



GUÍA DE NEGOCIO PARA DESARROLLAR ESTRATEGIAS DE COMERCIO ELECTRÓNICO EN MÉXICO 2012

Consejos prácticos para implantar la
venta de productos y servicios por
Internet.





ESTE DOCUMENTO SE DESARROLLÓ EN COLABORACIÓN CON LA INICIATIVA EL BUEN FIN.

Con la meta de fomentar la adopción del comercio en línea como fuente de crecimiento económico de México, del 16 al 19 de noviembre de 2012 los socios de AMIPCI, la ANTAD, con apoyo de la CONCANACO y la Secretaría de Economía se unen a la iniciativa del Buen Fin



CONTENIDO

Este documento se desarrolló en colaboración con la iniciativa el Buen Fin.	1
Del reto al logro de la oportunidad empresarial.....	5
¿Puede México alcanzar esta oportunidad?.....	6
¿Qué logran actualmente los empresarios mexicanos cuando usan internet?.....	8
Comercio electrónico es Productos y servicios en línea.	9
Comercio electrónico es medios de pago.....	10
Comercio electrónico es entrega de bienes.....	11
La entrega de productos y servicios.....	12
Una plan exitoso debe ser sencillo y orientado a la acción, puede incluir las siguientes claves:.....	3
La importancia de apoyarse por un equipo de personal para alcanzar sus objetivos.....	5
El sitio web, la puerta al comercio electrónico.....	8
Los mercados virtuales como alternativa a un sitio web.....	10
En resumen los retos de una página web son los siguientes:.....	11
La capacidad del carrito de compras.....	12
Opciones de medios de pago.....	16
El flujo de pago funciona de la siguiente manera:.....	18
El reto de la integración entre el sitio web y los medios de pago.....	1
Una lista de ingredientes:.....	2
Medios de pago: Tarjetas bancarias y su integración.....	3

DECISIONES

ACCIONES

SERVICIOS



Para elegir un banco o servicio financiero:.....	4
Medios de pago: Banca electrónica.....	5
Usar la banca electrónica como método de pago.....	6
2 puntos de atención a los clientes:.....	6
Introducción a los contra-cargos.....	7
Un contra-cargo tiene los siguientes pasos:.....	3
Enfrentando los contra-cargos.....	4
Sugerencias para prevenir contra-cargos.....	6
Seguridad es:.....	8
Protección de datos de los usuarios y el <i>Phising</i>	9
Respuestas ante estas amenazas y cómo protegerse mejor:.....	10
Permisos de su personal y la información de su negocio.....	11
Los sistemas de seguridad en Internet se basan en cuatro aspectos:.....	12
El sello de confianza AMIPCI.....	12
Las 3 cosas a recordar en entrega, información y su administración:.....	15
Proceso de pasos desde un pedido hasta la entrega.....	15
Servicios de mensajería y logística.....	16
Responsabilidad en el manejo de información de clientes.....	19
Secretaría de Economía – Profeco. Comercio electrónico.....	21
Ley federal de protección de datos personales en posesión de los particulares.....	24
Vínculos a las principales leyes que regulan el comercio electrónico en México.....	27
Ley federal de protección al consumidor.....	27
Código de comercio.....	27
Ley federal de derechos de autor.....	27

DECISIONES

ACCIONES

SERVICIOS



Ley de la propiedad industrial.....	28
10 consejos para triunfar con su negocio por internet.....	29
Ubicación, ubicación, ubicación.....	29
Marca y nombre.....	30
Primeras impresiones.....	30
Baja rápido y en forma eficiente.....	31
Facilidad de uso.....	31
Información: toda la necesaria para hacer la compra.....	32
Medios de pago en forma sencilla.....	32
Seguridad del sitio.....	33
Cumplimiento legal.....	33
Presencia relevante.....	34
10 Formas para evaluar un proveedor de comercio electrónico.....	35
¿Cómo evaluar soluciones para comercio electrónico reales?.....	35
evalúe su lugar en los buscadores de internet.....	37
evalúe capacidades y costos.....	37
evalúe el servicio a cliente.....	38
Mensajes clave y su liga a la serie en video.....	40
Cápsula Introducción al comercio electrónico.....	40
Razones para aprovechar el comercio electrónico:.....	40
Área de temas que hay que conocer.....	41
Cápsula preparativos para el comercio electrónico.....	41
Plan de expectativas.....	42
factor de triunfo en inventarios.....	42

DECISIONES

ACCIONES

SERVICIOS



Cápsula Tecnología para el Comercio Electrónico	43
Cápsula pagina web para Comercio Electrónico	44
Si elige desarrollar un sitio web propietario o exclusivo de su empresa considere:	44
Las capacidades a lograr con una página web para comercio electrónico incluyen:	44
Si elige colocar sus productos y servicios en un mercado virtual considere:	45
Puntos clave para el triunfo para construir un sitio para Comercio Electrónico	45
Un proyecto de comercio electrónico, requiere del dominio de tres familias distintas de capacidades	46
Cápsula Carrito de compras	46
Sugerencias para México:	47
Cápsula Pasos para entrar al comercio electrónico	48
CÁPSULA. Introducción a los Medios de Pago	49
Cápsula. Contra Cargos	49
Primero es la prevención de contra cargos-son compras que ha hecho un cliente que por diversas razones algunas legales y otras de mala fe se niega a reconocer.....	50
Razones por las que surgen los contra cargos	50
Un reclamo de contra cargo pasará por los siguientes pasos:.....	51
Señales de alerta posibles banderas rojas	51
Para disminuir el impacto de los contra cargos en el comercio electrónico se recomienda lo siguiente	52
Cápsula. Proceso de los pagos en comercio electrónico	52
En el caso de las tarjeta bancarias el flujo de pago funciona así:	53
Cápsula Herramientas de Seguridad	54
Factor central del progreso para comercio electrónico esta en dos puntos:	54



Consejos básicos de seguridad.....	54
Conozca algunos de los temas que están evolucionando constantemente	55
Recomendaciones acerca de permisos y tareas de su personal.....	55
Cápsula banca electrónica.....	56
Cápsula integrar los medios de pago	56
Integración de procesos de pagos	57
Consideraciones a tomar en cuenta para elegir banco	57
Cápsula. Administración Y Manejo De Inventarios	58
2 mitos acerca de los inventarios y el comercio electrónico:	58
El proceso de orden a entrega	59
Cápsula proceso de orden de pago	59
Cápsula procesos de entrega	60
Cápsula información de los clientes bajo su cuidado	61
Responsabilidad en la información del cliente	61
Cápsula Evolución y Futuro de su empresa en Internet	62
Dos tipos de acciones para aumentar sus ventas en internet	62
Consejos básicos	63
La versión en video es producida por	64
Investigación y desarrollo del White Paper	64
Agradecimientos a la guía de comercio electrónico	64
Por su valiosa aportación durante la investigación del proyecto	64
AMIPCI.....	64



COMERCIO ELECTRÓNICO COMO IMPULSOR DE LA PROSPERIDAD

DEL RETO AL LOGRO DE LA OPORTUNIDAD EMPRESARIAL

El comercio electrónico es especialmente prometedor para las micro, pequeñas y medianas empresas, al permitir nuevas oportunidades de negocio.

Hacia 2013 los empresarios mexicanos continuarán la adopción de las prácticas del comercio electrónico. Ya en 2011 se superó la cifra de 45 mil millones de pesos de bienes vendidos a través del comercio electrónico y para 2012 se mantendrá un ritmo de crecimiento del 45% anual, de acuerdo a las investigaciones realizadas por AMIPCI en México.

Si bien son noticias positivas, el potencial de crecimiento se estima en por lo menos el doble. Por ejemplo Brasil, obtiene hoy resultados 5 veces mayores que los que logra México en comercio electrónico. Lo cual nos habla de la oportunidad y también de los retos que debe superar México para alcanzar el nivel que es posible.

Así mismo fomentar la prosperidad de las empresas micro, pequeñas y medianas empresas es uno de los caminos más atractivos desde el punto de vista sectorial y gubernamental, sin embargo impulsarlas presenta retos únicos, que resultan de su pulverización a lo largo de la economía.

Por ello, cuando nos referimos a impulsar la adopción del comercio electrónico en México, los distintos

proveedores de servicios y especialistas deberán esforzarse en hacer más práctico y amigable la adopción de estos modelos de negocio en la sociedad.

¿PUEDE MÉXICO ALCANZAR ESTA OPORTUNIDAD?

El comercio electrónico posee una característica clave, tiene barreras de entrada muy bajas.

Si. Es aquí donde el comercio electrónico es una gran área de oportunidad para el desempeño del sector económico.

El comercio electrónico posee una característica clave, ya que tiene barreras de entrada muy bajas. Es decir, es fácil comenzar a hacer comercio electrónico, en comparación a otros modelos empresariales.

Es en este terreno en una idea o un concepto por un empresario puede modificar modelos tradicionales y dar ventajas competitivas a emprendedores.

Por ejemplo: en los inventarios, los conceptos tradicionales de contar con existencias han sido redefinidos por los conceptos de entrega justo a tiempo o inventarios cero.

En otro ejemplo, los requerimientos de capital que los negocios en Internet tienen en comparación a un negocio tradicional suele ser más bajo. En pocas palabras una sucursal virtual, será por regla general más eficiente que una sucursal física o tradicional.

DECISIONES

ACCIONES

SERVICIOS

...una idea modifica
modelos tradicionales y
resulta en nuevas
oportunidades para los
emprendedores.

El comercio electrónico
es terreno fértil para
llevarlas hasta su
realización.

Hoy ya son muchos los sectores de negocio que se han visto re-inventados con la fuerza del comercio electrónico, entre ellos se incluyen los seguros, la banca, los medios impresos, la música, los servicios profesionales y prácticamente todos los sectores han sido tocados por empresarios audaces que aprovechan los modelos del comercio electrónico para transformar su medio y ganar oportunidades.

Pero entonces ¿Qué tenemos que lograr para que México logre su potencialmente en esta actividad?

El comercio electrónico cumple más de 20 años de existir y sabemos que "No es la tecnología lo que impide una mayor adopción del comercio electrónico en México". Sino la forma de comunicar y de hacer entender los conceptos básicos que se requieren para ejecutarlo, una de las barreras es lograr poner en términos prácticos los pasos a seguir para su implementación.

*Desde la banca, hasta los
proveedores de servicios
tecnológicos. Todas las soluciones
existen. Son posibles en México. Por
ello decimos que los "ingredientes
están listos, sólo falta la receta".*

DECISIONES

ACCIONES

SERVICIOS



¿QUÉ LOGRAN ACTUALMENTE LOS EMPRESARIOS MEXICANOS CUANDO USAN INTERNET?

Sabemos que una venta a través de Internet se da que en los mismos principios que por una venta tradicional es decir: ofrecer productos y servicios, promoverse, acordar el precio, informar la entrega y recibir el pago de los bienes. Para ello los empresarios siempre han buscado formas de conectarse con sus clientes y mostrar su oferta.

PARA REALIZAR ESTAS TAREAS BÁSICAS LOS EMPRESARIOS EN MÉXICO REALIZAN LO SIGUIENTE:

- En primer lugar muchos empresarios aún no usan Internet o comercio electrónico.
- Otros ya ponen su teléfono o correo electrónico en algún directorio en Internet.
- Otros más cuentan con una página que les sirve como un folleto electrónico
- Algunos más anuncian sus productos y servicios en un sitio estático, que no cuenta con servicio de pagos integrados o el sitio esta desactualizado.

¿QUÉ CAPACIDADES DEBEN AGREGAR ESOS EMPRESARIOS PARA HACER COMERCIO ELECTRÓNICO?

- Ofertar sus productos y servicios en una forma actualizada.
- Coordinar la entrega de los bienes con el cliente.

DECISIONES

ACCIONES

SERVICIOS

- Aceptar medios de pago electrónico.

COMERCIO ELECTRÓNICO ES PRODUCTOS Y SERVICIOS EN LÍNEA.

Los procesos del comercio electrónico están centrados en los **productos y servicios**.

El comercio electrónico es la actividad empresarial de comprar y vender productos y servicios por Internet.

El comercio electrónico gira alrededor de los **productos y servicios**, desde sus conceptos hasta la tecnología que lo hace posible, por ello:

- Deberá tener sus productos y servicios en línea. Con sus descripciones, precios condiciones y características.
- Su oferta de bienes debe ser actualizada constantemente.

CON ESTO:

- La información de sus bienes funcionará de múltiples formas, se convertirá en términos prácticos en un objeto virtual que carga consigo información útil.
- Y esa información será utilizable por sistemas tales como un carrito de compras. Información que incluye precio, tamaño, color entre otros datos.

DECISIONES

ACCIONES

SERVICIOS

COMERCIO ELECTRÓNICO ES MEDIOS DE PAGO

Si bien , contar con medios de pago por internet, no es todo lo necesario para hacer comercio electrónico, pero si es un elemento diferenciador.

Lo importante es saber que además del servicio de tarjetas bancarias, existen más opciones para realizar los pagos en línea.

El comercio electrónico es un fenómeno mundial como resultado de su capacidad de realizar transferencias electrónicas.

Dichas transferencias se logran con el uso de intermediarios de servicios financieros, tal como en los negocios tradicionales. Lo único que hará su sitio de comercio electrónico es enviar la información a estos intermediarios para saber si la transacción es autorizada.

Un secreto del comercio electrónico es que a través de Internet se logra lo mismo que cuando un empleado llama a la institución financiera y confirma si el cliente tiene fondos para poder entregarle su compra. La diferencia es que este proceso se realiza sin intervención humana y en menos de 20 segundos.

En el momento que una persona realiza una compra, lo único que hace una tienda en Internet es enviar información a intermediarios financieros y solicitar una aprobación, una vez confirmada la venta, se pasa al proceso de entrega.



En el punto anterior, debe quedar claro al empresario que su negocio no aprobará o negará el trámite, ni requiere montar complicados procesos financieros. Es lo mismo que preguntar al banco si aprueba la transacción. Por supuesto con la gran ventaja que una vez que se aprueba la transacción, los fondos quedarán asegurados y pasarán por el proceso de transferencia de fondos que emplean los medios de pago.

Lo que interesa, tanto al empresario, como al cliente es el intercambio de los bienes y valores de forma segura y confiable.

Es importante notar que además del servicio de tarjetas bancarias, tanto las tarjetas de crédito como algunas tarjetas de débito, existen otras opciones para recibir pagos, que cada día son más aceptadas y aprobadas en México y el mundo, abordaremos las diferentes opciones que existen para ello.

COMERCIO ELECTRÓNICO ES ENTREGA DE BIENES

Una vez que el pago ha sido aprobado, de forma automática la Institución financiera liquidará en el corto plazo al proveedor. Por lo que usted como proveedor ya puede iniciar su proceso de entrega de los productos y servicios adquiridos por el consumidor.

DECISIONES

ACCIONES

SERVICIOS



LA ENTREGA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS.

Cuando un empresario recibe el aviso de una venta, que le llega por diferentes medios ya sea mediante un correo electrónico o mediante las pantallas o sistemas que se usan en los carritos de compra o en los mercados virtuales, usted podrá visualizar los detalles de venta y las órdenes a entrega.

Deberá estar monitoreando las ventas de forma constante, para poder dar una pronta respuesta al cliente y no dejar pasarlo por alto, ya que puede crear una mala experiencia para el usuario.

La segunda opción de recibir pedidos es mediante sistemas, por ejemplo integrados a su carrito de compras. En los casos de sistemas electrónicos más avanzados es el de unir los procesos de venta, a los procesos de fabricación, de manejo de bodegas y de logística.

En México muchos empresarios aún no integran su proceso de cobranza con su proceso productivo, siguen operando estas 2 tareas en forma separada. Por ejemplo, sucede que primero a través de Internet, acuerdan detalles con un nuevo cliente, reciben su pago y solo entonces inician la producción de algún producto para todavía -un paso después- hacer el envío del producto.

Si bien estos empresarios efectivamente están haciendo comercio electrónico, ellos aún no aprovechan el potencial del mismo, han ajustado componentes que les hacían falta, por ejemplo en lugar de implantar

DECISIONES

ACCIONES

SERVICIOS



medios de pago automatizados, usan transferencias electrónicas tradicionales.

¿QUE DIFERENCIA TIENE ESTE MODELO CON UN MODELO AVANZADO DE COMERCIO ELECTRÓNICO?

