

Elementos de comercio electrónico.

Caso práctico

Pedro Domínguez se reúne con **Juan Suárez** para indicarle que ya es hora que Eurasia,S.A. tenga un tienda virtual, con las ventajas que ello supone .



Para conseguir esto, **Pedro Domínguez** decide que **Ana García** se ajusta al perfil de esta tarea, por lo que **Ana** debe informarse en primer lugar en qué consiste las tiendas virtuales, cómo crear una de ellas, cómo se realiza su mantenimiento, cómo se realiza una compra, modelos de negocio existente, los métodos para hacer segura un compra online, etc. A lo largo de los siguientes apartados se responderán a todas estas cuestiones.

Pedro Domínguez expone a **Ana García** los beneficios que tiene disponer de una tienda virtual:

- ✓ Ahorro en la compra o alquiler de locales comerciales y los gastos derivados de estos.
- ✓ Ahorro de coste en procesamiento de pedidos.
- ✓ Cobertura internacional de los productos ofertados.
- ✓ La tienda virtual estará abierta al cliente las 24 horas del día los 365 días al año.
- ✓ Catálogo de productos a vender siempre disponibles y visibles.
- ✓ Control del stock disponible de artículos.
- ✓ Mejora de seguimiento de compras realizadas por clientes, etc.

Teniendo en cuenta estas ventajas, es de suma importancia que **Ana** obtenga información sobre este campo. Además será la persona de referencia para cualquier cuestión referida al comercio electrónico.

Como punto de partida en esta tarea **Ana García** se pone en contacto con su amigo **Joaquín** y le pregunta:

—¿Cuáles son las principales elementos de comercio electrónico y cómo funciona, **Joaquín**?

—Muy sencillo, **Ana**, quedamos para tomar café y me llevo mi ordenador personal para explicarte algunas cosas.

—¿Conoces alguna tienda virtual relacionada con el mundo de la informática? Necesito ponerme al día, ya que en Eurasia están interesados en darse a conocer a través de la red.

—Claro que conozco, incluso gestiono algunas de ellas. No te preocupes, es muy sencillo. Seguro que pronto presentas un bonito proyecto a la empresa —responde **Joaquín**.



Materiales formativos de FP Online propiedad del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.

[Aviso Legal](#)

1.- Tienda virtual.

Caso práctico

Pedro Domínguez y **Juan Suárez** hasta ahora no se habían preocupado por incluir en la empresa la posibilidad de realizar compras online, es decir, tener una tienda virtual asociada a la empresa. De esta forma se presenta un nuevo reto que cada vez está teniendo más repercusión en los tiempos en los que vivimos, es decir, la posibilidad de vender artículos a través de Internet, aunque sin perder la posibilidad de realizar la venta de artículos por el método tradicional.



Esta tarea la deben de afrontar con toda la planificación posible, a lo largo de este camino se van a encontrar nuevas posibilidades que hasta ahora no tenían que tener en cuenta. Para ello cuentan con **Ana García** ya que se ajusta al perfil, de esta forma en una primera reunión se concreta aspectos que se deben tener en cuenta, estos aspectos quedan reflejados en las siguientes preguntas.

¿Qué es una tienda virtual? ¿Cómo crearla? ¿Cómo gestionarla de forma eficiente? ¿Qué medios de pago se van a utilizar para comprar a través de internet? ¿Son seguros?... Estas y algunas más se van a contestar a lo largo de los siguientes apartados.

Hasta ahora has realizado tus compras en tiendas tradicionales, unas con métodos de venta más avanzados que otros, pero tu contacto con el vendedor o vendedora ha sido directo y personal. Otras veces te has visto obligado o has tenido curiosidad por realizar una compra a través de la web. **Las razones son muchas y variadas: el artículo solo se vende en la web, su precio es mucho más reducido que si acudes a un establecimiento, ahorras tiempo para realizar la compra, etc.**

Comencemos definiendo tienda virtual.

Una tienda virtual, también conocida como tienda online, se refiere al concepto de utilizar una página web para ofertar productos con objeto de venderlos. El propietario de la tienda virtual pone a disposición de cualquier usuario que accede a dicha tienda virtual una serie de productos que vende y asocia a cada producto entre otras cosas: imágenes, descripción detallada, posibilidad de compra del producto elegido, etc.

Esta forma de trabajar permite que el cliente realice sus compras de forma eficiente, es decir, realizando compras en el menor tiempo posible y empleando los mínimos recursos, ya que solamente necesita tener acceso a un ordenador con conexión a internet. Algunas tiendas virtuales incluyen para cada producto que se oferta la posibilidad de realizar un comentario sobre dicho producto, también cabe la posibilidad de que los compradores previos evalúen el producto adquirido, de esta forma se consigue una interacción entre la tienda virtual y los clientes.



Uno de los principales **problemas** que se tienen en la compra de productos a través de tiendas virtuales es la **posibilidad de ser engañado**, es decir, pagar un precio por algo que nunca recibimos o que recibamos algo distinto a lo pactado en el proceso de compra venta.

Para asegurarnos que la tienda virtual es fiable es conveniente tener en cuenta los siguientes consejos:

- ✓ Presencia de **condiciones de uso y aviso legal** en la web asociada a la tienda virtual.
- ✓ **Datos de contacto completos** en la web asociada a la tienda virtual: nombre, dirección, teléfono de contacto.
- ✓ **Presencia en directorios de tiendas**, por ejemplo en las páginas amarillas.
- ✓ Existencia de una tienda física, aunque esto no es imprescindible.
- ✓ **Buscar información de la tienda virtual en otras comunidades externas** (compradores, foros, directorios de tiendas...), etc.

Para saber más

Debemos tener en cuenta que las compras que se realicen entre distintos países puede dar algún a otro problema, es decir, las devoluciones y las reclamaciones pueden complicarse. Finalmente los servicios de aduana locales en el país de destino pueden exigir el pago de impuestos adicionales a la hora de introducir los productos al país. En el siguiente enlace se amplía esta información.

[Dificultades de realizar compras internacionales.](#)

1.1.- En qué consiste una tienda virtual.

Caso práctico

Ana García decide ponerme manos a la obra en la tarea encomendada, en primer lugar y como es lógico debe tener claro qué es una tienda virtual. Tras hablar con **Joaquín** obtiene que una tienda virtual es **un software que te permite vender tus productos o servicios a través de internet**, es decir, se crea una página web o se añade esta nueva funcionalidad, en ella se ofertan los productos o servicios que ofrece una empresa, de forma que cualquier usuario tenga acceso a esta información a través de internet. Este software permite administrar los productos que se ofrece, de forma que puede quitar, añadir o modificar los productos cuando lo consideres necesario.



