

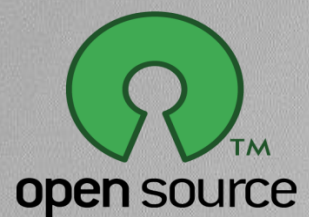
# E-COMMERCE



## IMPACTO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO



Avira



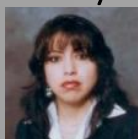
# Índice

|   |           |
|---|-----------|
| <b>EL IMPACTO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO EN LOS NEGOCIOS.....</b>                             | <b>2</b>  |
| <b>CAPACITACIÓN EN COMERCIO ELECTRÓNICO Y GESTIÓN WEB .....</b>                             | <b>5</b>  |
| <b>EL EMPLEO EN EL SECTOR DEL COMERCIO ELECTRÓNICO CRECERÁ ESTE AÑO.....</b>                | <b>7</b>  |
| <b>TENDENCIAS DE COMERCIO ELECTRÓNICO QUE SE IMPONDRÁN EN 2017 .....</b>                    | <b>11</b> |
| <b>RINCÓN DE LOS EXPERTOS .....</b>   | <b>15</b> |
| <b>NOTICIAS.....</b>  | <b>16</b> |
| LA TRANSFORMACIÓN DE LAS TIENDAS FÍSICAS, UNA CARRERA DE FONDO HACIA LA DIGITALIZACIÓN..... | 16        |
| <b>HUMOR .....</b>  | <b>18</b> |

## CRÉDITOS:

Revista virtual de comercio electrónico, recopilación de los mejores artículos de la prensa internacional.

### Recopilación y edición:



Consuelo de la Torre  
[c.delatorre@scprogress.com](mailto:c.delatorre@scprogress.com) (+593 979003123)



Marco de la Torre  
[m.delatorre@scprogress.com](mailto:m.delatorre@scprogress.com) (+593 998053611)

### Revisado por:



Arturo de la Torre  
[adltorre@scprogress.com](mailto:adltorre@scprogress.com) (+593 999025294)

### Síguenos en:



[www.scprogress.com](http://www.scprogress.com)



[Facebook](#)



[Twitter](#)

# El impacto del comercio electrónico en los negocios.



Los datos económicos de los últimos años confirman de forma inequívoca que, a pesar de la situación económica, el comercio electrónico ha registrado un crecimiento continuo, debido en gran parte al cambio de hábitos de la nueva generación de consumidores, acostumbrada cada vez más a utilizar Internet para informarse y realizar sus compras.

Estos indicadores y otros muchos nos hacen suponer que el comercio electrónico está en un claro proceso de crecimiento y expansión, un proceso que afectará a todos los sectores, empresas y comercios retail de todos los tamaños y que requerirá un esfuerzo adicional por parte de todos aquellos que quieran mantener su cuota de mercado o incluso ampliarla aprovechando las oportunidades que el comercio electrónico ofrece.

A pesar de la fragmentación de los servicios de pago electrónico, los impuestos y otros desafíos logísticos, el e-commerce en Latinoamérica es una industria en pleno crecimiento.

Bajo este contexto cada vez son más las "startups" que deciden innovar los servicios de comercio en línea, y así brindarle a la pequeña y mediana empresa el espacio ideal para consolidar sus negocios en la web. La materialización del negocio digital en Latinoamérica.

En nuestros países por lo general vender online significa tomarle una foto a los productos y luego subastarlos en algún sitio conocido, otros "más atrevidos" deciden realizar un catálogo y experimentar con aplicaciones para generar un carrito de compras. En ambos casos Internet termina adquiriendo exclusivamente el papel de mostrador virtual.

Aunque existen estudios que demuestran como la mayoría de compradores en línea incrementan sus gastos en sitios donde se cumpla con las necesidades básicas de velocidad en el proceso de pago y seguridad, muchas plataformas todavía presentan errores de navegación "tontos", como los enlaces rotos.

En cuanto a los principales motivos que hacen regresar una y otra vez al usuario para comprar en línea, dichas investigaciones destacan:

- El layout y diseño del sitio web, 67%
- Calidad de la navegación, 62%
- El promedio de velocidad en la experiencia de compra, 62%

Así también destacan que quienes decidan participar de verdad en este mercado, deberán concentrarse en la velocidad, precio y opciones de entrega; además de la adaptación a la plataforma móvil.

Es claro que los precios bajos no son suficientes e invertir en la lealtad de los clientes, por ejemplo, personalizando las ofertas, puede maximizar las oportunidades de venta.

