

INFORME DIPLOMADO E-COMMERCE

KAREN DANIELA MUÑOZ CASTRO

TUTOR

MGTR. FREDY ALFONSO TORO CABRERA

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA COMFACAUCA – UNICOMFACAUCA

FACULTAD DE HUMANIDADES, ARTES, CIENCIAS SOCIALES Y DE LA

EDUCACIÓN

POPAYÁN

2023

Índice

Introducción

Desarrollo

Importancia del diplomado

Conclusiones

Referencias

Evidencias fotográficas

Introducción

El comercio electrónico, también conocido como e-commerce, ha surgido como una fuerza de gran relevancia en el ámbito empresarial y comercial en los últimos tiempos. Con el rápido avance de la tecnología y la creciente presencia de Internet en nuestras vidas, el comercio electrónico ha transformado por completo la manera en que compramos y vendemos bienes y servicios.

Un ejemplo de esto son las plataformas virtuales como NEQUI, DALE y otras, que facilitan y agilizan los procesos de compra sin la necesidad de contar con dinero en efectivo, así como realizar pagos de transporte o enviar dinero a otras personas. Ahora podemos controlar todo desde nuestros dispositivos móviles, sin salir de casa, una ventaja que se ha potenciado aún más con la llegada de la pandemia del COVID-19 en el año 2020.

La Corporación Universitaria de ComfacaUCA-UnicomfacaUCA, consciente de las necesidades del nuevo comercio, ha implementado el Diplomado de e-commerce en colaboración con la European Business School. En este programa donde exploramos en detalle los diversos aspectos del comercio electrónico y su impacto tanto en el comercio tradicional como en la sociedad en general. Analizamos las ventajas y desafíos que implica este tipo de comercio, así como las tendencias y perspectivas futuras.

Desde sus inicios en la década de 1990, el comercio electrónico ha demostrado ser una fuerza disruptiva que ha revolucionado la forma en que llevamos a cabo transacciones comerciales, abriendo un mundo de posibilidades ilimitadas en el ámbito empresarial.

Desarrollo

El comercio electrónico, también conocido como e-commerce, se refiere a la compra y venta de bienes y servicios a través de Internet (Pingüino Digital, 2023). A diferencia del comercio tradicional, en el que las transacciones se realizan físicamente en tiendas o establecimientos, el e-commerce permite que las transacciones se realicen de manera virtual, utilizando plataformas en línea, sitios web y aplicaciones móviles.

El e-commerce engloba una amplia gama de actividades que evidenciamos hoy en día, desde la venta minorista de productos físicos hasta la prestación de servicios digitales, como la descarga de música y películas, la reserva de boletos de avión o la contratación de servicios profesionales. Además, según Vasconcelos (2013) existen diferentes modelos de comercio que incluyen el business-to-consumer (B2C), el business-to-business (B2B), el consumer-to-consumer (C2C) y el business-to-employee (B2E).

El comercio electrónico ha transformado radicalmente la forma en que las empresas interactúan con los consumidores y cómo estos realizan sus compras. Entre las características principales se encuentran:

1. **Accesibilidad y conveniencia:** El comercio electrónico brinda a los consumidores la posibilidad de realizar compras las 24 horas del día, los 7 días de la semana, desde cualquier ubicación con acceso a Internet. Esta característica proporciona una comodidad y flexibilidad superiores en comparación con el comercio tradicional, ya que elimina las restricciones de tiempo y espacio.
2. **Variedad y elección:** Los consumidores tienen acceso a una amplia gama de productos y servicios provenientes de diversos proveedores, tanto a nivel local como internacional.

Esto les ofrece una mayor variedad y opciones de compra, lo que les permite comparar precios, características y opiniones antes de tomar una decisión de compra.

