

# Comercio Electrónico

## ÍNDICE GENERAL

Introducción  
Red Internet  
Lo que Podemos Hacer en Red  
Internet y Empresa I  
Internet y Empresa II  
Internet y Empresa III  
Análisis de Portales para Comercio Electrónico  
Ejercicio  
Prácticas

Curso de Comercio Electrónico

1

# Comercio Electrónico

## Internet y Empresa II

### Índice

Las Ventas On Line  
Los Cambios en la Cadena de Valor  
Soluciones al Comercio Electrónico  
Sistemas de Transacciones y Pagos en el Comercio Electrónico

Curso de Comercio Electrónico

2

# Comercio Electrónico

## Internet y Empresa II

### Las Ventas On Line

Según estudio de la consultora Antares Consulting, dos de cada diez PYMES españolas disponen de página WEB, aunque solo el 2% de estas ofrece la posibilidad de realizar compras On Line a sus clientes

#### Antares Consulting

Sin embargo, el 30% de las PYMES españolas dispone de página WEB, ya que la presencia de sus PYMES con página WEB es de un 30% y un 40% respectivamente.

Informe obtenido de "Internet". Factbook Comercio Electrónico. ARANZADI

# Comercio Electrónico

## Internet y Empresa II

### Las Ventas On Line

Relación de Pequeñas y Medianas Empresas en Internet (%)

	Presencia en Internet	Uso de Correo Electrónico	Venta a través de Internet
Estados Unidos	45	70	11
Alemania	40	45	11
Gran Bretaña	30	45	5
España	20	25	2

Informe obtenido de "Internet". Factbook Comercio Electrónico. ARANZADI

# Comercio Electrónico

## Internet y Empresa II

### Las Ventas On Line

La Pequeña y Mediana Empresa española no debe quedar al margen de lo que supone estar presente en Internet con una Web propia, en la que se informe de las características de su negocio, se permita realizar transacciones On Line, o recibir preguntas y sugerencias.

Destacamos diez razones que avalan lo dicho:

# Comercio Electrónico

## Internet y Empresa II

### Las Ventas On Line: razones

**Nuevo Mercado:** 200 millones de personas repartidas por todo el mundo, están conectadas a Internet. Son clientes potenciales que obligan a las Pymes a no quedarse descolgadas.

**Atraer el interés público:** Una buena manera para que una empresa aparezca en los Medios de Comunicación es estar en la RED.

**Mejor y mayor información:** Ante la inmensa competencia que existe en el mercado, no basta con ofrecer calidad. Darnos a conocer forma una parte fundamental del proyecto Empresarial.

# Comercio Electrónico

## Internet y Empresa II

### Las Ventas On Line: razones

**Alcanzar un mercado potencial muy deseable:** Como una buena apuesta para el futuro.

**Mercados internacionales:** Que mas puede pedir una Empresa que poder negociar con gente de otro continente con la inmediatez que ofrece la red.

**Servicio 24 horas al día:** Una Web en le permite estar abierto las 24 horas y 365 días al año.

# Comercio Electrónico

## Internet y Empresa II

### Las Ventas On Line: razones

**Renovación inmediata:** Las posibilidades de informar al cliente sobre cambios y novedades se multiplican con una Web a un bajo coste.

**Comunicación interactiva:** A través de una Web, el visitante puede formular preguntas muy específicas u opinar sobre sus servicios, y se puede contestar en el momento (Feedback).

**Contacto directo con los comerciales:** Informar de resultados y novedades a los comerciales de la empresa.

# Comercio Electrónico

## Internet y Empresa II

### Las Ventas On Line: razones

**Mercados especializados:** La existencia de buscadores en Internet en los que el navegante introduce el tema que le interesa y accede a la información especializada, supone un acceso mucho más directo de las pequeñas empresas que se dedican a temas muy concretos para conseguir clientes potenciales.

**Modelo Global:** Basado en la comercialización de productos entendiendo los diferentes mercados como uno solo.

**Modelo Continental:** Se ataca a una única región con diferentes mercados asociados (por ejemplo, Europa).

**Modelo Nacional:** Ideal para pequeñas empresas con mercados limitados

# Comercio Electrónico

## Internet y Empresa II

### Índice

#### Las Ventas On Line

#### Los Cambios en la Cadena de Valor

#### Soluciones al Comercio Electrónico

#### Sistemas de Transacciones y Pagos en el Comercio Electrónico

## Comercio Electrónico

### Internet y Empresa II

#### Los Cambios en la Cadena de Valor

La desaparición de fronteras económicas y la globalización consecuente de los mercados permite que las empresas puedan acceder a proveedores y distribuidores de cualquier parte del mundo.