Este año está marcado por la personalización de las ofertas gracias al big data, la adaptación de las webs a todo tipo de dispositivos, las redes como canal de fidelización y la alianza de la tienda online y física. Un año en que el móvil será el rey de las ventas.

Siguiendo el crecimiento del comercio electrónico, encontramos las siguientes características:

- **Ofertas personalizadas.** Es una de las tendencias estrella. Una de las ventajas del big data es que el análisis de los datos de los usuarios permiten personalizar las ofertas. Ya no se disparará de forma indiscriminada sino atendiendo a los gustos y preferencias de cada comprador online.
- **La seguridad, por encima de todo.** Es un factor recurrente, pero que no debes desestimar si montas un e-commerce -o si ya lo tienes-, "ya que los compradores valoran muy positivamente la seguridad de los sitios web".
- **Adaptar la web a todos los dispositivos.** Un diseño de web responsive o, lo que es lo mismo, adaptado a los diferentes dispositivos (móvil, Tablet, etc.) ya no será una opción, sino un imperativo comercial. "Lo contrario entorpece la experiencia de usuario, lo que puede propiciar el abandono del carrito y ser penalizado por Google al mismo tiempo".
- **Atrapados por las redes.** Las redes sociales están integradas en el comercio electrónico. Muchos compradores acuden a ellas para conocer valoraciones de clientes sobre determinados productos y servicios. Por eso la tendencia es convertir las redes sociales en un canal para fidelizar a los clientes. Muchos e-commerce ya lo están haciendo. "Del mismo modo cobrarán importancia las valoraciones de clientes en la propia tienda. Las opiniones de otros usuarios son muy importantes para los clientes, por lo que habilitar un espacio para las mismas, es algo muy positivo para las tiendas online".
- **Presencia online y offline: dos mejor que uno.** Muchos compradores prefieren tiendas digitales que también tengan presencia física. En las primeras buscan y comparan los productos de una forma cómoda a través de su móvil, tablet o computador personal, en las segundas, los compran. "Esa alianza entre ambos canales puede convertirse en la mejor opción para los empresarios. Además, hay que ser conscientes de que la omnicanalidad es ya una realidad".
- **Dispositivos móviles.** El despegue del comercio electrónico ha encontrado su gran aliado en los Smartphone que, ha evolucionado a gran escala el comercio electrónico, las ventas por este canal se han duplicado y el volumen de visitas crece mes a mes.
- **Medios de pago.** La tarjeta de crédito reina en los pagos por Internet, de ahí la importancia de la seguridad en la web. Le sigue los pagos a través de PayPal y muy de lejos las transferencias bancarias. El resto son compras en menos porcentaje se realizan por pagos contra entrega de los productos adquiridos.

**¿Necesitas asistencia para crear tu tienda online?**

Después de la consolidación de las redes sociales y el marketing digital en comercio electrónico, es muy importante implementar y gestionar correctamente las estrategias en línea, por lo que **SCProgress** ofrece sus servicios con personal altamente calificado y amplia experiencia para crear tu tienda digital, así como, proporcionar todo el asesoramiento, calidad, eficiencia y seguridad en tus transacciones.

Para mayor información contáctanos directamente a través de nuestro correo electrónico [ventas@scprogress.com](mailto:ventas@scprogress.com)

FUENTES: <http://lluisserra.com/el-impacto-del-comercio-electronico-en-los-negocios/>  
<http://www.maestrosdelweb.com/tienda-online-e-commerce-en-latinoamerica/>  
<http://www.emprendedores.es/gestion/tendencias-comercio-electronico-dispositivos-moviles>



**Authorized GSMK  
CryptoPhone Distributor**

# Capacitación en Comercio Electrónico y Gestión Web

*"Tu futuro es creado por lo que haces hoy, no mañana."*

Robert Kiyosaki

En la actualidad la tecnología avanza a pasos agigantados, incorporándose continuamente en todas nuestras actividades diarias, nuestras compras, consultas, pagos, transacciones, etc. Las realizamos en la comodidad de nuestros hogares, oficinas y/o lugares en los cuales se tenga acceso a Internet, a través de nuestros dispositivos móviles o computadores. Este avance ha permitido y obligado a que las grandes y pequeñas empresas, presenten sus productos y servicios a través del mismo medio, llegando a miles de usuarios en poco tiempo, mejorando sus ventas, así como, reduciendo los gastos en infraestructuras físicas y/o recursos en sus negocios.