Ana ya lo tiene mucho más claro.

Recomendación

Es importante tener siempre una transparencia en cuanto al precio final de producto que ofertas, de modo que los gastos adicionales que tiene asociado una tienda virtual debe quedar clara, es decir, gastos asociados a transporte, impuestos...

Además es conveniente dar la posibilidad de realizar el pago a través de diferentes medios de pago: contrareembolso, tarjeta de crédito, paypal..., de modo que le cliente elija la que más le pueda interesar.



Debemos tener en cuenta que no es lo mismo vender un único producto, que vender cientos de artículos que necesitan ser transportados a diferentes lugares del mundo para hacerlos llegar al cliente final, por lo que el software a elegir debe ajustarse a las necesidades de la empresa a la que se va a asociar una tienda virtual.

- ✓ Para el primer caso de **solo vender un producto** la cosa se simplifica tanto que apenas serían necesarias unas cuantas herramientas básicas, por ejemplo podríamos crear un blog (aspecto que se has estudiado en la unidad anterior).
- ✓ Sin embargo, para el segundo caso de vender cientos de productos, si tu negocio tiene un amplio catálogo de productos, hará falta un software específico para montar tu tienda virtual (oscommerce, zencart, cubecart, joomla...).

Para saber más

Para ampliar la definición de tienda virtual es recomendable ver una serie de ejemplos, los cuales están disponibles en el siguiente enlace.

[Tiendas virtuales.](#)

Reflexiona

Después de analizar el concepto de tienda virtual, estás en condiciones de analizar la siguiente pregunta ¿Qué ventajas e inconvenientes le ves a una tienda virtual?

Autoevaluación

Señala la afirmación correcta:

- En una tienda virtual la compra se puede realizar en efectivo.
- Podemos compaginar una tienda física con una tienda virtual.
- Crear una tienda virtual tiene más gastos que crear una tienda física.
- No se requiere nada para hacer una compra a través de una tienda virtual.

No es correcta porque no hay una presencia física conjunta del que vende y compra.

Correcta, también se puede dar esta posibilidad.

No es la respuesta correcta porque en una tienda virtual el gasto es mínimo en relación al gasto de crear una tienda física.

No es la respuesta correcta porque como mínimo necesitamos un dispositivo con acceso a internet para poder realizar una compra.

Solución

1. Incorrecto
2. Opción correcta
3. Incorrecto
4. Incorrecto

1.2.- Cómo conseguirlo y cuánto cuesta.

Una vez que tenemos claro qué es una tienda virtual, otra de las preguntas lógicas que nos surge es ¿Cómo se consigue una tienda virtual? ¿Cuánto cuesta?

El software para crear tiendas virtuales se puede conseguir desde la web de los desarrolladores de la tienda virtual elegida, este software suele ser gratuito. Algunos ejemplos son:



- ✓ Oscommerce: <http://www.oscommerce.com/>
- ✓ Zecart: <http://www.zen-cart.com/>
- ✓ Cubecart: <http://www.cubecart.com/>
- ✓ Joomla: <http://www.joomlaspanish.org/>

Este software se instala en un espacio web, es decir, en el servidor externo dónde vas a alojar tu tienda virtual.

Vamos a detallar este proceso de instalación, en primer **lugar necesitas tener un dominio y direccionar este dominio a un espacio web, a esto también se le conoce como hosting**. Todo esto se estudiará con más detalle en el apartado de "Selección y registro de dominios" que está más adelante.

El proceso de instalación es sencillo, además algunas empresas de hosting tienen preconfiguradas instalaciones de tiendas virtuales para instalarlas en sus servidores.

Hasta hace poco tiempo un software para gestionar una tienda online costaba mucho dinero, hoy al maquetarlas todas bajo un mismo esqueleto (gestión de compra, impuestos, gastos de envío, stock actual, stock futuro...) y adaptadas a las características concretas de cada empresa, se ha reducido bastante su precio, incluso las hay de libre distribución. Además su proceso de instalación y configuración se ha simplificado enormemente, incluso un usuario sin conocimientos informáticos lleva a cabo esta labor.

Para saber más

En el siguiente enlace aparece una comparativa de las principales tiendas virtuales que nos podemos encontrar hoy en día por internet ¿Cuál es la mejor plataforma para crear tu tienda online?

[Comparativa tiendas virtuales.](#)

1.3.- Características técnicas de una tienda virtual.

Caso práctico

Alberto Pérez mantiene una conversación con **Ana García** sobre las tiendas virtuales. En un momento de la conversación **Alberto Pérez** pregunta a **Ana**:

—¿Cuáles son las principales características de una tienda virtual?

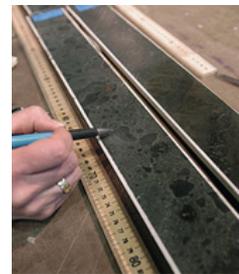
—La verdad que llevo poco tiempo estudiando y analizando todo lo relacionado con tiendas virtuales y no lo tengo claro, pero es una buena excusa para localizar esta información — responde **Ana**.



De esta forma y tras recabar la información, **Ana** obtiene las principales características de una tienda virtual.

Conozcamos las principales características de una tienda virtual:

- ✓ **Metatags por producto:** independientemente del nombre, podrás asignar los metatags deseados por categoría, subcategoría y producto.
- ✓ **Interfaz amigable,** es decir, la forma de navegar en una tienda virtual se realiza de forma amena y directa con el usuario.
- ✓ **Versión para dispositivos móviles,** es decir, la compra en una tienda virtual también se puede llevar a cabo a través de un móvil.
- ✓ Una tienda virtual se puede **enlazar con redes sociales,** de esta forma se tendrá mayor presencia en internet.
- ✓ Permite **ofrecer gran cantidad de productos,** de esta forma se dispone de una gran diversidad en la cartera de productos.
- ✓ Permite **establecer ofertas puntuales** para determinados productos.
- ✓ Posibilidad de **registrar usuarios,** esto es imprescindible para llevar a cabo compras en una tienda virtual.
- ✓ Posibilidad de **enviar notificaciones a usuarios registrados,** de forma que el cliente esté constantemente informado de las noticias de la empresa donde se contextualiza la tienda virtual.
- ✓ Establecer **varias formas de pago** a la hora de tramitar la compra: con el objetivo que el cliente elija la que mejor se ajusta a sus necesidades.
- ✓ **Añadir comentarios y manuales de los productos** incluido en la tienda virtual: de modo que el cliente tenga información detallada de los productos en los que está interesado, además de obtener información de personas ajenas a dicha plataforma virtual.
- ✓ Permite **controlar el stock** de los productos incluidos en la tienda virtual, esta información es útil tanto para el vendedor como para el comprador.
- ✓ **Permite añadir elementos multimedia,** de esta forma el cliente tiene una visión más real del producto que desea adquirir.
- ✓ Permite incorporar la posibilidad de **relacionar productos:** cuando nos interesamos por unos artículos, nos aparece una lista de artículos relacionados.
- ✓ Permite la **creación de encuestas,** de esta forma se podrá evaluar algún aspecto que se considere dentro de la tienda virtual.
- ✓ Permite añadir una **sección de productos destacados,** de forma que se muestra un listado de productos que por algún motivo se catalogan como importantes y que puedan aparecer en la página principal.
- ✓ Permite añadir la posibilidad de establecer **un pedido mínimo,** es decir, si existe un producto que requiera un mínimo de compras en unidades, la cantidad será asignada en la creación del producto.
- ✓ Permite crear **cupones de descuento,** de forma que se podrá obtener cupones de descuento para comprar en la tienda virtual.



Autoevaluación

Señala la afirmación correcta:

- Una de las posibilidades de una tienda virtual es realizar comentarios sobre los artículos ofertados.
- La compra en tiendas virtuales no llevan asociado gastos de envío.
- En una tienda virtual, en los artículos ofertados se recomienda no poner imágenes de ellos.

- En una tienda virtual es imposible controlar el stock de los artículos ofertados.

Es correcta, es una de las características de las tiendas virtuales.

No es correcta, siempre llevan gastos de envío, otra cosa es que lo cobren o no.

No es la respuesta correcta, ya que es muy recomendable la utilización de una imagen del artículo a vender.

No es la respuesta correcta porque si es posible.

Solución

1. Opción correcta
2. Incorrecto
3. Incorrecto
4. Incorrecto

1.4.- Selección y registro de dominios.

Ya hemos estudiado anteriormente que para crear una tienda virtual se necesita de un dominio.

El dominio es la dirección de una web, que identifica de forma unívoca a la web, la estructura que tiene es la siguiente:

- ✓ En primer lugar se identifica "www".
- ✓ A continuación la identificación de la página web.
- ✓ Y por último la extensión ".com, .es, .net" u otras.

A la dirección web se le conoce también con las siglas URL.

La elección de un nombre de dominio es el comienzo de un negocio online y un elemento prioritario para que éste resulte eficaz.

El nombre de un dominio, independientemente si tiene que ver con el nombre de la empresa, los productos o las marcas, debe ser fácil de recordar, más bien corto, sencillo de pronunciar, sin guiones, acentos y evitar la letra "ñ". La idea es utilizar un dominio que tenga un nombre lo mas similar posible al nombre de la empresa con el objetivo que los usuarios puedan encontrar la empresa de forma sencilla.

También es conveniente citar que no es fácil encontrar registros libres para nombres genéricos, de esta forma debemos ser más específicos en la selección del dominio.

En cuanto a la **terminación del dominio**, ésta puede ser **.com, .es, .org, .info**, etc. Se recomienda la terminación **.com** ya que es la más internacional y la que más se relaciona con el mundo empresarial.



Para conocer si un dominio ya está registrado basta con ir a la web de empresas que se dedican a registrar dominios, éstas pueden ser: **www.arsys.es** o **www.whois.com** y comprobarlo.

Por ejemplo el nombre de "Elcorteingles" está ya registrado. Las empresas que registran dominios nos indican no sólo si el dominio está libre o no sino también, en este último caso, quién es el propietario o el administrador y sus datos de contacto.

El coste de registro y renovación de un dominio es muy económico, entre 5 y 20 € al año.

Debes conocer

En el siguiente enlace se muestra una serie de recomendaciones para registrar un dominio.

[Recomendaciones para registrar un dominio.](#)

Autoevaluación

Indica las respuestas correctas referidas a un dominio:

- Si quieres crear una tienda virtual española puedes utilizar el dominio .us.

- Un dominio es el nombre de la empresa en Internet.

Sólo el sector privado puede comprar dominios.

Se puede crear una página web sobre tus hobbies y registrar su dominio.

Se puede crear una página web sobre tus hobbies y registrar su dominio.

Mostrar retroalimentación

Solución

1. Incorrecto
2. Correcto
3. Incorrecto
4. Correcto

1.5.- Instalación de una tienda virtual. Joomla.

¿Por dónde empezamos? Lo primero es que conozcas Joomla, este es un CMS web, y entre sus principales **características** destaca:



- ✓ Permite modificar los contenidos de portal web de forma sencilla.
- ✓ Software de código abierto, que utiliza como lenguaje de programación PHP y como base de datos MYSQL.
- ✓ Es necesario la utilización de un servidor.
- ✓ Se puede utilizar desde internet o intranet.

Una de la mayores ventajas del uso de Joomla y que le han hecho extenderse tanto en internet es que dispone de gran cantidad de módulos y extensiones. Con estos módulos y extensiones podemos adaptar nuestro portal web a nuestras necesidades de forma sencilla.

Existen cientos de **extensiones** disponibles y con diversas funcionalidades como por ejemplo:

- ✓ Generación de formularios dinámicos.
- ✓ Gestión de documentos.
- ✓ Gestión de plantillas.
- ✓ Gestión de imágenes.
- ✓ Gestión de comercio y venta electrónica a través de lo que se conoce como carrito de la compra.
- ✓ Gestión de foros y chats.
- ✓ Gestión de calendarios.
- ✓ Gestión de blogs.
- ✓ Servicios de directorio.
- ✓ Sistemas de publicación de anuncios.
- ✓ Servicios de suscripción.

Debes conocer

Es conveniente que lleves a cabo la instalación de Joomla en un servidor remoto, para ello se muestra a través de dos enlaces los pasos que hay seguir.



[Resumen textual alternativo](#)



[Resumen textual alternativo](#)

1.6.- Añadir el componente del carrito de la compra. Virtuemart.

Joomla no es un software que gestione una tienda virtual por sí sola, sino que necesita añadir esta funcionalidad a través de un componente, en este caso nos referimos a Virtuemart. Veamos cómo se hace.