Los oferentes de bienes y servicios pueden disponer de suficiente información sobre proveedores, canales de distribución y clientes; los consumidores pueden acceder a información sobre productos y servicios de manera rápida a través de Internet.

## Comercio Electrónico

### Internet y Empresa II

#### Los Cambios en la Cadena de Valor

Podemos afirmar que cuando la comunicación se produce en un solo sentido no es completa, puesto que el emisor no puede saber con absoluta certeza como ha sido interpretado su mensaje por parte del receptor. Cuestión que con Internet desaparece por permitir la comunicación en ambos sentidos (posibilidad de feedback).

Esto permite que las empresas puedan personalizar su oferta, al conocer las preferencias de sus clientes (Marketing one to one).

Las estadísticas obtenidas sobre conexiones realizadas, horarios, tipo de compra, etc. son gratificantes para el empresario gracias a la interactividad de las páginas web.

## Comercio Electrónico

### Internet y Empresa II

#### Los Cambios en la Cadena de Valor

Se da, por tanto, un intercambio de información de **coste cero**, en el que productores, consumidores y distribuidores acceden a información sobre productos, servicios y competencia a un coste nulo.

Un factor a tener en cuenta es el **tiempo de consulta**. Se ha demostrado que el tiempo necesario para la obtención de información sobre los distintos productos es inversamente proporcional al coste del bien a adquirir.

Un artículo sencillo: Cd, libro, un perfume, etc. es en promedio mucho menor que el dedicado a comprar un vehículo o una casa.

## Comercio Electrónico

### Internet y Empresa II

#### Los Cambios en la Cadena de Valor

Una vez sopesados los nuevos roles de los participantes en los procesos de comercialización de productos o servicios, es posible comprender mejor desde que dirección se están dando los cambios en la cadena de valor.

La estrategia de construir cadenas de valor integradas verticalmente ha sido una de las maneras más comunes de hacer negocio, pero han representado un coste importante para la Empresa.

La información constituía el nexo de unión entre los distintos eslabones de la cadena de valor de un negocio.

## Comercio Electrónico

### Internet y Empresa II

#### Los Cambios en la Cadena de Valor

Actualmente, los nuevos modelos de negocio se basan en la separación de **flujos de información** y **flujos físicos**.

El efecto de separación de los eslabones de la cadena consiste en la separación de contenidos, distribución e infraestructura.

Este fenómeno no es nuevo pues ya existía antes de que lo hiciera Internet, pero su evolución ha sido tan grande que actualmente son inapreciables.

## Comercio Electrónico

### Internet y Empresa II

#### Los Cambios en la Cadena de Valor

En este nuevo entorno empresarial, la inversión en tiempo y dinero para conseguir fabricar, coordinar la distribución, comercialización y llegada hasta el consumidor de un producto o servicio, es mucho mas sencilla y menor.

Por otra parte la RED proporciona valor añadido a los productos y servicios que en ella se comercializan.

## Comercio Electrónico

### Internet y Empresa II

#### Los Cambios en la Cadena de Valor

Las empresas poseedoras de sitios Web, comprueban que sus **costos variables se invierten a favor del vendedor, es decir, los costes fijos se trasvasan a costes variables.**

Todos los costos de una página Web (anuncios, inventarios, ejecución de la compra y servicio al consumidor) son variables, a excepción de las mínimas inversiones requeridas en pc's y tecnologías de telecomunicaciones.

## Comercio Electrónico

El *outsourcing*, también conocido como "externalización", se define como la **cesión de la responsabilidad** en la gestión de los SI de una organización (la Administración o una empresa privada) a otra empresa especializada en este tipo de actividades.

El modelo de separación, antes indicado, o desintegración empieza cuando una empresa o negocio tradicional integrado verticalmente descubre la oportunidad de realizar un **outsourcing** de las partes que no son estratégicas en su cadena de valor (principalmente las que suponen un mayor coste), y además desea seguir manteniendo el control.

