

Digitalización del comercio De productos frescos (Manual de autoformación)

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN.

1.1. La sociedad de la información. Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.

1.2. Nuevos medios: internet y el comercio. Internet y la empresa.



UNIDAD 1. Introducción al comercio electrónico.





Es evidente que cada vez más, las nuevas tecnologías se han introducido en la mayoría de nuestras vidas. Seguramente, no habrá ningún día en el que no tengamos que hacer uso de las nuevas tecnologías y cada vez, en los procesos de compra. Démonos cuenta de que este tipo de comercio

estará disponible las 24 horas del día.

Esto hará que cualquier empresa que quiera estar "al día" y pueda ofrecer este tipo de venta, necesite conocer qué es el comercio electrónico y qué tipos de herramientas existen para ello.

La venta por Internet de productos frescos no es ajena a este fenómeno, si bien, presenta particularidades relacionadas con la logística que deben ser tenidas en cuenta. En este sentido, Zamas inició una de las primeras experiencias a escala nacional de comercio electrónico con una plataforma multipuesto, que sigue activa: www.frescoszaragoza.com

¡Empezamos!

Objetivos

- Conocer qué es la sociedad de la información.
- Saber cuáles son las nuevas tecnologías de la información y comunicación.
- Entender la combinación Internet/comercio e Internet/empresa.

1.1. La sociedad de la información. Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.

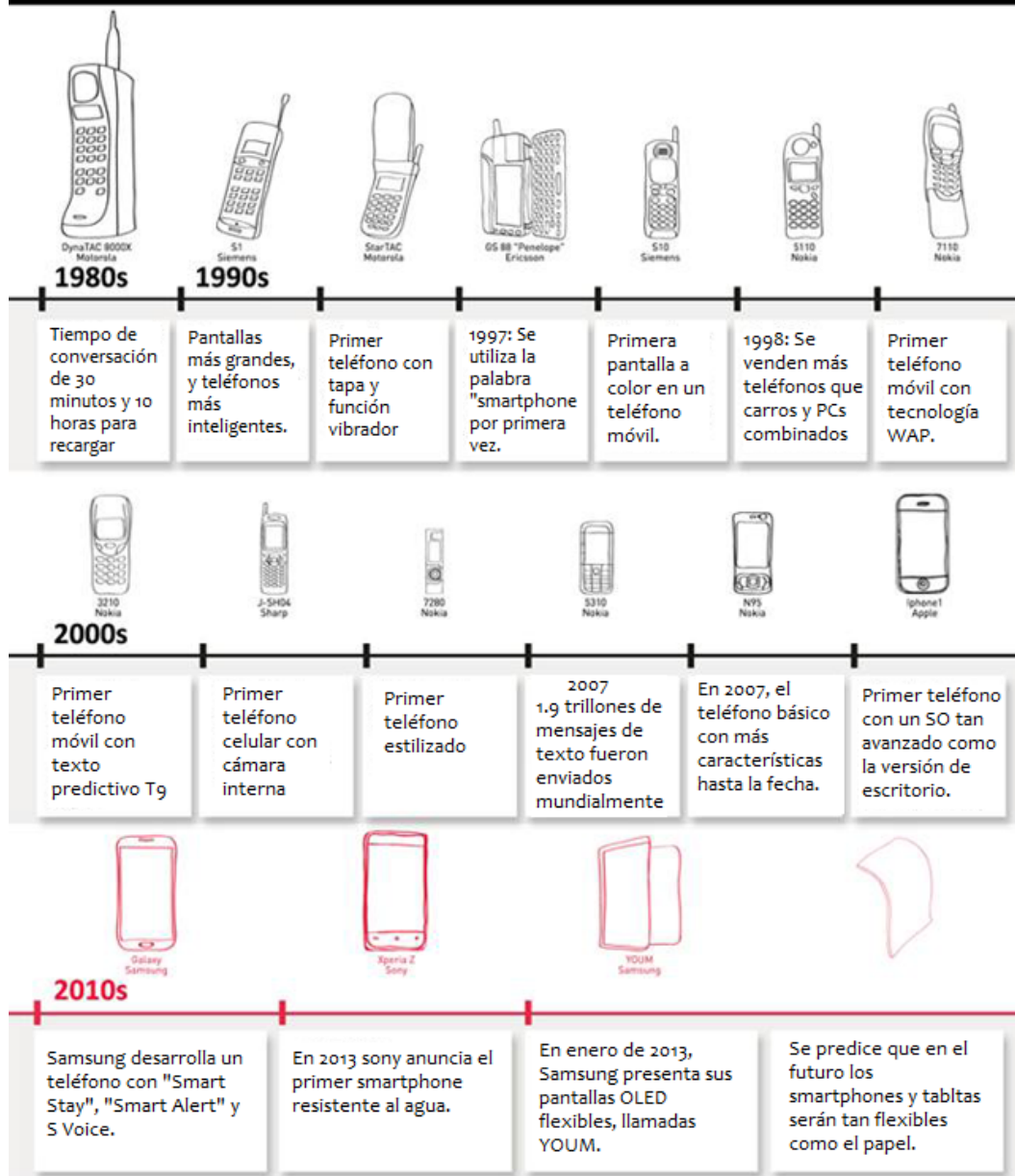
A lo largo de la historia se han empleado diversos métodos para transmitir la información, ya sea mediante señales de humo, utilizando los servicios de correo rápido como el “Pony Express” que llegó a reducir en 1860 el tiempo de entrega de mensajes de veinticinco a diez días pasando por el telégrafo que lo redujo hasta unos pocos segundos.