Dichos empresarios suelen ser cautelosos. Esto con una sencilla razón, más allá de cualquier desconfianza, obedece a los requerimientos de capital en las empresas, es decir, ya que sabe que cerró un trato, ahora tiene que comprar los insumos para poder hacer la entrega de los productos o servicios en tiempo y forma. Ante ello prefiere contar con la liquidez necesaria del pedido antes de comenzar, en lugar de tener inventarios detenidos en bodegas costosas.

Esa práctica es buena para las utilidades y buena para los negocios más pequeños, quienes operan en un formato artesanal. Pero es importante recordar que un negocio estará compitiendo también en términos de servicio y satisfacción.

Con el comercio electrónico el pago de las transferencias electrónicas marca que dicha compra ya ha sido autorizada. Aquí el reto empresarial es de flujo de efectivo y de rotación de inventarios, pero esa cautela del empresario le frena ante la idea de cambiar su forma de trabajo tradicional, y avanzar hacia las prácticas del comercio electrónico que fomentarán su crecimiento.

Los medios de pago financieros tardan entre 2 y 5 días, mientras que los mercados virtuales llegan a tardar hasta 15 días después de verificar la satisfacción del cliente.

DECISIONES

ACCIONES

SERVICIOS

Es importante considerar dar el salto hacia una operación más integrada, en ventas, entrega y uso de capital a futuro.

Cuando un negocio integra los componentes de la información de la venta, medios de pago y medios de entrega, estará listo para competir con más fuerza.



DECISIONES

ACCIONES

SERVICIOS

LOS 5 INGREDIENTES DEL COMERCIO ELECTRÓNICO. LOS PREPARATIVOS

Uno de los primeros logros que tienen las empresas en internet es el desarrollo de un **plan de acción**.

Si bien no existe una receta única para ello, los planes que se desarrollen no tienen que ser tan complejos o tediosos. Y deben contener como mínimo estos tópicos base:

Primero el identificar ¿por qué se desea incursionar al comercio electrónico? Según investigaciones recientes la pregunta -por qué- es la más importante y aunque parece sencillo resulta ser la clave diferenciadora, que a lo largo del camino le ayudará a resolver muchas preguntas.

Entonces ¿Por qué quiere hacer comercio electrónico?

Después de comenzar con un análisis del por qué se desea que su negocio se encuentre en Internet, lo siguiente es generar un plan de expectativas, es decir:

- ¿Qué obtendrá su empresa?
- ¿A qué costo?
- ¿En qué tiempo? y
- ¿Quién tendrá la responsabilidad de lograrlo en su empresa?

La preparación para hacer comercio electrónico debe expresar la visión que logrará, las razones por las que triunfará y las formas en las que se distinguirá su negocio en internet.

Investigue a los principales competidores en su rama, hable con sus clientes y obtenga tanta información como le sea posible.

Un mejor plan es orientado a la acción, debe considerar la forma en que realizará las tareas, es decir, ¿Lo hará todo usted mismo o se apoyará en diferentes especialistas?

Si en este momento aún desconoce qué especialistas podría necesitar, esta guía le servirá como base, revise las secciones tecnología, métodos de pago, formas de entrega y evolución.

Un proyecto de comercio electrónico requiere más áreas de integración que las que se necesitan para hacer un sitio web o website.

Por lo general un empresario se apoyará de talento. Por ello considere que el equipo humano con el que cuenta a su alrededor será factor determinante de su resultado. Es muy importante asegurar que dichos talentos cuenten con capacidades de las diferentes familias de habilidades.

Un estudio reciente en México realizado en coordinación por el Consejo Nacional de Clústeres y bajo la estrategia de Secretaría de Economía PROSOFT 2.0 en una muestra de empresas en Aguascalientes, encontró que las empresas que emplean presupuestos en sus tareas obtienen resultados hasta 38% veces

DECISIONES

Visión: estado deseado futuro

ACCIONES

Acciones para lograrlo

SERVICIOS

superiores en ingreso anual, en comparación a compañías competidores en el mismo segmento y características. En su plan para el comercio electrónico es importante incluir un presupuesto.

El segundo punto a tener perfectamente dominado, es el llamado **proceso de orden a recepción del pago** que en el comercio electrónico incluye **la entrega** de los productos y servicios.

Esto es crear una lista con los pasos que suceden desde que toma un pedido hasta que el producto o servicio llega a sus clientes.

Este proceso algunas empresas lo han practicado durante muchos años cuando hacen entregas a domicilio. En el caso del comercio electrónico en lugar del teléfono llegarán los pedidos por Internet y la entrega puede hacerla usted mismo o contratar los servicios de empresas especializadas.

Otro factor de triunfo tiene que ver con los inventarios, ya sean existencias de los productos y acerca de cómo asegura la pronta entrega de los mismos.

Para las empresas de servicio y aquellas que no usan inventarios en forma tradicional, sigue aplicando la regla de “lo-que-ves-es-lo-que-obtienes”, es decir lo que sus clientes ven en Internet, será lo que es y lo

DECISIONES
ACCIONES
SERVICIOS

Presupuesto, tiempos,
responsables

Proceso “orden a entrega”

que obtendrán. No debe haber sorpresas.

Su negocio en el comercio electrónico será un reflejo, como otra sucursal de su negocio tradicional.

Uno de los últimos consejos en materia de preparativos para el comercio electrónico, es poner especial atención a la recepción de los pedidos, es decir quién, cómo y cuándo estará al pendiente de atenderlos y asegurarse que el proceso maestro de pedido a entrega se realice de forma correcta.

Las mejores practicas nos dicen que las empresas tienen primero una visión –que es su idea y concepto- y en segundo lugar un plan de acción para lograrlo.

UNA PLAN EXITOSO DEBE SER SENCILLO Y ORIENTADO A LA ACCIÓN, PUEDE INCLUIR LAS SIGUIENTES CLAVES:

1. Explica -por qué- quiere estar en internet
2. Explicar brevemente su visión como empresario
3. Asignará un presupuesto que incluye expectativas de ingresos, de costos y de tiempo.
4. Pensará en dónde ubicará su negocio en internet.

DECISIONES

ACCIONES

SERVICIOS

¿Cómo manejará sus inventarios?

El plan –lo más sencillo y orientado a la acción posible- debe considerar la forma en que realizará las tareas.

¿Lo hará todo usted mismo o se apoyará de diferentes especialistas?

...el talento con el que se cuenta a su alrededor será factor determinante del resultado.

5. Definirá los productos y servicios a enlistar y la forma en la que actualizará su información.
6. Ofrecerá formas en las que coordinará la venta y la entrega de los bienes.
7. Incluirá medios por los que recibirá su dinero.
8. Contar con una lista de los pasos para cubrir un pedido hasta su entrega.
9. Su plan explicará como realizará el seguimiento a los pedidos.
10. Puede contar con un equipo de trabajo o tener la ayuda necesaria de personal externo. Este equipo tiene, responsabilidades, tiempos, presupuestos y la autoridad para tomar decisiones ya sea junto con usted o mediante personal de su confianza.
11. Conocerá los reglamentos y leyes aplicables en México
12. Se preparará para el cuidado de la información de sus clientes, incluyendo las responsabilidades y permisos de su personal
13. Su plan explica como dará a conocer y promoverá su negocio en su mercado.
14. El plan termina en un plan claro de pasos de tareas a realiza

Para construir un plan sencillo revise los 5 puntos de esta guía y compléméntelo conforme necesite. Con eso estará listo para iniciar.

DECISIONES

ACCIONES

SERVICIOS

Preparación detallada para la atención a los pedidos

LA IMPORTANCIA DE APOYARSE POR UN EQUIPO DE PERSONAS PARA ALCANZAR SUS OBJETIVOS

La composición del equipo de trabajo, es el factor principal del resultado. Sus resultados, dependerán de ello.

Los resultados dependerán directamente de las personas que integren en su equipo de trabajo.

Si su fuerza laboral es de 1 o 2 integrantes asegúrese que cuenten con las habilidades y conocimientos en comercio electrónico.

Sin importar el tamaño de la empresa, los proyectos de comercio electrónico deben incluir la participación de las personas con poder de decisión. Cada día es más difícil imaginar una empresa donde el dueño o presidente son ajenos a este tema.

Por el contrario las empresas más pequeñas, tendrán equipos tan pequeños como ellas mismas. Por ello a continuación, se dan una serie de recomendaciones generales –que son claves fundamentales para el triunfo- para la conformación de un equipo de proyecto para comercio electrónico.

Las áreas que coordinan comercio electrónico tienden a ser grupos pequeños, inclusive desde una persona, pero por lo general el equipo deberá:

DECISIONES

ACCIONES

SERVICIOS

Plan de personal y habilidades que necesitará

Las mejores empresas tienen primero una visión – que es su **idea y concepto**- y en segundo lugar un **plan de acción** para lograrlo.

Tener un líder, que es responsable, articulador de las distintas acciones. Responder por los resultados y asignar a los diferentes integrantes tareas y tiempos.

Este punto tiende a descuidarse mucho en las organizaciones, especialmente en las pequeñas y medianas empresas, ya que a menudo se tiene más de un responsable o ninguno creándose un verdadero efecto de Torre de Babel, en el que muchas personas hablan y nadie se entiende o también es común ver proyectos que se parecen a un coche con 5 volantes.

Otra característica a considerar es que el líder cuente con los permisos necesarios. Es decir la autoridad para hacer su trabajo. Junto con esta autoridad, viene el presupuesto, tiempos y metas.

Sabemos que estos son proyectos muy pequeños y que a menudo una persona conoce de varios temas, pero desde un inicio el equipo contará con las diferentes habilidades, sabrán que se integrarán y no habrá sorpresas, por ejemplo en la integración del carrito de compras con el diseño y con los medios de pago. Un carrito de compras, por brillante que sea, de nada sirve si no se vincula con los medios de pago.

LOS 5 INGREDIENTES DEL COMERCIO ELECTRÓNICO. LA TECNOLOGÍA

Con respecto al tema tecnológico un empresario lo que espera es que la tecnología tenga excelente desempeño, sea eficiente y ágil. Con ello la tecnología

DECISIONES

ACCIONES

SERVICIOS

Asigne responsabilidades, autoridad y permisos para actuar

Hosting- Servicio en internet donde se aloja su sitio web

Nombre de dominio – Su dirección en internet www... su empresa...

Página web- Sitio de su empresa, con sus productos y servicios

Carrito de compras- sistema que contiene la información de productos y servicios, agrupa un pedido y envía a los bancos la solicitud de pago y avisa las ventas.

Sistemas de inventarios – pueden o no estar ligados a su ecommerce mantienen administrado su inventario.

Terminal VPOS- Terminal virtual de punto de venta que coordina la aprobación y dispara los procesos de transferencias de pagos, para los pagos mediante tarjetas bancarias.

será rápida y precisa, de forma que los clientes se dediquen a comprar y los empresarios a prosperar.

En México existen todos los servicios que requieren los emprendedores para realizar comercio electrónico. Desde servicios o tecnologías básicas hasta muy avanzadas.

Pero para muchos el comercio electrónico comienza con una página web, donde además de ser la sucursal virtual de su negocio, se presentarán los productos y servicios, explicarán las garantías y tiempos de entrega.

Una empresa puede entonces iniciar publicando sus bienes en un mercado virtual. Mientras que empresas muy avanzadas contarán con centros de atención a clientes, bodegas de logística subcontratadas a especialistas o hasta transporte de productos con la ayuda de robots.

En la página web uno de los elementos centrales que hacen posible el comercio electrónico es el conocido "carrito de compras".

Los "carritos" vinculan los productos y servicios con los métodos de pago. Cuando se aprueba una transferencia finalmente envían los avisos para señalar que hay una nueva venta.

Más allá de la venta, las áreas de tecnología a tomar en cuenta incluyen sistemas que le ayudará a administrar sus inventarios y operación.

DECISIONES

ACCIONES

SERVICIOS

Comenzar paso a paso es perfectamente posible y deseable -es decir- no tiene que tener inventarios unidos al proceso de toma de pedidos en forma automática, pero en ese caso se deberá estar muy atento a cada nueva pedido generado.

El negocio de comercio electrónico será igual que una sucursal física, solo que más eficiente y con enorme potencial de crecimiento.

EL SITIO WEB, LA PUERTA AL COMERCIO ELECTRÓNICO

En esta guía no desarrollaremos manuales o pasos para la construcción de un sitio web.

Por ello el objetivo de esta sección no es volverlo un experto en diseño de páginas web, sino ayudarlo a comprender las decisiones de negocio que debe emprender y las características más importantes para crecer con el comercio electrónico.

Para comenzar deberá tomar la decisión acerca de que si usted construirá un proyecto de website especial para su empresa o en lugar de ello montará su oferta de productos y servicios en mercados virtuales, cosa que también pueden lograr sus metas de comercio electrónico.

DECISIONES

Desarrollar su propio sitio web o

ACCIONES

Montar sus productos en mercados virtuales

SERVICIOS

Un *website* para comercio electrónico debe lograr la integración de 3 familias distintas de capacidades:

1. **Negocio:** productos y servicios, precios, medios de pago...
2. **Tecnología.** Host, dominio, carrito de compras...
3. **Comunicación y diseño.**

- La primera característica para comercio electrónico es presentar productos y servicios a los clientes.
- La segunda característica es la capacidad de comunicarle pedidos u ordenes a atender.
- Y la última es que es capaz de enlazar la recepción de los pagos.

Entonces puede realizar su proyecto diseñando y administrando su propio *website*, con la ventaja de contar con un sitio hecho especialmente para su empresa.

En este tipo de proyectos, controlará directamente todos los aspectos y retos del mismo.

Entre otras tareas deberá buscará desde el hosting, el nombre de dominio, y logrará que su sitio cuente con "carrito de compras" integrado a los medios de pago que usará.

Como podemos ver, realizar un proyecto de comercio electrónico requiere por sí mismo el dominio de familias distintas de capacidades: aquellas de negocio, aquellas de tecnología y aquellas de diseño en internet.

DECISIONES
ACCIONES
SERVICIOS

Habilidades de Negocio

Habilidades de Tecnología

Habilidades de Diseño web

LOS MERCADOS VIRTUALES COMO ALTERNATIVA A UN SITIO WEB

Una excelente opción para lograr una presencia en internet para comercio electrónico son los mercados virtuales.

El primer atractivo de los mercados virtuales es que tienen las soluciones de medios de pagos y carritos de compras listas, así como mecanismos para dar confianza a clientes y vendedores.

La segunda gran ventaja –que puede ser más valiosa- es que estos mercados virtuales ya tienen bases de clientes frecuentes.

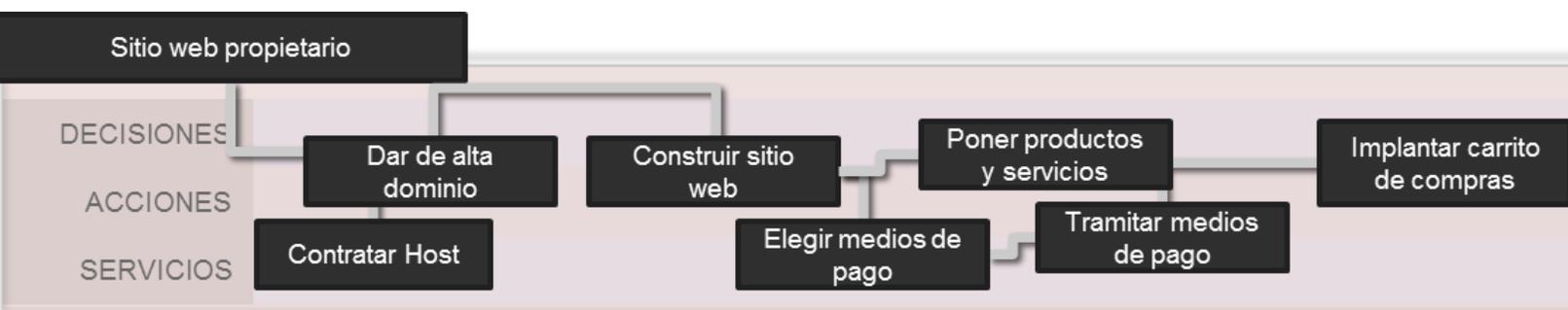
En ellos, en lugar de diseñar, construir, operar y administrar su propio sitio, simplemente coloca su oferta de productos y servicios en sitios que ya tienen las capacidades de integrar medios de pago y de “carritos de compra”.

