



# Comercio electrónico o E-commerce

Cartilla informativa para impulsar tu  
emprendimiento





# COMERCIO ELECTRÓNICO O E-COMMERCE

Cartilla informativa para impulsar tu emprendimiento

## **Equipo Editorial**

ONG Centro de Fomento a Iniciativas Económicas  
FIE

## **Contenido**

ONG FIE

## **Diseño y Diagramación**

Paola Rivero Salas

## **Depósito Legal**

X-X-XXXX-2023

## **Primera edición**

Impreso en

Artes Gráficas Unicornio

## **La Paz, Bolivia**

2023

Esta cartilla ha sido elaborada con el apoyo financiero de la Unión Europea.  
Su contenido es responsabilidad exclusiva de ONG FIE y no necesariamente  
refleja los puntos de vista de la Unión Europea.



# INTRODUCCIÓN

Esta cartilla es parte de la intervención “Mujeres, Jóvenes y Adolescentes acelerando la ruta 20-30 Post Covid -19” para promover la reactivación de emprendimientos mediante el fortalecimiento de conocimientos de emprendedoras y emprendedores.

El comercio electrónico o e-commerce, es una herramienta valiosa para la reactivación de emprendimientos, especialmente en un entorno empresarial en constante cambio y en tiempos de desafíos económicos como los experimentados durante la pandemia de COVID-19 a partir de la cual la demanda de compras en línea ha aumentado significativamente.

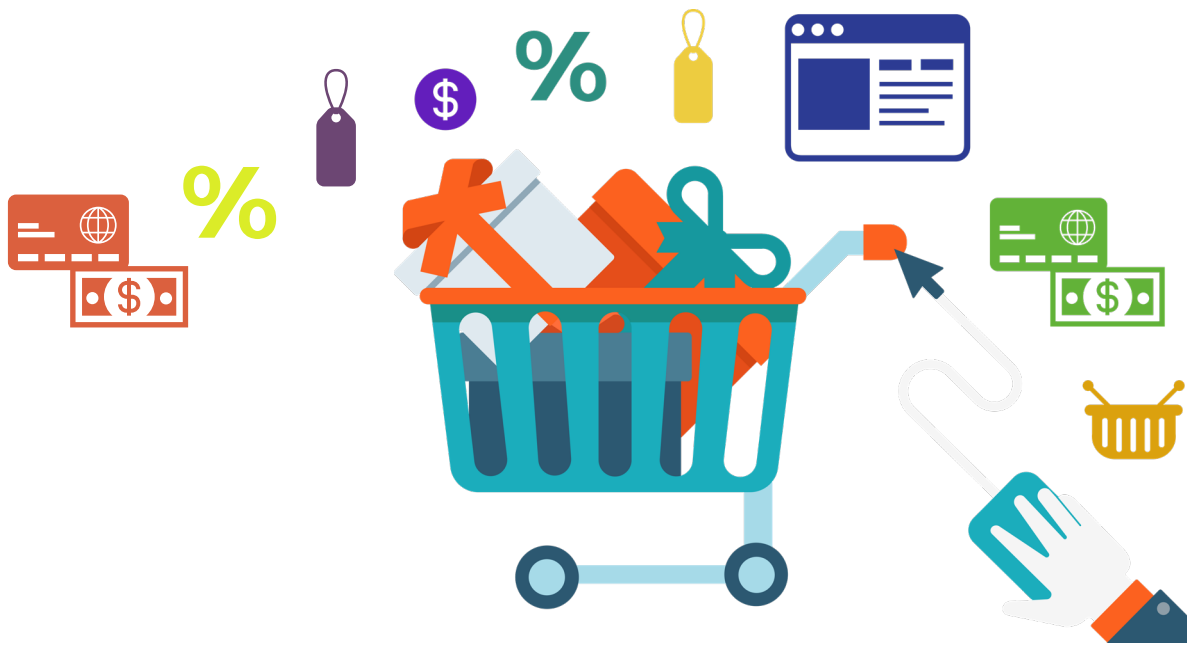
El objetivo es brindar herramientas, habilidades y estrategias específicas para tener éxito en el comercio electrónico, para crecer, reducir costos, recopilar datos importantes y adaptarse a las necesidades cambiantes de la clientela.

