



CONSEJO PROFESIONAL
DE CIENCIAS ECONOMICAS
DE LA PROVINCIA DE SANTA FE



“e-commerce”

Speakers



Prof. Mag. Cont. María Florencia Gaibazzi Directora Esp. en
Gestión Estratégica de la Tecnología Informática. Fac. Cs
Económicas y Estadística UNR

Ing en Sistemas Mariano Botti e-commerce Leader de
ecloudsolutions.

Lic en Comunicación Social y Digital Nicolás de Mayo Bettelli
e-commerce Manager de ecloudsolutions.

Agosto 2019



2019 *This Is What Happens In An Internet Minute*



E-Commerce

- Compra y venta de productos y /o servicios a través de Internet



Soluciones de Negocio

Retos del Negocio
Oportunidades



Incrementar
Ventas

Administración

Organización

Tecnología



Sistemas de
Información



Características de las Tecnologías e-commerce

UBICUIDAD
ALCANCE GLOBAL
ESTÁNDARES UNIVERSALES
RIQUEZA
INTERACTIVIDAD
DENSIDAD DE LA
INFORMACIÓN
PERSONALIZACIÓN /
ADAPTACIÓN
TECNOLOGÍA SOCIAL



Crecimiento del e-commerce

Transformación de
Negocios

Bases Tecnológicas

Nuevos Modelos de
Negocios



Estrategia integrada de Comercio Electrónico

- o Naturaleza de la organización
 - o Nacidas en la red
 - o Entrante en la red
- o Naturaleza del Producto
 - o Servicio
 - o Manufactura
 - o Mixto
- o Modelo
 - o B2B, B2C, C2B, C2C, etc.



Modelos de Negocios de Internet

Categoría	Descripción	Ejemplo
E-tailer	Venta de manera directa a consumidores o empresas	Amazon
Agente de transacciones	Ahorra tiempo y dinero a los usuarios	Trivago Booking
Creador del Mercado	Provee un entorno digital donde se reúnen compradores y vendedores	eBay Mercado Libre OLX

Modelos de Negocios de Internet

Categoría	Descripción	Ejemplo
Proveedor de contenido	Provee contenidos digitales como noticias, videos, música, a través de la Web	Itunes.com (apple) Amazon Prime Video Netflix
Proveedor Comunitario	Provee un lugar virtual de reunión para compartir información y comunicarse	Facebook Instagram Twiter

Modelos de Negocios de Internet

Categoría	Descripción	Ejemplo
Portal	Provee un punto de entrada a la Web	Google Yahoo
Proveedor de servicios	Provee aplicaciones Web 2.0 para compartir fotos, videos y contenidos generado por los usuarios como servicios. Almacenamiento y respaldo de datos en línea	Goople Apps Dropbox



CONSEJO PROFESIONAL
DE CIENCIAS ECONOMICAS
DE LA PROVINCIA DE SANTA FE



Informe CACE al 31-12-18 e-commerce

- o Facturación de \$ 229.760 millones
- o 47 % más que el 2017
- o 79 millones de ordenes de compras
- o Ticket promedio de \$ 2900.
- o 9 de cada 10 encuestados realizó una compra on-line
- o 5 de cada 10 realizó una compra on-line en el último semestre.
- o El 49 % de los usuarios de Internet efectúa una compra on-line por mes.
- o El 51 % de los usuarios de Internet efectúa una compra on-line por semestre
- o Tasa de satisfacción del 98%



Prof Mgs CP María Florencia Gaibazzi mgaibaz@fcecon.unr.edu.ar



CONSEJO PROFESIONAL
DE CIENCIAS ECONOMICAS
DE LA PROVINCIA DE SANTA FE



Informe CACE e-commerce al 31/12/2018

Factores que motivan las compras on-line

- o Energía / esfuerzo
 - o Se puede comprar en cualquier momento
 - o Comodidad, entrega en domicilio
 - o Proceso de compra fácil y sencillo
- o Tiempo
 - o Ahorra tiempo
 - o Los productos se encuentran más rápido que en las tiendas físicas
- o Dinero
 - o Mayor y mejor % de descuentos



Prof Mgs CP María Florencia Gaibazzi mgaibaz@fcecon.unr.edu.ar



CONSEJO PROFESIONAL
DE CIENCIAS ECONOMICAS
DE LA PROVINCIA DE SANTA FE



Informe CACE e-commerce al 31/12/2018

Factores que desmotivan las compras on-line

- o Productos

- o No poder ver, tocar, probar, etc. el producto antes de comprarlo.

- o Logística

- o Demoras en la entrega

- o Confianza

- o Desconfianza en el sitio del vendedor
 - o Uso de tarjeta de crédito
 - o Poca seguridad en los pagos/manejo de los datos
 - o Poca claridad en la transacción



Prof Mgs CP María Florencia Gaibazzi mgaibaz@fcecon.unr.edu.ar



CONSEJO PROFESIONAL
DE CIENCIAS ECONOMICAS
DE LA PROVINCIA DE SANTA FE



Informe CACE al 31-12-18 e-commerce

- o Productos más facturados dentro del modelo B2C:
 - o Pasajes y turismo
 - o Indumentaria no deportiva
 - o Indumentaria deportiva
 - o Celulares y teléfonos
 - o Entradas a espectáculos y eventos
 - o Electrodomésticos y aires acondicionados
 - o Computación
 - o Hogar, muebles y jardín
 - o Electrónica audio, video y TV
 - o Infantiles (indumentaria, accesorios y juegos)
 - o Otros



