



**INSTITUTO NACIONAL  
DE ESTUDIOS FISCALES**

**PLANTEL TUXTLA GUTIERREZ CHIAPAS**

---

**COMERCIO ELECTRÓNICO.**

**MATERIA: TECNOLOGIAS DEL LA INFORMACIÓN.**

**TAREA: RESUMEN**

**CATEDRATICO: MARCOS THAN ESPONDA.**

**ALUMNA: ANDREA FERNANDA GÓMEZ MARTÍNEZ.**

**ESCUELA: INEF**

**LICENCIATURA: NEGOCIOS CON ENFOQUE EN EMPRENDIMEINTO.**

**TUXTLA GUTIERREZ CHIAPAS.**

**15 DE OCTUBRE DEL 2022.**

## COMERCIO ELECTRONICO.

El comercio electrónico es la venta y compra de productos o servicios por internet a través de plataformas digitales, tiene como fin reducir costos y obtener más ingresos de manera exponencial. Es importante pensar en los objetivos que la empresa quiere alcanzar a futuro y plantear o replantear las estrategias para tener una buena estructura organizacional, así mismo tener en cuenta los pasos que debe seguir para crear un comercio electrónico efectivo tomando en cuenta el tipo de servidores que se utilizaran para lograr una escalabilidad en el negocio brindando un buen posicionamiento sobre nuestros competidores.

Cabe mencionar que el crecimiento del comercio y posicionamiento de la marca es de manera exponencial pero, en un plazo de tiempo menor al de un comercio offline, aunque es importante mencionar que en un principio es difícil llegar al desarrollo pero una vez hecho es fácil ir escalando cada nivel, también depende del tipo de plataformas con la cual la empresa decida trabajar es importante tener plataformas estables para evitar problemas a largo plazo. El comercio electrónico es mucho más productivo que un negocio tradicional, dentro del comercio electrónico podemos observar a los siguientes: B2B, B2C y C2C; estos son el tipo de comercio electrónico más comunes.

Es muy importante conocer los objetivos que se pretenden alcanzar, y al mismo tiempo definir las rutas y estrategias a seguir para el correcto desempeño, puesto a que no solo se promocionaran nuestros productos, servicios o marketing, sino que también los de la competencia, porque las estrategias juegan un papel fundamental para hacer frente a ellos, y tomar en cuenta las necesidades del cliente para lograr satisfacerlas y obtener su confianza, una correcta atención a ellos nos llevara al éxito, y para lograrlo es necesario indagar acerca de los intereses, necesidades, competencias y debilidades del cliente.

## INVESTIGACIÓN DEL COMERCIO ELECTRÓNICO.

Antes de crear un comercio electrónico es importante investigar acerca de lo que pretendemos hacer, pues es necesario saber si es un negocio nuevo y que tan rentable puede ser. Unas de las herramientas más importantes para crear un comercio electrónico es la investigación, y esta se divide en dos: **investigación pasiva** e **investigación activa**, cada una de ellas se identifica con ciertas características; la primera es la que se hace con fuentes que tengamos a nuestra disposición, es decir utilizando aquello que podemos encontrar al alcance como fuentes gratuitas, y la otra es aquella que se hace identificando las dudas que queremos resolver y trazando los objetivos que se desea lograr para tener una investigación más precisa y obtener los datos deseados.

Para lograr este tipo de investigaciones basta entrar internet (la red de redes), y es ahí donde podemos encontrar diversas páginas web, que nos servirán de ayuda para hallar información que necesitamos, y en la mayoría de las veces gratuita, puesto a que con el paso del tiempo la tecnología ha ido avanzando y no es difícil hallar información acerca de un tema que se desee, ya que hoy por hoy todo está en internet y se puede acceder a distintas fuentes, basta con entrar a una página de nuestra competencia para saber cómo y que están haciendo para lograr sus objetivos, pues no hay secretos, hoy en día es fácil investigar acerca de la información deseada, en diferentes aplicaciones, fuentes y páginas web.

Tenemos la opción de comprar o pedir información acerca de un producto o servicio dentro de la página web de la competencia, y es ahí donde veremos sus procesos, demandas, ofertas y estrategias que ellas implementan, en la comercialización de sus productos o servicios. Algo importante es observar su **newsletter** (su red de contactos) para conocer sus movimientos, así como tener en claro el área que quiero conocer, y tener las herramientas que nos ayudan a obtener una buena investigación de los productos, clientes y las leyes competencia.