3. **Personalización y recomendaciones:** Las plataformas de comercio electrónico utilizan algoritmos y tecnologías de análisis de datos para personalizar la experiencia de compra de cada usuario. A través de recomendaciones basadas en el historial de compras y preferencias, se pueden ofrecer productos y servicios relevantes, mejorando así la satisfacción del cliente y fomentando la fidelidad hacia la marca.
4. **Internacionalización de los negocios:** El comercio electrónico ha permitido a las empresas expandir su alcance más allá de las fronteras físicas. Ahora es posible llegar a clientes en todo el mundo sin la necesidad de establecer presencia física en cada mercado objetivo. Esto brinda a las empresas la oportunidad de internacionalizar sus negocios de manera más accesible y rentable.

Entrando en el mundo de la inmediatez, aparece el Mobile Marketing, el cual se refiere a la práctica de promocionar productos, servicios o marcas a través de dispositivos móviles, como teléfonos inteligentes y tabletas. Con la creciente penetración de los smartphones en la sociedad, este estilo se ha convertido en una herramienta indispensable para las empresas y los profesionales del marketing.

La omnipresencia de dispositivos móviles permite a las marcas conectarse con los usuarios en cualquier momento y lugar, gracias a técnicas como la segmentación de audiencia y el análisis de datos. Las empresas pueden enviar mensajes y ofertas personalizadas que se ajusten a los intereses y necesidades individuales de cada usuario. Esto no solo aumenta las posibilidades de captar su atención, sino que también mejora la experiencia del cliente al recibir contenido relevante.

Además, los dispositivos móviles permiten una interacción y participación más activa por parte de los usuarios. A través de una variedad de formatos y canales de comunicación, como aplicaciones, juegos, notificaciones y mensajes de texto, las marcas pueden involucrar a los usuarios de manera más profunda, fomentar la interacción y promover la participación en campañas o promociones. Esta interacción activa crea una relación más estrecha y significativa entre la marca y el consumidor, lo que puede generar lealtad y fidelidad a largo plazo.

Otro aspecto clave es la formulación de planes estratégicos en el ámbito del e-commerce. Esto implica un estudio exhaustivo de los competidores, la identificación de las tendencias y preferencias del consumidor, y el análisis de oportunidades de crecimiento. Mediante una investigación detallada en el que las empresas puedan obtener una visión clara de su posición en el mercado y desarrollar estrategias efectivas para destacar entre la competencia.

El e-commerce ofrece una ventaja única: la capacidad de recopilar y analizar datos en tiempo real. Un plan estratégico efectivo debe incluir un enfoque en el análisis de datos para comprender mejor el comportamiento del consumidor, evaluar el rendimiento del sitio web y medir el impacto de las estrategias implementadas. A través de este análisis, las empresas pueden identificar áreas de mejora, ajustar su enfoque y optimizar continuamente sus operaciones para lograr un crecimiento sostenible.

El plan debe establecer objetivos claros y alcanzables, pueden variar desde aumentar las ventas y mejorar la experiencia del cliente hasta expandirse a nuevos mercados o lanzar nuevos productos. Al establecer metas específicas, medibles, alcanzables, relevantes y con límites de tiempo (SMART), las empresas pueden trazar una ruta clara hacia el éxito y medir su progreso a lo largo del tiempo.

El e-commerce se basa en gran medida en la experiencia del usuario. Los consumidores buscan comodidad, facilidad de uso y seguridad al realizar compras en línea. Un plan estratégico exitoso debe enfocarse en mejorar la navegación del sitio web, optimizar la velocidad de carga, implementar opciones de pago seguras y ofrecer un servicio de atención al cliente eficiente. Al proporcionar una experiencia de usuario excepcional, las empresas pueden fomentar la confianza del cliente y promover la fidelidad a la marca.

Importancia del diplomado

El diplomado en e-commerce brindado por la European Business School es de vital importancia en la actualidad, ya que el comercio electrónico se ha convertido en una parte fundamental de la economía global. Este programa de estudios nos proporciona las habilidades y conocimientos necesarios para entender y aprovechar al máximo las oportunidades que ofrece el mundo digital en el ámbito empresarial.

En primer lugar, el diplomado en e-commerce nos permite comprender los fundamentos del comercio electrónico, incluyendo los modelos de negocio, las estrategias de marketing digital y las plataformas tecnológicas utilizadas. Esto nos proporciona una base sólida para desarrollar estrategias eficaces y tomar decisiones informadas en el entorno digital.