Todos los costos de una página Web (anuncios, inventarios, ejecución de la compra y servicio al consumidor) son variables, a excepción de las mínimas inversiones requeridas en pc's y tecnologías de telecomunicaciones.

## Comercio Electrónico

### Internet y Empresa II

#### Los Cambios en la Cadena de Valor

En estos casos se sustituye la integración de factores o eslabones de la cadena de valor por la coordinación de los mismos.

Este tipo de estrategia es la que están siguiendo empresas como Nike o Hewlwt Packard.

Todos los costos de una página Web (anuncios, inventarios, ejecución de la compra y servicio al consumidor) son variables, a excepción de las mínimas inversiones requeridas en pc's y tecnologías de telecomunicaciones.

## Comercio Electrónico

### Internet y Empresa II

#### Los Cambios en la Cadena de Valor

En estos casos se sustituye la integración de factores o eslabones de la cadena de valor por la coordinación de los mismos.

Este tipo de estrategia es la que están siguiendo empresas como Nike o Hewlett Packard.

No obstante, no es fácil mantener el control de la cadena de valor cuando no se es el propietario absoluto de la misma, pudiéndose dar el caso de que los participantes que se concentran en las actividades de mayor valor añadido tomen ellos finalmente el control.

# Comercio Electrónico

## Internet y Empresa II

### Los Cambios en la Cadena de Valor

Casi podría decirse que cada miembro de la cadena se convierte en un negocio independiente.

Y cada eslabón debe conocer y comprender que valor añadido aporta a su cliente.

La distribución física o logística es un eslabón de la cadena cada vez mejor cotizado o en auge.

# Comercio Electrónico

## Internet y Empresa II

### Los Cambios en la Cadena de Valor

En resumen el intercambio de información entre distintos actores tiene dos efectos paralelos:

- a) Las empresas pueden usar las actividades clave de su cadena de valor sin tener que ser propietaria de las mismas.
- b) La calidad y cantidad de comunicación entre proveedores es mejor que nunca hasta ahora.

Se impone por tanto un mecanismo de coordinación altamente flexible que abarca desde la atención personalizada a cada uno de los miembros de esta cadena nueva hasta las alianzas estratégicas con otras empresas.

## Comercio Electrónico

### Internet y Empresa II

#### Los Cambios en la Cadena de Valor

**La nueva unidad de análisis estratégico pasa a ser el eslabón. Las estrategias horizontales empiezan a convertirse en una alternativa a las estrategias de integración vertical.**

**Las marcas se vuelven mas importantes y vulnerables que nunca. A un solo clic, las empresas llegan hasta mercados masivos y pueden convertirse en “multinacionales”.**

Otro aspecto fundamental es el hecho de que se da un traslado de poder al consumidor.

## Comercio Electrónico

### Internet y Empresa II

#### Los Cambios en la Cadena de Valor

**La nueva unidad de análisis estratégico pasa a ser el eslabón. Las estrategias horizontales empiezan a convertirse en una alternativa a las estrategias de integración vertical.**

**Las marcas se vuelven mas importantes y vulnerables que nunca. A un solo clic, las empresas llegan hasta mercados masivos y pueden convertirse en “multinacionales”.**

Otro aspecto fundamental es el hecho de que se da un traslado de poder al consumidor.

# Comercio Electrónico

## Internet y Empresa II

### EJERCICIOS

Por un ejemplo de cadena de valor de negocio tradicional u off line, y otro de cadena de valor on line.

Una vez elegido los ejemplos, indicar cual es el eslabón que una y otra tienen como valor añadido a la cadena de valor de ambas empresas.

El ejercicio deberá presentarse no mas tarde de 15 días, podrá realizarse en grupos de  $\frac{3}{4}$  personas. De enviarse por e-mail deberá darse al fichero el nombre formado por las dos primera letras del apellido de los componentes, separadas por un subguión.

# Comercio Electrónico

## Internet y Empresa II

### Índice

Las Ventas On Line

Los Cambios en la Cadena de Valor

Soluciones al Comercio Electrónico

Sistemas de Transacciones y Pagos en el Comercio Electrónico

# Comercio Electrónico

## Internet y Empresa II

### Soluciones al Comercio Electrónico

Cuando un empresario desea poner en marcha su solución de comercio electrónico deben tener en cuenta los aspectos siguientes:

**No es necesario** ser un programador o un desarrollador de bases de datos para tener un sitio web de comercio electrónico.