Utilizaremos la versión 1.1.6 de Virtuemart, que puedes encontrar gratuitamente, y en inglés, en este [enlace](#). O bien la última versión disponible que encuentres, aunque es necesario que recuerdes que las indicaciones aquí explicadas se refieren a la versión indicada.

Una vez descargado y descomprimido, se tiene que instalar el fichero: **com_Virtuemart_1.1.6.j15.zip** en el apartado de Install/Uninstall de Extensions en la sección de Administrador de Joomla en el servidor remoto donde estamos realizando la instalación.

La traducción al español de este componente se puede encontrar en este [enlace](#).

Una vez descargado y descomprimido, se tiene que sobrescribir el contenido en /administrator/components/com_Virtuemart/languages en la sección de Administrador de Joomla en el servidor remoto donde estamos realizando la instalación.

Debes conocer

Es necesario que realices la instalación del componente que nos permite gestionar la tienda virtual en Joomla, este se llama Virtuemart. Los siguientes vídeos te muestran los pasos que hay seguir para llevar a cabo esta tarea.

Parte 1.Descarga e in...



[Resumen textual alternativo](#)

Parte 2.Descarga e in...



[Resumen textual alternativo](#)

Es importante aclarar que se ha trabajado con una versión concreta de este producto (en este caso es una versión en inglés), seguramente si se realiza con otra versión habrá cambiado algo, aunque la esencia de la instalación sería la misma.

Para poder empezar a configurar los datos de la tienda virtual se debe acceder a Components Virtuemart. Una vez en las opciones del componente, en el menú de la izquierda se tiene que abrir el apartado Tienda - Editar Tienda. En este apartado se nos permite modificar todos los datos relativos a:

- ✔ Nombre, forma de contacto de la tienda virtual.
- ✔ Definición y condiciones de servicio.
- ✔ Se puede definir el método de pago y tarjetas de crédito.
- ✔ Se pueden añadir artículos a vender y clasificarlos en categorías, etc.

Fácil ¿verdad? Ya tenemos creada nuestra tienda virtual. Vamos a personalizarla.



1.7.- Introducir artículos en la tienda virtual. Virtuemart.

Caso práctico

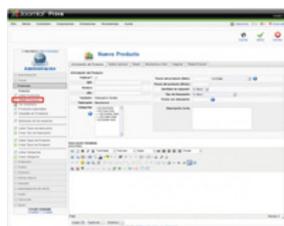
Ana ha empezado a obtener resultados ¡Ya tiene creada la tienda virtual!

Lo primero que tiene que hacer es introducir los artículos de Eurasia, para realizar dicha tarea tiene que hacerlo desde el **menú Productos**.

Está encantada, además ha pedido a su compañero y amigo **Ahmed Rasyanni** que le envíe por correo electrónico una relación de productos de la empresa, clasificados por categorías. Una vez que la reciba, sólo es cuestión de ir introduciendo cada uno de ellos y sus características.



Para poder añadir nuevos productos en la tienda se tiene que abrir "**Añadir Producto**" del apartado "Productos" del menú de la izquierda (tal como queda señalado en la siguiente imagen):



A los artículos añadidos se les pueden establecer los siguientes campos: referencia, nombre, categorías, precio neto, precio bruto, impuestos, descuentos, descripción, stock, cantidad mínima para poder comprarlo, cantidad máxima, fecha de disponibilidad, longitud, anchura, altura, unidad de medida, peso, imagen, etc.

Debes conocer

Para complementar la teoría de cómo añadir artículos a nuestra tienda virtual visita el siguiente enlace. Te ayudará a crear tu propia categoría de artículos.

[Resumen textual alternativo](#)

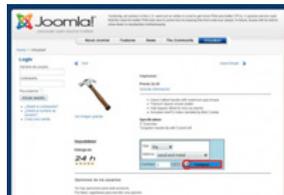
1.8.- Cómo funciona una tienda virtual.

Una vez metidos en faena ya sabemos cómo añadir productos a la tienda online, algo esencial en la venta de productos como es lógico. Pero ¿Cuál es la funcionalidad de una tienda virtual?, es decir, ¿cómo un usuario que esté interesado en algún producto añadido en nuestra tienda online pueda realizar el proceso de compra?

Para responder a esta pregunta debemos tener en cuenta en primer lugar que los clientes tienen que ser usuarios registrados de Joomla. Por este motivo es importante añadir un módulo en nuestra página para que los usuarios se identifiquen, tal y como queda reflejado en un cuadro rojo en la siguiente imagen:



Para llevar a cabo la compra, se tiene que seleccionar el artículo en cuestión que se desea, este artículo debe aparecer detallado (descripción, precio, comentarios...), toda este detalle es variable, esto depende de cómo se haya configurado la tienda online. Es importante aclarar que también podemos realizar comentarios sobre los artículos disponibles.



Una vez seleccionado el artículo deseado, debe aparecer por un lado la cantidad de artículos a comprar y por otro un botón que indique como metáfora un carrito de la compra o algo similar, o un texto que explique algo parecido a "añadir a carrito de la compra", tal como se muestra en la anterior imagen.

Los pasos necesarios para llevar a cabo la compra se exponen a continuación, para esto tienes que pasar el ratón por la siguiente animación.

[Resumen textual alternativo](#)

Autoevaluación

No es necesario estar registrado para realizar una compra en una tienda virtual ¿Verdadero o falso?

- Verdadero.
- Falso.

No. Debes prestar más atención. Sí que es necesario estar registrado como usuario.

Muy bien sigue así.

Solución

1. Incorrecto
2. Opción correcta

2.- Modelos de negocio digital.

Caso práctico

Con el objetivo de fomentar Eurasia S.A. en internet es muy importante que **Ana García** conozca los principales modelos de negocios digitales que existen hoy en día en Internet.

Para ello debe estar muy atenta a las posibles adaptaciones al modelo de negocio de la empresa para la que trabaja. Para obtener esta información recurre a **Pedro Domínguez**.



Entre ambos intentan identificar el modelo de negocio digital que mejor se ajusta a las características de Eurasia.