Hoy en día las páginas web no se utilizan únicamente para informar, ahora son una vitrina al mundo, por lo que los negocios en línea requieren que sean administrados por personal experto, que realice una planificación y gestión adecuada y garantice el cumplimiento de objetivos y metas establecidas para su productividad.

SCProgress imparte cursos de capacitación en comercio electrónico, para que la creación y presentación de una tienda virtual grande o pequeña, cuente con las características indispensables para que sea rentable, así como, su gestión y seguimiento, mantengan a su negocio en el posicionamiento deseado.

Nuestra metodología se basa en el aprendizaje teórico – práctico, asegurando a los participantes una completa comprensión de las bases fundamentales de la creación y gestión de su negocio en línea.

El personal de capacitación es altamente especializado y goza de la experiencia necesaria para brindar la más completa información en los temas tratados en cada curso.



***Nuestro país se encuentra ubicado sobre el cinturón de fuego del pacífico, por lo que nos encontramos expuestos a eventos naturales que pueden afectar nuestras actividades, razón por la cual, debemos tomar acciones y ejecutar procedimientos para mitigar posibles siniestros, ya sean causados por la fuerza de la naturaleza o por accidentes humanos.***

***Contamos con personal especializado en la gestión, planificación, capacitación e implementación de estrategias para la reducción de riesgos y ponemos a su disposición, asesoramiento en la elaboración de planes de gestión de riesgos, diseñados exclusivamente para las características de su empresa, así como, capacitación en áreas a fines, principalmente en:***

- ***Primeros auxilios.***
- ***Brigadas de emergencia.***
- ***Prevención de incendios***
- ***Seguridad industrial.***
- ***Normas de seguridad.***
- ***Prevención y manejo de emergencias y evacuaciones.***




**[www.gesrica.com](http://www.gesrica.com)**  
**E-mail: [info@gesrica.com](mailto:info@gesrica.com)**  
**Teléfonos: 0984489267 - 0996620889 - 0979003123**  
**Dirección: 18 de Septiembre 07-04-009 y Panamericana Norte.**

Esta vez, SCProgress pone a disposición de sus lectores y clientes, cursos de capacitación en los siguientes temas:

| Curso de Comercio Electrónico  | Curso de Gestión Web  |
|--|---|
| <p><b>Contenido:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Introducción al Comercio Electrónico</li> <li>• Modelos de negocio en Comercio Electrónico</li> <li>• Uso de embudos multicanal</li> <li>• Modelos de atribución</li> <li>• Seguimiento de eventos en Google Analytics</li> <li>• Analítica de publicidad y marketing en Internet</li> <li>• Redes sociales y Comercio Electrónico</li> <li>• El impacto de las redes sociales</li> <li>• Desarrollo de plan de negocios</li> <li>• Evaluación de caso práctico</li> </ul> | <p><b>Contenido:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Introducción a W3C</li> <li>• Principales comando de HTML5</li> <li>• Diseño con HTML5 y CSS</li> <li>• Evaluación de sitios web</li> <li>• Diferentes tipos de portales web</li> <li>• Gestores de contenidos CMS</li> <li>• Caso práctico de CMS en Drupal</li> <li>• Uso de plantillas para la implementación de sitios web</li> <li>• Evaluación de rendimiento del sitio web</li> <li>• Seguimiento a través de SEO de Google Analytics</li> </ul> |

Los cursos se dictan en las instalaciones de SCProgress ubicadas en el edificio Plaza de Vizcaya, tercer piso, en La Pradera E7-21 y Mariana de Jesús,

Para mayor información visite nuestra página web: [www.scprogress.com](http://www.scprogress.com), o comuníquese directamente al correo electrónico: [ventas@scprogress.com](mailto:ventas@scprogress.com).



## ARREGLO Y CONFIGURACIÓN DE SWITCHES DE CORE CISCO Y HP

- ⇒ PARTES Y PIEZAS PARA TODOS LOS MODELOS DISPONIBLES
- ⇒ TÉCNICOS ESPECIALIZADOS
- ⇒ DIAGNÓSTICO GRATUITO



MÁS INFORMACIÓN:  
 TELF:(02)2900865  
 INFO@SCPROGRESS.COM



# El empleo en el sector del comercio electrónico crecerá este año



El e-commerce o comercio electrónico ha supuesto una revolución en todos los ámbitos. No sólo ha modificado la forma de comprar de los consumidores y la forma de vender de las empresas, también ha generado un cambio en el mercado laboral, que ha tenido que adaptarse, a un ritmo vertiginoso, a las nuevas necesidades del sector.