Estas opciones han prosperado ya que recordemos que uno de los principios fundamentales de un negocio es ofertar productos y servicios a clientes y prospectos.

Por ello es que si desea evitarse los retos que conlleva la realización de un sitio de comercio electrónico propio, son una excelente opción.

El primer atractivo de los mercados virtuales es que tienen las soluciones de medios de pagos y carritos de compras listas, así como mecanismos para dar confianza a clientes y vendedores.

Además, los diferentes proveedores de mercados virtuales, ofrecen opciones para configurar su propia página o presencia dentro de ellos, que van desde lo



Montar su oferta de productos y servicios en mercados virtuales, también puede lograr sus metas de comercio electrónico.

más sencillo hasta una presencia con la imagen propia de su empresa.

La segunda gran ventaja –que puede ser más valiosa- es que estos mercados virtuales ya tienen bases de clientes frecuentes.

EN RESUMEN LOS RETOS DE UNA PÁGINA WEB SON LOS SIGUIENTES:

- Primero presentar sus productos y servicios, en una forma que los clientes encuentren, aprecien y puedan comprar.
- Para ello deberá contar con un "carrito de compras".
- El segundo reto contar distintas opciones para métodos de pago.
- El tercer reto es poder confirmar el proceso de entrega de los productos y servicios.

Recuerde finalmente que la confianza que su página presenta, se convertirá en su prestigio, con clientes satisfechos y ventas repetitivas.

En temas de diseño y tecnología este es un principio-guía: "siempre ponga primero a sus clientes" y recuerde lo más sencillo suele ser mejor.

Tome en cuenta los 5 puntos de esta serie en el diseño y operación de su sitio en internet.

Mercados virtuales

DECISIONES

ACCIONES

SERVICIOS

Dar de alta cuenta

Poner productos y servicios

LA CAPACIDAD DEL CARRITO DE COMPRAS

El carrito de compras es sinónimo de comercio electrónico.

Son aplicaciones simples, sencillas, robustas, prácticas y poco pretenciosas que hacen casi todo el trabajo.

El carrito de compras es una capacidad que tiene un sitio en Internet de agrupar el pedido de un cliente y que una vez que el cliente presiona “comprar” envía información a los medios de pago, recibe la autorización y avisa a usted que hay una venta.

El carrito de compras entonces debe estar unido a sus productos y servicios. Pero lo más importante de esta capacidad comprendida como “carrito de compras” es que es él vínculo entre usted y una venta.

El carrito de compras es central.

Por ejemplo, si usted desea mantener inventarios o una cantidad limitada de su oferta en internet, el carrito debe ser capaz de procesar correctamente esa situación.

Sigamos con un ejemplo de inventarios y de servicios: si usted tuviera 3 casas a rentar para turistas en fechas límite, no querría que su carrito de compras siguiera ofreciéndolas cuando ya las rento.

La segunda función de un carrito de compras es vincularse con los medios de pago que aceptará en su tienda. Los mejores carritos de compras pueden manejar los medios de pago más aceptados en el mundo, incluyendo tarjetas bancarias y otros medios

DECISIONES

ACCIONES

SERVICIOS

Confirme sus pedidos con el cliente por email.

tales como monederos electrónicos, banca electrónica entre otros.

Una vez que obtiene la información del cliente, el carrito de compras envía la información a los medios de pago para confirmarlos y recibe un resultado.

El carrito de compras también le avisará de las ventas.

Es posible que su empresa, lleve en forma independiente el proceso de entregas, de inventarios y otros relacionados con completar la orden. Eso es normal ya que la mayoría de las empresas operan con procesos independientes entre la venta y la entrega.

La clave entonces esta en que el carrito de compras debe funcionar correctamente con sus medios de pago, entonces **primero elija su estrategia de medios de pago** y luego evalúe las soluciones para carrito de compras, asegúrese que éste funciona perfectamente con los otros.

El desarrollo de una tienda en Internet tiene que ver con el diseño de los pasos o procesos por los que pasará una venta e integrarlos.

DECISIONES
ACCIONES
SERVICIOS

Cliente elige productos y pulsa "clic" en comprar

Se procesa la autorización del pago

Tener un mapa o lista de los pasos que suceden en ese proceso, es la clave que le ayudará a llevar su negocio de comercio electrónico de principiante hacia clase mundial.

El proceso maestro que regula la relación entre ventas, inventario y entregas, se llama "**orden a entrega**". Es decir la serie de pasos que se dan desde la toma de un pedido hasta la entrega a sus clientes.

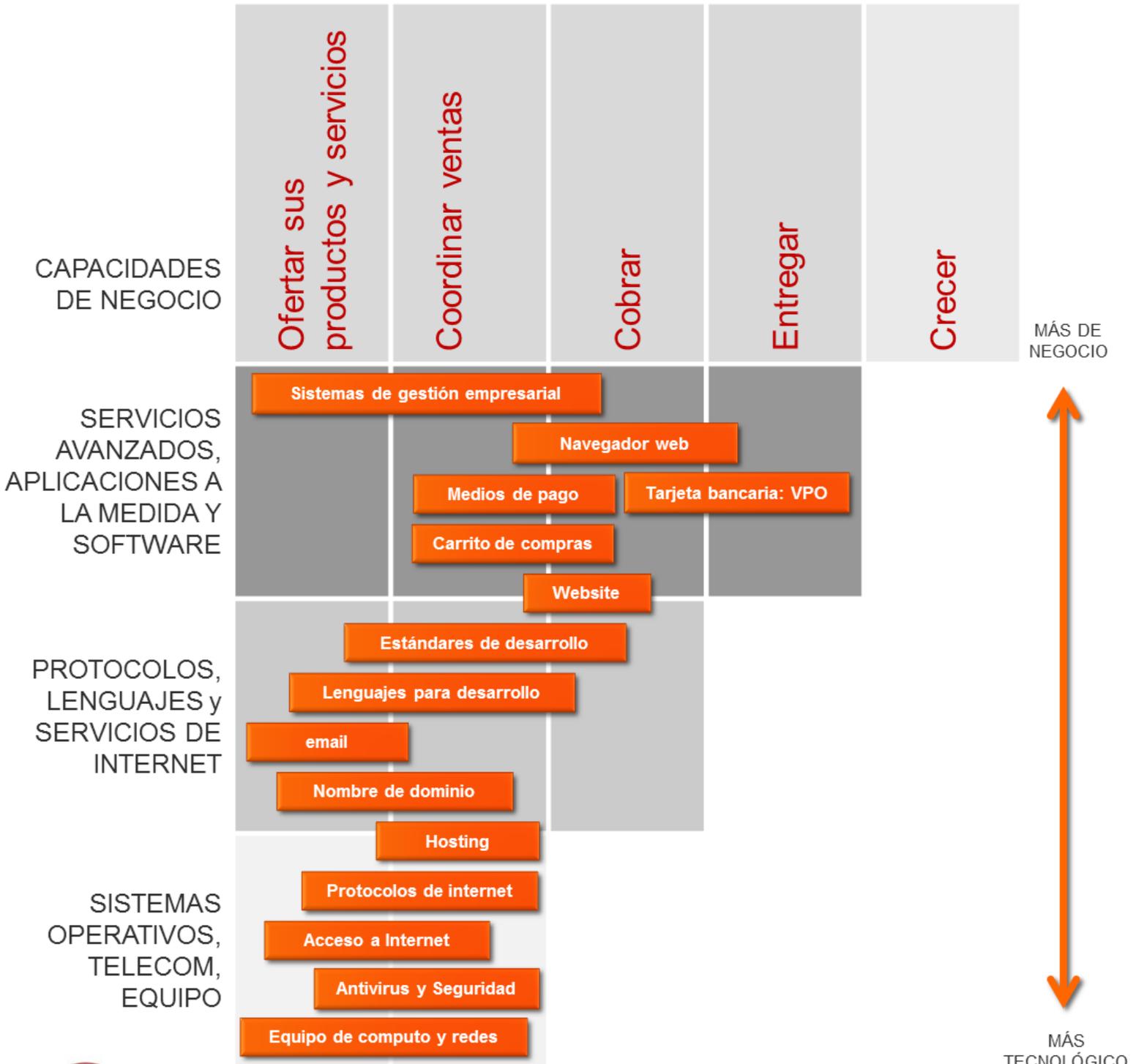
DECISIONES
ACCIONES
SERVICIOS

Se recibe la respuesta

Se informa al cliente y al negocio de la aprobación

Aceptado aviso de la venta

MODELO SIMPLIFICADO DE LA ESCALERA DE ADOPCIÓN DE TECNOLOGÍAS PARA
COMERCIO ELECTRÓNICO



LOS 5 INGREDIENTES DEL COMERCIO ELECTRÓNICO. LOS MÉTODOS DE PAGO PARA COMERCIO ELECTRÓNICO

En México es posible realizar comercio electrónico, desde nuevos esfuerzos empresariales hasta establecer una operación de clase mundial, incluyendo aceptar diferentes formas de pago.

Para que conozca el proceso, esta sección detalla los pasos que suceden en una transferencia de dinero, recordándole ya que hay diferentes alternativas.

Para recibir su dinero de una venta en comercio electrónico, usará el apoyo de proveedores de servicio que le ayudan en diferentes momentos.

Estos intermediarios – son los medios de pago que usted aceptará en su negocio. Por ejemplo las tarjetas de crédito, servicios financieros entre otros.

OPCIONES DE MEDIOS DE PAGO

Cuando hablamos del tema de métodos de pago estamos hablando del tema central y de mayor complejidad en comercio electrónico.

DECISIONES

Aceptar Tarjetas Bancarias

Contactar un banco y obtener una terminal VPOS

ACCIONES

Implantar otros medios de pago

SERVICIOS

Usar Mercados Virtuales y usar sus medios de pago ya definidos

Poner mi propio website y contratar otros medios de pago personalmente

1 LOS MEDIOS DE PAGO HACEN POSIBLE EL COMERCIO ELECTRÓNICO

		CLIENTES DESEAN CONFIANZA Y FACILIDAD EN SUS MEDIOS DE PAGO			
ADOPCIÓN POR LOS CLIENTES	ALTA	<p>Tarjetas de crédito. Son el medio de pago tradicional y de mayor uso en el mundo.</p>		<p>El medio de pago ideal para su negocio dependerá de lo que sus clientes demandan y su empresa es capaz de adoptar</p>	PROVEEDORES DESEAN ACEPTACIÓN DE LOS CLIENTES
	MEDIA		<p>Mercados virtuales, Son sitios que ya tienen implantados los medios de pago y usted puede poner su tienda en ellos.</p>	<p>Medios de pago intermediarios dónde se depositan fondos y se usan en Internet</p>	
	BAJA	<p>Tarjetas de débito. También pueden ser usadas en Internet pero no todos los formatos de débito son aceptados.</p>	<p>Banca electrónica. Y transferencias electrónica.</p>	<p>Tarjetas pre-pagadas y medios de pago emergentes. Tales como billeteras electrónicas. Y pagos intermediados por celular.</p>	
		BAJA	MEDIA	ALTA	
FACILIDAD PARA IMPLANTARLOS EN UN NEGOCIO					

DECISIONES

ACCIONES

SERVICIOS



¿Cómo hacerle para ofrecer más opciones a sus clientes, recibir el dinero y gozar tanto de una operación segura como satisfactoria y prospera?

Lo primero es que en México ya existe la posibilidad de aceptar tarjetas de crédito si usted así lo desea, su empresa puede habilitar estos servicios.

Pero el pago mediante las tarjetas bancarias, no es el único mecanismo para recibir el dinero de sus clientes, y desde hace ya algunos años han surgido opciones alternativas, cómodas, seguras y convenientes tanto para su negocio como para sus clientes. También es posible recibir pagos mediante algunas versiones de tarjetas de débito.

Entre las alternativas de pago destacan los servicios intermedios que cada día se comienzan a usar más. Estos servicios permiten a los consumidores depositar fondos y solo entonces destinarlos a los comercios.

También existen pagos mediante la Banca Electrónica en los que –a través de su carrito- el cliente envía una solicitud de transferencia entre cuentas bancarias, solicitud que el cliente podrá confirmar en su banca electrónica.

EL FLUJO DE PAGO FUNCIONA DE LA SIGUIENTE MANERA:

1.- El cliente selecciona el producto, completa los datos de pago y pulsa el botón continuar.

DECISIONES

ACCIONES

SERVICIOS

2.- El navegador web del cliente "cifra" la información. Esto quiere decir que la información se convertirá en datos cifrados bajo claves que solamente el receptor válido para descifrar.

3.- El vendedor renvía los datos de la transacción a su "pasarela de pago".

4.- Una vez la pasarela de pago del vendedor ha recibido los detalles, renvía la información a su banco adquirente.

5.- El banco adquirente envía la información al banco donde se emitió la tarjeta del cliente para realizar la autorización.

6.- Este banco emisor envía una respuesta al intermediario de pago. Esta respuesta se realiza a través de un código y determina si la operación ha sido aprobada o rechazada.

7.- El flujo de pagos recibe la respuesta y la comunica al sitio web, desde donde se le informa al cliente.

8.- El banco adquirente depositará el dinero aprobado en su cuenta, es decir del negocio vendedor.

EL RETO DE LA INTEGRACIÓN ENTRE EL SITIO WEB Y LOS MEDIOS DE PAGO

Ahora describiremos -lo principal- acerca del proceso de integración entre su sitio web, su sistema de "carrito de compras" y las opciones de pago que ofrecerá a sus clientes.

DECISIONES

ACCIONES

SERVICIOS

UNA LISTA DE INGREDIENTES:

Host. Servicio de alojamiento de websites o lugar dónde residirá su tienda en internet.

El website. La propia tiendita en Internet, el lugar dónde muestra sus productos y servicios.

El carrito de compras. Existen soluciones pre-fabricadas, la recomendación aquí es: Use uno probado. Puede ser uno que su medio de pago le recomiende.

Sus medios de pago. Elija las opciones para realizar sus pagos: tarjeta de crédito, intermediarios, monederos electrónicos o vinculación a la Banca Electrónica del cliente.

Aquí una recomendación asegúrese que tiene dominado la unión entre sus medios de pago y su “carrito de compras”.

Considere sus mecanismos de manejo de inventarios y vinculación con la logística.

Lo importante es tener bien claro cada paso del proceso que se llama “proceso de orden a entrega.”

Su empresa estará bien integrada al comercio electrónico solamente cuando conoce las reglas de prevención de contra-cargos, las reglas de cuidado de la información de los clientes, las garantías y co-responsabilidad que tendrá con ellos y cuando sabe emplear diferentes formas para darse a conocer y hacer crecer su prestigio y sus ventas en el mundo virtual.

El desarrollo de una exitosa tienda en Internet tiene que ver con el diseño de los pasos o procesos por los que pasará una venta e integrarlos.

Primero elija los medios de pago que usará. Consulte que soluciones de carrito de compras son compatibles con ellos.

MEDIOS DE PAGO: TARJETAS BANCARIAS Y SU INTEGRACIÓN

La principal ventaja de aceptar tarjetas bancarias es abrir la opción al método más aceptado de pago en Internet. Su negocio en Internet hoy puede ser preparado para aceptar tanto las tradicionales tarjetas de crédito como algunas de las tarjetas de débito.

La desventaja de las tarjetas bancarias, es que el proceso para obtener una terminal punto de venta virtual VPOS, por sus siglas en inglés, además de ser un proceso que requiere trámites con los bancos también requerirá integrar sistemas en su sitio.

Vale la pena mencionar que las Tarjetas Bancarias, en especial las de crédito son el medio que más aceptación ha ganado entre los clientes para comercio electrónico. Por ello si esta es la decisión que quiere emprender, estos son los pasos que lo pondrán en el camino correcto.

Las cuentas para recibir pagos mediante tarjetas de crédito necesita una cuenta tipo "terminal VPOS para aceptar pagos por Internet" o motor de comercio electrónico. Estas cuentas en otros países se conocen como "merchant accounts".

Este tipo de cuentas representa el acuerdo entre su negocio y un procesador de pagos para autorizar las

transacciones, pasarlas por intermediarios y finalmente colocar los fondos en su cuenta bancaria.