# COMERCIO ELECTRÓNICO



Comúnmente conocido como e-commerce, es el modelo de negocios basado en las transacciones de productos y servicios en los medios electrónicos, ya sea en las redes sociales o en los sitios web.

El comercio electrónico es una parte fundamental de la economía actual y sigue evolucionando con avances tecnológicos como la inteligencia artificial. Abarca desde minoristas tradicionales, que operan tiendas en línea, hasta empresas que ofrecen servicios en línea.





## ACCESO EN LINEA

Los/as consumidores/as pueden acceder a una variedad de productos y servicios desde cualquier lugar con conexión a internet.

## MODELOS DE NEGOCIO

El comercio electrónico abarca una variedad de modelos de negocio, como tiendas en línea, marketplaces, subastas en línea, servicios de suscripción y descargas digitales entre otros.

## PAGOS EN LINEA

Se pueden realizar pagos en líneas de diversas maneras, como con tarjeta de crédito, billeteras electrónicas, transferencias bancarias, etc.

## SEGURIDAD

La mayor parte de las plataformas de comercio electrónico implementan medidas de seguridad para proteger la información financiera y personal de los/as consumidores/as.

## COMERCIO INTERNACIONAL

El comercio electrónico permite a las empresas y consumidores/as participar en transacciones a nivel mundial, facilitando la expansión más

# TENDENCIAS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

El comercio electrónico sigue evolucionando para satisfacer las demandas y preferencias de los/las consumidores/as. Es así que los emprendimientos exitosos en este espacio, son aquellos que se adaptan a las tendencias.

Algunas de las tendencias del mundo del comercio electrónico son:

## COMPRAS MÓVILES

Las compras a través de dispositivos móviles continúan en aumento, por lo que las empresas están priorizando la mejora de sus sitios web y apps.

## PERSONALIZACIÓN

Los/as consumidores/as esperan experiencias de compra personalizadas, adaptándose las empresas a las preferencias de la clientela.

## INTELIGENCIA ARTIFICIAL

Puedes mejorar la búsqueda de productos, atención a la clientela (Chatbots), así como la detección de fraudes y gestión de inventarios.

## REALIDAD AUMENTADA Y/O VIRTUAL

Tecnologías que permiten visualizar los productos de manera que se asemeja más a la experiencia de ver o interactuar con ellos en una tienda física.

## **LOGÍSTICA Y ENTREGA**

Se refiere a la rapidez y fiabilidad de la entrega son críticas.

## **SOSTENIBILIDAD**

Los/as consumidores/as son cada vez más conscientes del impacto ambiental de sus compras. Es importante adaptar prácticas más sostenibles en empaques y operaciones logísticas.

## **MARKET PLACE**

Cada vez más empresas pequeñas y medianas se unen a estos sitios par llegar a una audiencia global.

## **VOICE COMMERCE**

Los asistentes de voz como Alexa y Google están cada vez más usados para la compra de productos y servicios.

## **COMERCIO SOCIAL**

Las redes sociales son una puerta para vender productos directamente a través de aplicaciones como Instagram, TikTok o Facebook.

## **VENTA EN STREAMING EN VIVO**

Son transmisiones en vivo para mostrar productos y permitir compras durante la transmisión.

# ESTRATEGIAS DE CONVERSIÓN

Las estrategias de conversión en el comercio electrónico se centra en transformar visitantes en clientela leal. Estas estrategias buscan mejorar la proporción de visitantes que completan una acción deseada, como realizar una compra, suscribirse o registrarse en un sitio web.