Con un volumen de negocio que no para de crecer, las empresas se han visto abocadas a contratar profesionales que puedan cubrir las demandas de este mercado, lo que ha generado un importante nicho de empleo en los últimos años.

Las empresas que más recurren al e-commerce, bien comprando o bien vendiendo productos o servicios, y que, previsiblemente, tengan que incrementar sus plantillas si sus ventas online siguen creciendo, son las relacionadas con los servicios de marketing, la compra o la venta de periódicos, discos o libros, las relacionadas con el transporte, la moda y los complementos, la compra o la venta entradas a espectáculos de ocio y cultura y a otras actividades recreativas, los viajes y el turismo, y los servicios informáticos.

## Los perfiles que demanda el e-commerce.

El crecimiento de las ventas online ha disparado la demanda de ciertos perfiles profesionales tradicionalmente vinculados a sectores como el de logística y transporte. En este sentido, en los últimos años se ha incrementado la demanda de personal que puedan atender la recepción, preparación y expedición de las mercancías adquiridas a través de Internet, lo mismo ha ocurrido con los coordinadores de tráfico y gerentes de planta, que contribuyen a gestionar y optimizar las rutas, asegurando la disponibilidad de las mismas y planifican la actividad diaria. También se solicitan administrativos para todo lo que tiene que ver la gestión de almacén y departamento de tráfico.

Conscientes de la fuerza que está adquiriendo este canal en la venta de productos o servicios, muchas empresas, tanto grandes corporaciones como PYMES, se han apuntado a esta tendencia y pocas son las que no han implementado una web con e-commerce de cara a multiplicar sus ventas y, por ende, la rentabilidad de su balance de resultados.

Fruto de esta nueva forma de entender las transacciones económicas y en paralelo a la evolución tecnológica, surgen multitud de posiciones de fuerte componente digital, claves en la especialización y desarrollo del canal e-commerce.

En palabras de Sara Álvarez, Manager de la división IT & Telco de Spring Professional: “existe una necesidad de perfiles tecnológicos en el sector del e-commerce, donde cada vez es más importante el ecosistema web. Estamos viviendo el crecimiento de estos perfiles donde se estima un incremento de un +3% cada año hasta 2020. En esta línea y ampliando más conocimiento en el mercado tecnológico del sector e-commerce, nos hemos encontrado con un 94% de empleabilidad en el año 2016”.

Uno de los perfiles más buscados en este sector es el de Ingeniero de Software especializado en lenguajes Java, PHP, C#, Ruby y Python con diferentes frameworks, que cuente con unos 3 años de experiencia.

Además, también han surgido nuevas posiciones en el área e-commerce de cara a las PYME, donde se necesitan perfiles más multidisciplinarios y, por ende, experimentados en todos los campos como un FullStack, DevOps y SysAdmin vinculados a unir diferentes departamentos. Por el contrario, en grandes empresas cada vez se diversifica más el perfil de Ingeniero de Software en una especialización en back end o en front end.

En plena era digital, las organizaciones empiezan a ser conscientes de la importancia que tiene estar presentes en Internet, hasta tal punto que todo lo que no esté en esta área tiene un sentimiento de no existencia por la continua vivencia en la red. Por este cambio cultural, organizacional y de vida se explica el alto crecimiento del e-commerce. Fruto de este efecto surgen nuevos perfiles y roles como el Growth Hacker.

Se trata de una combinación de análisis, creatividad y curiosidad para hacer crecer el número de usuarios dentro de una start-up. No es una combinación de herramientas y técnicas sino más bien una forma diferente de ver y “atacar” un mercado, que surge dentro del entorno más innovador fruto de exitosas start-ups ubicadas en Silicon Valley. La inclusión de este novedoso perfil dentro del negocio online, nace de la necesidad de identificar formas de crecimiento más allá de gastarse dinero en marketing para hacer crecer el negocio. Por este motivo, es una de las figuras más cotizadas en start-ups dado que la falta de recursos forma parte del día a día de las empresas de recién creación.

Otros perfiles que está demandando el sector del comercio electrónico son: Desarrollador App, ya sean especializados en IOS o Android, Programador Web, normalmente vinculados a PHP o Java, Full Stack, Mobile Manager, App Product Manager, o Técnicos SEO / SEM.