No obstante el comprender los fundamentos tecnológicos generales dará al empresario mayor capacidad para elegir el negocio sobre el sitio y resolver los problemas por el mismo.

# Comercio Electrónico

## Internet y Empresa II

### Soluciones al Comercio Electrónico

**Debería conocer** lo suficiente sobre el **back end** de un sitio web para poder discutir el mantenimiento de éste de forma inteligente y tomar decisiones de negocios acertadas.

Los componentes que forman el back end de un sitio web son las cosas técnicas que hay entre bastidores y que hacen que el sitio web de comercio electrónico funcione.

# Comercio Electrónico

## Internet y Empresa II

### Soluciones al Comercio Electrónico

**El back end incluye los elementos siguientes:**

**El servidor web que entrega las páginas web.**

**El servidor de la base de datos que almacena y entrega la información del producto.**

**El servidor de correo que envía boletines.**

**Los sistemas de transacciones que permiten que el sitio pueda aceptar pagos con tarjeta de crédito.**

# Comercio Electrónico

## Internet y Empresa II

### Soluciones al Comercio Electrónico

**El Servidor**

**Un servidor es, esencialmente, un PC que “sirve”:  
proporcionando archivos o datos en respuesta a las peticiones de equipos cliente.**

**La parte complicada es que en un PC pueden existir varios “servidores”, ya que lo que hace que un equipo sea servidor es el software de servidor que se ejecuta en él.**

Un equipo podría tener diferentes servidores: web, correo, bases de datos.  
Alternativamente podría tener un servidor en un solo equipo y otro en otro.

# Comercio Electrónico

## Internet y Empresa II

### Soluciones al Comercio Electrónico

#### El Servidor

**Su servidor (o servidores, en caso de que necesite mas de uno) podrán estar hosted (alojados) en el sitio (dentro de sus propias premisas) o fuera del sitio (en un ISP que acepte la responsabilidad de mantener el servidor en función de las premisas del ISP).**

El software del servidor podrá ejecutarse en un equipo propiedad del ISP, en la ubicación de este. En tal caso, el servidor podría estar compartido por muchos de los otros clientes del ISP.

# Comercio Electrónico

## Internet y Empresa II

### Soluciones al Comercio Electrónico

#### La Plataforma

**La plataforma con la que el sitio web se ejecuta es, sencillamente hablando, el sistema operativo utilizado en el equipo que sirve al sitio web.**

No se podrá emplear un sistema operativo de escritorio (tal como Microsoft Windows 98) como plataforma para el servidor web.

# Comercio Electrónico

## Internet y Empresa II

### Soluciones al Comercio Electrónico

#### La Plataforma

**Aunque los sistemas operativos de escritorio son buenos para el PC de escritorio o el portátil, no están concebidos para servir a un sitio web 24/7 (las 24 horas del día durante los siete días de la semana).**

Una plataforma para un servidor web debe ser lo suficientemente potente como para realizar las diversas tareas requeridas para servir a un sitio web.

# Comercio Electrónico

## Internet y Empresa II

### Soluciones al Comercio Electrónico

#### La Plataforma: Cuestiones para su elección

- **Pericia de personal técnico, desarrollador y tienda. Explotar los conocimientos existentes puede ahorrar tiempo, problemas y gastos.**
- **Las herramientas que utilice deberían reducirse a los conocimientos de los que disponga su equipo.**
- **Que su presupuesto sea suficiente.**
- **Piense en los expertos de su entorno preferidos.**
- **No se empece en una plataforma que no sea conocida.**

# Comercio Electrónico

## Internet y Empresa II

### Soluciones al Comercio Electrónico

#### La Adquisición de un Servidor

Un servidor puede ser adquirido a través de una compra total, un contrato de arrendamiento por parte del fabricante o un alquiler del ISP.

Si va hacer **hosting** de su sitio en el servidor en el servidor ISP no tendremos que adquirir un servidor físico en absoluto; se compartirá el servidor ISP con otras organizaciones o individuos.

Hacer hosting se refiere a donde está ubicado el servidor. Puede ser en la propia empresa o en la de un ISP.

# Comercio Electrónico

## Internet y Empresa II

### Soluciones al Comercio Electrónico

#### La Adquisición de un Servidor

Cuando compare las opciones de servidor, preste una atención especial al rendimiento, a la fiabilidad y a la asistencia.