Otra razón por la cual es importante, radica en el crecimiento constante de las compras en línea. Cada vez más personas prefieren realizar sus compras a través de internet, lo que ha llevado a un aumento significativo en la demanda de profesionales capacitados en comercio electrónico. Obtener una formación especializada en este campo brinda a los estudiantes una ventaja competitiva en el mercado laboral y nos abre las puertas a diversas oportunidades profesionales en empresas, emprendimientos propios o como consultores independientes.

El diplomado nos proporciona una comprensión profunda de los aspectos fundamentales, legales y éticos del comercio electrónico, y nos prepara para aprovechar las oportunidades que ofrece este ámbito en constante crecimiento. Al invertir en su educación en e-commerce, podemos adquirir las habilidades necesarias para triunfar en la economía digital y así convertirnos en profesionales altamente solicitados en el mercado laboral actual.

Hablando de la importancia de este tema a nuestra carrera, una de las principales razones por las que el e-commerce es importante en esta profesión, es la forma en que ha revolucionado la distribución de contenido. En el pasado, los periodistas y comunicadores dependían en gran medida de los medios de comunicación tradicionales, como periódicos, revistas y estaciones de televisión o radio, para difundir su trabajo. Sin embargo, con la llegada del comercio electrónico, se ha producido un cambio radical hacia la distribución digital de contenido.

Hoy en día, los medios de comunicación online y las plataformas de redes sociales juegan un papel fundamental en la distribución de noticias y contenido periodístico. Los comunicadores tienen la oportunidad de llegar a audiencias globales y segmentadas a través de sitios web, blogs, redes sociales y otras plataformas digitales. Esto ha ampliado enormemente el alcance de su trabajo y les ha brindado la posibilidad de llegar a un público más diverso y multicultural.

Además, el e-commerce ha abierto nuevas vías de monetización para los comunicadores y periodistas. Anteriormente, el modelo de negocio de los medios de comunicación se basaba principalmente en la publicidad impresa o en la venta de espacios publicitarios en los medios tradicionales. Sin embargo, con el auge del comercio electrónico, han surgido oportunidades de generar ingresos a través de la venta de productos y servicios relacionados con la industria de la comunicación.

Por ejemplo, los comunicadores pueden crear y vender cursos en línea, ebooks, suscripciones a contenido exclusivo o incluso productos físicos relacionados con su marca personal. Esto no solo les permite diversificar sus fuentes de ingresos, sino que también fortalece su relación con la audiencia, al ofrecerles contenido de valor y productos que satisfacen sus necesidades.

Además, el e-commerce ha facilitado la creación de emprendimientos periodísticos y comunicativos independientes. Antes, el acceso a los recursos necesarios para establecer un medio de comunicación era limitado y costoso. Sin embargo, con las herramientas digitales disponibles en la actualidad, cualquier comunicador puede lanzar su propio sitio web, blog o canal de YouTube, y utilizar el comercio electrónico como una forma de financiar su proyecto y alcanzar la sostenibilidad económica.

Conclusiones

En resumen, el e-commerce ha transformado la forma en que las empresas operan y los consumidores realizan sus compras. Los planes estratégicos en el ámbito del e-commerce son fundamentales para aprovechar al máximo las oportunidades que esta modalidad de negocio ofrece. Mediante un análisis exhaustivo del mercado, la definición de objetivos claros, el diseño de una experiencia de usuario excepcional, la implementación de estrategias de marketing digital y el análisis continuo de datos, las empresas pueden posicionarse de manera competitiva y alcanzar el éxito en el entorno digital.

En un mundo cada vez más digitalizado, las empresas deben reconocer la importancia de aprovechar el potencial del e-commerce para mantenerse relevantes y competitivas. Aquellas que implementan planes estratégicos efectivos tienen la oportunidad de establecer relaciones sólidas

con los clientes, aumentar las ventas, expandirse a nuevos mercados y asegurar un crecimiento sostenible a largo plazo.