El nacimiento y desarrollo del comercio electrónico ha dado lugar a la creación de nuevos puestos de trabajo, como el de e-commerce Manager, que es la figura encargada de gestionar el negocio online, así como de marcar la estrategia en esta área para la consecución de los objetivos establecidos. Supervisa, por tanto, todo el recorrido del usuario (registro, productos, atención al cliente, compra, entrega del producto), identifica los puntos más conflictivos del proceso y se encarga de la mejora y la fluidez de la compra. Estos perfiles a menudo cuentan con conocimientos en Business Intelligence, publicidad, logística o marketing online.

### La escasez de profesionales podría ser un problema en los próximos años.

Al tratarse de un sector de reciente creación, los profesionales con formación específica en estas áreas son muy escasos. Los que tienen que ver con la política de gestión online son un ejemplo de ello. El Online Project Manager, que es el responsable de la definición, ejecución y optimización de la estrategia online de las campañas, al igual que el e-commerce Manager, son dos perfiles muy difíciles de cubrir en la actualidad, y, en poco tiempo, la demanda de estos perfiles podría ser superior al número de profesionales.

Sara Álvarez, Manager de la división IT & Telco de Spring Professional, señala esta misma tendencia en los perfiles tecnológicos y apunta que “en los últimos años, dentro de las necesidades tecnológicas que se plantean transversalmente en todos los sectores, notamos la escasez de expertos en esta área. En el último año ha habido un crecimiento en la contratación de perfiles TIC de un 39% y, paralelamente, ha surgido una demanda no satisfecha de un 9% debido a la falta de experiencia, bagaje tecnológico e incorporación de nuevas tecnologías.”

En la medida del crecimiento de empleos en los temas relacionados al comercio electrónico y la tecnología en sí, es imprescindible que se considere la capacitación en los temas indicados. Por esta razón **SCProgress** ofrece capacitaciones en base a los requerimientos específicos de las empresas e instituciones. Para mayor información, comuníquese con nosotros al correo electrónico: [ventas@scprogress.com](mailto:ventas@scprogress.com).

FUENTE: <http://ecommerce-news.es/empleo/empleo-sector-del-comercio-electronico-crecera-este-ano-8-56671.html>





# Cooperativa de Ahorro y Crédito “General Rumiñahui”



***Promoviendo el desarrollo y bienestar de sus socios militares y civiles desde 1993.***

- Créditos sin garante hasta 3.000 dólares.
- Otorgamos créditos para consumo, emprendedores y microempresarios.
- Las tasas de interés más bajas del mercado.
- Inversiones a plazo fijo.
- Pagos de créditos y ahorros, a través de ventanillas o con autorización de débitos bancarios del Banco Pichincha, General Rumiñahui e ISSFA.
- Asistencia ambulatoria  
Consultas médicas de primer nivel ilimitadas en cualquiera de las patologías derivadas de: medicina general, ginecología y pediatría.
- Cobertura en asistencia dental.
- Examen clínico y diagnóstico.
- Higiene dental, alivio del dolor.
- Rayos X periapical, profilaxis (Limpieza dental profunda).
- Restauraciones en resina simple.
- Extracciones simples.



**Suites en Tonsupa – Esmeraldas por mantener las cuentas activas, pagos puntuales e inversiones.**

# Tendencias de comercio electrónico que se impondrán en 2017



La inteligencia artificial, la personalización de los productos o profundos cambios en la cadena de suministro y la gestión logística se encuentran entre las principales tendencias que van a imponerse en el mundo del comercio electrónico en 2017.

Se destaca un crecimiento sostenido de la economía colaborativa, un mayor impacto de las redes sociales como instrumento de venta on-line o una mayor preferencia en el consumidor por los productos sostenibles.

## **Evolución de la Inteligencia Artificial y Big Data.**

Tecnologías como la inteligencia artificial o el Big Data van a seguir evolucionando durante 2017 y serán claves este año. La analítica avanzada va a jugar un papel fundamental en cómo las empresas van a hacer frente al comportamiento de compra del consumidor y en la conversión de las ventas.

Para poder personalizar adecuadamente la experiencia de compra y adaptarla al máximo a las necesidades de los usuarios, las compañías deberán ser capaces de procesar y analizar en tiempo real un gran volumen de información. Y para cumplir este objetivo, las empresas tratarán de trabajar y desarrollar tanto la estructuración de datos como la analítica predictiva.

## **Productos bajo demanda y al gusto del consumidor.**

Las compañías dispondrán de un mayor intercambio de información y una mayor interconexión entre las diferentes partes de la cadena logística. Por tanto, los flujos logísticos podrán estar cada vez más ligados, permitiendo modelos en los que la mercancía podrá ser producida bajo demanda y personalizada al gusto del consumidor.