Leyes que pueden afectar candidatos (quien contrata la empresa) proveedores, nueva tecnologías de software y hardware. Para conocer más de los clientes hay una herramienta que nos puede ser muy útil el cual es **Monkey survey** donde se puede hacer encuestas para distribuir las a través de correo electrónico a los clientes y conocer cada una de sus necesidades, esta herramienta puede usarse gratuitamente o pagada, según el uso que se le dé, o la finalidad que se busque.

## INTRODUCCIÓN DEL COMERCIO ELECTRÓNICO.

Antes de hacer comercio electrónico debemos fijarnos en los grandes, debido a los problemas que van a surgir, y los ellos ya han pasado por ahí y han superado cada uno de esos obstáculos, tenemos que observar a la empresas e imitar su manera de trabajar, y aprender a ser tolerantes al fracaso, desarrollar la paciencia y ser perseverantes, el estudio y el análisis puede medir lo que es rentable. Es importante saber hacer compras inteligentes y suscribirnos a sus lista de distribución en email para conocer e investigar pasivamente, ahí es donde veremos y conoceremos su demanda y producto que sus clientes necesitan, estudiar lo que hace que sus ventas aumenten, debido a el CRM que es la base de datos que almacena información del cliente, y es ahí donde saben que ofrecer al comprador, y desde ahí se puede estudiar el comportamiento de los clientes, su carácter de compra, analizar, medir y estudiar sus movimientos.

Es necesario saber de comercio electrónico pero no basta eso, sino que una de las claves están en saber cómo interactuar con el cliente para tener un resultado positivo, implica conocerlo bien para satisfacer sus necesidades pero sobre todo generar **engagement**, para lograr convencer y obtener la confianza del comprador, en otras palabras es una estrategia que nos ayudara a salir adelante en el comercio electrónico; hay dos puntos importantes 1) como vas a contar tu oferta: imágenes que generen confianza, procesos de compra distintos, simples y fáciles para evitar la complejidad, y 2) dar una buena experiencia al comprador: hablamos de sencillez, ambas son importantes herramientas para atraer al consumidor y ofrecer una experiencia buena y agradable, la pieza a favor del comercio electrónico es la interacción con el cliente, y el proceso de compra simplificado, aunque puede ser muy complejo para la empresa porque se necesita sintetizar el proceso de compra o pago, es decir hacerlo de una manera simple, no obstante puede llegar a ser muy benéfico para la entidad.

## PENSAMIENTO DISTINTO.

El pensamiento distinto es importante para incrementar el porcentaje de éxito en la empresa, curioso es que la mayoría de la startup fallan a sus pocos meses y no sobreviven en sus primeros años de vida, es necesario sentar bases desde el principio usando técnicas como seguir el trabajo de los diseñadores gráficos puesto a que su tarea es atraer la atención de los clientes y pensar como pensarían para saber lo que les gusta y cada día someterse al proceso de mejora continua, ya que conforme pasa el tiempo los clientes cambian y la tecnología avanza, y se habrá la necesidad de actualizar el pensamiento y las nuevas tecnologías así como formas de interacción y trabajo con el cliente, ello representa oportunidades que en su momento deben de ser aprovechadas.

Es sustancial analizar nuestro negocio a fin de definir el modelo, la estrategia y la organización de la empresa, y primeramente este modelo es una hipótesis, pero después conforme avanza se el tiempo puede comprobar si el modelo es viable o no. Para facilitar ese análisis se utilizan algunas herramientas como "CANVAS" que es un modelo de negocios el cual resulta bastante útil para saber ¿Qué se quiere? ¿Cómo se quiere? Y ¿Qué haremos para lograrlo? el análisis nos permite conocer y especificar nuestro modelo de negocio así como la diferencia o propuesta única de ventas para el consumidor, y tomar en cuenta por qué y para que se hará eso, ventajas, procesos de compra de productos, actividades de innovación, definir al cliente ideal (personal Bayer), y el estudio del cliente ya que esto nos será de mucha ayuda para el modelo de negocio que se desee hacer o implementar.

Hay que recalcar que esta investigación se lleva a cabo con la finalidad de conocer lo que la competencia hace y lo que ofrece, así mismo la necesidad e interés del consumidor para elaborar un ICOMER innovador que sea distinto a la competencia y con ideas únicas de agrado al cliente.

## CREACIÓN DE LA TIENDA.

Poner en marcha al comercio, pareciera ser algo simple y fácil pero resulta ser algo tan complejo en su creación, ya que hay mucha codificación y tecnología interviniendo para ponerla en marcha, pero lo que se busca es que el comercio sea fácil de entender, utilizar, práctico y atractivo para el comprador, pese a ser difícil es necesario desarrollar y simplificar la información para el cliente y que le resulte fácil el uso de nuestra tienda electrónica, para ello podemos apoyarnos en las múltiples herramientas que podemos encontrar en internet, ahí es donde se halla múltiple información y testimonio de empresas que ya pasaron por este proceso, y con base a esa experiencia crear nuestra tienda virtual y utilizarla de manera eficaz, publicar ofertas, manejo de precios, creación de promociones etc.