Después de seleccionar una serie de criterios de búsqueda en internet y filtrar la información más destacada, **Ana García** dispone de la siguiente información sobre modelos de negocio en Internet:



[Resumen textual alternativo](#)

Caso práctico

Pero ¿Dentro de qué modelo se ajusta Eurasia S.A.? Teniendo en cuenta el esquema anterior, tanto **Ana García** como **Pedro Domínguez** son unánimes en la catalogación de Eurasia en el modelo **B2C**, ya que se refiere **al contrato comercial realizado a través de internet que se materializa cuando un cliente visita la tienda virtual de una empresa y se formaliza la compra.**

Las claves de funcionamiento de dicho sector es la considerable reducción de precios, por no abrir locales comerciales, de esta forma se reduce costes a nivel de infraestructura.

Para saber más

Para complementar la teoría se añade un enlace donde podemos ver los principales modelos de negocio en internet que tienen mayor repercusión en España.

[Modelos de negocio en España.](#)

3.- Gestión de la calidad.

Caso práctico

Pedro Domínguez sabe que para captar la confianza de los clientes es importante realizar una gestión de calidad eficiente. Con este propósito y siguiendo en la misma línea, le encomienda a **Ana García** que lleve a cabo esta tarea, es decir, **Ana** deberá realizar la gestión de la calidad desde el punto de vista del comercio electrónico.



Recordemos que **Ana García** es la persona de referencia en todo lo relacionado con el comercio electrónico, por lo que debe resolver las cuestiones que puedan surgir en este sentido.

Todos conocemos qué entendemos por calidad, tanto en los productos como en los servicios, pero ¿qué aspectos hay que tener en cuenta en la gestión de la calidad en una tienda virtual?

Podemos llegar a la conclusión que las relaciones comerciales, como todas las que implican un trato directo con personas, suelen ser difíciles de llevar, de esta forma surge el **departamento de calidad**, este departamento se encarga de dar respuesta a los posibles irregularidades que puedan surgir con la fabricación del producto, en gestionar las posibles reclamaciones de los clientes, gestionar las sugerencias, establecer los procedimientos de funcionamiento de la empresa..., todo esto con el principal objetivo de dar una mejor respuesta al cliente final y que se esté satisfecho con los productos o servicios recibidos en la compra.



Los principales puntos que debemos de tener en cuenta para conseguir captar la confianza del cliente son los siguientes:

- ✓ Hacer que el cliente se sienta cómodo, es decir, escuchándolo de manera formal, con interés...
- ✓ Estar concienciado de poder perder una venta, es decir, estar preparado para situaciones complicadas, desacuerdos, etc. que en cierta manera son posibles.
- ✓ Admitir que no se tienen respuestas para todo, incluso delegando en terceras personas si no se conoce la solución.
- ✓ Es importante aclarar que una compra no se considera finalizada hasta que el dinero no está en manos del que vende y el producto está en manos del que compra, además después de esto puede aparecer algún tipo de reclamación en forma de devoluciones. Por este motivo no hay que desviar la atención hacia el cliente incluso después de realizar el proceso de venta.

Es importante destacar que a la hora de establecer la venta no se trata de vender lo que más beneficios se obtenga, ni vender lo que el vendedor quiera, sino lo que el cliente solicita, de esta forma, el cliente estará satisfecho y recurrirá de nuevo a la empresa para realizar futuras compras.

El departamento de calidad en las tiendas virtuales es de vital importancia, ya que de éste depende que el cliente tenga la suficiente confianza para realizar la compra. Si no cumplimos con las expectativas de los clientes, nos podemos encontrar un cliente insatisfecho que realiza comentarios negativos sobre productos ofertados en la empresa en la misma web o en otras y esto puede repercutir en las ventas futuras de dicha empresa.

No hay que olvidar que la gestión de calidad en una tienda virtual es igual que la que se lleve a cabo en cualquier establecimiento a nivel presencial, sólo cambia el entorno.

Autoevaluación

Una de las funciones de la gestión de calidad es tramitar las posibles reclamaciones que se puedan producir en la venta de algún artículo.

- Verdadero.
- Falso.

Muy bien, sigue así.

Lo siento, vuélvelo a intentar.

Solución

1. Opción correcta
2. Incorrecto

4.- Medios internacionales de pago electrónico.

Caso práctico

En Eurasia ya tienen creada la tienda virtual. **Ana García** ha llevado a cabo un gran trabajo, sólo queda perfeccionar algunas cosas:

—Cuando nuestros clientes compren algún artículo a través de nuestra tienda, ¿cómo se llevará a cabo el pago? —pregunta **María Dolores**.

—Lo primero que debemos hacer es identificar los diferentes medios de pagos que existen para realizar compras por Internet —responde **Ana**.

—Creo que lo más común y seguro es a través de paypal, un compañero me ha dicho que sólo se necesita una cuenta de correo electrónico. Además, el otro día leyendo foros en la web, había varios comentarios sobre este medio de pago electrónico y las opiniones eran muy positivas.

—Tendremos que dejar claro este tema pues me preocupa que nuestros clientes no confíen en la forma de pago —responde **Ana**.



Reflexiona

Realizar un pago electrónico ¿Provoca desconfianza?

Mostrar retroalimentación

La respuesta es clara, por supuesto que crea desconfianza, principalmente porque el vendedor y el comprador no se encuentran presentes en el mismo lugar.

Hoy en día tenemos los siguientes medios de pago electrónico:

- ✓ **Paypal:** es un sistema de pago electrónico que permite realizar el proceso de compra y venta por Internet, como requisito es necesario tener una cuenta de correo electrónico y por supuesto una tarjeta de crédito. PayPal está alojado en un servidor seguro que garantiza la privacidad y seguridad en toda transacción realizada. Además PayPal cuenta con un seguro para cubrir alguna incidencia que pudiera surgir en el proceso de compra-venta.
- ✓ **Gold:** es un sistema de pago virtual al cual tiene acceso cualquier persona del mundo (a diferencia de otros sistemas que tienen restricciones para ciertos países). La moneda de cambio es el oro, el cual se cotiza de forma similar en todos los países, de esta manera según va bajando o subiendo el oro, nuestra cuenta puede ir bajando o subiendo también. E-gold es definitivamente seguro, está alojada en un servidor seguro (<https>) y para registrarte debes aportar los siguientes datos personales: nombre, dirección y teléfono, y a diferencia del anterior no te pide ningún dato bancario.
- ✓ **Moneybooker:** utilizando este medio de pago cualquier negocio o cliente con un correo electrónico puede enviar y recibir pagos online con total seguridad y coste reducido, además tiene la ventaja que el tiempo se reduce considerablemente. Es utilizado fundamentalmente para:
 - ◆ Enviar dinero vía correo electrónico desde tu tarjeta de crédito o cuenta bancaria.
 - ◆ Hacer compras en tiendas virtuales.
 - ◆ Recibir pagos vía correo electrónico.
- ✓ **HooPay:** es un método de pago electrónico que te permite enviar y recibir dinero de forma instantánea con gran seguridad y a través del correo electrónico. Sus principales características son:
 - ◆ Facilidad: solo es preciso la cuenta de correo electrónico del receptor para realizar un pago.
 - ◆ Rapidez: se envía dinero de forma instantánea.
 - ◆ Internacionalidad: es un producto no tiene fronteras, se envía y recibe desde y hacia todas las partes del mundo.
 - ◆ Cuenta multdivisa: trabaja con múltiples divisas.
 - ◆ Seguridad: HooPay realiza todas las transacciones de forma segura mediante el método de seguridad de encriptación de 1024 [bits](#). Con esto se facilita el proceso en el sentido que debemos introducir el número de