Con más frecuencia, las empresas serán capaces de ofrecer productos totalmente adaptados a las necesidades y gustos del consumidor. Este fenómeno pone de manifiesto que la demanda se sitúa en primer lugar en la cadena del comercio y el suministro pasará a un segundo plano. Si todo lo que un consumidor

quiera se podrá definir, proveer, generar y entregar en unos pocos clics, la cadena de suministro tal y como la conocemos actualmente evolucionará, lo que marcará un nuevo ciclo en el comercio.

### **Entregas logísticas en cualquier lugar y en el mismo día.**

En la actualidad, la fabricación de los productos tiene lugar en cualquier parte del mundo, sin embargo, los consumidores esperan que éstos sean entregados rápidamente en sus domicilios, independientemente de dónde hayan sido producidos.

De ahí, que sea vital para las empresas adaptarse a esta necesidad innovando, invirtiendo en transporte y logística, y teniendo en cuenta que los consumidores valoran la flexibilidad y la comodidad. Por ello, las empresas tenderán a implementar opciones de entrega en el día o incluso en las horas siguientes a la compra del producto, así como las recogidas de productos en la tienda cuando sea posible.

Los gastos de envío tenderán a reducirse ya que los consumidores valoran positivamente fórmulas de envío a coste reducido o gratuito. Además, también habrá una reducción en los tiempos de entrega, especialmente, en las exportaciones.

### **La socialización del e-commerce se afianza.**

El uso de las redes sociales, seguirá siendo clave en los procesos de compra, los consumidores continuarán socializando sus compras y haciéndolas más interactivas, comentando sus adquisiciones con otras personas o recibiendo opiniones de otros compradores.

Por otra parte, al 51% de los usuarios les parece bien que las marcas utilicen las redes sociales para publicitarse frente a un 9% de ellos que les parece mal (un 40% son indiferentes a este tema), lo cual pone de manifiesto que el nivel de aceptación de la publicidad en redes sociales es alto y las compañías continuarán utilizando las redes sociales para promocionar sus ofertas.



Aproveche las redes sociales para contar su historia. Haga contacto con sus clientes y estimúelos a que vuelvan. Sumadas al correo electrónico, las redes sociales son ideales para esto.

Construya un área de interés con algo más que sus productos y servicios. Las redes sociales estimulan el efecto de “Comprar Ahora”. ¡Póngalas a trabajar a su favor!

### **Comercio sostenible en auge.**

En 2017 será más frecuente recurrir al comercio sostenible o colaborativo cuando deseemos adquirir un producto, de ahí que las transacciones entre particulares se consolidarán como una práctica habitual entre aquellos compradores deseosos de alargar la vida de los productos, colaborar con el medio ambiente y ser más sostenibles reduciendo el gasto.

### **Comercio electrónico móvil.**

El eMobile, Mobile Marketing o Marketing móvil es el conjunto de estrategias, tácticas y herramientas que permiten promocionar productos y servicios utilizando los dispositivos móviles (smartphones) como canal de comunicación. Esta nueva variante del marketing moderno surge por causa del enorme auge de la telefonía

móvil y sus ventajas para captar y fidelizar clientes. Hoy en día el e-commerce móvil es fundamental para promover los negocios offline y online.

Su presencia online tiene que ser amigable con los smartphones y tablets.

Es probable que muchos de sus visitantes utilicen móviles para acceder a su web. Al menos un 20% y tal vez hasta más del 80%, de sus visitantes lo hagan a través de un dispositivo móvil.

Usted tiene que poder servirles bien a todos ellos, o perderá ventas. Además, si su sitio web no es amigable a los dispositivos móviles, caerá en el ranking de Google y obtendrá menos tráfico y menos ventas.



### Marketing de Contenidos.

El Marketing de contenidos consiste en crear contenido valioso y relevante para atraer a un público objetivo definido, con el objetivo de convertirlos en clientes.

Esto es cada vez más importante ahora ya que la competencia aumenta día a día en Internet y sistemas como los bloqueadores de anuncios son cada vez más frecuentes. Usted debe ser accesible y diferente, para posicionarse como el número uno de su nicho de mercado.

Aplique el Marketing de Atracción. Ofrezca a sus prospectos un obsequio (carnada o imán de prospectos) como un e-Book que enseñe a usar sus productos y servicios. No es difícil, ya que usted conoce su negocio mejor que nadie.

Simplemente puede publicar contenido de calidad en su Blog o agregar páginas de información en su tienda online.

