



+++

CULTURA 360[↔]

COMERCIO ELECTRÓNICO PARA PROYECTOS CULTURALES

MARÍA FLORENCIA GAIBAZZI

Contadora y Directora del posgrado "Especialización en Gestión Estratégica de la Tecnología Informática".

Podemos nombrar al comercio electrónico como una combinación de modelos de negocios y tecnologías de la información. Generalmente lo conocemos como la compra y venta de productos y/o servicios a través de Internet.

Las tres principales categorías de comercio electrónicos son:

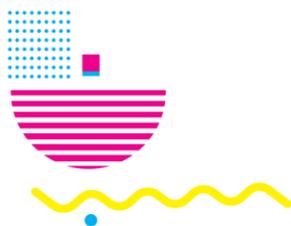
- **El comercio electrónico de negocio a consumidor (B2C)** implica la venta al detalle de productos y servicios a compradores individuales.
- **El comercio electrónico de negocio a negocio (B2B)** implica la venta de productos y servicios entre empresas.
- **El comercio electrónico de consumidor a consumidor (C2C)** implica a los consumidores que venden directo a otros consumidores.

Estrategia integrada de comercio electrónico:

Al implementar una estrategia de comercio electrónico, primero debemos planificarla teniendo en cuenta la naturaleza de nuestro emprendimiento, la naturaleza de los productos y/o servicios que brindamos y el tipo de modelo de comercio electrónico a adoptar.

- Naturaleza del emprendimiento
 - Nacido en la red
 - Entrante en la red
- Naturaleza del Producto
 - Servicio
 - Manufactura
 - Mixto
- Modelo
 - B2B, B2C, C2C, etc.

Generalmente los emprendimientos entrantes en la red comienzan con un modelo de comercio electrónico de B2C o C2C utilizando los servicios de un Marketplace como por ejemplo Mercado Libre, quien se encarga de la comercialización, logística, medios de pago de todos los productos; cobrando por cada servicio un % de las transacciones. Al aplicar este modelo y estrategia los emprendimientos formar equipos de trabajo transdisciplinarios para que colaboren y coordinen esta nueva actividad comercial con el



+++

CULTURA 360[↔]

proveer de servicio, en este caso del ejemplo, el proveedor del servicio sería Mercado Libre.

Los emprendimientos nacidos en la red desde sus inicios son gestados en la Web y en entornos virtuales de comercialización dentro del ecosistema digital.

Los emprendimientos entrantes en la red una vez que comienzan a comercializar a través de Internet, ven modificadas su dinámica organizacional por el propio desarrollo comercial digital y al analizar los cambios que surgen, replanifican su estrategia, tratando de generar un liderazgo tecnológico interno para no depender del proveedor de servicios de comercio electrónico, diseñando su propia plataforma digital integrada. Todo ello es posible gracias a los siguientes factores vinculantes: Liderazgo, infraestructura y aprendizaje que funcionan como fuerzas impulsoras de los cambios en un contexto VICA (Volátil, incierto, complejo y ambiguo).

Los emprendimientos más jóvenes que nacen en la red, son más flexibles en su funcionamiento, aprenden del mercado rápidamente y generan una estrategia centrada en el cliente de bajos costos. Los emprendimientos entrantes en la red, capitalizan todo su conocimiento y experiencia, aprovechando los avances tecnológicos, con el fin de crear nuevos mecanismos de comercialización de sus productos y/o servicios de bajos costos.

¿Preguntas antes de comenzar?

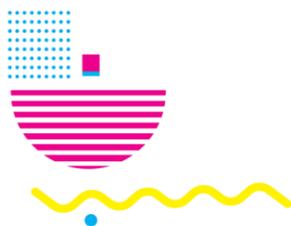
- ¿Conoces quién es tu público objetivo?
- ¿Cuál es la propuesta de valor cultural que podés generar?
- ¿Cómo es la comunicación del contenido de tu propuesta cultural y a través de qué canales? Redes sociales, contenido compartido, mails, etc...
- ¿Tenes presencia en la Web?
- ¿Cómo?

Herramientas de TI para tener presencia en la Web

Preguntas antes de diseñar mi sitio Web

- ¿Por dónde comienzo?
- ¿Web 1.0 o Web 2.0?

La Web 1.0 se asimila a tener presencia en la Web como si fuera una publicidad estática, donde no hay interacción con el potencial cliente. Similar a las antiguas guías telefónicas, donde la gente recurría para buscar un teléfono o dirección de algún comercio o servicio.