Y estas herramientas nos permitirán iniciar nuestro negocio, pero nos puede permitir todo lo que necesitamos, y no solo eso sino también obtener prestaciones avanzadas pero en plataformas de paga que nos ayudan a almacenar y recopilar información acerca de lo que sucede en nuestra tienda electrónica y permitiendo observar los movimientos y gustos del cliente, recopilar el historial del cliente y conocer la clase de productos que suele adquirir para mejorar el marketing de la empresa, para su efectivo desarrollo, cabe mencionar que podemos crear tiendas en plataformas gratuitas pero esto representa un riesgo ya que estas redes son en la mayoría de los casos inestables y cambiantes.

Una vez que el auto estudio está hecho debemos llevar a la acción, cada una de las herramientas recopiladas para la creación de **ICOMERS**, tomando en cuenta los pasos estudiados así como estrategias que se elaboraron en el proceso de investigación. Estos negocios tiene una trastienda grande que controla la actividad que ocurre; gestiona a la tienda y utiliza herramientas que nos permiten conseguir y almacenar datos con la ayuda del **CRM**, para posteriormente procesarla y obtener información que nos ayude a la toma de decisiones del para el comercio.

## **BASE DE DATOS (CRM).**

Una de las cosas más importantes en la creación de un comercio electrónico es tener una buena base de datos que nos permita el efectivo almacenamiento y proceso de datos, la base de datos es el corazón de un comercio electrónico, puesto a que es la que almacena toda la información del ICOMER, importante que el CRM cuente con una correcta gestión y manejo de los datos que ahí se almacenan, no solo almacenan datos del cliente, si bien base de datos es un histórico de las compras, hábitos, búsquedas y necesidades que el cliente tiene, es ahí donde se conoce sus gustos, intereses, necesidades, búsquedas, frecuencia de compra, tallas etc. De esa manera podemos satisfacer las necesidades del cliente y saber cómo y de qué manera se puede influir en sus decisiones de compra.

Es una forma de saber y conocer las necesidades del cliente pues la base de datos trabaja en beneficio del cliente para conocerlo y satisfacer sus necesidades a través de productos y servicios con distintas promociones, es un histórico de las compras que se hace, existen muchas formas de comunicarse con los clientes y la base de datos nos ayuda a conocer al cliente por diferentes medios de internet y distintas formas en diferentes aplicaciones, los hábitos de mercado cambian radicalmente y es por ello que se requiere estar preparados, y desarrollar una buena base de datos que nos permita detectar los cambios que ocurren y por ende la información del cliente.

La base de datos sirve para ayudar al cliente a encontrar lo que busca como por ejemplo: ofertas, precio y los productos que desea, con ayuda del gestor de datos o análisis de datos, con ello podemos clasificar a los clientes es decir los clientes potenciales hasta los que no son potenciales, de esta manera se ayudamos a los clientes potenciales y se buscan estrategias para que los clientes irregulares se conviertan en potenciales y compren de manera frecuente, por consecuente aumentar las ventas, y resuelve problemas y quejas que el cliente exponga y proporcionando soluciones para dejar de perder clientes mejorar, corregir la debilidad de la empresa reforzar las fortalezas, estudiar las amenaza y trabajar en las oportunidades.

## PROTECCIÓN DE DATOS.

Hablar de la protección de datos es un tema serio, puesto a que el comerciante debe tomar en cuenta la protección de los datos del cliente y evitar que en algún momento pueda suscitar algún problema en el cuidado de datos del cliente y después resulte afectar a la empresa y traer consigo fuertes sanciones para el comercio, a manera de evitar ciertos problemas que terminen en fuertes cantidades de multas, la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares o ley de protección de datos; que condiciona forzosamente la protección de datos de los clientes y a cuidar con suma atención cada detalle de la información.

