



**INSTITUTO NACIONAL  
DE ESTUDIOS FISCALES**

***Licenciatura en Negocios con enfoque en emprendimiento***

***Fernando Daniel Aquino Hernández***

***Tecnologías de la información y soluciones para negocios***

***Resumen de los 10 MOOC de Comercio electrónico***

***Catedrático. Marcos Than Esponda***

***14 de octubre del 2022***

***Tuxtla Gutiérrez, Chiapas***

## ***Módulo 1.1***

Una tienda electrónica sirve para adaptar algo antiguo a algo actual y también sirve para impulsar algo que se está creando desde cero pero para eso se debe pensar las cosas y replantear ideas, y ser consciente del crecimiento que se podría tener ya que una tienda electrónica es diferente de una tienda física, esto debido a que de manera virtual se puede crecer mucho más rápido pero se deben establecer una serie de criterios para saber a dónde se quiere llegar y a quienes se quiere llegar.

Las tiendas electrónicas son más productivas que los negocios físicos, debido a que el coste y el tiempo es menor logrando así una mejor eficacia a menor costo a comparación de los negocios tradicionales, pero también es importante alguna propuesta de valor de las tiendas electrónicas para generar más engagement hacia el consumidor.

Se deben abrir todos los canales de comunicación al cliente para lograr establecer una mejor relación con ellos y además así poder saber de dónde vienen los nuevos consumidores, si de una red social, de una página o del marketing físico.

## ***Módulo 1.2***

La investigación es algo realmente importante hasta se puede considerar como una aventura empresarial ya que se debe buscar y buscar para lograr encontrar información que necesitamos y esta sea verídica, existen dos tipos de investigación, la pasiva requiere de fuentes de información que se tiene al alcance para encontrar datos útiles y la activa identifica la duda o el dato que se quiere obtener para encontrar información sobre eso y existen herramientas gratuitas para los dos tipos de investigación que existen.

También se debe analizar e investigar a la competencia, para eso se puede hacer una compra en la tienda e commerce del rival para ver sus diseños, que venden, el marketing que utilizan, el newsletter que tienen y de toda esa información implementar o descartar ciertas cosas.

Realmente son muy útiles los buscadores ya que junto con el internet ayuda a obtener información relacionada con leyes, candidatos, proveedores, nuevas tecnologías y entre otras cosas pero en sí el mercado digital es muy grande por eso se debe saber investigar correctamente aunque esto requiere de práctica y de un aprendizaje constante.

### **Módulo 1.3**

Existen grandes pilares del comercio electrónico y es que para crecer es necesario fijarse en los grandes de la industria ya que ellos ya se han enfrentado a dudas y a problemas complicados, es por eso que se deben analizar a los grandes jugadores para imitar lo bueno y evitar lo malo de ellos, es una buena idea comprar en su comercio electrónico para aprender de los procesos que realizan e implementarlo si funciona y si no es útil aprender de eso para corregirlo.

Los grandes de la industria estudian y miden todo para ver si algo es rentable o no, además se enfocan en conocer los procesos, las elecciones y las demandas de productos que los consumidores demandan para generar mayores ventas.

La clave del comercio electrónico es el cómo interactúas con tus clientes, para eso es necesario relacionarse con los consumidores y darle toda la información sobre el e commerce, y además la clave del éxito está en la simplificación así que debe hacer todo de manera más simple, desde el momento en el que el cliente escoge un producto hasta que lo paga,

### **Módulo 1.4**

Se debe pensar de una manera distinta para incrementar la probabilidad de éxito, una de las técnicas más exitosas es la que se relaciona con el trabajo de los diseñadores gráficos, esta técnica es el método CANVAS, este ayuda a ver el éxito de tu emprendimiento de mejor manera y también ayuda a emprender de manera más fácil y objetiva, este es un gráfico que plantea preguntas como, qué, cómo, a quién, ingresos y gastos.

En la pregunta qué, se debe especificar y explicar el producto o servicio que se promueve, que utilidad tiene, que beneficio tiene, que duración tiene, etc.

En la pregunta cómo, se debe explicar cómo hacerlo, cómo anunciarlo, cómo obtendré los recursos, cómo poner en marcha los recursos.

En la pregunta a quién, se pensar quienes van a comprar, quienes son, donde viven, por qué te van a comprar.

En el apartado de ingresos, se indica cómo se va a ganar dinero, se debe estar abierto a las oportunidades y ser flexible para obtener ingresos de una u otra forma.

En el apartado de gastos, debe especificarse los gastos que se tienen, las deudas, los impuestos y entre otras cosas.