Prof Mgs CP María Florencia Gaibazzi mgaibaz@fcecon.unr.edu.ar



CONSEJO PROFESIONAL
DE CIENCIAS ECONOMICAS
DE LA PROVINCIA DE SANTA FE



Informe CACE e-commerce al 31/12/2018

- o La tasa de conversión creció del 1,36 al 1,61 %
- o 120 millones de productos vendidos un 25 % más que en el 2017
- o 77 % de los pagos se realizan con tarjeta de crédito, el 11 % al retirar el producto en sucursal o recibirlo en domicilio en efectivo o por pago fácil o Rapipago, el 7 % con tarjeta de débito, el 4 % con billetera electrónica y el 1 % a través de transferencia bancaria.
- o Según las ventas:
 - o 54 % retira el producto en el punto de venta
 - o 39 % solicita envío a domicilio
 - o 4 % Retira en sucursal del operador logístico



Prof Mgs CP María Florencia Gaibazzi mgaibaz@fcecon.unr.edu.ar



CONSEJO PROFESIONAL
DE CIENCIAS ECONOMICAS
DE LA PROVINCIA DE SANTA FE



Informe CACE e-commerce al 31/12/2018

- o El 44 % de las entregas se realiza dentro de la semana de la compra.
- o Factores condicionantes a la hora de elegir al operador logístico
 - o Cumplimientos de plazos de entrega
 - o Costo/precio del servicio
 - o Trazabilidad, posibilidad de seguimiento del envío.
 - o Cobertura geográfica



Prof Mgs CP María Florencia Gaibazzi mgaibaz@fcecon.unr.edu.ar



CONSEJO PROFESIONAL
DE CIENCIAS ECONOMICAS
DE LA PROVINCIA DE SANTA FE



Informe CACE e-commerce al 31/12/2018

- o El dispositivo más utilizado para efectivizar la compra sigue siendo la computadora de escritorio
- o La búsqueda de información online se realiza con mayor frecuencia a través de celulares y tablets
- o El uso de dispositivos móviles para realizar las compras online crece más aceleradamente que desde desktop.
- o Financiamiento: Factor clave. Entre 3 y 6 cuotas son las opciones más elegidas



Prof Mgs CP María Florencia Gaibazzi mgaibaz@fcecon.unr.edu.ar



CONSEJO PROFESIONAL
DE CIENCIAS ECONOMICAS
DE LA PROVINCIA DE SANTA FE



Informe CACE e-commerce al 31/12/2018

- Las Apps ganan terreno, 7 de cada 10 usuarios tiene una Apps de e-commerce instalada.

- 77 % de la Plataforma de compra y venta

- 13 % de la marca

- 10 % Tienda departamental o minorista



Prof Mgs CP María Florencia Gaibazzi mgaibaz@fcecon.unr.edu.ar



CONSEJO PROFESIONAL
DE CIENCIAS ECONOMICAS
DE LA PROVINCIA DE SANTA FE



Informe CACE al 31-12-18 e-commerce

- El dispositivo más utilizado sigue siendo la computadora de escritorio. El 65 % desktop, 35 % mobile. (cada vez aumenta más el % mobile)
- Búsqueda de información: 90 % on-line
- 8 de cada 10 eligen sitios/apps donde ya habían comprado



Prof Mgs CP María Florencia Gaibazzi mgaibaz@fcecon.unr.edu.ar

Informe CACE al 31-12-18 e-commerce

Características del e-shopper

- Cotidiano
 - Compran al menos una vez por Semana.
 - 66 % son hombres
 - Productos: telefonía, Accesorios para el Vehículo, joyería, salud y Artículos de limpieza.
 - Compran de manera automática.
 - Son eficientes y conquistables
 - Buscan y compran más a través de dispositivos Mobile



Informe CACE al 31-12-18 e-commerce

- Regular
 - Compran al menos una vez por mes.
 - Son leales
 - Valoran la experiencia en Compras previas.



Informe CACE al 31-12-18 e-commerce

➤ Ocasional

- Compran al menos una vez cada seis meses.
- 57 % son mujeres
- No están preocupados por comprar o contratar servicios Rápidamente.
- El proceso de compra no les resulta tan fácil.



Informe CACE al 31-12-18 e-commerce

Categorías

- Desarrolladas
 - ✓ Pasajes y turismo
 - ✓ Equipos de audio
 - ✓ TI, Telefonía
- En desarrollo
 - ✓ Artículos hogar
 - ✓ Alimentos bebidas
 - ✓ Electrodomésticos
 - ✓ Deportes
 - ✓ Cosmética y Perf.
 - ✓ Entradas a espectac.
 - ✓ Accesorios autos
- Por desarrollar
 - ✓ Indumentaria no dep.
 - ✓ Infantiles
 - ✓ Construcción
 - ✓ Artículos oficina
 - ✓ Otros



Factores claves de éxito en el e-commerce

- Automatización desde el momento cero
- Estrategias offline y online complementarias
- Estar donde el cliente está
- Omnicanalidad
- Hacer foco en el cliente, conocerlo
- Mejorar la experiencia del cliente UX
- Visibilidad 360
- Relación cliente – marca positiva
- Reforzar el servicio al cliente digital
- Integración ERP – e-commerce
- Repensar los productos y/o servicios desde una perspectiva digital



Prof Mgs CP María Florencia Gaibazzi mgaibaz@fcecon.unr.edu.ar