Por este servicio empresas como Visa, MasterCard, American Express y otros procesadores de tarjetas de crédito cobran una tarifa, que es normalmente un porcentaje de cada transacción, más una cantidad fija por transacción.

La cuenta VPOS de su negocio también operara como una “pasarela de pagos” o conocido como “payment gateway”.

Esto es un portal seguro que se vincula a su carrito de compras y envía la información a las cuentas para autorización y transferencias.

En conclusión esta “pasarela de pagos” es similar a las terminales punto de venta, como las que vemos en los negocios tradicionales pero es específica para internet. Es un “Punto de Venta Virtual (V-P-O-S)”.

PARA ELEGIR UN BANCO O SERVICIO FINANCIERO:

Ahora, las consideraciones a tomar en cuenta para elegir un banco o servicio financiero serán:

- Pregunte por la comisión por transacción que le cobrarán. Suele ser diferente.
- Pregunte por los días de depósito en los que el banco que le provee el servicio –que se llamará

"banco adquirente" y que le pagará a usted. Algunos son plazos muy cortos y otros se tardan hasta 15 días.

- Pregunte si existen comisiones variables o anuales.
- Y obtenga la lista completa de requisitos.
- También pregunte si le recomiendan algún "carrito de compras" o desarrolladores de páginas web, que sean capaces de integrarse con ellos.
- Además de los pagos mediante tarjeta de crédito, le recomendamos conocer otros servicios de pago. Suelen ser más fáciles de dar de alta y como todos tienen ventajas y desventajas.

MEDIOS DE PAGO: BANCA ELECTRÓNICA

Como alternativa a las tarjetas bancarias, la Banca Electrónica se puede usar para con toda la confianza y tranquilidad aceptar el cargo o lo rechazarlo.

La banca electrónica puede usarse como alternativa a las tarjetas de crédito para transferir pagos.

Muchas de sus capacidades son sub-utilizadas, ya que la mayoría de las personas la emplean simplemente para ver sus saldos. Las operaciones más habituales que se ofrecen son:

- Apertura de cuentas nuevas
- Consulta de saldo y últimos movimientos de cuentas
- Consulta de saldo y últimos movimientos en tarjetas de crédito
- Transferencias bancarias
- Consulta de tasas de interés
- Consulta de cambio monetario
- Consulta de índices bursátiles (bolsa de valores)
- Pago de productos en Tiendas virtuales



USAR LA BANCA ELECTRÓNICA COMO MÉTODO DE PAGO

Puede configurar su tienda virtual para que recibir pagos mediante una transferencia electrónica.

En pocas palabras sus clientes al comprarle por Internet, podrán tener la opción de enviar a sus cuentas bancarias una solicitud de pago.

Solo entonces, el cliente entrará a su propia Banca Electrónica y aceptará el cargo o lo rechazará.

Como la información del cliente nunca es solicitada, tampoco usted tendrá que hacerse responsable de cuidar esa información.

Es una solución elegante, sencilla y muy segura, simplemente requiere que más personas la conozcan.

Pero necesita un proveedor de servicios que sirva como intermediario para ofrecer este medio de pago.

Hoy el uso de la Banca Electrónica como medio de pago es menos conocido al ya tradicional pago por tarjetas de crédito.

2 PUNTOS DE ATENCIÓN A LOS CLIENTES:

La Confianza: La confianza es el elemento básico en las relaciones de negocio por Internet, es la esencia.

DECISIONES

ACCIONES

SERVICIOS

La Seguridad: Las medidas de seguridad son un aspecto en el que no se deben escatimar esfuerzos, ni recursos.

El resultado tanto de bancos como de los empresarios en el comercio electrónico dependerá de la confianza ante el cliente.

CONOCIMIENTO, MANEJO Y PREVENCIÓN DE CONTRA-CARGOS

En comercio electrónico los contra cargos son aquellas solicitudes del cliente para que no se realice el pago de un bien adquirido.

INTRODUCCIÓN A LOS CONTRA-CARGOS

Pero en el comercio electrónico también debe conocer y protegerse estando preparado con respecto a los "contra-cargos". Que son compras que ha hecho un cliente y que por diversas razones, algunas perfectamente legales y otras de mala fe, se niega a reconocer.

Entre ellas, la cobranza de un producto duplicado, errores en el procesamiento del cobro, producto no recibido, problemas técnicos, entrega tardía o

DECISIONES

ACCIONES

SERVICIOS

Desde el punto de vista del vendedor los contra-cargos son indeseables, pero se deben comprender también como mecanismo de fomento a la confianza y protección de los clientes.

defectuosa e inclusive una operación de venta sospechosa.

Este es uno de los temas más temidos por las empresas, ya que en algunos casos existe la posibilidad de que se pierda el producto o servicio por completo y que existan multas o hasta la cancelación de un medio de pago.

Si bien los “contra-cargos” ayudan a fomentar la confianza de los consumidores y apoyarlos, también tienen un costo que hay que prevenir –es importante que los negocios en sus esfuerzos por protegerse de ellos, no hagan tan difícil el proceso de compra a un cliente que este mejor se vaya a otro lado.

Las empresas que emprenden en Internet deberán prepararse para estos sucesos, que son similares a las “mermas” que existen en todos los negocio.

De acuerdo a la naturaleza de su negocio las pérdidas por estos contra-cargos podrían afectar un porcentaje muy bajo de sus ventas. Pero en realidad lo que es peligroso e inclusive puede ser los costos por horas hombre dedicadas a la resolución de las penalizaciones y descalificaciones.

Un contra cargo es una señal de que su negocio ha tenido un problema con un cliente.

Estas señales pueden generar, el costo de los productos perdidos, costos por penalización, y si son frecuentes los contra cargos contra su empresa, también podrá recibir penalizaciones o perder su contrato con el medio de pago en cuestión. Finalmente hay “listas negras” para

DECISIONES

Plan de prevención de contra-cargos

ACCIONES

SERVICIOS

negocios que sufren muchos de ellos y salir de estas listas también tiene un costo.

Desde el punto de vista del vendedor los contra-cargos son indeseables, pero se deben comprender también como mecanismo de fomento a la confianza y protección de los consumidores.

Lo que aumenta el malestar y preocupación es que estos reclamos pueden ser justificados o bien pueden ser de mala fe. Por ellos los negocios buscan comprenderlos, conocerlos, prevenirlos y prepararse para las pérdidas que pueden resultar de ellos.

Conoceremos las razones por las que surgen los contra cargos, su proceso y consejos prácticos para que su negocio trate apropiadamente con este mecanismo de protección del comercio electrónico.

Los contra-cargos son una medida empleada alrededor del mundo, que sirven en parte para fomentar un ambiente de confianza y seguridad para el consumidor y ofrecerle mecanismos para protegerse de mala practica.

También es cierto que las pérdidas –vistas por los empresarios como una forma de merma- del valor de las ventas vía comercio electrónico.

Los contra-cargos pueden suceder por Transacciones Fraudulentas, o cuando una tarjeta es usada sin consentimiento del tarjetahabiente que es la forma más común pero también por crédito no procesado, por devoluciones o artículos duplicados, envíos erróneos, artículos no-recibidos, problemas durante la cobranza o

autorización, entrega Tardía, estafa y hasta compras sospechosas.

UN CONTRA-CARGO TIENE LOS SIGUIENTES PASOS:

1. El comprador presenta una queja a su banco -o medio de pago- acerca de la transacción errónea.
2. El banco revisa si la disputa es válida.
3. Si el banco determina que la solicitud no es válida la disputa simplemente es rechazada.
4. Si el banco ve un potencial error, se le provee un crédito provisional al tarjetahabiente.
5. El banco inicia el proceso de contra cargos.
6. El banco investiga la validez del contra cargo con el comercio solicitando cierta comprobante de aceptación de cargo que el comercio debe entregar dentro de los primeros 5 días hábiles y el banco responderá en un lapso que puede ir desde los 30 días y hasta 6 meses.
7. Si se encuentra que el contra cargo no es válido, lo declinan. Asumiendo que el contra cargo es válido, el monto de la operación es removido de la cuenta del vendedor y el banco le notifica al emisor el resultado.

Si la documentación provista es satisfactoria, el reclamo por contra cargo es denegado y al cliente le será debitado el dinero de la tarjeta. Si los documentos son insatisfactorios, el monto del contra cargo le será abonado al cliente por el banco.

ENFRENTANDO LOS CONTRA-CARGOS

Un contra-cargo honesto es iniciado por un cliente que no encuentra otra opción o a nadie que atienda a su problema.

La mejor prevención es atender a los clientes y monitorear el impacto real de los contra-cargos.

En cliente satisfecho en comercio electrónico tiende a repetir más que en medios tradicionales.

Analice el valor de ventas repetitivas contra la pérdida por esta merma.

A continuación se muestran los documentos que pueden ser solicitados a un negocio cuando enfrenta un contra-cargo, dependen de las políticas establecidas por los medios que el negocio emplee.

Cuando se tiene, comprobante de mensajería al domicilio del tarjetahabiente que tenga registrado el banco y recibida la mercancía por una persona autorizado por el tarjetahabiente. Esto aplicará para los casos en que entregó un producto físico en una dirección y tiene una firma de recepción.

Y se debe mencionar que American Express por contrato no revisa documentación y todo es contra cargado inmediatamente

Para disminuir el impacto de los contra cargos en su operación de comercio electrónico se recomienda lo siguiente:

En primer lugar, se debe ofrecer el mejor servicio posible al cliente de esta manera los clientes no tendrán que tomar la medida de quejarse de la transacción con su banco.

En segundo lugar, es muy importante prevenir transacciones fraudulentas y el uso no autorizado de tarjetas.

- Órdenes grandes que parecen estar más allá del rango normal. Especialmente si se trata de un cliente nuevo.
- Los pedidos de artículos de alto costo. Un cliente nuevo ordenando artículos de alto costo debe ser sujeto al escrutinio del proveedor de cobro mediante un proceso de validación telefónica o algún otro medio en tiempo real en la cual se valida la compra y al titular de la tarjeta.
- Múltiples pedidos realizados dentro de un corto período de tiempo. Este puede ser un signo de uso no autorizado de una tarjeta.
- Diferentes direcciones de facturación y envío. Es aconsejable verificar con el comprador y comprobar con el banco si el uso de la tarjeta está autorizado en alguna de estas direcciones.
- Los pedidos que demandan entrega urgente o de un día. Los pedidos, especialmente los más grandes, que solicitan entrega más rápida deben ser investigados, especialmente con nuevos clientes.
- Pedidos realizados con el uso de correos electrónicos gratuitos como Yahoo o Hotmail. Defraudadores rara vez revelan su verdadera identidad y en su lugar utilizan proveedores de correo gratuito para colocar sus pedidos.
- Múltiples pedidos realizados utilizando diferentes tarjetas de crédito, pero se entregan a una sola dirección. Entregas internacionales donde no es aplicable el Servicio de Verificación de Direcciones.

DECISIONES

ACCIONES

SERVICIOS

- Verificar con su empresa proveedora de servicios de pago que opciones de seguridad le ofrece.

SUGERENCIAS PARA PREVENIR CONTRA-CARGOS

Recuerde balancear entre las medidas de prevención y las barreras o revisiones exhaustivas que podrían causar que sus clientes se vayan a otro lado donde sea más fácil comprar.

Por lo general las ganancias del comercio electrónico superan por mucho las pérdidas por el contrario cargos.

- Proporcionar a los clientes toda la información de contacto posible además de un buen servicio. De esta manera, se le alienta a dirigir quejas primero, antes de llamar a su banco emisor para solicitar un contra cargo.

Conforme avance en su conocimiento de la materia de comercio electrónico, conocerá que inclusive hay servicios que pueden ayudarle a resolver los problemas de fraude, de contra cargos y que le proveen servicios de intermediación de los pagos.

- Ser claro con la política de devoluciones, así como con políticas de envío, y asegurarse de que el cliente las entienda claramente antes de hacer alguna transacción.
- Aparte de verificar la dirección de facturación y el código de seguridad, solicitar el nombre del banco emisor como una de sus políticas de compra.

- Enviar siempre correos electrónicos de confirmación al cliente. Estos deben ser automatizados y deben contener la factura. Una vez enviados los artículos, enviar otro correo de confirmación para proporcionar detalles del envío y la información de rastreo.
- Cuando la dirección del envío es diferente de la dirección de facturación, confirmar la información y ejercer cautela.
- Muchos consumidores presentan un contra cargo cuando no reconocen el cargo hecho en el estado de cuenta de su tarjeta de crédito. Así que hay que asegurarse de que se refleje el nombre de la empresa que presta el servicio de procesamiento de pagos.

Este tema causa mucho malestar, pero es mejor prepararse y saber que en alguna medida estas mermas existirán en su negocio.

Las recomendaciones son mantenerse muy atento de las políticas que usan sus medios de pago para los contra-cargos, crear las mejores relaciones con sus clientes y ofrecerles mecanismos para que lo contacten a usted primero y usted pueda atenderlos antes de estos casos.

PRÁCTICAS DE SEGURIDAD PARA COMERCIO ELECTRÓNICO

Tanto para tener la mayor confianza en sus herramientas de seguridad, como para dar confianza a sus clientes en línea, es importante mostrar con claridad sus medidas de seguridad.

Las mejores soluciones de seguridad inspiran esa confianza a los compradores. Una seguridad bien planificada también contribuye a aumentar las ventas y la satisfacción del cliente.

Los sitios que se preocupan por garantizar el uso adecuado de la información de sus clientes, consideran implementar mecanismos que avalen su operación, dichos mecanismos pueden ser los sellos o distintivos de seguridad mismos que se publican bajo un logotipo en los sitios de compra y que permiten ligar -al dar clic sobre ellos- ir a una página actualizada en donde informa que el sitio utiliza esos servicios para asegurar su información.

SEGURIDAD ES:

Hacer negocios solo con instituciones financieras y comerciantes de Internet que conozca y en los cuales él cliente deposite su confianza.

- Tener cuidado con los sitios que intentan parecerse a una institución financiera. Tener la precaución de revisar que la dirección web del banco sea correcta

DECISIONES

ACCIONES

SERVICIOS

- Instalar, usar y actualizar regularmente programas anti-virus y anti-spyware en la computadora
- Considere la posibilidad de usar un firewall personal para evitar que los hackers invadan su computadora personal, especialmente si utiliza una conexión a internet DSL o cable módem.
- Un firewall puede hacerlo prácticamente "invisible" en Internet y le ayudará a bloquear las comunicaciones de fuentes no autorizadas
- Si utiliza una conexión inalámbrica, tenga la precaución de encender todas las funciones de seguridad.
- En su red inalámbrica usará una contraseña y es un nombre incluido en todos los paquetes de una red inalámbrica Wi-Fi para identificarlos como parte de esa red.
- Asegurarse de que la computadora esté actualizada con los parches de seguridad para su sistema operativo y aplicaciones.
- Nunca dejar la computadora sin vigilar mientras se está usando cualquier servicio de inversión o de banca electrónica.

PROTECCIÓN DE DATOS DE LOS USUARIOS Y EL *PHISING*

PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES.

Cada día más y por leyes y la práctica internacional ya no es posible "simplemente pedir, usar, guardar y transmitir los datos de los clientes" como lo podíamos haber hecho antes, sino que además en comercio

DECISIONES

ACCIONES

SERVICIOS

Establezca objetivos para la
promoción



electrónico debemos asegurar que los cuidaremos – inclusive hay sanciones y pérdida de permisos.

¿QUÉ ES EL *PHISING*?

También hay que cuidarse del *Phishing*. Una de las formas de estafa más dañinas es esta forma que tienen estafadores de hacerse pasar por una organización genuina y estafar a las personas. Por ejemplo presentarse en internet como una tienda, con el mismo nombre, colores y marca, siendo en realidad una farsa.

RESPUESTAS ANTE ESTAS AMENAZAS Y CÓMO PROTEGERSE MEJOR:

MasterCard SecureCode. Es un servicio de seguridad para protegerlo contra el uso no autorizado de las tarjetas MasterCard en los comercios participantes. El comercio contrata este servicio ante MasterCard para garantizar la seguridad en la operación.

Verified by VISA. Es una "Contraseña Personal" que genera el propio Cliente y que es solicitada como una medida de seguridad adicional al momento de hacer las compras en Internet, siendo así el mismo Cliente la única persona que puede utilizar su tarjeta VISA para realizar compras en línea.

