**MODULO**

**GESTION COMERCIAL Y TRIBUTARIA**

**ETAPA 5 GUIAS DE TRABAJO**

**OBJETIVO:** Leer y utilizar información básica acerca de la marcha de la empresa incluida información de sobre importaciones y exportaciones de acuerdo a las normas contables vigentes y de la información financiera y la legislación tributaria vigente.

Prefacio: Hemos ya analizado el primer texto de prensa actual sobre economía, cuyo objetivo fue el de interiorizar en conceptos del módulo de manera actualizada.

A continuación el siguiente material, tiene por objetivo la comprensión lectora de las noticias actualizadas de sobre el comportamiento en la actualidad de la gestión comercial.

Se solicita la lectura del material, su comprensión y contestar las siguientes preguntas.

También sobre esta prensa actual, existen distintos ***vocablos subrayados*** que Ud nuevamente deberá buscar y reforzar para buen entendimiento de los posteriores contenidos y otros módulos. Se sugiere establecerlo como un vocabulario técnico en la parte posterior de sus apuntes.



***MAS DE LA MITAD DE LAS PERSONAS QUE ENTRAN EN INTERNET PARA BUSCAR INFORMACION DE UN PRODUCTO, LO ADQUIERE ONLINE.***

* Un sondeo de Youpping sobre compra online frente a compra en comercio físico muestra una mayor integración de las compras por internet en nuestra vida y una menor desconfianza del consumidor.
* El 45% de los encuestados afirma no haber tenido ninguna mala experiencia comprando por internet, aunque el 90% asegura que siente más confianza cuando compra un producto en una tienda física

**Madrid, 30 de abril.** **Youpping**, la novedosa plataforma social que propone una nueva forma de entender el comercio y las compras, ha realizado un sondeo entre 100 consumidores que refleja las virtudes que aún mantienen las compras en comercio físico, aunque ya superadas por las ventajas del universo online.

El 55% de las personas que entran en internet para buscar información de un producto lo adquiere online frente a solo un 34% que después prefiere realizar la compra en tienda tradicional.

Además, el 45% de los encuestados reconoce no haber tenido ninguna mala experiencia comprando por internet frente a un 12% que puede afirmar lo mismo de la compra en comercios físicos. Pese a este dato, los consumidores siguen teniendo una mayor confianza en la tienda física (el 90% confía más) por el hecho de poder “tocar” el producto y por la facilidad en devoluciones. Pero esta percepción contrasta con el hecho de que solo un 13% afirme haber tenido un problema por un producto en mal estado comprando online, mientras que esa cifra sube al 19% en el comercio físico.

Según Pedro Martínez, Director de Comunicación de Youpping, *las compras por internet cada vez están más extendidas aunque continúa existiendo un porcentaje de consumidores que prefiere realizar las compras directamente en el comercio. En este sentido, Youpping ofrece ambas posibilidades de compra y para ello pone a disposición del consumidor la posibilidad de ver el escaparate online del comercio y acercarse a la tienda a adquirirlo, o bien comprar los productos online entre una amplia selección de artículos.*

**¿Qué buscan los comparadores en Internet y cuánto gastan?**

Los motivos para la compra online son: encontrar mejores precios y ofertas (el 55%), contar con la comodidad del envío a domicilio (36%), no poder encontrarlos en tiendas (33%) y la mayor variedad de productos que encuentran (26%). Así, se amplía notablemente la tipología de productos que se adquieren online al no poderse encontrar en tiendas y que van desde tecnología (especialmente e-books), ropa, calzado, tratamientos cosméticos o viajes, libros y música.

Asimismo, un 7% ya son asiduos a las compras por internet y gastan más de 100€ cada mes en esta forma de compra aunque el 40% no llega aún a los 50€ al mes. (€=euros).

**Seguridad y completa información disponible**

La seguridad sigue siendo el factor clave para la compra online y, de esta forma, el 84% afirma que lo que más valora de una página de compra por internet es que tenga un sistema de pago seguro, seguido de un diseño intuitivo (el 54%).

En el caso de páginas donde los encuestados no han realizado compras antes, el 61% busca información sobre la página, el 44% consulta a sus conocidos y el 25% busca y visita las redes sociales de esa página. Por ello, Pedro Martínez, Director de Comunicación de Youpping aconseja “*contar con una información accesible y clara sobre el portal y con diferentes plataformas que permitan la relación con el consumidor. En el caso de Youpping, por ejemplo, disponemos de un blog, presencia en redes sociales y un apartado específico dentro de la web de compras para que cualquier consumidor pueda consultar dudas, problemas técnicos o incidencias de manera inmediata y lo que es aún más importante, contamos con un grupo específico de atención al cliente que se encarga de responder a estas consultas lo más rápido posible para que consumidor se sienta protegido y confíe en la plataforma*”.

**Youpping, la nueva forma de entender el comercio**

Youpping es una plataforma social de comercio que introduce un novedoso concepto, creando un gran centro comercial online de productos y tiendas, donde los comercios y consumidores interactúan con un nuevo modelo de comunicación y de relación. Esta plataforma va más allá de todo lo que existe hasta el momento y se convierte en la nueva forma de entender el comercio y las compras.

Youpping nace fruto de la ilusión de sus fundadores por conseguir un nuevo entorno comercial más justo con amplios beneficios y ventajas, tanto para el cliente como para el comercio. Con Youpping el cliente o comprador se beneficia de ofertas y promociones personalizadas que puede disfrutar en la tienda física o en el escaparte online. El comercio, por su parte, dispone de un amplio abanico de soluciones de marketing que harán crecer sus ventas, conocer a sus clientes y desarrollar campañas personalizadas.

Los comercios del universo Youpping incluyen diferentes sectores: moda, complementos, hoteles, restaurantes, agencias de viajes; y el tipo de comercios que podemos encontrar es muy amplio y abarca desde el comercio minorista hasta grandes cuentas, franquicias y centros comerciales.

Esta innovadora start up -fundada en 2011 por el ingeniero Antonio Bernal, ha completado una prometedora fase de pruebas en el Levante español y ahora trabaja en un plan de expansión que contempla llegar a toda España en el plazo de un año.

**¿Qué es e-commerce?**

El e-commerce se presenta como un modelo de comercio más justo -con amplios beneficios para el negocio y para el cliente- en el que ambos basan su relación en la confianza y el conocimiento mutuo.

Por un lado, el usuario disfruta de ofertas y promociones personalizadas en sus tiendas favoritas, con la oportunidad de poder conocer el comercio tradicional que hay detrás de cada escaparate virtual y beneficiarse de ello. Por su parte, el comercio, conoce a sus clientes, sus gustos y sus preferencias, y puede desarrollar campañas adaptadas a ellos, cuidando a los de siempre y consiguiendo otros nuevos.

***Fuente: Blog Gestión Comercial***

**Conteste las siguientes preguntas:**

1. **Analice detalladamente los resultados del sondeo sobre el comercio por internet desarrollada por la empresa Youpping.**
2. **Ha tenido Ud. o su familia, alguna experiencia de compra por internet?, si la han tenido comente su experiencia. Si no la ha tenido, cuales serían sus mayores temores o aprensiones de esta forma de comercialización.**