**Rendimiento:** El nivel de rendimiento que un servidor ofrece está básicamente definido por el número de usuarios que el servidor pueda manejar.

El rendimiento se ve afectado por muchos factores; los mas importantes son el tipo de procesador de que el servidor disponga, cuánta memoria tenga el equipo y el tipo de disco duro que utilice.

# Comercio Electrónico

## Internet y Empresa II

### Soluciones al Comercio Electrónico

#### La Adquisición de un Servidor

**Fiabilidad:** La importancia de la fiabilidad se reduce a lo siguiente: si el servidor deja de funcionar, los usuarios no podrán acceder al sitio web.

Para asegurar la fiabilidad, compre, arriende, alquile o utilice un equipo que haya sido construido de forma específica para actuar como servidor.

# Comercio Electrónico

## Internet y Empresa II

### Soluciones al Comercio Electrónico

#### La Adquisición de un Servidor

**Asistencia:** Un servidor podría dejar de funcionar por estar sobrecargado, porque un disco duro haya fallado o porque una subida de energía haya quemado su sistema de alimentación.

La asistencia para un servidor incluye controlarlo, solucionar cualquier problema que pudiera producirse y resolver los problemas que se encuentren.

# Comercio Electrónico

## Internet y Empresa II

### Soluciones al Comercio Electrónico

#### Internet Service Provider (ISP)

**Investigar si los ISP que esté considerando proporcionan y son expertos en la plataforma y las opciones de servidor que prefiera.**

**Los ISP ofrecen diversos niveles de conectividad y, en un establecimiento profesional, esto es de tanto interés como la redundancia y la asistencia.**

Redundancia es el hecho de utilizar uno o mas componentes adicionales como sistemas de seguridad para que, si uno de los componentes falla, otro entre en acción automáticamente.

# Comercio Electrónico

## Internet y Empresa II

### Soluciones al Comercio Electrónico

**Backbone:** Parte de una red que actúa como ruta primaria para el tráfico que, con mayor frecuencia, proviene de, y se destina a, otras redes. (ver transparencia siguiente)

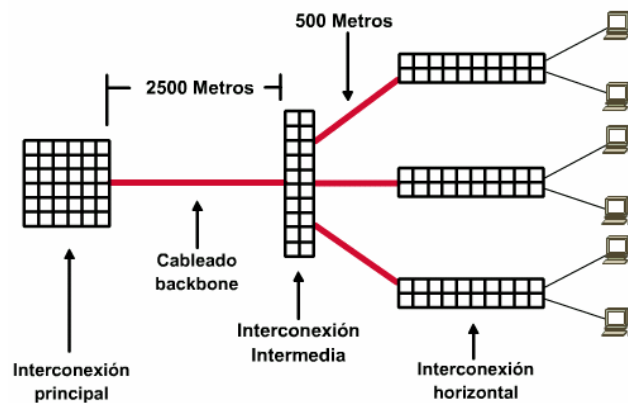
**Los niveles de conectividad tienen que ver con la forma en que el ISP está conectado a Internet.**

**Algunos ISP están conectados a las backbones; otros están simplemente conectados a otros ISP mas grandes que, a su vez, están conectados a la backbone.**

Cuando mas cerca esté la conexión de un ISP a la backbone, mejor será la conexión.

# Comercio Electrónico

## Internet y Empresa II



Curso de Comercio Electrónico

41

# Comercio Electrónico

## Internet y Empresa II

### Soluciones al Comercio Electrónico

#### Las Bases de Datos

Una base de datos es un sistema que hace que organizar, almacenar y acceder a los datos sea más fácil. Se compone de registros; cada registro contiene un número de piezas de datos.

Un grupo de registros de una base de datos se conoce como tabla.

Una base de datos puede estar formada por una sola tabla o por muchas.

Existen dos tipos básicos de bases de datos

Curso de Comercio Electrónico

42

# Comercio Electrónico

## Internet y Empresa II

### Soluciones al Comercio Electrónico

#### Las Bases de Datos: tipos básicos

**Bases de Datos de archivos planos**, que incluyen una sola tabla y en las que todos los datos están almacenados en esa tabla.

**Bases de Datos relacionales**, que permiten la creación de múltiples tablas.

Una buena base de datos es el fundamento de la mayor parte de un sitio web de comercio electrónico.