El e-commerce ha tenido un impacto significativo en la profesión de la comunicación social y el periodismo en varios aspectos clave. Ha revolucionado la distribución del contenido, ampliando su alcance y permitiendo llegar a audiencias más diversas. Además, ha brindado nuevas oportunidades de monetización y ha fomentado la creación de proyectos independientes. En un mundo cada vez más digital y conectado, el e-commerce se ha convertido en una herramienta esencial para los comunicadores, permitiéndoles adaptarse y prosperar en el entorno digital en constante evolución.

En última instancia, el comercio digital sigue evolucionando, presentando desafíos y oportunidades. Las empresas que estén dispuestas a adaptarse, innovar y poner en práctica planes estratégicos sólidos estarán mejor posicionadas para aprovechar los beneficios y triunfar en el cambiante mundo del e-commerce.

Referencias

Braimís, D. (2020). Plan estratégico para e-commerce: la guía completa. E-goi. https://blog.e-goi.com/es/plan-estrategico-e-commerce/?aff=2fa4d4c27e&aff_extra=adsDynamic_es&campaignid=14412347172&adgroupid=126490324277&keyword=&device=c&gad=1&gclid=CjwKCAjwscGjBhAXEiwAswQqNG0eMuaV8BjjNVbJa4e2rnFZnEzNgylG_YHBc9Z3BpLHFE1If-4GyBoC3SgQAvD_BwE

DITRENDIA. (2015). Informe mobile en España y el mundo 2017. https://www.amic.media/media/files/file_352_1289.pdf

iProUP. (s. f.). Cuántos tipos de e-commerce hay y cuál te conviene más. Recuperado 26 de mayo de 2023, de <https://www.iproup.com/economia-digital/18466-cuantos-tipos-deecommerce-hay-y-cual-te-conviene-mas>

Marketing Directo. (2018). La inversión en publicidad móvil en España alcanzará los 781 millones de euros en 2018. Marketing Directo.

<https://www.marketingdirecto.com/digital-general/mobile-marketing/lainversion-publicidad-m%C3%B3vil-espana-alcanzara-781-millones-euros-2018>

Netizen. (s. f.). La guía definitiva del mobile marketing. Recuperado 26 de mayo de 2023, de <https://app.box.com/s/8evj12cgl5eczfqqyu5>

Palencia, R. (2017). El gran libro del comercio electrónico. Publixed Media.

Pingüino Digital. (2023, 7 febrero). ¿Cómo Se Puede Aplicar El Comercio Electrónico A Mi Negocio? Pingüino Digital. <https://pinguinodigital.com/c-preguntas/como-se-puede-aplicar-el-comercio-electronico-a-mi-negocio/>

Rentero, A. (2023, 6 marzo). Beneficios de la digitalización para la reducción de costes. Silicon. <https://www.silicon.es/beneficios-de-la-digitalizacion-para-la-reduccion-de-costes-2474244/amp>

Evidencias fotográficas

A continuación, se observa la calificación obtenida en los 4 módulos evaluativos del diplomado con especialidad en E-commerce dictado por la EUDE que indica la aprobación de cada sesión.

0 MÓDULOS SUSPENSOS ↓

4 MÓDULOS APROBADOS ✓

0 MÓDULOS CONVALIDADOS ⇌

0 MÓDULOS PENDIENTE!



ECOMMERCE.- PLAN ESTRATÉGICO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

ESPECIALIDAD EN ECOMMERCE.- UNICOMF...

100% del módulo completado



A (9,00)



ECOMMERCE.- SOLUCIONES TECNOLÓGICAS Y MEDIOS DE PAGO

ESPECIALIDAD EN ECOMMERCE.- UNICOMF...

100% del módulo completado



A+ (10,00)



ECOMMERCE.- DESARROLLO DE TIENDAS VIRTUALES

ESPECIALIDAD EN ECOMMERCE.- UNICOMF...

100% del módulo completado



A (9,00)



ECOMMERCE.- MOBILE MARKETING

ESPECIALIDAD EN ECOMMERCE.- UNICOMF...

100% del módulo completado



B+ (8,00)