## **OPTIMIZAR LA EXPERIENCIA**

Un sitio web o una aplicación atractiva y fácil de usar pueden aumentar la confianza de la clientela y la probabilidad de conversión, por lo que hay que asegurar que la navegación sea intuitiva, las páginas carguen rápidamente y el diseño sea atractivo.

## **DISEÑO RECEPTIVO Y MÓVIL**

Es fundamental que tu plataforma sea compatible con dispositivos móviles y ofrezca una experiencia de compra sin problemas en smartphones y tabletas.

## **CONTENIDO DE ALTA CALIDAD**

Para ayudar a la clientela a tomar decisiones se debe proporcionar descripciones detalladas de los productos con imágenes de alta calidad y contenido relevante.

## **OPINIONES Y TESTIMONIOS**

Las opiniones y testimonios de la clientela generan confianza y respaldan la calidad de los productos o servicios.

## **PROMOCIONES Y DESCUENTOS**

Ofertas especiales, descuentos y promociones temporales pueden incentivar a los/las visitantes a realizar una compra. La venta por tiempo limitado, puede crear un sentido de urgencia.

## **PAGO SENCILLO**

Simplifica el proceso de compra y asegúrate de que la clientela pueda completar fácilmente la transacción. Ofrece varias opciones de pago, incluyendo transferencias, pago por QR, tarjetas de débito entre otros.

## **CHAT EN VIVO Y ATENCIÓN AL CLIENTE**

Proporciona opciones de chat en vivo y un servicio de atención al cliente para ayudar a los/las visitantes a resolver preguntas o problemas en tiempo real.

## **PERSONALIZACIÓN**

Utiliza datos de clientes/as para personalizar la experiencia de compra. Recomienda productos relacionados, basados en el historial de navegación y compra del/de la cliente/a.

## **PROGRAMAS DE FIDELIZACIÓN**

Ofrece programas de lealtad, recompensas y descuentos a clientes/as frecuentes para incentivar compras repetidas.

## **ENVÍO Y DEVOLUCIONES**

Proporciona información clara sobre las políticas de envío y devolución. Los costos de envío inesperados o políticas confusas pueden disuadir a la clientela.

## **PRUEBAS SOCIALES**

Muestra cuántas personas han comprado un producto o se han unido a tu servicio. La prueba social puede influir en la toma de decisiones de los/as visitantes

Es importante recordar que las estrategias de conversión pueden variar según el tipo de negocio y la industria, por lo que es fundamental realizar un seguimiento constante de las métricas de conversión y adaptar tus estrategias en consecuencia para mejorar continuamente la eficacia de tu comercio electrónico.

# OPTIMIZACIÓN DE TIENDAS EN LINEA

Este es un proceso continuo para mejorar la eficiencia y la efectividad del comercio electrónico. Para optimizar tu tienda se debe considerar estrategias y áreas claves. A continuación, describimos algunas:

## 1. Diseño y experiencia de usuario (UX).-

La experiencia de usuario es de muy importante puesto que puede marcar la diferencia entre un/a cliente/a satisfecho/a que regresa y un/a cliente/a que abandona el sitio sin completar una compra.

La experiencia de usuario en el comercio electrónico tiene un impacto directo en la tasa de conversión y la retención de clientes/as. Al proporcionar a los/las usuarios/as una experiencia fluida, segura y satisfactoria, puedes aumentar la probabilidad de que realicen compras y regresen para futuras transacciones.

Aquí hay algunas consideraciones clave para mejorar la UX en el contexto del comercio electrónico:

**Diseño intuitivo y navegación eficiente:** Asegura que la navegación por tu sitio web sea sencilla y que los productos estén organizados de manera lógica en categorías y subcategorías.

**Diseño adaptable:** Asegurarse que el sitio web proporcione una experiencia de compra cómoda para smartphones y tabletas.

**Velocidad de carga:** Optimiza la velocidad de carga del sitio web. Las páginas lentas pueden llevar a pérdida de clientes.

