

Manual del taller
“COMPRAS ON-LINE”

Presentación. Taller de “Compras on-line”

Desde el Departamento de Ciencia, Universidad y Sociedad del Conocimiento, se promueve la realización de este taller, con el objetivo de dar a conocer diferentes herramientas para la realización de operaciones de compra a través de Internet, por parte de las personas que se inicien en ellas.

Este manual forma parte de los materiales de la formación presencial que se lleva a cabo en centros públicos o de uso público de diversas localidades de la Comunidad Autónoma de Aragón.

Primera versión realizada por el **Instituto Tecnológico de Aragón**.

Publicado bajo licencia [Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 3.0 España \(CC BY-NC-SA 3.0 ES\)](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/es/).



Última actualización de este manual: junio 2023.

[Talleres TIC](#) ¹

Talleres TIC. Manuales; 3



¹ <https://www.aragon.es/-/talleres-tic>

Índice de contenidos

Presentación. Taller de “Compras on-line”	0
01. Concepto de comercio electrónico, tipología y elementos ..	4
1.1. Definición.....	4
1.2. Tipos de comercio electrónico	4
1.3. Elementos de una tienda virtual	5
1.4. Diferencias entre una tienda física y una tienda virtual	8
02. Ventajas y desventajas del comercio electrónico	10
2.1. Ventajas del comercio electrónico	10
2.2. Desventajas del comercio electrónico	12
03. Seguridad en el comercio electrónico.....	13
3.1. Conceptos básicos de seguridad en Internet.....	13
04. Derechos de los consumidores online.....	20
4.1. Normativas de la Unión Europea.....	21
4.2. La junta arbitral de consumo	22
05. Proceso de la compra online	24
06. Formas de pago de las tiendas online	30
6.1. Ventajas de PayPal	31
6.2. Inconvenientes de PayPal	33
6.3. Creación de una cuenta PayPal.....	33

6.4. Pasarela de pagos	39
07. Comparadores de precios	40
7.1. Google Shopping	40
7.2. Comparadores para viajes	46
7.3. Comprar entradas de espectáculos	50
7.4. Canales de venta privados.....	52
7.5. Comercio electrónico y redes sociales.....	54
08. Anexo.....	57
8.1. Enlaces y referencias	57



01. Concepto de comercio electrónico, tipología y elementos

1.1. Definición

El comercio electrónico, también conocido como *e-commerce* (*electronic commerce* en inglés), consiste en la compra y venta de productos o de servicios a través de medios electrónicos, tales como Internet y otras redes informáticas.

Solo consideraremos por tanto aquellas compras o ventas de productos o servicios que se realizan a través de Internet, desde un ordenador o dispositivo electrónico, allá donde esté ubicado.

Seremos muy estrictos en esta consideración y por tanto, no se considerará comercio electrónico, por ejemplo, la solicitud vía correo electrónico, fax o teléfono de un producto o servicio y su pago por transferencia bancaria, aunque la información haya sido obtenida mediante navegación por Internet. Para considerarlo en estricto sentido solamente será aquel intercambio comercial que deba pagarse y cobrarse a través de Internet.

1.2. Tipos de comercio electrónico

Los diferentes tipos de comercio electrónico pueden ser clasificados en cuatro categorías:

Comercio electrónico de la Empresa a los Clientes **B2C (Business to Customer)**. A esta categoría pertenece la mayoría de negocios online que podemos encontrar en Internet, es decir, se trata de aquellas tiendas que ofrecen productos o servicios a los ciudadanos o clientes en general.

Por ejemplo: [Barrabes](https://www.barrabes.com/)²

Comercio electrónico de las Empresas a las Empresas **B2B (Business to Business)**. A esta categoría pertenecen aquellos negocios que suministran, a modo de proveedores a otras tiendas. Solamente podrán realizar compras, los clientes registrados, usando el Usuario y Contraseña que decida la empresa una vez comprobado que disponen de todos los datos fiscales y alta de actividades económicas.

Por ejemplo: [Grupo SDM](https://www.gruposdm.com/)³

Comercio electrónico entre consumidores **C2C (Consumer to Consumer)**. Se trata de aquellos servicios que ofrecen la posibilidad de vender objetos de consumidor a consumidor de manera directa.