De esta forma es que usted va construyendo su Lista de correos electrónicos de prospectos, para luego enviar información de calidad por medio de su Auto-Respondedor y lograr convertirlos en Clientes.



### Marketing con Videos.

Los videos son la forma más práctica y atractiva para educar a sus clientes y ayudarlos a entender mejor cómo funcionan sus productos y servicios.

Publique sus videos en YouTube –el segundo buscador más importante de Internet– y atraerá nuevo tráfico hacia su sitio web. Después que haya publicado un video en YouTube, puede incluirlo en su web, su blog y sus páginas de captura.

Según estimaciones de Cisco, el 69% del tráfico total de los consumidores será por medio de videos en 2017. Analice estos datos:

- 90% de los usuarios dicen que ver un video acerca de un producto les ayuda a tomar una decisión de compra;
- 36% de los clientes confían en los anuncios de video;
- 64% de los visitantes son más propensos a comprar un producto después de ver un video en línea;
- Los videos de productos pueden aumentar las conversiones hasta en un 20%.

¡Inspire a sus clientes! Ofrézcales consejos y muéstrole todo en videos. Incluso puede sumarlos a sus estrategias de marketing de contenidos.

### Conversiones de Ventas.

Conseguir tráfico hacia sitio web es importante. Luego usted debe lograr que esos prospectos compren sus productos. Es necesario convertir el mayor porcentaje posible de usuarios en clientes.

Hay muchas herramientas interesantes y métodos para usar – desde Encuestas, Pruebas A/B hasta seminarios online y comunidades de fans.

Utilice las herramientas que le marketing digital pone a su alcance para entender a sus clientes, mejorar su presencia online, y conseguir más ventas.

Una vez que usted disponga de una Plataforma Digital integrada logrará optimizar sus estrategias de marketing y conseguirá multiplicar sus ventas.



### Conclusión.

Todas estas tendencias permiten atraer más tráfico, ayudar a sus visitantes, convertirlos en clientes y venderles sus productos.

Usted puede hacer esto de muchas maneras y lo recomendable es que aproveche las tendencias mencionadas para potenciar sus resultados. Descubra dónde están sus clientes y luego atráigalos para ayudarlos.

Usted debe trabajar en forma diaria y sistemática, apalancado con una Plataforma Digital integrada, para construir y potenciar su Marca Personal en Internet.

Es importante considerar el asesoramiento de personal especializado para conseguir mayor cumplimiento en los objetivos planteados, **SCProgress** proporciona asesoría y suministros que mejorarán y facilitarán su experiencia en e-commerce, considerando todos los temas descritos, especialmente en la seguridad y confiabilidad de todas sus transacciones.

FUENTES: <http://www.muypymes.com/2017/01/17/tendencias-comercio-electronico-2017>  
<https://www.economiapersonal.com.ar/nuevas-tendencias-del-comercio-electronico-en-2017/>

# Rincón de los expertos

Cada organización escoge la plataforma más apropiada para desarrollar su e-commerce acorde con las necesidades y requerimientos que tiene, a pesar de ello existe una visión general sobre cuáles son las mejores plataformas para el desarrollo de aplicaciones de Comercio Electrónico; siendo las principales Magento, Shopify y Bcommerce, como es muy bien conocido. Magento ha sido por varios años seleccionada como la mejor plataforma en esta categoría, sin embargo de ello hoy es superada en varios aspectos por otras aplicaciones presentadas; podemos aquí indicar las principales fortalezas de cada una de las plataformas en una escala de 100 puntos, basadas en tres aspectos fundamentales:

| Plataforma E-commerce | Opciones para la gestión de Gateways de pago | Facilidad para la gestión de temas | Gestión SEO |
|-----------------------|--|------------------------------------|-------------|
| Magento               | 80   | 79                                 | 80          |
| Bigcommerce           | 40   | 86                                 | 90          |
| Shopify               | 70   | 91                                 | 100         |

**“El comercio electrónico será un amplio sector en el que triunfarán numerosas empresas al mismo tiempo con estrategias diferentes. Aquí hay sitio no para diez o cien empresas, sino para miles o decenas de miles de empresas”**

**— Jeff Bezos —**

# Noticias

## La transformación de las tiendas físicas, una carrera de fondo hacia la digitalización

¿Cómo compramos? ¿Cómo pagamos? Los hábitos de compra de los consumidores están cambiando y esto se nota en el momento del pago. Los datos reflejan que el comercio electrónico continúa creciendo, pero todavía son muchas las personas que prefieren comprar en el punto de venta físico.

