

módulo 1

**Competencias
digitales básicas
para el empleo por
cuenta propia**



- ▶ Adquisición de bienes, productos y servicios a través de webs y plataformas de comercio electrónico.
- ▶ Comercialización de bienes, productos y servicios en portales y plataformas de venta digitales.
- ▶ Relación con las administraciones públicas por medios electrónicos mediante el certificado digital.

OBJETIVOS:

- Conocer los principales métodos de pago en comercio electrónico.
- Conocer en detalle las diferentes opciones que tiene un emprendedor para comenzar un ecommerce: canales y modelos de negocio existentes.
- Entender que la seguridad y privacidad de la información personal y laboral en Internet es un elemento muy importante para que el comercio electrónico prospere.
- Entender que los emprendedores deben realizar numerosos trámites burocráticos en su actividad, y como estos son ahora mucho más cómodos y rápidos gracias a la administración electrónica.
- Aprender cómo funciona el sistema Cl@ve para identificarse online mediante usuario y contraseña, así como el uso del DNI electrónico.
- Aprender qué es un certificado electrónico y como debemos solicitarlo e instalarlo en un navegador.
- Aprender el concepto de firma electrónica y cómo utilizarla.
- Establecer las pautas de actuación ante los problemas técnicos más frecuentes en el uso de equipos informáticos

1. ADQUISICIÓN DE BIENES, PRODUCTOS Y SERVICIOS A TRAVÉS DE WEBS Y PLATAFORMAS DE COMERCIO ELECTRÓNICO

Para los consumidores, el comercio electrónico es fácil de utilizar, de ahí su éxito. Pero se trata de un complejo sistema formado por diferentes elementos tecnológicos, regulatorios y humanos que trabajan de forma coordinada para hacerlo posible. Comprende numerosos términos y palabras especializadas, como la propia palabra **ecommerce**, sinónimo de comercio electrónico. Otro término que veremos a continuación es el del **marketplace**, los ecommerce más grandes y populares, pero sin olvidar que en Internet también existen miles de tiendas independientes, que comparten entre sí una serie de puntos comunes que les hacen crecer y tener éxito. Una de las características que como compradores utilizamos más a menudo es la búsqueda de productos y artículos en Internet y en las propias webs ecommerce, que aquí veremos con detalle. Aprenderemos los derechos que como consumidores tenemos respecto a nuestra privacidad y tratamiento de datos personales y financieros. Y conoceremos los pormenores prácticos de los diferentes medios de pago que existen para efectuar nuestras compras online.

La adquisición de bienes y servicios en Internet o comercio electrónico es una actividad que para la mayoría de personas sea convertido en habitual, como otras actividades que ha traído consigo Internet. Millones de personas a diario acceden a páginas web de tiendas online y portales comerciales y llevan a cabo todo tipo de operaciones compra y también de venta. Detrás de este proceso sencillo y rápido reside un complejo sistema técnico y humano que lo hace posible, construyendo un sector económico que posibilita intercambios comerciales a nivel nacional e internacional y ayudando a miles de grandes y pequeñas empresas a generar riqueza y empleo en toda la Unión Europea. Gracias al comercio electrónico miles de emprendedores han encontrado una ventana para el autoempleo, creando tiendas online que dan servicio a clientes en cualquier parte de la geografía. Porque nunca antes en la historia de la humanidad ha sido posible comprar y vender de una parte del globo a otra de manera tan rápida, eficaz y sencilla.

Para aquellas personas que desean iniciar una aventura emprendedora en Internet con un comercio electrónico, las oportunidades son más amplias y asequibles que nunca. Un paso fundamental en el camino de un proyecto en Internet es conocer con detalle cómo funciona el sistema del intercambio de bienes y servicios en el ecosistema online. Un conocimiento que ayuda a construir una base sólida, a partir de la cual comenzar a tomar las diferentes decisiones que paso a paso forman parte del recorrido de una aventura personal y profesional como es el emprendimiento digital. A continuación, vamos a conocer en detalle en qué consiste el comercio electrónico y su principal terminología.

1.1 Manejo de la terminología utilizada en el ámbito digital del comercio electrónico (plataforma de comercio electrónico, portal, Marketplace, certificado electrónico, entre otros).

El comercio electrónico es una de las actividades económicas más importantes en sociedad actual, tal como reflejan las estadísticas de su volumen de ventas de productos y servicios. Un sector industrial y económico que no deja de crecer año tras año, generando riqueza para miles de empresas, emprendedores autónomos y pequeños negocios. Y facilitando la creación de empleo y oportunidades de emprendimiento en todos los sectores productivos y en todos los lugares del estado.