la tarjeta de crédito cada vez que queramos comprar.

- ◆ Bajo coste: las comisiones aplicadas son muy bajas.

Autoevaluación

El medio electrónico de pago más seguro y económico es el HooPay. ¿Verdadero o falso?

- Verdadero.
- Falso.

Lo siento, vuélvelo a intentar. Se trataría de Moneybooker.

Muy bien, sigue así.

Solución

1. Incorrecto
2. Opción correcta

5.- Seguridad.

Caso práctico

Ana García, quiere conocer los riesgos a los que se enfrenta una empresa que decide llevar a cabo el comercio electrónico y aconsejada por **Joaquín** decide informarse para ponerlo en conocimiento de **Juan y Pedro**. El objetivo es anticiparse a esos riesgos y tomar medidas, por eso surgen las siguientes cuestiones:

- ✓ ¿Cuál es el concepto de criptografía?
- ✓ ¿Qué es una firma digital?
- ✓ ¿Qué es un certificado digital?



Dentro de la seguridad referida al comercio electrónico vamos a detallar en primer lugar el concepto de **criptografía**, es un término genérico que describe todas las técnicas que permiten cifrar mensajes o hacerlos ininteligibles sin recurrir a una acción específica. La criptografía consiste en transformar las letras de un texto en una serie de números en sistema binario y luego realizar operaciones sobre estos, con el objetivo de:

- ✓ Hacerlos incompresibles de forma directa. El resultado es un texto cifrado.
- ✓ Asegurarse que el destinatario del mensaje tenga la posibilidad de descifrarlo. El hecho de codificar un mensaje para que sea secreto se denomina cifrado. El método inverso, que consiste en recuperar el mensaje original, se le llama descifrado.



El cifrado se efectúa utilizando una clave de cifrado y el descifrado requiere una clave de descifrado, estas claves pueden ser:

- ✓ Las claves simétricas: la clave para cifrar y descifrar mensajes es la misma.
- ✓ Las claves asimétricas: en este caso, se usa una clave para el cifrado y otra para el descifrado.

Hay personas que diferencian el concepto de **cifrado** y **descifrado** del concepto de **encriptado** y **desencriptado**, según se hable de criptografía simétrica o asimétrica, así si la criptografía es simétrica, se hablará de cifrado y descifrado, al contrario que si es asimétrica, que en este caso se hablará de encriptado y desencriptado.

No obstante, lo más frecuente es utilizar los términos como sinónimos, sin diferenciara el tipo de criptografía.

Debes conocer

Para complementar la teoría se añade un enlace donde podemos estudiar contenidos relacionados con el concepto de Spyware. Se trata de un programa espía ¿En qué consistirá?

[Spyware.](#)

Para saber más

Para complementar la teoría se añade un enlace donde podemos analizar las precauciones que debemos tomar a la hora de realizar una compra por internet.

Comprando en Internet



[Resumen textual alternativo](#)

5.1.- Protocolos de seguridad.

Para llevar a cabo una comunicación segura se deben tomar mecanismos apropiados para que esa comunicación se realice de forma confidencial entre un emisor y un receptor. Estos mecanismos se les denominan **protocolos de seguridad**. Existen varias posibilidades dentro del contexto de la compra y venta online, de las que destacamos los siguientes:



- ✓ **SSL** (Secure Sockets Layer): la información transmitida en una conversación está cifrada, de esta forma se garantiza la privacidad de dicha información (datos bancarios, datos personales...), aunque este protocolo no verifica que el comprador tiene permiso en utilizar la forma de pago. Las ventajas de utilizar este protocolo son:
 - ◆ Se establece una certificación donde el emisor y receptor son reconocidos por ambas partes.
 - ◆ SSL garantiza que los datos de la persona que realiza la compra irán cifrados.
 - ◆ El que inicia la compra debe utilizar un navegador que permita el uso de este protocolo.
- ✓ **SET** (Secure Electronic Transaction): este sistema asegura la privacidad de los datos en todo el proceso de compra y venta. Lo más destacable de este protocolo es que es compatible con muchas plataformas software. El proceso de compra se realiza de la siguiente forma: El comprador inicia la compra y debe esperar a recibir la firma digital del comercio donde se desea comprar. Por otro lado el comercio valida la firma y el cliente envía la orden de pedido, junto con la orden de pago. Esta transacción se hace con la firma digital del comprador. Una vez que el comercio recibe la orden del pedido, comprueba la firma digital del comprador y envía la orden de pago al banco, el cual debe autorizar la transacción.
- ✓ El protocolo 3D Secure o 3 Domain Secure, fue creado por Visa, también se le conoce como Verified by Visa, es más segura que las anteriores ya que comprueba que el que inicia la compra tiene permiso a utilizar la tarjeta de crédito que se usa en el proceso de compra online. La forma de comprobar este permiso es solicitando al comprador una contraseña que previamente ha suministrado el banco.

Autoevaluación

Un protocolo de seguridad es un mecanismo para garantizar que el proceso de compra venta se hace de forma confidencial y que la transmisión de datos es segura. ¿Verdadero o falso?

- Verdadero.
- Falso.

Muy bien, sigue así.

No es correcto. Vuélvelo a intentar.

Solución

1. Opción correcta
2. Incorrecto

Para saber más

Para complementar la teoría se añaden tres enlaces donde podemos ver una ponencia sobre protocolos de seguridad centrándose en el protocolo SSL.



The image displays three video thumbnails arranged within a large rounded rectangular frame. Two thumbnails are positioned at the top, and one is centered below them. Each thumbnail features a play button icon in the center and a blue link labeled 'Resumen textual alternativo' at the bottom.