American Express Bank. Esta establecida en México como una institución de Banca Múltiple con una plataforma propietaria. En cuanto a comercio electrónico vale la pena señalar que tiene políticas de

DECISIONES

ACCIONES

SERVICIOS

altos estándares tales como aplicar los aplicar los contra-cargos automáticamente.

Para mayor información acerca de estos proveedores contacte a sus representantes directamente.

PERMISOS DE SU PERSONAL Y LA INFORMACIÓN DE SU NEGOCIO

- Permitir que sólo los usuarios autorizados tengan acceso a los sistemas, a las aplicaciones de datos y a las redes.
- Responsabilidad: Determinar quién lleva a cabo una acción determinada.
- Debe quedar por escrito y ser específico. De esta forma se puede determinar el autor, el hecho y el momento de la ejecución.
- Demostrar y comprobar periódicamente que se aplica el nivel de protección de seguridad deseado.
- Deberá crear políticas acerca de los permisos de uso de información de su sitio en internet para definir, mantener, supervisar y modificar la información. Y mantenerlas personalizadas y actualizadas.

DECISIONES
ACCIONES
SERVICIOS

Definir permisos, roles y responsabilidades

Definir políticas

Asegura su cumplimiento

LOS SISTEMAS DE SEGURIDAD EN INTERNET SE BASAN EN CUATRO ASPECTOS:

1. Autenticación: tener certeza de quien está al otro lado de la computadora.
2. Confidencialidad: solo el receptor podrá leer el mensaje
3. Integridad: los datos serán completos y consistentes
4. Irreputabilidad: las transacciones realizadas en Internet no deberán ser desconocidas por sus autores.

La confianza asegurando los aspectos de seguridad, es el mejor camino para ganar clientes que suelen muy fieles.

EL SELLO DE CONFIANZA AMIPCI



Es un distintivo otorgado por la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI) para sitios de Internet en México, a través de un sello electrónico con un certificado digital adjunto, que reconoce a los negocios o instituciones que promueven el cumplimiento de la privacidad de la información y están legítimamente establecidos.

Brinda credibilidad a los usuarios y clientes respecto del correcto tratamiento de sus datos personales y de la privacidad de su información.

Es el único sello en México que reconoce el compromiso legal respecto del cumplimiento de las normativas de privacidad y protección de datos personales en línea

DECISIONES

ACCIONES

SERVICIOS

Implante sellos de seguridad en su sitio web



aplicables, así como el Código de Ética de la AMIPCI y el contrato los negocios que adoptan del Sello de Confianza AMIPCI® .

Permite abrir nuevos canales de negocio y oportunidades de crecimiento en el mercado digital para posicionar su marca, productos y/o servicios.

Garantiza el ejercicio de los derechos ARCO (Acceso, Rectificación, Cancelación y Oposición) de los titulares de la información.

Resulta una ventaja competitiva por ser el único certificado de su tipo en México.

LOS 5 INGREDIENTES DEL COMERCIO ELECTRÓNICO. LOS INVENTARIOS EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO

En comercio electrónico tarde o temprano tendrá que estudiar el punto de los inventarios.

Como sabe puede hacer comercio electrónico, desde una operación de negocio con pocos clientes a la semana hasta las operaciones que en algunos lugares del mundo ya se están moviendo a almacenes automatizados y que emplean la ayuda de robots para su operación.

Los grandes negocios en comercio electrónico del mundo –algunos que ya existen en México- han empezado en pequeño.

DECISIONES

ACCIONES

SERVICIOS

Prepare la información en sus productos y servicios para ser localizados mejor.

Hay dos momentos en la existencia de una organización que marcan la evolución desde ser un negocio que empieza hasta convertirse en uno de clase mundial.

Esos 2 puntos de salto son: primero cuando su tienda en internet ya tiene la información acerca de sus productos y servicios y sus existencias, pero esta información la captura y la actualiza cada vez que hay una venta, es decir en forma manual.

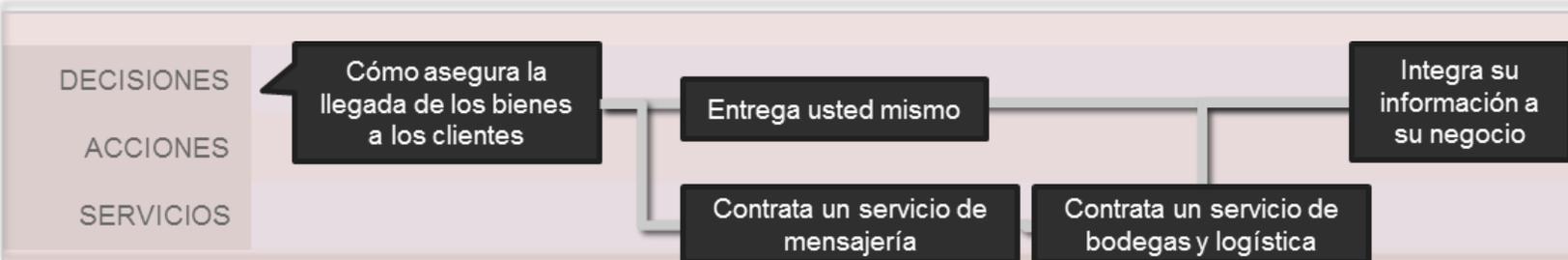
El segundo nivel que ya habla de un avance de clase mundial, es cuando su información de inventarios, tal como existencias se intercambia en forma sistematizada entre su tienda en internet y su administración física.

Muchos negocios especialmente cuando son pequeños no tienen inventarios o solo compran las cosas cuando una venta sucede.

La clave es estar muy atentos al momento en que suceden las ventas para poder atenderlas, es un error común que las ventas lleguen a una cuenta de correo desatendida.

Recuerde que cuando su negocio crezca deberá evolucionar dando esos 2 saltos: integrar su información de existencias y posteriormente actualizarla con el apoyo de algún sistema informático.

Nota: Estos sistemas son normalmente conocidos como ERP. Por sus siglas en inglés *Enterprise Resource Planning* o a menudo "Sistemas de Gestión Empresarial".



LAS 3 COSAS A RECORDAR EN ENTREGA, INFORMACIÓN Y SU ADMINISTRACIÓN:

1. Haga su lista de pasos del proceso orden a entrega, ahí incluya el procedimiento que tomará para realizar sus envíos cuando tenga pedidos.
2. Mantenga su información de disponibilidad actualizada en Internet.
3. Y finalmente considere el empleo o la integración de su comercio electrónico con un sistema informático para la administración de su empresa.

PROCESO DE PASOS DESDE UN PEDIDO HASTA LA ENTREGA

El proceso de orden a entrega es la columna vertebral para su negocio en Internet.

El camino para el triunfo en un negocio de comercio electrónico es el proceso desde que llega una nueva orden o pedido hasta que se entrega. **Conocido como proceso de orden a entrega.**

Es tan claro como una lista de pasos y acciones. Comience con cada uno de los pasos que se dan desde que un cliente le hace llegar un pedido hasta el momento en que lo cobra y lo entrega.

Esta lista puede ser menos detallada al principio, cada paso lo podrá ir detallando conforme avance en su plan de acción.

¿Sabía usted que en un restaurante de clase mundial un mesero debe realizar 11 pasos desde que llega un

DECISIONES

La información de inventarios esta integrada automáticamente entre su negocio y su sitio web

ACCIONES

La información de inventarios es actualizada manualmente entre su negocio y su sitio web

SERVICIOS

cliente hasta que es bienvenido? -¿Qué pasos deberá su negocio realizar desde que llega un pedido hasta que lo entrega?

Alrededor de este proceso, vendrán los temas de negocio, de tecnología, de medios de pagos, incluirá sus pasos para el manejo de inventarios -si es que su negocio los tiene- y el proceso continuará hacia la entrega de los bienes y servicios.

Más allá de este proceso podrá incluir las formas en las que mantiene viva la relación con sus clientes, cómo los consiente, cómo les hace la vida fácil y como asegura que es agradable comprarle a usted.

Muchas empresas nunca realizan esta lista que se vuelve la guía general para todo lo que su negocio es a través de internet.

El proceso de orden a entrega, es la clave que a menudo se olvida y que hace la diferencia entre los casos de triunfo y los dolores de cabeza en comercio electrónico.

SERVICIOS DE MENSAJERÍA Y LOGÍSTICA

Antes que el carrito de compras revolucionará el comercio y los pagos por Internet lo convirtieran en un fenómeno mundial. El primero de los pilares del comercio electrónico, fue puesto el 26 de abril de 1956

DECISIONES

ACCIONES

SERVICIOS

Investigue con calma las opciones de servicios de entrega y logística

El primero de los pilares del comercio electrónico, fue puesto el 26 de abril de 1956 en el puerto de Newark, New Jersey.

en Newark New Jersey, nos cuenta Marc Levinson en su famoso libro "The Box".

"Ese día, por primera vez en la historia alguien colocó 58 cajas de tráiler en un barco. Y el contenedor nació, el mundo se hizo pequeño y la economía global se hizo más grande" –escribe Levinson.

Los servicios de mensajería, tienen la tarea de entregar sus productos, mejor y en forma más eficiente.

También han evolucionado a convertirse en negocios de logística, es decir a ayudarlo a integrar pasos más complejos de movimiento de bienes y hasta ofrecerle bodegas administradas.

Usted podrá hacer un contrato con alguna de las empresas de mensajería, entrega y logística.

Las empresas de mensajería que han participado en este estudio se han mostrado muy abiertos a la posibilidad de ofrecer más y mejores servicios, especializados a las necesidades de los empresarios en México.

Sin embargo estas cuentas especiales -para comercio electrónico y sobretodo para pequeñas empresas- aún no se ofrecen en México por ninguna de las empresas de envíos que operan en México.

DECISIONES

ACCIONES

SERVICIOS

Tener inventarios actualizados en forma automática o manual entre el sitio web y la operación física.

Lo mejor que puede obtener es una cuenta de volumen, pero por supuesto si su negocio es aún pequeño cada envío será visto como caso por caso.

Por ello la recomendación es darse el tiempo para investigar las opciones a detalle, visite las oficinas de las empresas de mensajería –dependiendo el tamaño de la operación y los productos que enviará, es posible que no quiera ir a una sucursal sino a las oficinas centrales, llame e investigue a satisfacción antes de ir.

Mientras tanto e independientemente de la mensajería y logística que usted use, su proceso de entrega se ligará normalmente con los avisos de nuevas ventas que recibirá de su tienda en internet, típicamente de su carrito de compras y ya entonces sabrá usted como operar sus inventarios y vincularlo con sus servicios de entrega.

- Si sus productos son delicados pregunte por garantías y obténgalas por escrito.
- Ensaye envíos, sus primeros envíos tendrán mermas y fallas.
- Prepárese para atender y resolver problemas con el cliente. Tome precauciones de forma que nunca deje al cliente pagando por un error de envío.
- Mantenga comunicación abierta con el cliente y a menos que tenga razones para sospechar no desconfíe.
- Si pretende enviar productos fuera de México, consulte con su empresa de mensajería o agente aduanal si es posible, los costos y la preparación necesarias

DECISIONES

ACCIONES

SERVICIOS

Implanta un sistema de gestión que esta armonizado con su operación en internet

LOS 5 INGREDIENTES DEL COMERCIO ELECTRÓNICO. LEGISLACIÓN VIGENTE EN MÉXICO Y EVOLUCIÓN DE SU NEGOCIO EN INTERNET

RESPONSABILIDAD EN EL MANEJO DE INFORMACIÓN DE CLIENTES

El manejo de la información de sus clientes ha cambiando y es un tema que cobra mayor seriedad cada día.

Con respecto a obtener información de las personas, ¿sabía usted que este tema se esta volviendo inclusive uno sobre el qué le podrían pedir cuentas? ¿Y que legalmente lo pueden hacer responsable del manejo de esa información?

Si usted tiene información de sus clientes deberá asegurar –que la usará únicamente para los fines que el cliente le autorizo.

También deberá asegurar que esa información no la venderá, rentará, prestará, o entregará en forma alguna a otras personas u organizaciones que no la deban tener.

Y además deberá asegurar que tiene procedimientos para cuidar y proteger esa información.

DECISIONES

ACCIONES

SERVICIOS

Establezca presupuestos y tiempos para probar servicios de promoción

Entonces pregúntese si realmente necesita preguntarle a su cliente cosas como su fecha de cumpleaños o estado civil o festival favorito.

La legislación esta evolucionando constantemente en este respecto y varia de país a país. Pero sobretodo para la información que usted conserva en su empresa, las recomendaciones son las siguientes:

- Primero establecer políticas para el manejo de la información de clientes por Internet en su empresa.
- Posteriormente marcar los mecanismos, los responsables, los permisos y las formas en las que asegurará que estas políticas se cumplirán.
- Después debe revisar lo establecido por los medios de pago que ha elegido emplear en su negocio en internet y checar que sus políticas sean compatibles con ellas.
- Manténgase informado en este respecto al participar con la AMIPCI - Asociación Mexicana de Internet.

DECISIONES

ACCIONES

SERVICIOS

Procedimientos para el cuidado de la información de clientes.



SECRETARÍA DE ECONOMÍA – PROFECO. COMERCIO ELECTRÓNICO

A continuación se presentan las directrices para la protección de los consumidores en el contexto del comercio electrónico para México.

Las leyes, políticas y prácticas de protección del consumidor limitan las conductas comerciales fraudulentas, engañosas y abusivas. Dicha protección es indispensable para construir la confianza del consumidor y establecer una relación más equilibrada en las transacciones comerciales entre proveedores y consumidores.

La inherente naturaleza internacional de las redes digitales y las tecnologías de computación que comprende el mercado electrónico requiere un acercamiento global a la protección del consumidor como parte de marcos legales y de autorregulación del comercio electrónico, que sean transparentes y predecibles.

El ambiente de las redes globales desafía las habilidades de cada país o jurisdicción para tratar en forma adecuada los temas relacionados con la protección del consumidor en el contexto del comercio electrónico. Políticas nacionales que sean dispares pueden impedir el crecimiento del comercio electrónico, y como tal, los temas de protección del consumidor podrían ser tratados en forma más eficiente a través de las consultas internacionales y la cooperación. Los gobiernos de los países miembros de la OCDE han reconocido que la coordinación internacional de esfuerzos es necesaria para el

DECISIONES

ACCIONES

SERVICIOS

intercambio de información y para establecer un entendimiento general sobre cómo tratar estos temas.

Los gobiernos deben proveer a sus ciudadanos de una efectiva y transparente protección de los consumidores respecto del comercio electrónico. Existe una gran variedad de leyes de protección del consumidor que rigen las prácticas comerciales. Muchos países miembros de OCDE han comenzado una revisión de sus leyes de protección del consumidor y prácticas comerciales, para determinar si es necesario o no realizar cambios a éstas, para que abarquen los aspectos propios del comercio electrónico. Los países miembros también están examinando las formas a través de las cuales los esfuerzos de autorregulación pueden ayudar a proveer una efectiva y justa protección de los consumidores en ese contexto. Para alcanzar estos objetivos se requiere de un esfuerzo de cooperación global entre gobiernos, proveedores, consumidores y sus representantes.

En abril de 1998, el Comité de Políticas del Consumidor de la OCDE comenzó a desarrollar un conjunto de directrices generales para proteger a los consumidores que utilicen el comercio electrónico sin por ello crear barreras al comercio. Estas directrices representan una recomendación a los gobiernos, proveedores, consumidores y sus representantes, siendo las características principales para la protección de los consumidores de comercio electrónico. Sin embargo, nada de lo contenido en ellas restringe a los miembros a exceder estas directrices, ni impiden a los países miembros adoptar o mantener normas más rigurosas para proteger a los consumidores "en línea". El propósito

DECISIONES

ACCIONES

SERVICIOS

Manejo y cuidado de la información de clientes

de las directrices es proveer un marco y un conjunto de principios que ayuden:

- I) A los gobiernos en la revisión, formulación e instrumentación de políticas, leyes, prácticas, y regulaciones si fueran necesarias, para la protección del consumidor en el contexto del comercio electrónico;
- II) A las asociaciones de proveedores, las asociaciones de consumidores y los organismos de autorregulación, para que sirvan como guía de las principales características que deben ser consideradas en la revisión, formulación e instrumentación de esquemas autor regulatorios de protección del consumidor en el contexto del comercio electrónico:
- III) A los propios proveedores y los consumidores que establezcan relaciones a través del comercio electrónico, proveyéndoles de una guía clara de las principales características sobre el manejo y entrega de información y las prácticas comerciales que los proveedores deben observar y los consumidores deben esperar, en el contexto del comercio electrónico.



LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES EN POSESIÓN DE LOS PARTICULARES

México, D.F., a 21 de diciembre de 2011.

Publicado en el Diario Oficial de la Federación.

El presidente Felipe Calderón Hinojosa expidió este día el Reglamento de la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares, mismo que fue publicado en el Diario Oficial de la Federación.

El Reglamento es el resultado de la colaboración entre la Secretaría de Economía y el Instituto Federal de Acceso a la Información y Protección de Datos (IFAI), donde se buscó el equilibrio entre la debida protección de datos y un bajo impacto en los costos de cumplimiento para el sector privado.

En el Reglamento publicado hoy desatacan los siguientes elementos:

1.-ESQUEMAS DE AUTORREGULACIÓN.

Lo detallado en el Reglamento permitirá a los particulares contar con un esquema complementario para la protección de datos y al difundir estos mecanismos por parte de la Secretaría de Economía, en conjunto con el IFAI, se promueve la práctica y la atenuación de posibles sanciones.

2.-SOLICITUD DE PROTECCIÓN DE DERECHOS.

DECISIONES

ACCIONES

SERVICIOS



Permite a los titulares tener certidumbre de la garantía que otorga la Constitución ante el IFAI cuando este derecho fundamental sea vulnerado.

3.-PROCEDIMIENTO DE VERIFICACIÓN.

Permite al Instituto llevar a cabo las visitas a las empresas para corroborar el cumplimiento de la Ley y el Reglamento estableciendo los procedimientos correspondientes, de conformidad con la Ley Federal de Procedimiento Administrativo.

4.-PROCEDIMIENTO DE IMPOSICIÓN DE SANCIONES.

Permite a las empresas tener claridad de las disposiciones que el IFAI considerará para emitir alguna sanción. En este sentido, se contempla la garantía de audiencia para las empresas.

5.-ELEMENTOS DE SEGURIDAD.

Considera los elementos mínimos que las empresas deben observar para la adecuada protección de datos, tomando en cuenta el riesgo inherente al tipo de dato que trata, el desarrollo tecnológico y las posibles consecuencias de una vulneración.

6.-MEDIDAS COMPENSATORIAS.

En el Proyecto de Reglamento, se detalla que el uso medios de difusión masiva como una medida compensatoria para dar a conocer del Aviso de Privacidad en caso de que el volumen de datos

DECISIONES

ACCIONES

SERVICIOS



personales o su antigüedad sean una barrera para darlo a conocer. Con esto, se reducirán los costos y tiempos asociados de la puesta de disposición del Aviso a los titulares.

DECISIONES

ACCIONES

SERVICIOS



VÍNCULOS A LAS PRINCIPALES LEYES QUE REGULAN EL COMERCIO ELECTRÓNICO EN MÉXICO

LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR.

La presente ley es de orden público e interés social y de observancia en toda la República. Sus disposiciones son irrenunciables y contra su observancia no podrán alegarse costumbres, usos, prácticas, convenios o estipulaciones en contrario. El objeto de esta ley es promover y proteger los derechos y cultura del consumidor y procurar la equidad, certeza y seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores. [Conocer más](#)

CÓDIGO DE COMERCIO

Los actos comerciales sólo se registrarán por lo dispuesto en este Código y las demás leyes mercantiles aplicables. [Conocer más](#)

LEY FEDERAL DE DERECHOS DE AUTOR

Esta ley, tiene por objeto la salvaguarda y promoción del acervo cultural de la Nación; protección de los derechos de los autores, de los artistas intérpretes o ejecutantes, así como de los editores, de los

DECISIONES

ACCIONES

SERVICIOS



productores y de los organismos de radiodifusión.
[Conocer más](#)

LEY DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL

Las disposiciones de esta Ley son de orden público y de observancia general en toda la República, sin perjuicio de lo establecido en los Tratados Internacionales de los que México sea parte. Su aplicación administrativa corresponde al Ejecutivo Federal por conducto del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial. [Conocer más](#)

DECISIONES

ACCIONES

SERVICIOS

APÉNDICE A.

10 CONSEJOS PARA TRIUNFAR CON SU NEGOCIO POR INTERNET

Comenzar a hacer venta por internet puede llevar su negocio a niveles muy altos y ayudarlo a aumentar su base de clientes, pero lograr vender requiere más que simplemente tener un website. Aquí hay un resumen de consejos para hacer comercio electrónico exitoso.

UBICACIÓN, UBICACIÓN, UBICACIÓN

En el mundo físico, la ubicación se refiere al lugar ya sea ciudad, estado o vecindario en el que su negocio se localiza, ya sea cerca de una avenida, de una calle principal o en algún lugar más privado.

En internet la ubicación se define si las computadoras o servidores están en sus oficinas junto a usted, o están en una compañía de servicios de alojamiento, y otra alternativa es que su proveedor de acceso a internet le ofrezca este servicio.

Tanto en el mundo físico como en el mundo virtual de internet, la ubicación puede ser toda la diferencia, especialmente cuando se refiere al control que usted tendrá sobre su sitio web y sobre la confiabilidad.

MARCA Y NOMBRE

Hacerse de un nombre y una reputación es tan importante en el mundo del comercio electrónico como lo es en el mundo tradicional –tal vez más. El nombre de un negocio que la gente recordará debe corresponder a su nombre en línea o su nombre de dominio, De forma que sea fácil de recordar.

Las recomendaciones para un nombre de dominio se relacionan con las recomendaciones para una marca: debe ser fácil de recordar, debe tener atributos positivos y debe describir su negocio. Por supuesto muy pocas marcas y nombres de dominio logran tener los 3 atributos, pero es un gran principio.

Trate que su nombre sea corto, que no tenga connotaciones negativas en otros idiomas especialmente si son mercados hacia los que va a entrar.

PRIMERAS IMPRESIONES

La página principal de su sitio web es su primera y tal vez la última oportunidad que tendrá para genera una buena impresión. Un sitio atractivo puede llamar clientes, un sitio poco interesante o desagradable los puede alejar.

Los logotipos y su eslogan ayudarán a distinguir su sitio del resto, pero no debe exagerar con animaciones y efectos especiales. Manténgalo profesional. A menos que alguien en su equipo tenga talento para el diseño, lo mejor es contratar a un profesional para diseñar su sitio y establecer el escenario y ambiente que será



apropiado para su negocio en particular y para su audiencia meta.

Color, tipos de fuente, gráficas y la organización del sitio, todas ellas contribuyen a la impresión que un sitio brinda y no existe un templete que quede a todas las situaciones. Si el presupuesto es corto pida al profesional que únicamente diseñe la página principal.

BAJA RÁPIDO Y EN FORMA EFICIENTE

En el mundo actual reina la "gratificación instantánea", es decir la gente se ira de un sitio que no aparece rápidamente. Por esto asegure que su sitio esta en un servidor veloz y evite gráficas y otros archivos grandes que requieren mucho tiempo para cargar. Recuerde que la mayoría de las personas, especialmente en zonas rurales (quienes pueden ser excelentes clientes ya que no tienen muchas tiendas cerca), aún se conectan a velocidades menores.

FACILIDAD DE USO

Pocas cosas alejan tanto a los clientes como un sitio que es frustrante en su navegación y uso. Si la información esencial esta escondida debajo de múltiples capas, sin una forma clara y ágil de alcanzarla, usted perderá prospectos sin importar lo grandioso que sea su oferta.

Los botones o barras de navegación que guían a la información más frecuente o útil deberán ser mostrados en todas las páginas y en un mapa de navegación, con vínculos que ayudan a regresar o navegar cómodamente o a llegar a información más avanzada.

DECISIONES

ACCIONES

SERVICIOS

Evite que sus visitantes tengan que escarbar para encontrar información crucial. Por ejemplo costos de envío con la información de precios. En general buscar el número mínimo de clics para llegar hasta la compra.

INFORMACIÓN: TODA LA NECESARIA PARA HACER LA COMPRA

Lo único que es peor que información de difícil acceso, es información faltante. Provea especificaciones detalladas para cada uno de sus productos. Por ejemplo, una persona que quiere comprar una mesa, quiere saber el material, tamaño, si viene armada y otra información. Anticipe las preguntas generales y provea una sección con las preguntas más frecuentes acerca de su negocio, sus productos y servicios y la entrega, así como otra información importante. Por ejemplo sus políticas de garantías.

MEDIOS DE PAGO EN FORMA SENCILLA

Haga fácil para sus clientes pagarle. Sobra decir que deberá contar con diferentes opciones para recibir sus pagos, recuerde que hay alternativas para las tarjetas de crédito. Es importante poderle dar opciones a los clientes ya que esto facilita que le compren a usted en lugar de a otros sitios. También considere tener la opción de atender pedidos por teléfono o por correo.

Si es el caso, sus líneas telefónicas deben ser muy fáciles de encontrar. Muchos negocios proveen órdenes de pedido que inclusive se pueden imprimir ya que estudian sus productos por internet y realizan la compra por teléfono, por correo o en persona, así que si tiene



tiendas físicas, recuerde poner la dirección de las mismas.

SEGURIDAD DEL SITIO

El robo de identidad es una de las grandes preocupaciones del cliente actual y con toda razón. Los clientes no quieren proveer información delicada como números de tarjetas a menos que sepan que pueden confiar en usted y su negocio, pero sobretodo en sus métodos de asegurar que los datos estarán bien cuidados.

Ya no es suficiente asegurar que evitara el mal uso de su información, hoy debe mostrar que no permitirá que la información caiga en manos de quienes si pretenden hacer mal uso de ella.

La confianza en que los negocios pueden proteger la información de los clientes esta en duda ya que constantemente sabemos de problemas en estos temas. Por ello es esencial que tome este asunto con toda la seriedad, que lo comunique a sus clientes y ellos lo agradecerán con sus compras.

Su negocio en internet deberá usar información encriptada y usará certificados SSL para autenticación de la misma.

CUMPLIMIENTO LEGAL

Debe checar las leyes federales, locales y estatales que afectan a su operación. Estas estarán cambiando y evolucionando constantemente, por ello vale la pena

DECISIONES

ACCIONES

SERVICIOS



pertenecer o unirse a una Asociación o Cámara de Comercio donde pueda encontrar referencia y consejos.

PRESENCIA RELEVANTE

Sin importar que tan grandioso se vea su sitio y que tan fácil sea navegar por el e incluso realizar compras, nadie comprará en él a menos que sepan que existe. Deles aviso, haga que la voz se corra a través de promoción tradicional, prestigio de persona a persona mediante recomendaciones y también dedique un tiempo a conocer la nuevas estrategias mediante las redes sociales. Asegúrese de poner su dirección de internet en sus tarjetas de presentación, papel membretado o anuncios. Logre que su sitio sea enlistado en los grandes buscadores, o intercambie su dirección con otros grupos de interés y promueva su sitio ya que nunca sabe quien podrá ser su próximo cliente.

DECISIONES

ACCIONES

SERVICIOS

APÉNDICE B.

10 FORMAS PARA EVALUAR UN PROVEEDOR DE COMERCIO ELECTRÓNICO.

Si usted como la mayoría de las personas busca en internet términos como “website para comercio electrónico” o “desarrollador de comercio electrónico” o “carrito de compras”, como resultado encontrará una larga lista de proveedores que hacen una gran cantidad de promesas y que indican que su solución es la mejor. Hay cientos de proveedores para soluciones de comercio electrónico en internet. Para ayudarle a encontrar el mejor para sus requerimientos aquí le ofrecemos los siguientes consejos.

¿CÓMO EVALUAR SOLUCIONES PARA COMERCIO ELECTRÓNICO REALES?

Tenga cuidado con evaluar una decisión solamente a través de sitios de muestra que usan la solución ofrecida. Es mejor visitar sitios de clientes reales que usan el software. Si no encuentra sitios reales, continúe. ¿Cómo puede confiar en un proveedor que no le muestra el producto en acción?

Además de ver el diseño visual, visite el sitio y pruebe todo lo posible. La recomendación es agregar

DECISIONES

ACCIONES

SERVICIOS



productos y servicios al carrito y llevar el proceso de la compra tan lejos como pueda, antes de realizar una compra. En muchos casos encontrará que el proceso de compra es tedioso o que de hecho hay errores en el sitio.

Ahora enfóquese en el diseño visual de los sitios. ¿Se ven bien? ¿Usan un templete que es igual de un sitio a otro? Si le gusta lo que ve, agregue este proveedor a su lista de candidatos viables, pero deberá también averiguar acerca de los costos de diseño o adecuación de un sitio que posiblemente se requieren.

En el caso particular de México, asegúrese de que acepta las formas de pago de éste país y a que usted le interesa ofrecer a sus clientes.

No use un sistema de compras que requiere que el comprador cree una cuenta antes de realizar una compra ya que esto puede ser una barrera que reduzca su "tasa de conversión", la tasa de conversión es el ritmo o porcentaje de clientes que completan el proceso de compra contra los que lo abandonan.

Tampoco use un carrito de compras que muestra los costos de envío al final de la compra. Los clientes desean conocer la información antes de completar su pedido. Muchos abandonarán el proceso si se les pide información personal

DECISIONES

ACCIONES

SERVICIOS



EVALÚE SU LUGAR EN LOS BUSCADORES DE INTERNET

Vea que tan reconocido es el proveedor en los buscadores, para ello use el "Google page Rank" y analice los sitios que quiere analizar. Si el proveedor no se encuentra entre los primeros sitios, usted probablemente quiera trabajar con otro proveedor.

Seleccione unos pocos de los sitios que usan el software o solución que piensa usar y trate de encontrarlos en Google, Yahoo y otros buscadores importantes. Si no puede encontrarlos no es una buena señal. Una buena técnica es dar clic en un producto del sitio que esta evaluando, y luego ver si puede encontrarlo usando palabras clave que lo describan. Si después de intentarlo varias veces no puede encontrar ningún sitio, entonces es probable que los clientes tampoco lo puedan encontrar a usted.

EVALÚE CAPACIDADES Y COSTOS

Mire con cuidado las características que costarán más. La mayoría de los proveedores de servicios para comercio electrónico ofrecen una base de características a bajo costo. En muchos casos eso es todo lo que usted necesitará. Identifique las características que aumentarán el costo de forma que puede evitar una sorpresa después de haber iniciado.

Descubra que esta incluido en el costo inicial. Para muchos proveedores, usted, hará la mayoría del trabajo creando su propio sitio web. Considere cuanto tendrá que hacer por su cuenta y cuanto estará listo desde el

DECISIONES

ACCIONES

SERVICIOS

inicio. Una buena práctica es ponerle un valor a su tiempo.

¿El servicio le ofrece herramientas ya disponibles o incluidas tales como? Botones o secciones para programar envíos, ofertas, productos resaltados o especiales, testimoniales de clientes, botones para recomendar o enviar su página, botones o mecanismos para recomendar su página en las redes sociales.

Pruebe la herramienta de administración. Existen múltiples soluciones desde un simple “comprar ahora” que puede agregar a su sitio y que requieren niveles moderados de conocimiento técnico. Hasta herramientas completas de administración que le permiten controlar múltiples detalles con niveles muy bajos de conocimiento técnico.

Su solución dependerá de sus necesidades, del tiempo, presupuesto y de su nivel de experiencia. Por lo general si no domina los requerimientos para usar el software, es mejor seguir buscando.

¿Le permite la solución crear páginas o productos adicionales en forma fácil y sencilla? ¿Puede cada uno de sus productos contar con una propia página, para mostrar información detallada? Esta característica clave le dará muchos dividendos a futuro. Más páginas representan más oportunidades para que los buscadores encuentren sus productos.

EVALÚE EL SERVICIO A CLIENTE

Algunas soluciones se encuentran en un host o están en la nube, es decir funcionan a través de internet y usted

DECISIONES

ACCIONES

SERVICIOS

no contará con el software en sus computadoras sino en los servidores que su proveedor ha contratado para ello.

Una solución "en la nube" tiene la enorme ventaja de requerir menos conocimiento técnico y podrá tener la ventaja de contar con servicios para mantenerla operando. Si tiene preguntas contacta al proveedor, pero esta solución puede requerir pagos mensuales.