**Descripción detallada de productos:** Incluye especificaciones técnicas, tallas disponibles, colores, materiales y cualquier otra información relevante.

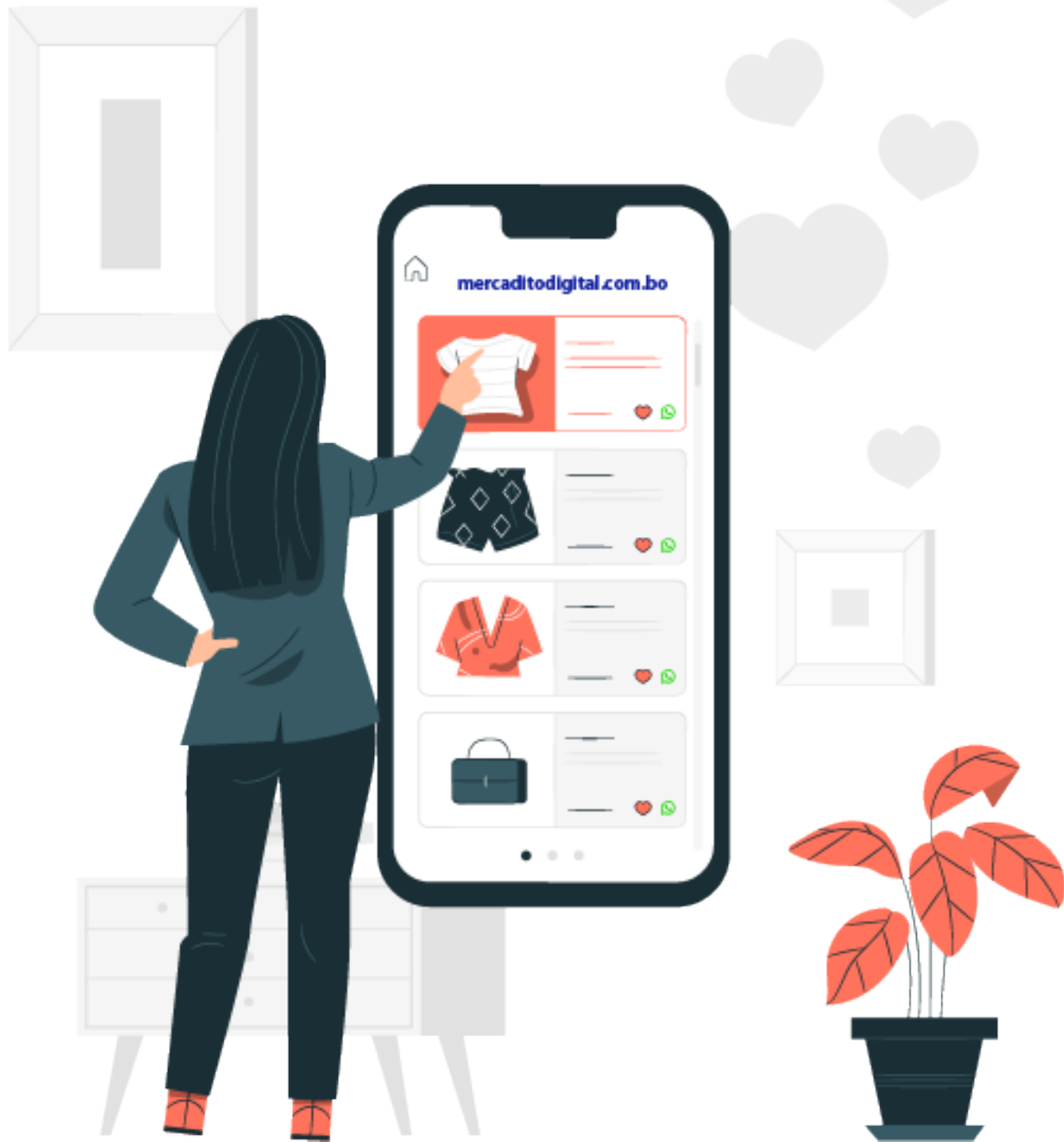
**Carritos de compra visibles y claros:** asegurarse que el carrito de compra sea fácil de encontrar y que muestre con claridad los productos que se han añadido, así como el costo total.