- Top Left:** A video thumbnail titled "Protocolos de Seguri..." with a play button icon and a link to "Resumen textual alternativo" below it.
- Top Right:** A video thumbnail titled "Protocolos de Seguri..." with a play button icon and a link to "Resumen textual alternativo" below it.
- Center:** A video thumbnail titled "Protocolos de Seguridad SSL III" with a play button icon and a link to "Resumen textual alternativo" below it.

5.2.- Firma digital y certificado digital.

Posiblemente algún documento que hayas tenido que presentar en cualquier administración pública haya requerido de tu firma digital ¿verdad?

Tanto la firma digital como el certificado servicios muy utilizados para realizar operaciones seguras por internet, estas se detallan a continuación:

La firma digital es aquél conjunto de datos, como códigos o claves criptográficas privadas, en forma electrónica, que se asocian inequívocamente a un documento electrónico y que permite identificar a su autor o autora.

Cuando esta identificación es altamente fiable permite detectar cualquier alteración del documento no autorizado merced a que los dispositivos empleados en la creación de la firma son seguros, por cumplir ciertas exigencias técnicas, y porque el Prestador de Servicios de Certificación que ha intervenido está "acreditado" entonces se habla de "**firma electrónica avanzada**".



El proceso de firma es el siguiente:

- ✓ El emisor prepara el texto a enviar.
- ✓ El emisor emplea una función segura para producir un resumen del texto.
- ✓ El emisor encripta el resumen con su clave privada. La clave privada es aplicada al texto del resumen usando un algoritmo matemático. La firma digital consiste en la encriptación del resumen.
- ✓ El emisor une su firma digital a los datos.
- ✓ El emisor envía electrónicamente la firma digital y el mensaje original al destinatario.
- ✓ El receptor utiliza la clave pública del emisor para verificar la firma digital, es decir para desencriptar el resumen asociado al texto.
- ✓ El receptor realiza un resumen del texto empleando la misma función hash.
- ✓ El receptor compara los dos resúmenes. Si los dos son exactamente iguales el receptor sabe que los datos no han sido alterados desde que fueron firmados.

Cuando el destinatario recibe el texto, lo descifra con su clave privada y pasa a comprobar la firma. Para ello, se llevan a cabo dos operaciones:

1. En primer lugar averigua la clave pública del que envía el mensaje y descifra con ella el resumen que calculó y cifró el remitente.
2. En segundo lugar, recibe el mensaje, calcula el resumen del texto recibido repitiendo el procedimiento que usó el remitente. Si los dos resúmenes son iguales la firma se considera correcta, por lo que el receptor puede estar seguro de la validez del texto.

El certificado digital es una aplicación digital que permite a una entidad fiable garantizar la relación entre el que solicita el certificado digital y una clave pública.

Este tipo de certificado se emplea para comprobar que una clave pública pertenece a una persona concreta. La existencia de firmas en los certificados aseguran por parte del firmante del certificado (una autoridad de certificación, por ejemplo) que la información de identidad y la clave pública perteneciente al usuario o entidad referida en el certificado digital están relacionadas de forma directa.

Para que el certificado digital pueda cumplir con su cometido es preciso una clave privada, que solo conoce la persona que solicita su certificado digital. El certificado digital y la clave pública se consideran información no protegida, por lo que se puede enviar a terceros, sin que con ello se incumpla alguna norma de protección de datos. El envío del certificado digital y la clave pública es imprescindible para comprobar la identidad del usuario al cual pertenece el certificado digital.

Un certificado raíz es un certificado emitido por una empresa para ella misma. Está formado por una clave pública.

6.- Negocios electrónicos.

Caso práctico

Ana y **Joaquín** están ultimando los detalles de la nueva tienda virtual para Eurasia, pero surge la siguiente duda:

—¿Cuáles son los modelos de negocios utilizados con más frecuencia en Internet? —pregunta **Ana** a **Joaquín**.

—Son muchos, aunque cada vez están surgiendo más.

—Sí, pero creo que el que más se ajusta, por los productos que nuestra empresa comercializa, sería el de tienda electrónica.

—Es mejor que analicemos las características de todos y lo valoremos —responde **Joaquín**.



En el comercio electrónico podemos generar gran cantidad de negocios electrónicos. Hoy en día los más destacados son los siguientes:

- ✓ **Tienda electrónica (e-shop):** supone comercializar a través de Internet los productos o servicios de determinada compañía, su objetivo es captar demanda, mediante promoción, obteniendo una posible reducción de costes.
- ✓ **Aprovisionamiento electrónico (e-procurement):** con el objeto genérico de aumentar el número de proveedores de bienes o servicios para una gran compañía.
- ✓ **Subasta electrónica (e-auction):** supone llevar a la red el modelo de las subastas, con distintos sistemas de puja electrónica, que pueden incluir una presentación multimedia de los diversos servicios y se pueden completar con una serie de servicios adicionales (pago, entrega, etc.).
- ✓ **Mercado electrónico (e-mall):** intentando anular los modernos centros comerciales ofrecen una colección de tiendas electrónicas, bajo una marca común y ofreciendo también algún otro servicio común (por ejemplo, método de pago).
- ✓ **Mercado por cuenta ajena (third party marketplace):** un modelo innovador para empresas que quieran ceder su marketing en Internet a otra empresa que ofrece todos o parte de las actividades propias del marketing, bajo un escaparate común y un sistema de transacción común.
- ✓ **Comunidades virtuales (virtual):** en su forma "pura", la comunidad virtual reúne una serie de miembros, clientes o socios, que intercambian y añaden información a una determinada comunidad. El modelo acepta fácilmente combinaciones.
- ✓ **Proveedor de servicios para la cadena de valor (value chain service provider):** proporcionan una determinada función específica de la cadena de valor, como si esta función se subcontratase. Entre las funciones que se suelen ofrecer destacan la gestión de cobros (por ejemplo, a un banco) o la logística.
- ✓ **Integradores de la cadena de valor (value chain integrator):** en este caso el negocio se obtiene al agrupar escalones de la cadena de valor, el beneficio se obtiene por un lado por consultoría y por otro lado por comisiones.
- ✓ **Plataformas de colaboración (collaboration platforms):** proporcionan el ambiente, información y herramientas para la colaboración entre distintas empresas para realizar una función específica, o bien dan apoyo a un equipo virtual.
- ✓ **Agentes de información (information brokers):** suministran directorios para facilitar la búsqueda de información, de datos sobre consumidores, de oportunidades de negocio, etc.
- ✓ **Servicios de certificación (trust services):** proporcionan certificados digitales y otra serie de servicios de seguridad en la red (como notarios digitales).