Entendemos y definimos el comercio electrónico como el intercambio de bienes, productos y servicios entre usuarios y empresas, utilizando las nuevas tecnologías de comunicación como Internet como medio principal. Una nueva manera de establecer relaciones comerciales entre las personas, que, sin abandonar el tradicional contacto social, utiliza el medio online como principal manera de comunicación y relación económica y comercial. El comercio electrónico funciona de acuerdo a los usos y costumbres del comercio tradicional, pero con características y funcionalidades propias, que evolucionan, cambian y se adaptan a los propios cambios de las

tecnologías sobre las que está construido. Puede llevarse a cabo de manera informal o de manera formal, dentro de un marco legal y normativo que busca proteger tanto a consumidores como a proveedores y emprendedores.

El comercio electrónico comprende actividades muy diversas, entre otras:

- Compra y venta de todo tipo de productos, bienes y artículos entre consumidores, empresas y autónomos en un sistema circular.
- Comercio de servicios y actividades, y prestación de servicios online.
- Contratación de profesionales y búsqueda de empleo.
- Comercio online de contenidos digitales: libros electrónicos, videojuegos, música, educación formación formal y no formal, etc.
- Comercio electrónico de productos financieros y bancarios.
- Subastas online, compraventa de artículos de ocasión y coleccionismo.
- Comercialización mediante publicidad de bienes físicos: inmuebles, vehículos
- Servicios de atención al cliente.

El comercio electrónico se constituye así en un nuevo ecosistema económico y comercial, que engloba una gran cantidad de nuevas actividades y tareas diferentes, y que por tanto cuenta con una terminología propia que es preciso conocer para entenderlo adecuadamente.

- **Afiliación.** Sistema para generar ingresos en Internet para particulares y empresas, que consiste en recomendar productos a la venta en tiendas online y recibir una comisión por ello. El afiliado realiza una labor de publicidad en una página web propia o en redes sociales, llevando visitas de clientes potenciales a las tiendas afiliadas. Los programas de afiliación los ponen en marcha todo tipo de ecommerce, desde pequeñas tiendas independientes hasta grandes marketplaces como Amazon. el Corte Inglés o Leroy Merlin, entre otros ejemplos.

- **B2C.** Acrónimo que en inglés se refiere a Business to Client, y que representa el modelo de negocios minoristas, los que se dirigen desde la empresa hasta el cliente final. Complementa al modelo B2B, el que define a empresas que venden bienes y servicios a otras empresas.
- **Bizum.** Sistema de transferencias bancarias entre usuarios por medio del número del teléfono móvil, que ofrece comodidad y rapidez. Para poder utilizarlo los usuarios deben utilizar bancos asociados al sistema, y darse de alta en el mismo.
- **Buyer Persona.** Todos los comercios electrónicos pueden elaborar perfiles de sus clientes más habituales en función de aspectos como edad, hábitos de compra, aficiones, nivel económico, etc. El buyer persona es una representación de los clientes ideales de una tienda online, el público objetivo al que se dirige ese e-commerce. Por ejemplo: una tienda de ropa joven elabora en función de los datos recopilados, un perfil de buyer persona: clientes de 16-24 años, nivel económico medio, aficionados a la música urbana, y que utilizan el móvil para navegar y comprar. Las tiendas y empresas utilizan esta técnica de marketing digital para orientar sus campañas e inversiones en publicidad online.



- **Chatbot.** Un Chatbot es un programa de software que se utiliza para conversar con personas por texto, dentro de páginas web o aplicaciones de mensajería como WhatsApp o Telegram, como medio de atención al cliente. Se diseñan para cada empresa en particular, mediante profesionales o programas especializados. Permite a las empresas responder a las preguntas más frecuentes como si lo hiciese un empleado, 24 horas al día. Muchas grandes

empresas los emplean, pero también están disponibles para pequeñas tiendas online.