En el contexto del siglo XXI las tecnologías de la información y de la comunicación desempeñan un papel preponderante que las hacen imprescindibles para todos los negocios, por muy tradicionales que sean. Las fuentes y canales de información son innumerables, siendo posible acceder a ellas mediante diferentes terminales: teléfonos inteligentes, tabletas y televisores conectados a Internet. Los ciudadanos conciben como algo normal la recepción de mensajes, correos electrónicos, boletines de noticias con diferentes contenidos en sus dispositivos. Además, tampoco les sorprende que en sus navegadores aparezcan productos o servicios por los que se han interesado anteriormente.

Existe una discusión sobre los conceptos **de tecnologías de la información y la comunicación (TIC)** y las **nuevas tecnologías de la información y la comunicación (NTIC)**. En realidad, existen algunas diferencias que es preciso señalar. A finales del siglo XIX el teléfono se consideró como un elemento TIC, pero es evidente que esta tecnología ha evolucionado de manera significativa hasta llegar a los teléfonos inteligentes actuales. Por consiguiente, el término NTIC está reservado para las últimas innovaciones tecnológicas en la información y en la comunicación.

El primer teléfono móvil fue creado por Motorola en 1.973 y desde entonces los dispositivos han evolucionado hasta llegar a los denominados “teléfonos inteligentes” incorporan unas prestaciones insospechadas cuando se introdujo este elemento tecnológico.

EVOLUCIÓN DE LOS TELÉFONOS MÓVILES



Fuente: Mobileworldcapital.com

1.2. Nuevos medios: Internet y el comercio. Internet y la empresa.

Internet ha modificado e impulsado las relaciones entre las empresas **B2B** (business to business) y entre éstas y sus clientes **B2C** (business to customer) hasta realizar de forma habitual intercambios comerciales.



El crecimiento del comercio electrónico ha reforzado un canal que siempre ha existido, se trata de los intercambios entre particulares **C2C** (consumidor a consumidor).

Ya no es suficiente con disponer de una página corporativa en la que se difunda información de la empresa, en nuestro caso del comercio. El abrir una tienda electrónica, permite llegar a nuevos mercados mejorando la rentabilidad del negocio. En ese sentido, la constancia y la determinación permitirán superar las barreras de conocimiento iniciales.