**Pruebas de usuarios:** Realiza pruebas con usuarios/as reales para evaluar la experiencia de compra y obtener retroalimentación directa.

**Opiniones y calificaciones de productos:** Las opiniones de otros clientes/as pueden influir en las decisiones de compra.

**Imágenes de alta calidad:** Productos con alta resolución y que los/as usuarios/as puedan examinar los productos con detalle al hacer zoom.

**Proceso de compra simplificado:** reduce la cantidad de pasos necesarios para completar una compra, los/as usuarios/as deben poder comprar con facilidad, sin tener que proporcionar información redundante.



# CREACIÓN DE CONTENIDO DE CALIDAD

La creación de contenido de calidad en el comercio electrónico no solo se trata de vender productos, sino de proporcionar valor a la clientela y construir relaciones sólidas.

Un enfoque integral en la calidad y la relevancia del contenido puede marcar la diferencia en la satisfacción de la clientela y el éxito de tu tienda en línea.

Como vemos, la creación de contenido de calidad en el comercio electrónico es fundamental para atraer a la clientela, establecer confianza, y persuadir a los/as visitantes a realizar compras.

**Este es un proceso continuo para mejorar la eficiencia y la efectividad del comercio electrónico.**



## UBICUIDAD

Se refiere a aquello que tiene la capacidad de estar presente en todas partes al mismo tiempo.



El comercio electrónico permite que llegues a tus clientes y conozcas su opinión sobre tu producto o servicio al instante. Tener esa cercanía es un hecho que durante años el comercio tradicional ha buscado, invirtiendo mucho dinero en encuestas, evaluaciones y call centers, hoy con el internet tienes acceso a una constante y gratuita retroalimentación.

En cuestión de segundos, los usuarios pueden hacer preguntas, comentarios sobre productos e, incluso, plantear quejas. y tu tienes la oportunidad de responder al instante.

La creación de contenido de calidad en el comercio electrónico no solo se trata de vender productos, sino de proporcionar valor a la clientela y construir relaciones sólidas. Un enfoque integral en la calidad y la relevancia del contenido puede marcar la diferencia en la satisfacción de la clientela y el éxito de tu tienda en línea. Como vemos, la creación de contenido de calidad en el comercio electrónico es fundamental para atraer a la clientela, establecer confianza, y persuadir a los/as visitantes a realizar compras.

Toma en cuenta que en el Comercio Electrónico debes ser muy detallista con la descripción de tus productos o servicios, la clientela no está viendo físicamente lo que vendes, es por eso que puedes “atraparla” o conquistarla con diferentes opciones. En primer lugar, cuida la descripción, que debe ser una de las partes más fuertes para captar la atención.

Proporciona descripciones claras y concisas de tus productos, incluyendo información relevante, como características, especificaciones técnicas, tallas, colores, materiales y beneficios.

Junto a la descripción, cuida mucho la parte visual: fotografías o imágenes que se vean muy bien, en alta calidad y sin otros elementos que generen ruido alrededor del producto. Recuerda mostrar tus productos

desde diferentes ángulos, no te conformes con una sola foto por producto. Otra opción es incluir fotos del uso de tus productos, para mostrar su aplicación. Y si deseas dar un paso más grande puedes hacer videos tutoriales, testimonios de tu clientela, recomendaciones de influencers, entre otros.

Finalmente, recuerda que la opinión de un tercero es más importante que tu propia publicidad. Estrategias como que tus clientes publiquen tu producto o hagan reseñas de lo que tu vendes, etiquetando a tu emprendimiento, tiene un valor inmensurable. Además puedes impulsar las preguntas frecuentes (FAQ), que responde las consultas más comunes de la clientela, y dando la sensación que hay una comunidad pendiente de tus productos.