+++

CULTURA 360[↔]

En cambio la Web 2.0 implica interacción con los internautas, un feedback online dentro de los diferentes canales de comunicación, publicación de contenidos por ejemplo a través de blogs, además de tener presencia en la web.

- ¿NIC?

Network Information Center Argentina, o **NIC Argentina** (en español: Centro de Información de la Red para Argentina), es una oficina dependiente de la [Secretaría Legal y Técnica de la Presidencia de la Nación](#) bajo la órbita de la Dirección Nacional de Registro de Dominios de Internet responsable de administrar el [dominio de nivel superior .ar](#), además del registro de nombres de dominio de internet de las personas físicas y jurídicas.

- ¿Alojamiento Web?

- **Tiempo de actividad (uptime)**

- El servicio de hosting debe ser sin interrupciones en tu página web, para poder lograr una mejor reputación online.

- **Velocidad de carga**

- Los usuarios de internet exigen rapidez de carga por parte de los sitios web y sus servidores de hosting (2 segundos o menos en promedio).

- **Soporte técnico**

- Tu hosting debe tener un centro de atención especializada, con personal que hable español y esté disponible los 7 días a la semana, las 24 horas.

- **Funcionalidad y flexibilidad**

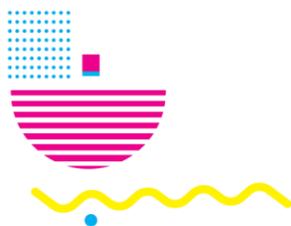
- Tu hosting debe tener las últimas actualizaciones de software y adaptarse a tus necesidades tecnológicas (facilidad de uso para principiantes, servidores para sitios WordPress o funciones avanzadas para sitios más complejos).

- **Precio**

- Lograr un balance adecuado entre los servicios que ofrece el hosting y el valor del mismo, dentro de tu presupuesto.

- ¿Administración Web?

Se puede contratar un administrador web, como por ejemplo un analista de sistemas o el mismo servicio de hosting brinda dicho servicio, dependiendo del paquete que contratemos.



+++

CULTURA 360[↔]

- ¿Mantenimiento Web?
Se puede contratar un administrador de contenidos web, como por ejemplo un community management o uno mismo actualiza los contenidos en la web.

- Ciberseguridad

Certificado SSL cumplen una doble función:

a) Nos comunican la identidad de quien compra nuestros productos o servicios, desde sus estatutos fundacionales a fotografías recogidas en servicios gubernamentales. Esa confirmación identitaria, unida al establecimiento de una conexión encriptada con nuestro cliente, reduce al mínimo la posibilidad de fraude o de interceptación de los datos intercambiados por parte de terceros

b) Nuestro cliente obtiene ventajas similares: sabe quiénes somos nosotros, y que nosotros somos realmente nosotros (y no un sitio de phishing o similar treta ideada por los hackers). El que nuestro sitio web posea un certificado SSL incrementa enormemente nuestra fiabilidad a ojos de potenciales clientes.

¿Con qué plataforma?

- Plantillas pre-diseñadas (Wix, WordPress, Tienda Nube, etc.)
- Desarrollo a medida (Magento, PrestaShop, etc.)
- Marketplace (Mercado Libre)

¿Qué contenidos público?

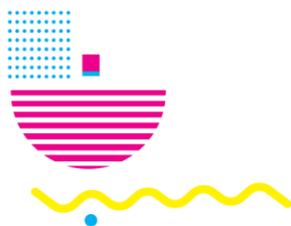
- ¿Cómo?
- ¿Cuándo?
- ¿Quién los administra?
- Comunicación y contacto (vía mails, teléfonos, WS, Chatbot, Chat humano, etc)

Estrategia de diseño y desarrollo de mi website

Pasos a seguir:

Primero responder que tipo Web decido tener: ¿Web 1.0 o Web 2.0?

- Registrar mi dominio en NIC.ar
- Seleccionar al proveedor de servicio
- Ciberseguridad:
 - Certificado SSL
 - Backup
 - Antivirus
 - Actualización del SO



+++

CULTURA 360[↔]

Segundo seleccionar la plataforma y definir lo requerimientos mínimos:

- 10 secciones
- 1 cuenta de correo
- Dominio Web
- Intuitivo editor
- Plantillas para diseño
- Integración con WhatsApp
- Hosting
- Certificado SSL

Tercero definir medios de contacto, comunicación y contenido

- Mail
- Blog
- Instagram
- Facebook
- LinkedIn
- Google
- Chat / Chatbot