### ***Módulo 1.5***

Antes de crear una tienda de comercio electrónico se debe tomar en cuenta que la comunicación debe ser fácil de entender y utilizar, esto para comprender de mejor manera como funciona la tienda e interactuar de mejor manera con ella, hay muchas herramientas para crear tiendas electrónicas y para contratar el alojamiento en un servidor, estas herramientas dan lo necesario para manejar los precios, las promociones, además de que estas ayudan a mejorar debido a que si se paga un precio da la posibilidad de acceder a prestaciones que ayuda a crear fórmulas de pago avanzados y por si fuera poco existe la posibilidad de tener un control de toda la actividad que ocurre de las ofertas y el stocks.

Los testimonios de los clientes hablan muy bien de una tienda de comercio electrónico ya que da seguridad y convence a los demás clientes de que es un buen lugar para comprar, por eso es importante guiarse de las recomendaciones y de las opiniones que hacen sobre una tienda de comercio electrónico.

### ***Módulo 1.6***

Las bases de datos son muy importantes para el comercio electrónico, se podría decir que hasta es el corazón de una tienda e-commerce expresando así un 90% de su éxito. Estas bases muestran los hábitos de compra que tienen los usuarios, los tipos de productos, de colores, de tallas que prefieren mayormente y esto crea un cierto tipo de engagement ya que al ser tomadas en cuenta sus preferencias se sienten más queridos y satisfechos.

Usar las bases de datos ayuda a tener un mejor conocimiento sobre el negocio y lo que se debe hacer para servir al cliente, sobre sugerencias, sobre clasificaciones del cliente, y de igual manera las bases ayudan a saber cuáles han sido las quejas, como se han resuelto, que han dicho los clientes y etc.

### ***Módulo 1.7***

La protección de datos es muy importante y los clientes deben saber para qué están destinados sus datos si se entregarán a otras empresas, si se van a intercambiar y también deben tener conocimiento de que datos se están utilizando de ellos.

En el mercado digital existe el bigdata en el cual están los datos especialmente, que son datos personales como el nombre, domicilio, teléfono, correo, identificación oficial y otras cosas pero estos datos deben ser usados de buena manera y no se puede jugar con ellos porque la línea es fina y si se rompe existirán problemas legales. Algunas empresas usan las cookies, estos son pequeños programas que establecen la huella digital que estudian lo que haces dentro de la web y fuera, lo que buscas en el navegador y tus preferencias de consumo.

### ***Módulo 1.8***

Las técnicas LEAN es una técnica que se enfoca en que las decisiones relacionadas a los nuevos desarrollos tecnológicos no los tomarán los directivos sino que serán los clientes y los usuarios que decidan que sera lo proximo mediante votaciones y lo que voten es lo que se hará, los clientes van a disponer de todo porque al fin de cuentas ellos son los que compran los productos y es importante conocer lo que quieren y no quieren.

En pocas palabras, se puede decir que la técnica LEAN consiste en planificar menos y experimentar más y es que en el mercado digital esta técnica es necesaria ya que se aprende de cómo se adapta el cliente, donde pierde, donde compra y eso provoca ahorros y las mejores decisiones.

### ***Módulo 1.9***

La digitalización de negocios existentes es complicado, si se tiene un negocio tradicional se tiene ciertas ventajas como lo es la confianza de los bancos y de los proveedores, todas esas ventajas se deben traspasar a un nuevo negocio digital es por eso que es complicado el negocio existente a un negocio digital sin contaminar con errores existentes el mercado digital y si esos errores o problemas se dividen y no se relacionan se logrará una gran estructura, un gran equipo y un mejor enfoque es por eso que se debe pensar con una mentalidad diferente para diferenciar el mercado tradicional del mercado digital.

Si se tiene un negocio tradicional se debe aprovechar todo lo que se tenga y cambiar la mentalidad para ejercer todo como si se hubiera hecho desde cero.

### ***Módulo 1.10***

Las webs informativas ayudan a la venta de productos aunque no se permita la compra instantánea en la propia web, se puede decir que estos productos son complicados de vender por la web ya que la transacción de los mismos es complejo como por ejemplo, los autos, las casas y entre otros.

Muchas webs informativas aún no dan el paso de que se pueda poner el número de tarjeta de crédito y un botón de comprar que den la posibilidad de comprar cosas y ser dueños de ellas por medio de la web y eso limita demasiado el mercado, estas webs están cerca del comercio electrónico aunque no den la posibilidad de cerrar el trato, pero en algunos casos existe la posibilidad de reservar productos y eso es un avance.