- **Ciberseguridad.** Concepto que hace referencia a las técnicas, protocolos y procedimientos que tratan de proteger las comunicaciones y los sistemas informáticos frente a los accesos no autorizados y los ataques delictivos. La ciberseguridad es un concepto que aplica tanto a los grandes sistemas de empresas y organizaciones como al uso que las personas particulares hacemos de la informática e Internet, o la protección del comercio electrónico.
- **Comercio Electrónico.** Hace referencia a la compraventa e intercambio comercial a través de Internet de bienes, productos y servicios. Es una actividad propia de la economía digital que crece cada año en todo el mundo y se constituye en uno de los sectores más importantes de las economías modernas.
- **Community Manager.** Profesional de la comunicación que trabaja en la construcción, atención y gestión de la comunidad online de marcas, tiendas online y organizaciones. Comunidad online son todas las personas que se interesan o realizan compras en esas páginas web, y son usuarios, fans o clientes. Estos profesionales trabajan sobre todo en las redes sociales, responsabilizándose de las publicaciones y contenido que dichas marcas publican, y de la interacción y comunicación cercana con la comunidad, una labor muy importante para todas las tiendas online dentro de su estrategia de marketing.
- **Ecommerce.** Sinónimo de comercio electrónico o tienda online. Proviene del inglés *Electronic Commerce*.
- **Email Marketing.** El marketing online engloba todo tipo de técnicas de publicidad en internet para atraer clientes a los ecommerce y convertirlos en clientes. Una de las técnicas es la publicidad por correo electrónico o email marketing, que consiste en el envío programado de mensajes publicitarios a clientes que han comprado o se han interesado por un producto en una tienda online, y han dejado al ecommerce su dirección de email para el envío de dicha publicidad.
- **FAQS.** Siglas en inglés de (Preguntas Frecuentes), *Frequently Asked Questions*, secciones o páginas dentro de un sitio web de comercio electrónico que reúnen las preguntas más

habituales realizadas por los visitantes o clientes de esa web. Estas preguntas abarcan desde cuestiones sobre productos o servicios, o métodos de pago, envíos, devoluciones, etc. Tiene mucha utilidad para los usuarios y también para los ecommerce ya que de esta manera se evitan contestar por email o teléfono siempre a las mismas preguntas. Es una herramienta gratuita para aumentar la satisfacción de usuarios y clientes.

- **Logística.** Rama de la gestión de una tienda online que se ocupa de todo lo relacionado con el transporte de mercancía, su almacenamiento, y el reparto y entrega de los productos que se venden desde ese comercio electrónico. La logística es un proceso muy importante para el comercio electrónico ya que de una entrega eficaz y rápida depende una buena valoración de los clientes.
- **Marketing digital.** Rama de la publicidad cuyo objetivo es mejorar la publicidad de marcas, empresas y tiendas online en Internet. El marketing digital engloba numerosas técnicas, estrategias y métodos diferentes, y en la actualidad mueve millones de euros al año en todo el mundo. Todo comercio electrónico debe utilizar el marketing digital para conseguir nuevos clientes y ventas. Sinónimo de marketing online.
- **Marketplace.** Portal o plataforma de venta online que al igual que un gran centro comercial o tienda de marca, puede vender multitud productos o vender de manera especializada (ropa, deportes, bricolaje, alimentación, etc.). Los marketplaces venden productos propios y algunos de ellos admiten que vendedores independientes vendan también en sus páginas web, a cambio de tarifas y comisiones.
- **Multicanal.** Se dice de una empresa multicanal cuando vende a través de varios canales diferentes: tienda propia, marketplace, redes sociales, aprovechando así las ventajas de todos ellos.
- **Online.** Hace referencia a todo lo que está conectado a Internet o funciona en Internet, se traduce como “en línea, conectado”.
- **PayPal.** Empresa de pagos electrónicos online. Fue la primera en ofrecer este tipo de servicio en 1995, para facilitar el pago de productos entre particulares sin el uso de cuenta bancaria o tarjeta. Permite más seguridad y privacidad que las transferencias. Otros servicios similares son Skrill o Payoneer.

- **TPV Virtual.** Similar a los TPVs de las tiendas físicas, los Terminales de Punto de Venta virtuales son un servicio que bancos y otras entidades financieras ofrecen a las tiendas y comercios online para poder recibir pagos por Internet. Su funcionamiento es similar, pero funcionan de manera digital. Cuando un cliente compra un producto en una tienda y paga con tarjeta, el TPV se conecta con el banco para verificar o no la compra.
- **Usabilidad web.** Concepto que hace referencia al conjunto de técnicas que tienen como objetivo que los sitios y páginas web sean fáciles de usar y entender por todos los usuarios. Engloba el tipo de diseño, la navegación, el fácil y cómodo acceso a la información que contiene, sin trabas. En las tiendas online una buena usabilidad ayuda a convertir visitantes en clientes, y aumentar la satisfacción y compras.
- **Webmaster.** Profesional que se encarga del diseño y construcción y mantenimiento de sitios webs, de cualquier tipo.

1.2 Tiendas y marketplaces online

El comercio electrónico abarca un enorme conjunto de tiendas y sitios web que en Internet ofrecen todo tipo de productos, bienes y servicios. Las pequeñas tiendas independientes y especializadas conviven con las grandes plataformas como Amazon, Ebay, El Corte Inglés, webs de centros comerciales, etc. Existen comercios electrónicos que venden productos físicos, y otros que ofrecen artículos digitales, formación o consultoría. Algunas tiendas online son la versión en Internet de una tienda física tradicional en funcionamiento, pero otros comercios electrónicos solo tienen presencia online, tanto tiendas autónomas como los grandes portales antes mencionados. Existen comercios especializados en un solo producto o conjunto de productos, mientras que otros comercios venden de todo, como un gran mercado. Muchos negocios que requieren de la presencia física para realizar una venta también utilizan el escaparate de una tienda online para publicitar y comercializar su oferta: pisos, inmuebles, vehículos, maquinaria, negocios.