# Estrategias de **STORYTELLING**

El storytelling es una estrategia efectiva en el comercio electrónico para conectar emocionalmente con tu clientela, humanizar tu marca y emprendimiento y persuadir a los/as visitantes a realizar compras. No solo trata de contar historias, sino crear un relato coherente que refleje los valores y la misión de tu emprendimiento.

## **1.- Cuenta la historia de tu marca o emprendimiento:**

Comparte la historia de cómo nació tu emprendimiento, la motivación detrás de su creación y los valores que guían las operaciones. Esto ayuda a construir una relación con la clientela.

## **2.- Historias de los productos:**

Explica como se desarrollaron los productos, qué los hace únicos y cómo pueden mejorar la vida de la clientela.

Si tus productos o servicios ayudan a las personas a superar desafíos o experimentar una transformación, destaca estas historias.

## **3.- Historias de empleados/as:**

Destaca a tus empleados/as y comparte su historia; esto muestra el lado humano de tu emprendimiento y demuestra que te preocupas por tu equipo.

## **4.- Historias de comunidad:**

Destaca la participación de tu emprendimiento en la comunidad y como ha impactado positivamente en ella (iniciativas ecológicas, donaciones, etc.).

## **5.- Secuencia de correos electrónicos:**

A lo largo del proceso de compra, envía correos electrónicos que cuenten una historia. Comienza con una introducción del emprendimiento, sigue con información detallada de los productos y servicios, y concluye con testimonios y casos de éxito.

## **6.- Eventos en vivo y transmisiones:**

Utiliza transmisiones en vivo en redes sociales o eventos en vivo para contar historias en tiempo real, que pueden incluir lanzamientos de productos, recorridos por las instalaciones, charlas con expertos, etc.

## **7.- Narrativa en redes sociales:**

Utiliza las redes sociales para contar historias en formato corto y atractivo. Publica fotos, videos y publicaciones que cuenten la historia de tu marca de manera regular.

# MÉTODO DE PAGO Y SEGURIDAD

En el comercio electrónico, los métodos de pago y la seguridad son dos aspectos fundamentales para garantizar transacciones seguras y confiables. La combinación es esencial para construir la confianza de la clientela y proteger sus datos en el comercio electrónico. Además, el cumplimiento con las regulaciones de seguridad y privacidad es fundamental para garantizar la integridad y la protección de la información del cliente.



## Métodos de pago en comercio electrónico:

- Las tarjetas de crédito y débito son uno de los métodos de pago más populares para realizar compras en línea.
- Los clientes pueden transferir fondos directamente desde su cuenta bancaria a través de sistemas de banca en línea o servicios de pago en línea.
- En el pago contra entrega, la clientela paga en efectivo al recibir los productos en lugar de hacerlo en línea. Es común en algunos mercados, pero no deja de contemplar ciertos riesgos.

# MEDIDAS DE SEGURIDAD

- El certificado SSL (Secure Sockets Layer) cifra la comunicación entre el navegador del/de la cliente/a y el servidor del/de la comerciante, y mediante este proceso, se convierte la información que se transmite en un formato ilegible y seguro.
- Si almacenas, procesas o transmites datos de tarjetas de pago (débito y crédito), debes cumplir con los estándares de seguridad de datos de la industria de tarjetas de pago (PCI DSS).
- Mantener el software del sitio web y los sistemas de pago actualizados para protegerlos contra vulnerabilidades de seguridad.
- Los datos sensibles deben almacenarse y transmitirse de forma segura mediante el uso de algoritmos de cifrado robustos.
- Monitoriza las transacciones y actividades del sitio web, buscando actividades inusuales o potencialmente maliciosas.



**¡Es seguro, si aplicas medidas de protección!**





Financiado por  
la Unión Europea



# Aprender y fortalecer para **EMPRENDER**