Este incremento del comercio electrónico, está haciendo que las tiendas de toda la vida, aprovechando las nuevas opciones del mercado, estén trabajando en la digitalización del negocio para poder llevar el momento del pago un paso más lejos. Esta digitalización ayuda también al fomento del crecimiento de los pequeños comercios, que se tienen que adaptar para poder competir con empresas más grandes.



A diario, los consumidores tenemos a nuestra disposición una serie de métodos de pago que están dejando progresivamente de lado al dinero en efectivo, como por ejemplo el pago electrónico con la tarjeta o con el móvil, o el pago online en la propia tienda.

Dado que no queremos abandonar la compra tradicional, estamos introduciendo a nuestros hábitos de pago otros sistemas, como por ejemplo el pago mediante transacciones bancarias utilizando el Smartphone, que hace que ya no tengamos que llevar la cartera, así como, las tarjetas de crédito y de débito.

Estas alternativas digitales para pagar en el punto de venta, ayudan a los consumidores a agilizar el proceso de compra. Reducen el tiempo que pasan en el comercio, porque, a pesar de que cada vez se compra más online, nos gusta, sobre todo en determinados productos, probarlo antes de comprar, tocarlo y comprobar si se ajusta a nuestras necesidades y expectativas.

Con frecuencia se recurre a la compra online de viajes, ropa y tecnología, sin embargo, nos cuesta lanzarnos a la compra de alimentos frescos, de productos de limpieza y medicinas por la red, entre otros. Desconfiamos de cómo puede llegar el producto y preferimos ahorrar tiempo y acudir de manera física para evitar los largos procesos de devoluciones.

Como se trata de métodos de pago digitales, al igual que sucede con los e-commerce, es importante que los comercios ofrezcan una experiencia de compra rápida y eficaz, garantizando a los clientes la seguridad y protección de los datos de tarjeta. Para cubrir esta necesidad, numerosos negocios cuentan con pasarelas de pago que facilitan el proceso de cobro.

De este modo, se benefician tanto las empresas, debido a que reducen costes financieros pudiendo trabajar con distintos bancos y entidades procesadoras al mismo tiempo, como el consumidor final cuando puede, por ejemplo, pagar en su moneda de origen o cuando siendo turista no europeo se le puede devolver el I.V.A., siempre y cuando el comercio incorpore esta forma de transacciones.

Es necesario considerar de manera fundamental, cuidar el proceso de pago en el punto de venta. Por ello, con una solución de pago presencial consiguen que este momento sea rápido, ágil, adecuado a las necesidades de cada comprador y cada negocio, sin importar su sector o tamaño.

FUENTE: <http://ecommerce-news.es/servicios/transformacion-tiendas-fisicas-digitalizacion-56828.html>.

**World Famous New York Style Pizza**

**THE PIZZA FACTORY & COFFEE**

**COMPLEMENTOS**  
ALITAS BBQ - NY CHEESECAKE - ENSALADA

**THE PIZZA FACTORY**

**DELIVERY - QUITO 6040888**

**¡¡Somos mucho más que pizza!!**

**THE PIZZA FACTORY & COFFEE**

**THE PIZZA FACTORY & COFFEE**

**Paul Rivet N31-117 y Whymper ( 6 de Dic. y Coruña )**

**Dine-in & Delivery 6040-888**

# Humor



Empresas o personas interesadas en promocionarse en nuestra revista, por favor contactarse con [c.delatorre@scprogress.com](mailto:c.delatorre@scprogress.com)

## SCProgress cuenta con todo lo que necesita para su infraestructura de cableado estructurado

Los sistemas de cableado estructurado constituyen una plataforma universal para la transmisión de voz, datos y video, el diseño e implementación de infraestructuras de fibra óptica y cableados que cumplan con los estándares se vuelven cada vez más imprescindible para el éxito de sus empresas.



### SCProgress brinda el mejor servicio en:

- Diseño e instalación de sistemas de cableado estructurado con las mejores marcas.
- Certificación de sistemas de cableado estructurado
- Diseño e instalación de fibra óptica.
- Asesoría técnica para la implementación de sistemas de cableado estructurado.
- Personal altamente calificado, certificado y con amplia experiencia.

En caso de requerimiento del cliente, nuestro personal cuenta con experiencia en marcas como Panduit, Dexon, así como marcas nacionales.

Para más información no dude en contactarnos en [ventas@scprogress.com](mailto:ventas@scprogress.com)

**[www.scprogress.com](http://www.scprogress.com)**

**Marzo 2017**