Del mismo modo, es preciso aprovechar todas utilidades de análisis de tráfico del portal de comercio electrónico, como son: procedencia de los visitantes de la página, el tipo de terminal de acceso, tiempo que permanecen en la página, secciones o partes más visitadas, etc.

Gracias al comercio electrónico se pueden realizar cómodamente desde un dispositivo móvil casi cualquier transacción. La inserción en el portal de comercio electrónico del catálogo de productos, con la estructuración que se determine (secciones, familias y referencias) posibilitará su venta, controlando el nivel de existencias disponible o deseado, así como un control de las reclamaciones, quejas y las devoluciones. Este canal digital constituye un marco de relación entre el establecimiento y el cliente diferente al presencial, sin menoscabar los valores que impregnan el trato directo.

RESUMEN

Actualmente nuestra sociedad vive rodeada de innumerables fuentes y canales de comunicación. Nos podemos conectar a Internet a través de smartphones, tablets y smartTVs, recibimos emails, boletines de noticias, mensajes de WhatsApp e incluso publicidad adaptada a nuestros gustos.

Por lo tanto, las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) abarcan recursos, herramientas y programas que son usados para compartir información haciendo uso de medios tecnológicos, como: teléfonos, etc. Sin embargo, es necesario resaltar que debido a la evolución tecnológica se pueden diferenciar nuevos dispositivos, los cuales estarían incluidos en las Nuevas Tecnologías de la Información y comunicación (NTIC), como los ordenadores, smartphones, etc.

En el modelo clásico de comercio podemos hablar de:

- B2B (business to business) empresa a empresa
- B2C (business to customer), empresa a cliente

Con la introducción del comercio electrónico ha emergido un nuevo canal de venta y comunicación que anteriormente existía pero que está viviendo una segunda juventud. El canal del que hablamos es el C2C (consumidor a consumidor).

Gracias a los terminales móviles se puede realizar casi cualquier transacción.

AUTOEVALUACIÓN.

Pregunta Verdadero-Falso

Indica si las siguientes afirmaciones son verdaderas o falsas.

1. El primer teléfono móvil creado por Motorola fue en el año 1973.
2. El tipo de comercio más habitual y clásico es el C2C (consumidor a consumidor).
3. Los modelos de comercio electrónico más habituales son el B2B (bussines to bussines) y B2C (bussines to customer).
4. Gracias al comercio electrónico, desde un dispositivo móvil, se puede llevar a cabo casi cualquier transacción.
5. El acceso a estadísticas de tráfico de vistas de un portal de Internet es imposible puesto que queda reservado a los buscadores de Internet (Google, etc.).



Glosario

- B2B** Comercio denominado Business to Business, es decir de empresa a empresa.
- B2C** Comercio denominado Business to Consumer, es decir de empresa a consumidor.
- C2C** Comercio denominado Consumer to Consumer, es decir, de consumidor a consumidor.
- NTIC** Término utilizado para identificar a las Nuevas Tecnologías de Información y la Comunicación.
- SmartTV** Televisión inteligente. Conectada a Internet y que permite reproducir contenidos desde diferentes ubicaciones.
- TIC** Término utilizado para identificar a las Tecnologías de la Información y la Comunicación.

Bibliografía/Webgrafía

- La importancia del Comercio electrónico.
<https://tantacom.com/la-importancia-del-comercio-electronico-y-la-necesidad-de-las-empresas-de-disponer-de-tienda-online-parte-primer/>
- Introducción al comercio electrónico.
<https://es.ccm.net/contents/200-introduccion-al-comercio-electronico>
- Relevancia del E-commerce para la empresa actual.
<https://uvadoc.uva.es/bitstream/10324/5942/1/TFG-O%20174.pdf>
- Introducción al Comercio electrónico I.
<https://www.lawebera.es/tiendas-online/introduccion-al-comercio-electronico-i.php>

Solucionario al cuestionario de autoevaluación:

1. Verdadero; 2. Falso; 3. Verdadero; 4. Verdadero y 5. Falso