En todo caso el cliente debe tener en cuenta el proceso que llevara sus datos para ganar su confianza y de esta manera que estén informados de que manera utilizaran los datos. existen aplicaciones que ayudan a identificar a los clientes como el **BIG DATA**; que es una gran cantidad de datos protegidos y otros que no están tan protegidos, pero los datos de carácter personal son aquellos que están altamente protegidos, como nombre, teléfono domicilio etc. Porque son datos sumamente importantes, necesariamente estos son el tipo de información que la empresa está obligada a proteger, y con los cuales no debe de jugar para evitar problemas legales con el consumidor.

la ley obliga a la entidad a tener suma discreción con los datos, esta misma avala la protección de dicha información, además solo se puede recolectar datos en determinadas sesiones de navegación, y para ellos se utilizan las cookies que son programas que se almacenan en el disco duro del ordenador y que siguen los pasos que el cliente da y sigue en la red, para analizar hábitos de navegación, como ejemplo puede mencionarse el modelo **BBC** televisión británica muestra 3 niveles de privacidad y la persona decide cual aceptar, ella estudia el camino dentro de su red y aun fuera de tu red, a donde vas y que es lo que haces, los niveles se clasifican en ABC y el cliente decide cuál de ellos le gustaría aceptar y que tanto permitirá a la red explorar su privacidad.

## LEAN Y COMERCIO ELECTRÓNICO.

Es dar la confianza al cliente y dejar que el cliente conduzca el negocio y pueda ayudar a tomar ciertas decisiones de la empresa, puede ser con respecto a desarrollos tecnológicos que se llevaran a cabo, y priorizar las necesidades de la empresa ya que su trabajo es satisfacer las necesidades del cliente y escuchar lo que quiere y lo necesita por medio de una votación, debido a que ellos son los consumidores de los productos, servicio o propuestas, y este tipo de actividades es una buena forma de adecuarlas a cada necesidad y opiniones del cliente. Las técnicas lean son maneras de incluir y escuchar la información del cliente para actuar de acuerdo a sus gustos y necesidades, tomando en cuenta el deseo del cliente pues es ahí donde la hipótesis inicial se podrá comprobar, y si no resulta ser lo esperado se pueda corregir la hipótesis.

Esta estrategia es una forma de crear **FITBAC** con el cliente es decir interacción directa con el cliente, para escuchar sus propuestas, necesidades y retroalimentación para lograr efectos distintos en el área requerida y en su caso obtener más ventas, así mismo desarrollar una mejor atención a los clientes, generar más ahorros y así crear **ENGAGEMENT** y tomar mejores decisiones que favorezcan a la entidad, es una manera de conocer el tipo de productos o servicios que se ofrecerá a la consumidor, y afinar detalles de la tienda como el tipo de precios que los clientes estarían dispuesto a pagar, y hacer esto trae como resultado obtener la confianza del cliente y puede ser algo innovador que muy probable que la competencia no haga.

## DIGITALIZACIÓN DE LOS NEGOCIOS EXISTENTES.

Un negocio existente tiene ciertas ventajas, como los bancos que ya los conocen los proveedores clientes etc. Pero realmente al iniciar es difícil, y mucho más establecer líneas entre negocios nuevos y existentes puesto a que, ambos se diferencian de ciertas maneras y el negocio tradicional es muy rutinario a un negocio electrónico y la velocidad suele ser más lenta, como decíamos en un principio el negocio tradicional crece muy lento y un negocio electrónico una vez sentadas sus bases su crecimiento es exponencial. Es más fácil empezar un **ICOMERS** de cero porque un nuevo sitio digital es distinto a un negocio tradicional.

La digitalización de los negocios existentes es muy compleja puesto a que se tiene que tomar en cuenta muchas cosas así como múltiples datos y una serie de detalles para lograr digitalizarlos de la mejor manera, como procesos de organización y administración de la empresa, de esta manera lograra que los clientes interactúen con la tienda digital, esto implica replantear cada proceso pero en una página web que muestre las área de la empresa y lograr una experiencia satisfactoria del cliente y dar la solución a sus necesidades.

## **WEBS INFORMATIVAS.**

Son webs que ayudan a la venta pero no permiten la compra completa, ellas muestran la información completa de productos y muestran una serie de información atractiva de cada una de ellas, para captar el interés de los clientes así como sus características y todo lo referente a ello empapándose para conocer mejor acerca del producto inclusive mostrando testimonios de clientes potenciales, o que hayan adquirido anteriormente un producto. Estas webs ayudan a la venta de los productos y prepara al cliente previamente para que conozca el producto y desee adquirir lo que está viendo, y así ellos puedan interactuar y ponerse en contacto con la empresa para adquirir el producto.

Estas páginas no ejecutan ventas pero son un instrumento que se puede utilizar a favor de la empresa, la función que tiene es informar a los clientes, debido a que este proceso no ejecuta las ventas de manera directa, no se arriesgan debido a que puede suceder algún acto que sea perjudicioso para el ente, así mismo algunos pueden utilizar el sistema de apartado por una cierta cantidad pero no completa el proceso de venta. Y este puede ser una herramienta que el comercio electrónico pueda funcionar pero tiene que ser una página web correctamente elaborada y estable, tomando en cuenta cada uno de los puntos importantes para brindar una buena interacción con el comprador.