Por ejemplo: [eBay](https://www.ebay.com/)⁴

Comercio electrónico de los ciudadanos a las entidades Gubernamentales **G2C (Government to Customer)**. Se trata de aquellos servicios que ofrecen las distintas administraciones públicas y que tienen que ver con sus relaciones con los ciudadanos, es decir: pagar impuestos online, declaraciones, formularios,... Se requiere para trabajar con este tipo de entidades un certificado electrónico o bien el e-DNI.

Por ejemplo: [Agencia Tributaria](https://www.agenciatributaria.es/)⁵

1.3. Elementos de una tienda virtual

Catálogo de productos

El catálogo de productos y servicios es la carta de presentación a los clientes de todo aquello que nos vende una tienda. Será muy visual, de manera que

² <https://www.barrabes.com/>

³ <https://www.gruposdm.com/>

⁴ <https://www.ebay.com/>

⁵ <https://www.agenciatributaria.es/>

ofrecerá fotos descriptivas de los productos y sus características materiales y de precio. También muestran los más vendidos, las ofertas, las promociones...

Carrito de la compra

La cesta o carrito de la compra es un elemento indispensable en cualquier Tienda Online. Este elemento debe ofrecer la posibilidad de añadir, eliminar o modificar los productos que durante la navegación hemos ido seleccionando e incorporando. Es aconsejable, que esté visible en todas las páginas de la Tienda Online, o al menos en aquellas donde se puedan seguir añadiendo productos.



Imagen 1. Carro de la compra

De igual forma, debe dar la posibilidad, con un solo clic, de que los clientes podamos visualizar de una forma clara los datos de nuestra compra:

- Las cantidades
- Los gastos de envío
- Impuestos
- Total de la compra

Motor de búsqueda

Con la idea de facilitar al cliente encontrar los productos y servicios que ofrecen las tiendas es indispensable disponer de un potente motor de búsqueda o buscador integrado que permita la búsqueda de productos por diversos criterios y parámetros. Criterios de interés son las búsquedas por palabras clave, precio, categoría, nombre, etc. El motor de búsqueda siempre debería ofrecer buenos resultados para denotar buen funcionamiento. Si la búsqueda no da resultados, lo más aconsejable es que muestre recomendaciones.

Información corporativa

Dentro de una Tienda Online no toda la información es escaparate de productos. Es necesario conocer a nuestro vendedor para aportar seguridad a la compra, para compartir la filosofía del negocio, conocer la trayectoria empresarial, etc. Este tipo de información nos va a transmitir transparencia, fiabilidad y confianza. Entre otros datos que nos aporta la información corporativa podemos destacar:

- Quiénes somos
- Ubicación geográfica, es decir tienda física (si se tiene).
- Aviso Legal y política de privacidad.
- Información de contacto.
- Condiciones de compra y contratación.
- Preguntas frecuentes o FAQ.

Registro y área de usuario

Algunas tiendas cuentan con un registro de clientes para fidelizar con ofertas promociones, bonos descuento... Aquí también pueden registrarse nuestras compras realizadas a lo largo del tiempo en la tienda.