# Comercio Electrónico

## Internet y Empresa II

### Soluciones al Comercio Electrónico

#### Las Bases de Datos:

Las bases de datos permiten almacenar texto, imágenes y otros medios en sus campos y después escribir scripts para sacar el material y ponerlo en páginas web.

Esta operación se conoce como “creación de contenido de forma dinámica”

Al ver un sitio web puede saberse cuándo las páginas web están siendo generadas de forma dinámica simplemente mirando la URL.

# Comercio Electrónico

## Internet y Empresa II

### Soluciones al Comercio Electrónico

#### Las Bases de Datos:

Si la URL no termina en un nombre de archivo con la extensión .html o .htm y en lugar de ello aparece una línea de código de programación.

Almacenar contenido en una base de datos y crear páginas de forma dinámica hace que el mantenimiento de sitios web grandes y complejos sea mucho mas fácil.

Las bases de datos de archivo plano son repetitivas y una fuerte carga en el servidor de la base de datos.

# Comercio Electrónico

## Internet y Empresa II

### Soluciones al Comercio Electrónico

#### Las Bases de Datos:

Si la URL no termina en un nombre de archivo con la extensión .html o .htm y en lugar de ello aparece una línea de código de programación.

Almacenar contenido en una base de datos y crear páginas de forma dinámica hace que el mantenimiento de sitios web grandes y complejos sea mucho mas fácil.

Las bases de datos de archivo plano son repetitivas y una fuerte carga en el servidor de la base de datos.

# Comercio Electrónico

## Internet y Empresa II

### Índice

Las Ventas On Line  
Los Cambios en la Cadena de Valor  
Soluciones al Comercio Electrónico  
Sistemas de Transacciones y Pagos en el Comercio Electrónico

# Comercio Electrónico

## Internet y Empresa II

### Sistemas de Transacciones y Pagos en el Comercio Electrónico

**Un sistema de transacciones es la combinación entre bastidores de programación, bases de datos, métodos de pago y reglas de negocios que permiten vender bienes y aceptar ingresos de los clientes.**

**Los elementos que componen la mayor parte de los sistemas de transacciones de comercio electrónico incluyen los siguientes:**

# Comercio Electrónico

## Internet y Empresa II

### Sistemas de Transacciones y Pagos en el Comercio Electrónico

**Un catálogo (en forma de una base de datos).**

**Una base de datos que almacene información sobre el cliente, elecciones del cliente sobre el envío, métodos de pago y seguimiento de las compras durante la transacción.**

**Un carro de compra, que lleve a cabo un seguimiento de lo que los clientes seleccionan para comprar mientras estos siguen explorando el sitio web.**

Cuando un cliente hace clic en el botón Comprar (Buy), los scripts o programas que componen el sistema del carro de la compra agregan el artículo de interés a un registro de la base de datos que se ocupa de las compras.

# Comercio Electrónico

## Internet y Empresa II

Web de CyberCash: [www.cybercash.com](http://www.cybercash.com)

Web de CyberSource: [www.cybersource.com](http://www.cybersource.com)

**Un sistema de compra que funciona de forma conjunta con la selección del cliente (carro de la compra), información del pago y del envío (procedentes de la base de datos del cliente).**

**Un sistema de procesamiento de las transacciones de crédito, proporcionado por una organización tal como CyberCash o CyberSource que facilita las transacciones de crédito en línea.**

**Una conexión o interfaz que termina en un sistema de cumplimiento que envía el pedido a un almacén y sean enviados.**

Todos estos elementos funcionan entre bastidores de forma conjunta cuando un usuario realiza una compra.

# Comercio Electrónico

## Internet y Empresa II

**AMPLIACIONES** Seleccione la ampliación deseada y pinche el botón "Configurar" para añadirla al equipo.

Windows XP Home + Ins. IN SITU (+ 180 €)

Estas ampliaciones sólo se venden al comprar el equipo de la izquierda y no incluyen el 18% de I.V.A.

**CONFIGURACIÓN ACTUAL**

Descripción	Precio	Quitar
Supratech One	870 €	<input type="button" value="Quitar"/>

Pinchar para hacer el pedido

Suma	870 €
16 % de IVA	139,2 €
<b>Total</b>	<b>1009,2 €</b>

51

# Comercio Electrónico

## Internet y Empresa II

**AREA DE COMPRAS**

**Usuarios registrados**  Introduzca su nombre de usuario y contraseña para realizar el pedido.

Usuario:

Contraseña:

**Primera compra**  
Si es la primera vez que compra en nuestra tienda, antes de realizar un pedido tendrá que "registrarse como cliente". Si aún no está registrado, haga clic [aquí](#) para...

