso se omite muchas veces en las plataformas de redes sociales, presentar la información de las políticas de privacidad y los términos y condiciones de la operación es esencial para brindar una buena atención a los clientes. Estos dos elementos dan la información necesaria para que los consumidores sepan qué implicaciones tienen sus compras, cómo se resguardan sus datos y qué deben considerar al comprar algo de la compañía. En este apartado se debe incluir:

- Uso de los datos privados
- Políticas y costos de envío
- Sistema de reclamaciones
- Información de garantías
- Canales de comunicación

5. Sección de preguntas frecuentes

Contar con un sitio electrónico facilita las tareas y optimiza los procesos de venta. Esto se debe a que no requiere tener gestores comerciales atendiendo constantemente a los usuarios (incluso sirve para reducir gastos operativos). Aun así, muchas veces los consumidores tienen dudas sobre un servicio, ya sea acerca de los métodos de pago o respecto de los procesos de envío.

Para dar certeza al cliente y para evitar una constante comunicación con la empresa, hay que optar por incluir una sección de preguntas frecuentes (o FAQ, por sus siglas en inglés). Este elemento auxilia en la gestión de ventas y es un gran aliado para simplificar procesos.



CÓMO ELEGIR EL MEJOR SOFTWARE DE COMERCIO ELECTRÓNICO

Al buscar la mejor plataforma y software de comercio electrónico para satisfacer las necesidades hay muchos factores a considerar.

Hay que tener en cuenta las siguientes características:

- **Temas y capacidad de personalización.**

Tener la opción de personalizar los temas preestablecidos para que reflejen la marca.

- **Elección del nombre de dominio.**

Obtener un nombre de dominio y una URL personalizados (para que no tener que incluir el nombre de la plataforma en la URL del sitio web).

- **Soporte experto 24/7**

Explorar el servicio de la plataforma en detalle. Si surge una emergencia en el futuro, es necesario contar con un soporte rápido, confiable y oportuno.

- **Opciones de pago flexibles.**

Los clientes desean pagar de diversas maneras hoy en día, ya sea con tarjetas de crédito, monederos electrónicos y otros medios. Buscar una solución de comercio electrónico que sea lo suficientemente flexible como para admitir diferentes opciones de pago seguro.

- **Configuración de varios idiomas.**

Es posible que los clientes provengan de todo el mundo, por lo que el sitio debe estar preparado. Es una buena idea trabajar con una herramienta que integre muchos idiomas diferentes.