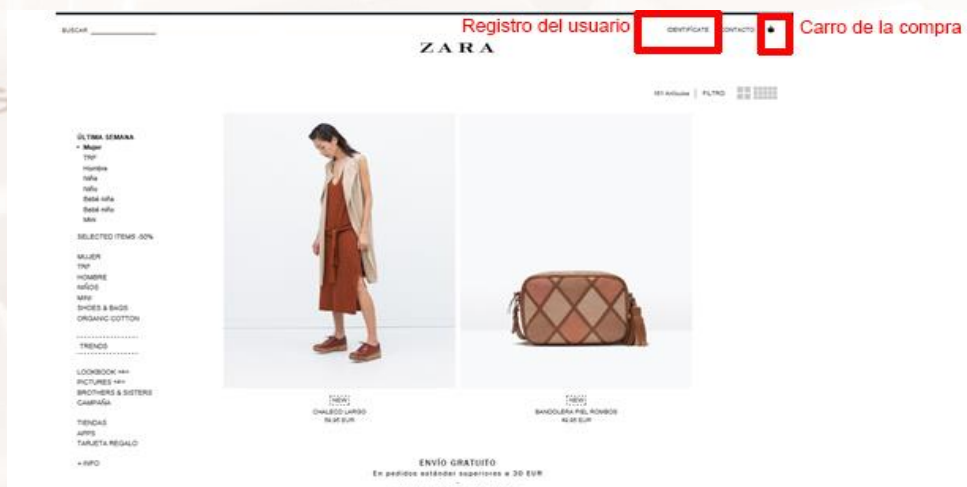


Imagen 2. Página Web de tienda on-line de Zara

1.4. Diferencias entre una tienda física y una tienda virtual

Las grandes diferencias entre el comercio electrónico y el tradicional es la sustitución de la tienda física en un local comercial por la tienda virtual en una pantalla de ordenador.

La finalidad de ambas es la misma, sobre todo desde la perspectiva de la empresa, definiéndolas como un “escaparate” para que se realice la transacción o intercambio de información comercial a través de redes de comunicación, presenciales o a distancia.

La tienda virtual que es característica del comercio electrónico ("e-commerce") abarca, como toda actividad comercial relacionada con la venta de un bien o servicio, los cometidos de publicidad, información comercial, negociación, la venta propiamente dicha, facturación y cobro, así como la, en ocasiones olvidada, atención al cliente.

En la tienda tradicional se da la misma actividad comercial, por medio de la compra y venta de servicios y bienes; pero resulta más fácil en ocasiones porque ambas partes interesadas están en el mismo lugar y el trato es personal.

En la tienda virtual, tus productos o servicios deben estar en un sitio web, y debes preocuparte de que las fotos y las descripciones de los mismos sean amigables, ya que el cliente no percibe la cercanía del vendedor ni del producto, haciendo de la venta un proceso más lejano y frío.

Otras diferencias

Pago del bien o servicio

En la tienda virtual nunca podrás recibir o efectuar pagos al contado, como se hace normalmente en el tradicional. Las formas de pago deben de ser vía transferencia electrónica, tarjeta de crédito o pago en tiendas de auto servicio.

Entrega del producto

En la tienda virtual, el vendedor deberá enviar el producto una vez que haya recibido el pago, a menos que se haya acordado otra cosa contractualmente.

Horarios comerciales

La tienda virtual posee una amplitud y flexibilidad de horarios total, estando a disposición de una cantidad prácticamente ilimitada de consumidores potenciales, lo cual con un buen sistema de logística y distribución posibilita ser una empresa global en mucho menos tiempo que las tiendas del comercio tradicional.

A pesar de las diferencias, en ocasiones, es conveniente que la tienda tradicional disponga de una tienda virtual que complemente la oferta comercial y de posibilidades al comerciante o empresario de ampliar su sector de mercado.

02. Ventajas y desventajas del comercio electrónico

2.1. Ventajas del comercio electrónico

El comercio electrónico ofrece numerosas ventajas como las siguientes:

- Abierto las 24 horas del día, todos los días del año, ventajoso tanto para el comprador como para el vendedor.
- Acceso cómodo desde nuestra casa, en cualquier lugar del mundo, Internet nos permite acceder a nuevos mercados y productos.
- Podemos encontrar un producto al menor costo.
- Te sirven a domicilio las compras realizadas.
- Reduce los costes que producen los intermediarios de cualquier producto.
- Seguridad en las transacciones.
- Derechos que tenemos como consumidores en virtud de la LSSICE (Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y Comercio Electrónico).
Por ejemplo, tenemos los siguientes derechos:
 - En caso de que no se pueda cumplir el plazo de entrega porque el producto solicitado no está disponible deberemos ser informados rápidamente y ofrecernos la posibilidad de recuperar cuanto antes, en un plazo de treinta días como máximo, las sumas que hayamos abonado hasta ese momento.
 - Deberemos tener en cuenta que, si no se respeta este plazo de abono, el consumidor puede exigir que se le devuelva el doble de la

cantidad adeudada, pudiendo solicitar, además, una indemnización por daños y perjuicios si estos se producen.