**CONFIGURACIÓN ELECTA**

Descripción	Precio
Supratech One	870 €

Los usuarios registrados Deben poner sus datos

Suma	870 €
16 % de IVA	139,2 €
<b>Total</b>	<b>1009,2 €</b>

Usuarios no registrados

# Comercio Electrónico

## Internet y Empresa II

- ALTA DE CLIENTES NO REGISTRADOS -

El primer paso para comprar en nuestra tienda es registrarse como cliente. Rellene el formulario que aparece a continuación y pinche el botón "Enviar datos". Su registro se activará en unos instantes para que pueda comenzar a comprar de forma inmediata.

Nombre:	<input type="text"/>
Razón	<input type="text"/>
SOCIAL (empresa):	<input type="text"/>
NIF/CIF:	<input type="text"/>
Dirección:	<input type="text"/>
Código Postal:	<input type="text"/>
Población:	<input type="text"/>
Provincia:	<input type="text"/>
e-mail:	<input type="text"/>
Teléfono:	<input type="text"/>
Fax:	<input type="text"/>
Usuario:	<input type="text"/> Máximo de 32 caracteres
Contraseña:	<input type="text"/> Máximo de 12 caracteres

Aquí es donde pondremos el usuario y la contraseña elegida

Curso de Comercio Electrónico

53

# Comercio Electrónico

## Internet y Empresa II

### Sistemas de Transacciones y Pagos en el

- BIENVENIDO A NUESTRA TIENDA -

El proceso de registro ha finalizado y ya puede realizar pedidos en nuestra tienda. Cada vez que realice un nuevo pedido tendrá que introducir los siguientes datos:

Usuario:  
Contraseña

Apunte estos datos y guardelos en lugar seguro.

Curso de Comercio Electrónico

54

# Comercio Electrónico

Información

## Internet y Empresa II

### Entrega e instalación

El pedido será entregado en su domicilio en un máximo de 5 días hábiles después de haber recibido la confirmación del pago. Si quiere que se lo instalemos, un técnico pasará por su casa en las siguientes 24 horas para poner el equipo en funcionamiento.

### Garantía

Todos nuestros productos tienen una garantía de tres años en casa del cliente. La garantía cubre cualquier avería física (del hardware) e incluye la reparación o sustitución de los elementos que sean necesarios, la mano de obra y el desplazamiento.

Servicio de asistencia técnica 902 280 300. [Ver contrato](#)

### Financiación

Nuestro sistema de financiación es cómodo y sencillo. Después de solicitarle algunos datos, en 24 horas le informaremos de la aprobación de la operación y le enviaremos por correo una solicitud que nos deberá remitir firmada y acompañada de una fotocopia del DNI, Nómina y recibo donde figure el número de cuenta. Cuando recibamos la carta daremos por confirmado el pago y comenzaremos a montar el equipo.

### Formas de pago

Ponemos a su disposición cuatro cómodas formas de pago con total garantía de seguridad y confidencialidad.

**Ingreso:** Realice un ingreso en cualquier oficina de "La Caixa" a favor de Supratech, indicando el número de pedido y su teléfono, al que llamaremos para confirmar el cobro y todos sus datos. El pago se realiza de forma inmediata, agilizando así la entrega del equipo.

**Transferencia:** Puede realizar la transacción desde su banco habitual a la cuenta de Supratech indicando el número de pedido y su teléfono, al que le llamaremos para confirmar el cobro. La transferencia no se realiza de forma inmediata, pudiendo retrasar hasta tres días la entrega del pedido. Para evitarlo, solicite un justificante mecanizado de la operación y envíelo a nuestro fax (91 632 44 08) para que podamos preparar su pedido cuanto antes.

**Financiación en seis meses sin intereses:** Disfrute de su equipo ahora y pague en seis plazos sin intereses. Divida el importe total entre 6 y obtendrá la cuota mensual.

**Financiación de 12 a 36 meses:** Financie su equipo a uno, dos o tres años y pague en cómodos plazos.