Es decir, un ecosistema comercial muy amplio y muy variado, que replica de alguna manera la diversidad del comercio tradicional, donde también conviven modelos de negocios y empresas muy

diferentes entre sí en cuanto a tamaño y tipología. Pero el comercio electrónico tiene una característica esencial que no tiene el comercio tradicional de la tienda física: en Internet se accede de la misma manera a las páginas web de todas las tiendas. No importa si es una pequeña tienda especializada familiar en quesos o un gran portal o *marketplace* de la alimentación mundial: **los usuarios accedemos a todas esas tiendas online mediante un navegador web o app, y todas ocupan el mismo espacio en nuestra pantalla del ordenador o móvil.** Este aspecto no se da en el comercio físico, donde los pocos metros cuadrados de esa tienda familiar en un pequeño pueblo compiten con los enormes edificios de los grandes centros comerciales en las mejores zonas de las ciudades.

Internet democratiza e iguala el acceso a los clientes para los pequeños comercios y tiendas online, porque no importa su lugar de origen o ubicación, o su tamaño físico. En el mundo del comercio electrónico online, todas las tiendas tienen un mismo escaparate: la pantalla del dispositivo en donde las estamos viendo. Un usuario puede visitar un gran *marketplace* como Amazon con millones de productos y luego acceder a una pequeña tienda online con unos pocos artículos; y lo hace de la misma manera, y se encuentra con una pantalla inicial o página de inicio muy similar entre ambas. El mundo online ayuda a los pequeños comercios a competir con los grandes, y a los especialistas con los genéricos.

Lógicamente, y al igual que en el comercio físico, en el comercio electrónico intervienen otros factores que favorecen a aquellos negocios que más presupuesto tienen y más grandes son, entre otros:

- La oferta y calidad de productos que puede ofrecer un gran centro comercial no está al alcance de un pequeño negocio online. Sus sistemas logísticos de almacenaje y distribución superan las posibilidades de un *ecommerce*.
- El número de proveedores, los precios por grandes cantidades, los artículos y productos especialmente diseñados para estas plataformas no son disponibles para los pequeños comerciantes.
- Los enormes presupuestos de publicidad y marketing online que las grandes marcas y las multinacionales manejan para darse a conocer en Internet y atraer nuevos clientes superan ampliamente las posibilidades de los comercios y tiendas independientes.

- El número de visitantes y clientes que las grandes tiendas online reciben.

A pesar de todas estas evidentes ventajas, los pequeños proyectos de comercio electrónico por parte de emprendedores independientes siguen naciendo y creciendo en Internet, como muestra la gran cantidad de nuevas tiendas de ecommerce independientes que nacen cada día. El ecosistema online ofrece oportunidades y facilidades al emprendimiento autónomo de vendedores y negocios que en el sistema tradicional son mucho más costosas económicamente, y no ofrecen las mismas oportunidades de competencia con las grandes superficies y plataformas comerciales. Estos grandes portales concentran gran parte del volumen de visitas de usuarios y cifras de venta en España, y se constituyen en uno de los modelos de negocio más populares en Internet. Y junto a crear una tienda online independiente son una de las opciones de venta que los emprendedores tienen para comenzar su aventura en ecommerce, por lo que conviene conocerlos con detalle.

A. Marketplaces

Un *marketplace* - de *market* (mercado) y *place* (sitio) - es un gran centro comercial online, donde se ofrecen multitud de productos de muchas marcas y vendedores diferentes. Un enorme centro comercial donde se agrupan diferentes tiendas online, en los que encontrar una gran oferta en artículos y bienes, abierto 24

horas al día todos los días del año, desde la comodidad de un ordenador, tablet o teléfono móvil. En estos centros comerciales online los usuarios pueden encontrar productos propios de la marca dueña del marketplace, o productos de diferentes proveedores que aprovechan las ventajas que les ofrece el vender en este tipo de sitios web, a cambio de una comisión de venta. En este último caso el marketplace actúa como un intermediario, ofreciendo a los compradores

Toma nota

Algunos marketplaces son exclusivamente online, como Amazon, Ebay, Zalando, mientras que otros son la réplica digital de marcas comerciales con locales comerciales que también venden físicamente: El Corte Inglés, Fnac, Worten, etc.