Si la solución requiere que usted instale software en su computadora o en su servidor web, esto requerirá un mayor conocimiento técnico. Cuando encuentre un problema deberá identificar si es su computadora, el software o su compañía de alojamiento.

Obtenga referencia. Contacte diferentes clientes y pregúnteles si están contentos. Sea específico. ¿Le dan buen servicio? ¿Sienten que reciben lo que pagan? ¿Obtienen ventas? Saber si otros empresarios logran ventas será sin duda una excelente señal.

Levante el teléfono y llame al proveedor. ¿Le comunican con un representante de ventas que no tiene conocimientos? ¿Lo dejan en línea esperando o nunca contestan? Use la opción para contactar a servicio técnico. ¿Cuánto tiempo es la espera?

Alcanzar la decisión correcta al elegir los servicios para comercio electrónico será la diferencia en los resultados de su esfuerzo. Evaluar las opciones requiere tiempo, pero revisar sus opciones cuidadosamente valdrá la pena desde el principio de su negocio en internet, hasta el progreso y futuro.

APÉNDICE C.

MENSAJES CLAVE Y SU LIGA A LA SERIE EN VIDEO

El comercio electrónico es un fantástico habilitador de posibilidades de negocio. La intención de estos videos es ofrecerle un panorama claro de lo que deberá tomar en cuenta para que su negocio sobresalga y triunfe sobre en Internet. Se anexa la liga en dónde puede encontrar cada tema.

CÁPSULA INTRODUCCIÓN AL COMERCIO ELECTRÓNICO

Ayudar a los empresarios mexicanos a aprovechar al máximo su entrada al comercio electrónico.



Este documento tiene una versión en video, dividido en capítulos y conducido por la actriz.

RAZONES PARA APROVECHAR EL COMERCIO ELECTRÓNICO:

- Dotar a su empresa de un nuevo canal de ventas hacia sus clientes
- Impulsar alguno de sus productos o servicios hacia un nuevo segmento
- Entrar a nuevos mercados
- Obtener el mayor de los resultados
- Evitar riesgos

**Khristian
Clausen**

ÁREA DE TEMAS QUE HAY QUE CONOCER.

1. Preparativos que su empresa debe realizar antes de entrar al comercio electrónico.
2. Relacionado a los temas de tecnología
3. Medios de pago
4. Mecanismos de entrega-sus productos y servicio pueden llegar a muchos clientes
5. Consejos para ayudarlo a saber que hacer para prosperar con consejos de puntos clave para el triunfo.

PARA VER ESTE TEMA EN VIDEO HAGA CLIC AQUÍ:

<http://www.mayahii.com/leccion/leccion.action?!=4269>

Si el hipervínculo de arriba ha cambiado [aquí puede encontrar todos los videos de la serie.](#)

CÁPSULA PREPARATIVOS PARA EL COMERCIO ELECTRÓNICO

Agrupar los diferentes pasos que hay que dar a modo de ingredientes básicos para el triunfo para su negocio en internet: Preparación, Tecnología, medios de pago, formas de entrega y consejos para prosperar.

- Un plan que detalla ¿por qué quiere estar en internet? ¿Por qué quieren hacerlo? Empezar un análisis de ¿por qué? quiere que su negocio se encuentre en internet
- Un presupuesto, que incluye expectativas de ingresos, de costos y tiempo
- ¿Qué saber antes de iniciarse en el comercio electrónico?

DECISIONES

ACCIONES

SERVICIOS

- ¿Qué aspectos de tecnología debo tomar en cuenta?
- La preparación para adoptar y aceptar los diferentes medios de pago que podemos usar y ofrecer a los clientes
- Cómo debo organizar a mi empresa para la entrega de productos y servicios a los clientes
- Aspectos legales y de práctica de negocio a saber para prosperar y crecer mejor en su negocio en internet.

PLAN DE EXPECTATIVAS

- ¿Qué obtendrá su empresa?
- ¿A qué costo?
- ¿En qué tiempo?
- ¿Quién tendrá la responsabilidad de lograrlo en su empresa?
- Importancia del proceso de orden a recepción de pago

FACTOR DE TRIUNFO EN INVENTARIOS

Inventarios-ya sean existencia de sus productos y acerca de cómo aseguran la pronta entrega de los mismos.

- Regla-Lo que ves es lo que obtienes. Es decir lo que sus clientes ven en internet será lo que es y lo que obtendrán no debe de haber sorpresas.
- Especial atención a la recepción de los pedidos. ¿Quién?, ¿Cómo? y ¿Cuándo? Estará pendiente de atender los pedidos y asegurarse que el proceso de pedido entrega se realice bien.

DECISIONES

ACCIONES

SERVICIOS

CÁPSULA TECNOLOGÍA PARA EL COMERCIO ELECTRÓNICO

- Preparación de su empresa y aspectos de Tecnología propios para hacer el comercio electrónico en México. Ya que lo que más importa al empresario es que la tecnología funcione muy bien, funcione siempre y que sea eficiente.

“Es decir que sea transparente de forma que los clientes se dediquen a comprar y los empresarios a prosperar.”

- La página web:
- La sucursal virtual de su negocio
- Presentara sus productos y servicios
- Tiempos de entrega
- Carrito de compras. Vinculan los productos y servicios los métodos de pago y finalmente envían los avisos para señalar que hay una nueva venta.
- Tecnología para administrar sus inventarios y su negocio.
- Proceso de toma de pedidos y ordenes de compra.
- Decisiones y opciones par el Hosting

PARA VER ESTE TEMA EN VIDEO HAGA CLIC AQUÍ:

<http://www.mayahii.com/leccion/leccion.action?!=4254>

Si el hipervínculo de arriba ha cambiado [aquí puede encontrar todos los videos de la serie.](#)

DECISIONES

ACCIONES

SERVICIOS

CÁPSULA PAGINA WEB PARA COMERCIO ELECTRÓNICO

Comprender los beneficios de negocio que debe emprender y las características de triunfo para el comercio electrónico.

- Decidir si construye una página web o monta su oferta de productos y servicios en mercados virtuales.
- La primera característica de un sitio web es que es capaz de presentar productos y servicios a los posibles clientes
- Segunda característica es la capacidad de comunicar pedidos u órdenes a atender
- La última es que es capaz de revisar la revisión de los pagos.

SI ELIGE DESARROLLAR UN SITIO WEB PROPIETARIO O EXCLUSIVO DE SU EMPRESA CONSIDERE:

- En este tipo de proyectos controlara directamente todos los aspectos y del mismo
- Buscara desde el Hosting, el nombre de dominio y lograra que su sitio cuente con un carrito de compras, integrado a los medios de pago que usara.

LAS CAPACIDADES A LOGRAR CON UNA PÁGINA WEB PARA COMERCIO ELECTRÓNICO INCLUYEN:

- Presentar productos y servicios
- Contar con un carrito de compras
- Contar con medios de pago

DECISIONES

ACCIONES

SERVICIOS

- Poder confirmar el proceso de entrega de productos o servicios
- Confianza que su página presente se convertirá en su prestigio clientes satisfechos ventas repetitivas

SI ELIGE COLOCAR SUS PRODUCTOS Y SERVICIOS EN UN MERCADO VIRTUAL CONSIDERE:

Como alternativa que requiere un proyecto de esta clase han cobrado mucha fuerza los mercados virtuales y este es el segundo tipo de presencia en internet para comercio electrónico al que nos referimos en ellos en lugar de diseñar, construir operar o administrar su propio sitio, simplemente colocará su oferta de productos en estos mercados virtuales que ya tienen las capacidades de integrar medios de pago y carritos de compra

PUNTOS CLAVE PARA EL TRIUNFO PARA CONSTRUIR UN SITIO PARA COMERCIO ELECTRÓNICO

1. Comience con su sitio web final en mente
2. Sea autocrítico y trate de pensar desde el punto de vista de sus clientes
3. Recuerde habilidades de negocio de tecnología y de diseño
4. Asegúrese que cuenta con el equipo con las habilidades para lograr su visión de negocio en internet.
5. Pregunte, dude y asegúrese pida ejemplo y hable con clientes y referencias
6. Recuerde que el proyecto de comercio electrónico a diferencia de un sitio web es acerca de integrar procesos.

DECISIONES

ACCIONES

SERVICIOS

7. En temas de diseño y tecnología este es un principio guía siempre ponga primero a sus clientes y recuerde lo más sencillo suele ser lo mejor.

UN PROYECTO DE COMERCIO ELECTRÓNICO, REQUIERE DEL DOMINIO DE TRES FAMILIAS DISTINTAS DE CAPACIDADES

1. Aquellas de negocio
2. Aquellas de tecnología
3. Aquellas de diseño en internet

PARA VER ESTE TEMA EN VIDEO HAGA CLIC AQUÍ:

<http://www.mayahii.com/leccion/leccion.action?l=4256>

Si el hipervínculo de arriba ha cambiado [aquí puede encontrar todos los videos de la serie.](#)

CÁPSULA CARRITO DE COMPRAS

El carrito es la capacidad que tiene un sitio en internet de agrupar el pedido de un cliente quitar o poner productos, solicitar la cobranza, confirmar medios de pago.

Una vez que obtiene la información del cliente el carrito de compras, envía la información a los medios de pago para confirmarlos y recibe un resultado y una vez confirmado le avisará al vendedor que tiene una venta y que hay que entregar productos y servicios

- Es el vínculo entre una venta y el vendedor

DECISIONES

ACCIONES

SERVICIOS

- El carrito de compras debe estar unido a los productos y servicios
- Debe vincularse con los medios de pago que aceptará en su tienda

SUGERENCIAS PARA MÉXICO:

- Primero elija muy bien su estrategia de medios de pago, luego evalúe las soluciones para el carrito de compras, asegúrese que este funciona muy bien con los medios de pago, vea casos reales
- La elección de medios de pago va antes que la elección de carrito de compras, es más fácil ajustar el carrito que los procesos de los bancos
- Una vez que elija los medios de pago pregúnteles que soluciones de carritos de compra son compatibles con ellos.
- Se fija como el desarrollo de una exitosa tienda de internet tiene que ver con el diseño de los pasos o procesos que pasara una venta.
- Durante la integración de su carrito de compras no proporcione claves ni la información de su negocio, tal como acceso a número de cuentas bancarias

PARA VER ESTE TEMA EN VIDEO HAGA CLIC AQUÍ:

<http://www.mayahii.com/leccion/leccion.action?l=4257>

Si el hipervínculo de arriba ha cambiado [aquí puede encontrar todos los videos de la serie.](#)

CÁPSULA PASOS PARA ENTRAR AL COMERCIO ELECTRÓNICO

1. Plan general de preparativos, ¿A dónde quiere llegar?, ¿cómo lo va a lograr?, tiempo, dinero, expectativas, responsables, sencillo y ágil.
2. Lista de productos y servicios con toda la información que sus clientes querrán evaluar.
3. Decidir qué medios de pago aceptará.
4. Después de haber evaluado, encuentre a los especialistas de tecnología que le ayudaran en el diseño de su pagina web, junto con la pagina web, vendrá la implantación del carrito de compras.
5. Identifique todos los pasos que sucederán desde que llega un pedido hasta que entrega a sus clientes.
6. Asegurarse la colaboración con servicios de entrega para la logística de envíos.
7. Asegure que cumple con los requerimientos de ley para el comercio electrónico
8. Aumentar la promoción de sus productos en internet. Mantener las relaciones con sus clientes y asegurar que conoce las reglas internacionales.

PARA VER ESTE TEMA EN VIDEO HAGA CLIC AQUÍ:

<http://www.mayahii.com/leccion/leccion.action?!=4259>

Si el hipervínculo de arriba ha cambiado [aquí puede encontrar todos los videos de la serie.](#)

DECISIONES

ACCIONES

SERVICIOS

CÁPSULA. INTRODUCCIÓN A LOS MEDIOS DE PAGO

Esta Cápsula contiene una vista panorámica acerca de los medios de pago para contar con una operación segura y prospera. Una vez que ya ha visto las opciones y los pasos podrá acercarse a los proveedores de medios de pago de su elección.

Dominar el proceso de o el flujo de los pagos online es importante las comisiones, tiempos de pago y no menos importante los requisitos que su empresa deberá cubrir para implantarlos son diferentes. Y todos ofrecen ventajas y desventajas propias.

PARA VER ESTE TEMA EN VIDEO HAGA CLIC AQUÍ:

<http://www.mayahii.com/leccion/leccion.action?!=4255>

Si el hipervínculo de arriba ha cambiado [aquí puede encontrar todos los videos de la serie.](#)

CÁPSULA. CONTRA CARGOS

En comercio electrónico los "contra cargos" en comercio electrónico son las solicitudes iniciadas por el cliente para que no se realice el pago por la adquisición de un bien o servicio. Estos reclamos pueden ser justificados o de mala fe.

PRIMERO ES LA PREVENCIÓN DE CONTRA CARGOS-SON COMPRAS QUE HA HECHO UN CLIENTE QUE POR DIVERSAS RAZONES ALGUNAS LEGALES Y OTRAS DE MALA FE SE NIEGA A RECONOCER.

- Cobranza de un producto duplicado
- errores en el procesamiento del cobro
- Producto no recibido
- problemas técnicos, entrega tardía o inclusive operación de venta sospechosa

RAZONES POR LAS QUE SURGEN LOS CONTRA CARGOS

Este es uno de los temas mas temidos por las empresas, si bien los contra cargos ayudan a fomentar la confianza de los consumidores. También tienen un costo que hay que prevenir. Las perdidas pueden superar el 2.5% del valor de las ventas vía correo electrónico

1. Transacciones fraudulentas
2. Tarjeta usada sin conocimiento
3. Crédito no procesado
4. Devoluciones o artículos duplicados
5. Envíos erróneos
6. Artículos no recibidos, problemas durante la cobranza y autorización
7. Entrega tardía
8. Estafa
9. Compras sospechosas

UN RECLAMO DE CONTRA CARGO PASARÁ POR LOS SIGUIENTES PASOS:

1. El comprador presenta queja al banco medio de pago
2. El banco revisa si la disputa es válida
3. Si el banco determina que no es válida la disputa es rechazada
4. Banco ve potencial de error, se le provee crédito provisional al tarjetahabiente
5. Banco inicia proceso de contra cargos
6. Banco investiga la valides del contra cargo con el comercio
7. Si se encuentra que el contra cargo no es valido declinan
8. Si la documentación provista es satisfactoria el reclamo por contra cargo es denegada y al cliente las será retirado el dinero de la tarjeta

SEÑALES DE ALERTA POSIBLES BANDERAS ROJAS

1. Ordenes grandes
2. Pedidos de artículos de altos costo
3. Múltiples pedidos realizados en corto tiempo
4. Diferentes direcciones de facturación y envío
5. Verificar direcciones
6. Los pedidos que demandan entrega urgente y de un día
7. Pedidos realizados con el uso correos gratuitos
8. Múltiples pedidos realizados con varias tarjetas de crédito
9. Entregas internacionales

DECISIONES

ACCIONES

SERVICIOS

PARA DISMINUIR EL IMPACTO DE LOS CONTRA CARGOS EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO SE RECOMIENDA LO SIGUIENTE

- Proporcionar a clientes toda la información posible además de un buen servicio
- Claridad en política de devoluciones y envío
- Verificar la dirección de facturación y código de seguridad
- Solicitar banco emisor como política de compra
- Enviar correos electrónicos de confirmación al cliente
- Enviar otro correo de confirmación para confirmar detalles de envío
- Confirmar información

PARA VER ESTE TEMA EN VIDEO HAGA CLIC AQUÍ:

<http://www.mayahii.com/leccion/leccion.action?l=4260>

Si el hipervínculo de arriba ha cambiado [aquí puede encontrar todos los videos de la serie.](#)

CÁPSULA. PROCESO DE LOS PAGOS EN COMERCIO ELECTRÓNICO

Para recibir su dinero en una venta en comercio electrónico usara el apoyo de los proveedores de servicio que le ayudan a modo de intermediarios. Estos intermediarios son los medios de pagos que usted aceptará en su negocio o servicio.