Autoevaluación

El negocio digital que reúne a varios clientes o socios para intercambiar y añadir información a una determinada comunidad, se denomina plataforma de colaboración. ¿Verdadero o falso?

Verdadero.

Falso.

No es correcto, vuélvelo a intentar.

Muy bien, se trataría de comunidades virtuales.

Solución

1. Incorrecto
2. Opción correcta

7.- Parque empresarial virtual.

Caso práctico

Juan Suárez hablando con otros empresarios del sector tiene una conversación sobre parques empresariales virtuales, le parece interesante este concepto y desea saber si puede llevarlo a cabo con Eurasia.



— Estoy pensando en lo que hablé esta mañana con compañeros del sector, sobre los parques empresariales —indica **Juan a Pedro**.

—¿Supone ventajas para nuestra empresa? Si es así, podemos profundizar en el tema.

—Claro que sí, todo lo que suponga una unión de empresas relacionadas o del sector, es bueno ¿no crees?.

¿Qué es un parque empresarial virtual?

Entorno donde se sitúan empresas que tiene algún punto en común, es decir, trabajar en un mismo sector, por ejemplo empresas de telecomunicaciones, empresas emisoras de radio, empresas emisoras de televisión...

Las empresas del mismo sector colaboran entre ellas de la siguiente forma:

- ✓ Sumando esfuerzos individuales hacia un fin grupal.
- ✓ Fomentando el desarrollo de nuevas formas de desarrollo.
- ✓ Potenciando el desarrollo profesional de los empleados y empleadas del mismo sector.



Las actividades que las empresas pueden realizar de forma conjunta se pueden resumir en:

- ✓ Supervisión de trabajos profesionales, informes detallados sobre proyectos, trabajo en equipo en el desarrollo de normativa técnica, estudios técnicos y de mercado.
- ✓ Congresos sobre nuevas técnicas, publicidad, formación, etc.

Normalmente estos parques empresariales virtuales tienen una página web global donde se puede acceder a las páginas web de cada empresa que lo forma, donde estará disponible información relevante sobre las mismas, las soluciones que ofrecen y sus actividades.

En definitiva estos parques empresariales virtuales nacen de la necesidad de desarrollar nuevas prestaciones y hacer crecer a las empresas del mismo sector. Siguen el lema de "La unión hace la fuerza".

Autoevaluación

Una de las principales características de la creación de parques empresariales virtuales es la promoción individualizada. ¿Verdadero o falso?

- Verdadero.
- Falso.

No es correcto. Los parques empresariales engloban empresas que trabajan de forma conjunta, y no de forma individual.

Muy bien, sigue así.

Solución

1. Incorrecto
2. Opción correcta

Anexo.- Licencias de recursos.

Licencias de recursos utilizados en la Unidad de Trabajo.

Recurso (1)	Datos del recurso (1)	Recurso (2)	Datos del recurso (2)
	Autoría: Kneiphof. Licencia: Dominio público. Procedencia: http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Shopping_cart.jpg		Autoría: Eduardo Cano Lozano. Licencia: Uso educativo no comercial. Procedencia: Elaboración propia a partir de un montaje de los logos de los diferentes softwares: <ul style="list-style-type: none">✓ Imagen 1: logo de Oscommerce. Autoría: Eduardo Cano Lozano. Licencia: Copyright (cita). Procedencia: Captura de pantalla de la web: http://www.oscommerce.com/✓ Imagen 2: logo de Zecart. Autoría: Eduardo Cano Lozano. Licencia: Copyright (cita). Procedencia: Captura de pantalla del logo de la web de: http://www.zen-cart.com/✓ Imagen 3: logo de Cubecart. Autoría: Eduardo Cano Lozano. Licencia: Copyright (cita). Procedencia: Captura de pantalla del logo de la web: http://www.cubecart.com/✓ Imagen 4: logo de Joomla Autoría: Eduardo Cano Lozano. Licencia: Copyright (cita). Procedencia: Captura de pantalla del logo de la web: http://www.joomlaspanish.org/
	Autoría: Stockbyte. Licencia: Uso educativo no comercial para Plataformas públicas de Formación Profesional a distancia. Procedencia: CD-DVD Num. IE008.		Autoría: Peter West. Licencia: Dominio público. Procedencia: http://commons.wikimedia.org/wiki/File:ANDRILL_-_showing_features.jpg
	Autoría: Eduardo Cano Lozano. Licencia: Copyright (cita). Procedencia: Captura de pantalla del portal de Joomla.		Autoría: Eduardo Cano Lozano. Licencia: Copyright (cita). Procedencia: Captura de pantalla del portal de Virtuemart.
	Autoría: Eduardo Cano Lozano. Licencia: Copyright (cita). Procedencia: Captura de pantalla del portal de Virtuemart.		Autoría: Eduardo Cano Lozano. Licencia: Copyright (cita). Procedencia: Captura de pantalla del portal de Virtuemart.
	Autoría: Eduardo Cano Lozano. Licencia: Copyright (cita). Procedencia: Captura de pantalla del portal de Virtuemart.		Autoría: Producer. Licencia: (CC by-sa). Procedencia: http://commons.wikimedia.org/wiki/File:City_Front.png
	Autoría: LadyofHats. Licencia: Dominio público. Procedencia: http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Quality_imagesX10.svg		Autoría: Jebulon. Licencia: (CC0). Procedencia: http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Car_park_payment_machine_Orly.jpg

	<p>Autoría: Acdx. Licencia: (CC by-sa). Procedencia: http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Surveillance_cameras.jpg</p>		<p>Autoría: Maremoto. Licencia: dominio público. Procedencia: http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Rdimbig2.jpg</p>
	<p>Autoría: Nevit Dilmen. Licencia: (CC by-sa). Procedencia: http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Maldives_00147_foot_print_on_earth.jpg</p>		<p>Autoría: Edward. Licencia: Dominio público. Procedencia: http://commons.wikimedia.org/wiki/File:E-Corner_Internet_cafe.JPG</p>
	<p>Autoría: Santiago A. Sánchez Galleguillos. Licencia: (CC by-sa). Procedencia: http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Grafica_virtual_avatar.png</p>		