DECISIONES

ACCIONES

SERVICIOS

EN EL CASO DE LAS TARJETA BANCARIAS EL FLUJO DE PAGO FUNCIONA ASÍ:

1. El cliente selecciona el producto elegido.
2. El navegador web del cliente cifra la información que le va a llegar al vendedor.
3. El vendedor renvía los datos de la transacción a su pasarela de pago también mediante SSL.
4. Una vez que la pasarela de pagos ha recibido los detalles. El banco adquiriente envía la información al banco donde se emitió la tarjeta del cliente para realizar la autorización.
5. Este banco emisor envía una respuesta de intermediario de pago una vez que recibido todos los datos. Esta respuesta se realiza a través de un código y determina si es aprobada o rechazada.
6. El flujo de pagos recibe la respuesta y la comunica al sitio web.
7. De acuerdo a las políticas de pago el día el banco adquiriente deposita el dinero aprobado en su cuenta.

PARA VER ESTE TEMA EN VIDEO HAGA CLIC AQUÍ:

<http://www.mayahii.com/leccion/leccion.action?!=4261>

Si el hipervínculo de arriba ha cambiado [aquí puede encontrar todos los videos de la serie.](#)



CÁPSULA HERRAMIENTAS DE SEGURIDAD

La seguridad bien planificada contribuye a aumentar las ventas y satisfacción del cliente, esta cápsula mostrará mecanismos para superar este tema:

- Sello AMIPCI.
- Con el sistema descifrado SSL incrementa la seguridad de la información de su computadora.

FACTOR CENTRAL DEL PROGRESO PARA COMERCIO ELECTRÓNICO ESTA EN DOS PUNTOS:

1. Confianza-elemento básico es la esencia.
2. Seguridad-Medidas de seguridad que no se deben de escatimar esfuerzos ni recursos.

Los sistemas de seguridad actuales se basan en 4 aspectos básicos

1. Autenticación-
2. Confidencialidad-
3. Integridad-
4. Irrepudiabilidad

CONSEJOS BÁSICOS DE SEGURIDAD

1. Hacer negocios solo con instituciones financieras y comerciantes que conozca.
2. Cuidado con los sitios que intentan parecer instituciones financieras.
3. Instalar usar y actualizar programas antivirus y spyware.
4. Considerar usar un firewall personal.

DECISIONES

ACCIONES

SERVICIOS



5. Encender todas las funciones de seguridad-
encriptación WBA.
6. Asegúrese que la computadora esta actualizada.
7. No dejar computadora sin vigilar.

CONOZCA ALGUNOS DE LOS TEMAS QUE ESTÁN EVOLUCIONANDO CONSTANTEMENTE

1. Protección de datos personales.
2. Phishing- Forma de estafa más dañina.
3. Respuestas ante estas amenazas.

RECOMENDACIONES ACERCA DE PERMISOS Y TAREAS DE SU PERSONAL

1. Permitir solo usuarios autorizados tengan acceso a
los sistemas.
2. Responsabilidad-determinar quien lleva acción
determinada.
3. Demostrar que se aplique el nivel de protección de
seguridad.
4. Crear políticas de los permisos de uso de
información.

PARA VER ESTE TEMA EN VIDEO HAGA CLIC AQUÍ:

<http://www.mayahii.com/leccion/leccion.action?!=4262>

Si el hipervínculo de arriba ha
cambiado [aquí puede](#)
[encontrar todos los videos de la](#)
[serie.](#)



CÁPSULA BANCA ELECTRÓNICA

Como parte de los medios de pago tratar el concepto de Banca electrónica. Mediante la cual se realizan transacciones de pago en el comercio electrónico y que puede usarse para transferir pagos.

Puede configurar su tienda virtual para que ofrezca la opción de hacer unos pagos mediante transferencia electrónica.

Sus clientes pueden tener la opción de enviar a sus cuentas bancarias una solicitud de pago. El cliente aceptara el cargo o lo rechazara. Nadie accede a la información del cliente, tampoco usted tendrá que hacerse responsable de cuidar esta información.

PARA VER ESTE TEMA EN VIDEO HAGA CLIC AQUÍ:

<http://www.mayahii.com/leccion/leccion.action?!=4263>

Si el hipervínculo de arriba ha cambiado [aquí puede encontrar todos los videos de la serie.](#)

CÁPSULA INTEGRAR LOS MEDIOS DE PAGO

Integración de los medios de pago a su sitio web. Para recibir pagos mediante tarjeta de crédito necesita una cuenta tipo terminal VPOS para hacer pagos por internet. En otros países se conoce como Merchant account. Representan acuerdos entre su negocio y un procesador de pago para autorizar las transacciones,

DECISIONES

ACCIONES

SERVICIOS

pasarlas por intermediarios y finalmente colocar los fondos en su cuenta.

1. Por este servicio Visa y MasterCard y otros cobran una tarifa que es un porcentaje por cada transacción, además del VPOS su negocio necesitara una pasarela de pagos o payment Gateway
2. Es un portal seguro que se vincula a su carrito de compras, y envía la información de compras para autorización de compras y venta.
3. Es similar a las terminales punto de venta –es específica para internet-terminal VPOS

INTEGRACIÓN DE PROCESOS DE PAGOS

Terminal que necesita una VPOS. Mencione que le interesa un motor de comercio electrónico o terminal VPOS para hacer pagos por internet.

CONSIDERACIONES A TOMAR EN CUENTA PARA ELEGIR BANCO

1. Pregunte por la comisión por transacción
2. Pregunte por los días de depósito
3. Pregunte si existen comisiones variables o anuales
4. Obtenga la lista completa de requisitos
5. Pregunte si recomiendan alguno carrito de compras o desarrolladores de paginas web
6. Además de los medios de pagos mediante tarjeta de crédito pregunte si hay otros medios



Asegúrese que quien desarrolle su sitio web ya sea usted u otras personas ponga especial dedicación a los medios de pago.

PARA VER ESTE TEMA EN VIDEO HAGA CLIC AQUÍ:

<http://www.mayahii.com/leccion/leccion.action?l=4264>

Si el hipervínculo de arriba ha cambiado [aquí puede encontrar todos los videos de la serie.](#)

CÁPSULA. ADMINISTRACIÓN Y MANEJO DE INVENTARIOS

Un negocio en Internet sigue funcionando sobre las reglas básicas de los negocios normales. Particularmente en el tema de manejo de inventarios esto es tema, su estrategia y funcionamiento.

2 MITOS ACERCA DE LOS INVENTARIOS Y EL COMERCIO ELECTRÓNICO:

Mito. "Sus inventarios tienen que estar en internet. Si bien en la mayoría de los casos usted deberá tener un control sobre las existencias para la entrega de sus productos y servicios". Realidad: Ese control lo puede llevar en medios tradicionales.

Mito. "Solamente los negocios con productos y en especial productos físicos pueden llegar a hacer comercio por internet" Realidad: Cada día existen bienes no físicos como servicios o productos virtuales.

DECISIONES

ACCIONES

SERVICIOS

EL PROCESO DE ORDEN A ENTREGA

El proceso maestro en esta relación se llama orden de entrega, es decir la serie de pasos que se da desde la toma de un pedido hasta la entrega a sus clientes. Recuerde que en el caso del comercio electrónico este proceso incluye el proceso de los pagos.

PARA VER ESTE TEMA EN VIDEO HAGA CLIC AQUÍ:

<http://www.mayahii.com/leccion/leccion.action?l=4258>

Si el hipervínculo de arriba ha cambiado [aquí puede encontrar todos los videos de la serie.](#)

CÁPSULA PROCESO DE ORDEN DE PAGO

El camino para el triunfo en el negocio en el comercio electrónico es una lista con los pasos que se dan desde una toma de pedido hasta la entrega y cobranza. Esto se conoce como el proceso de orden a entrega. Este proceso será la columna vertebral para su negocio en internet

Alrededor de este proceso vendrán las cosas propias de su negocio, de tecnología y los medios de pago.

Prepare una lista con cada uno de los pasos que se dan desde que un cliente le hace llegar un pedido hasta el momento que lo cobre y lo entrega.

- El proceso de orden entrega, incluirá sus pasos para el manejo de inventarios si es que los tiene.

- Su proceso podrá incluir las formas en las que mantiene viva la relación con sus clientes

Proceso de orden entrega es la clave que a menudo se olvida y que hace toda la diferencia entre los casos de triunfo y los dolores de cabeza que hay en comercio electrónico.

PARA VER ESTE TEMA EN VIDEO HAGA CLIC AQUÍ:

<http://www.mayahii.com/leccion/leccion.action?l=4265>

Si el hipervínculo de arriba ha cambiado [aquí puede encontrar todos los videos de la serie.](#)

CÁPSULA PROCESOS DE ENTREGA

Con respecto a la entrega y aseguramiento de la satisfacción de los clientes. Muestre a su cliente exactamente lo que va a recibir, en forma sencilla clara y genuina, dele la información que necesita para evaluar sus productos, sea claro en los tiempos y en las condiciones de entrega, sobre todo este preparado para cumplir la entera satisfacción con lo prometido.

Para entregar en caso de que sean productos físicos podrá hacer un contrato con una empresa de mensajería, visite las oficinas de las empresas de mensajería.

Su proceso de entrega se ligara normalmente con lo avisos de nuevas ventas, que recibirá de su tienda en internet típicamente de su carrito de compras, y ya

DECISIONES

ACCIONES

SERVICIOS

entonces sabrá usted como operar sus inventarios y vincularlo con su servicios de entrega.

PARA VER ESTE TEMA EN VIDEO HAGA CLIC AQUÍ:

<http://www.mayahii.com/leccion/leccion.action?!=4266>

Si el hipervínculo de arriba ha cambiado [aquí puede encontrar todos los videos de la serie.](#)

CÁPSULA INFORMACIÓN DE LOS CLIENTES BAJO SU CUIDADO

El aspecto legal, el manejo de la información de sus clientes y como van cambiando y evolucionando.

RESPONSABILIDAD EN LA INFORMACIÓN DEL CLIENTE

- Menos es mejor-no pida información que no va a utilizar
- La obtención de información privada de las personas-deberá asegurarle que la usara solo para los fines que el cliente autorizó.
- Deberá asegurar que tiene procedimientos para cuidar y proteger esa información.
- Debe conocer y estar atento al funcionamiento de su carrito de compras y de cómo este envía la información a los medios de pago, sobre todo de la información que usted conserva en su empresa.
- Recomendamos, establecer políticas para el manejo de la información de la información de sus clientes por internet.

DECISIONES

ACCIONES

SERVICIOS



- Establecer los mecanismos, los responsables los permisos y las formas en las que asegurará que estas políticas se cumplirán.
- Revisar lo establecido por lo medios de pago que ha elegido y verificar que sus políticas sean compatible con ellos.
- Manténgase informado al respecto ya sea a través de la AMIPCI, o consultando otras fuentes y autoridades en la materia.

PARA VER ESTE TEMA EN VIDEO HAGA CLIC AQUÍ:

<http://www.mayahii.com/leccion/leccion.action?!=4267>

Si el hipervínculo de arriba ha cambiado [aquí puede encontrar todos los videos de la serie.](#)

CÁPSULA EVOLUCIÓN Y FUTURO DE SU EMPRESA EN INTERNET

Después de que su tienda en internet ya esta funcionando, que ya recibe pedidos los cobra y tiene bien organizada la entrega de sus productos y servicios. El interés de un empresario se enfoca hacia como hacerla crecer, prosperar y darse a conocer entre más y mejores clientes.

DOS TIPOS DE ACCIONES PARA AUMENTAR SUS VENTAS EN INTERNET

1. Internas o de preparación-relacionadas con el diseño, organización y programación de su sitio.

DECISIONES

ACCIONES

SERVICIOS

2. Externas o activas-relacionadas con las acciones que su empresa emprende fuera de su sitio.

CONSEJOS BÁSICOS

1. Sus productos y servicios cubren una necesidad, y que esa necesidad es valorada por sus clientes.
2. Asegúrese que sus productos y servicios tienen la información en su sitio que les permite ser localizados por sus clientes potenciales.
3. Además de la descripción de productos, existe la meta-información-que sirve como información adicional o descriptiva que ayuda a la localización de sus productos y servicios.

Hay diversas acciones para atraer la atención y obtener mayor tráfico y clientes hay múltiples servicios que le permiten hacer que sus productos sean localizados más rápido y mejor. La regla aquí es simple, no haga nada que no entienda. Investigue hasta comprender ¿Cómo funcionan? O como le van a cobrar, haga pruebas para ver resultados.

PARA VER ESTE TEMA EN VIDEO HAGA CLIC AQUÍ:

<http://www.mayahii.com/leccion/leccion.action?l=4268>

Si el hipervínculo de arriba ha cambiado [aquí puede encontrar todos los videos de la serie.](#)



AGRADECIMIENTOS A LA GUÍA DE COMERCIO ELECTRÓNICO

AMIPCI

Manuel Tamez.
Presidente

Julio César Vega
Director General

Irina González
Comité de Fomento Educativo

Juan Carlos García
Comité de Comercio
Electrónico

Jorge Sánchez Barceló
Comité de Banca Electrónica.

Mauricio Braverman
Vicepresidencia Ejecutiva

Mariana Barragán
Asistente de la Presidencia

Karla Tapía
Gerente AMIPCI

Rafael Contreras
Gerente de Sellos de Confianza

POR SU VALIOSA APORTACIÓN DURANTE LA INVESTIGACIÓN DEL PROYECTO

Cesar Pallares
Banco Azteca

Daniel Arangua Infante
DeCompras.com

Enna Tarrant
SafetyPay

Israel Arellano
TonerMéxico.com

Oscar Robles Garay
NIC México

Rafael García
Symantec

Rafael Luna
Intel

Ricardo Becerril
Estafeta

LA VERSIÓN EN VIDEO ES PRODUCIDA POR

Espoleta.com.mx
Daniel Alquicira
Ignacio Cox
Gila Ríos
Erick Arenas
Ileana Ángeles
David DeLeón

INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO DEL WHITE PAPER

Competive Latinoamérica
www.competive.com

Luis F García Gómez
Director
Competive Latinoamérica

Arturo Muñoz
Consultor

Lidia Lucero
Analista Sector TIC

FUENTES E INFORMACIÓN ADICIONAL

- *Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares*
- *Ley Federal de Protección al Consumidor.*
- *Código de Comercio*
- *Ley Federal de Derechos de Autor*
- *Ley de la Propiedad Industrial*
- *The Box: How the Shipping Container Made the World Smaller and the World Economy Bigger.* Mark Levinson
- *Business Management: Concepts and Successful Factors,* Abdulrahman Alshamlan
- *Debra Littlejohn Shinder, MCSE, MVP Techrepublic*
- *AMIPCI - Comité de Fomento Educativo*
- *AMIPCI - Comité de Comercio Electrónico*
- *AMIPCI - Comité de Banca Electrónica.*
- *Secretaría de Economía – Profeco.*
- *Chaffey, D. E-Business and E-Commerce Management.* Pearson Education.
- *Chaffey, D, E-consultancy. Managing an E-commerce Team: Integrating Digital Marketing into your Organization.*
- *Change management learning center. Change management - success factors and obstacles.*
- *Change management learning center. Change management - the systems and tools for managing change.*
- *Change management learning center. Round 4 - The most effective change management strategies.*
- *E-Business Solutions , (ud). E-Commerce.*
- *E-Business Systems Integration Center, (uda). E-Business: Basic Understanding*
- *E-Business Systems Integration Center, (udb). Why e-business: Thompson*
- *ebiz.enable. Change Process.*
- *ebiz.enable. Issues.*
- *ebiz.enable. Success Factors.*
- *ebiz.enable. Preparation.*
- *ebiz.enable. Acceptance.*
- *ebiz.enable. Implementation.*
- *ebiz.enable . Commitment.*
- *Johnson, G., Scholes, K. Exploring Corporate Strategy. UK: Prentice Hall.*
- *Nickels, W.C., Mchugh, J., Mchugh, S. Understanding Business. Boston: Irwin, Inc.*
- *Our South West Managing Change: A guide on how to manage change in an organization.*
- *Pettigrew, A.M., Whipp,R. Managing Change for Competitive Success. Blackwell Publishing.*
- *PTC Global Services. Product Development System Adoption Services.*
- *Value Based Management.Net. 3 Dimensions of strategic change: Pettigrew, Whipp.*
- *Value Based Management.Net. Change Phases Model - Kotter.*

DECISIONES

ACCIONES

SERVICIOS