- En caso de no tener disponible el producto solicitado, se nos puede informar de la posibilidad de recibir otro de características similares y de igual o superior calidad.
- Desde el día en que se recibe el producto, tenemos un plazo de siete días hábiles para poder devolver el producto y no se puede penalizar al comprador en caso de que decida hacer uso de este derecho de desistimiento. El comprador no está obligado a indicar ningún motivo para ello.
- Ejercitado el derecho de desistimiento, el vendedor debe devolver al comprador todas las cantidades íntegras, exceptuando los gastos de envío del producto, en un plazo máximo de treinta días. Si no se respeta este plazo, el consumidor puede exigir que se le devuelva el doble de la cantidad adeudada, pudiendo solicitar, además, una indemnización por daños y perjuicios si estos se producen.
- Cuando se deba reparar o sustituir el producto que hayamos comprado porque este no funciona hay que tener en cuenta que tanto la reparación como la sustitución deben ser gratuitas para el consumidor, es decir, no se nos puede cobrar los gastos que haya que realizar para reparar o sustituir el producto, especialmente los gastos de envío, así como los costes relacionados con la mano de obra y los materiales.
- La reparación y la sustitución suspenden el cómputo de los plazos durante los cuales el consumidor puede reclamar por el mal funcionamiento del producto, por no servir para los usos para los cuales se compró o por no ajustarse a las características ofrecidas.
- Si concluida la reparación y entregado el producto, este sigue siendo no conforme con el contrato, el consumidor podrá exigir la sustitución del producto, la rebaja del precio o la resolución del contrato.

- Derechos que tenemos los ciudadanos en virtud a la LOPD (Ley Orgánica de Protección de Datos):
 - Toda persona física tiene derecho a la protección de los datos de carácter personal que la conciernen y este derecho le atribuye la facultad de controlar sus datos. La tramitación de datos personales a través de la Web está protegida y deben seguirse los protocolos de seguridad de los mismos.

2.2. Desventajas del comercio electrónico

Entre las desventajas del uso de comercio electrónico se encuentran:

- Se pierde el trato directo con el vendedor, la posibilidad de diálogo y proximidad humana.
- La inseguridad que produce no tener un emplazamiento físico donde sé a ciencia cierta que van a atender mis quejas o propuestas.
- Se pierde la capacidad de visualización del producto, no podemos palparlo, sentirlo, probárnoslo.
- Mucha oferta de tiendas y no sabes cuál es la mejor.
- Los gastos de portes pueden encarecer mucho una compra.
- Necesidad de acuerdos internacionales en algunos casos de tiendas online.
- Abuso de la publicidad.
- Privacidad y seguridad. La mayoría de los usuarios no confía plenamente en la Web como canal de pago.
- No todas las tiendas cuentan con mecanismos de seguridad.

03. Seguridad en el comercio electrónico

El mayor problema que existe con el comercio electrónico es la seguridad en las transacciones, hay una enorme desconfianza en volcar los datos de la tarjeta de crédito en la Web como canal de pago. No podemos estar seguros al 100 % de la identidad del vendedor. Análogamente, este no lo está sobre la del comprador. Quien paga no puede asegurarse de que su número de tarjeta de crédito no sea robado y sea utilizado para algún propósito malicioso, por otra parte, el vendedor no puede asegurar que el dueño de la tarjeta de crédito rechace la adquisición.

3.1. Conceptos básicos de seguridad en Internet

El sello de confianza online es un proyecto conjunto con **Red.es** (entidad pública empresarial del Ministerio de Economía y Empresa que depende de la Secretaría de Estado para el Avance Digital). Este sello permitirá distinguir a aquellas empresas (entidades adheridas) que han asumido voluntariamente unos elevados niveles de compromiso ético y responsabilidad y merecedoras, por tanto, de una mayor confianza. El listado como veis en la imagen es muy grande:

[Confianza online](#)⁶

Accede a la página web “Confianza online” y haz clic en la parte superior, en “Webs con el sello”.

⁶ <https://www.confianzaonline.es/>.



Imagen 3. Web de Confianza Online

Sitios seguros



Imagen 4. Barra de navegador con URL que usa el protocolo https

Para saber si se está accediendo a una página segura, los navegadores presentan un icono (generalmente un candado cerrado), ya sea en la barra de direcciones o en la barra de estatus (abajo a la derecha). En ocasiones presentan más indicadores como: colores en las direcciones o botones para obtener información adicional. Todos los sitios donde debes ingresar datos personales de alta confidencialidad, sobre todo los de entidades financieras o bancarias su dirección de conexión debe ser *https://*, en lugar de *http://* que los identifica como sitios seguros:

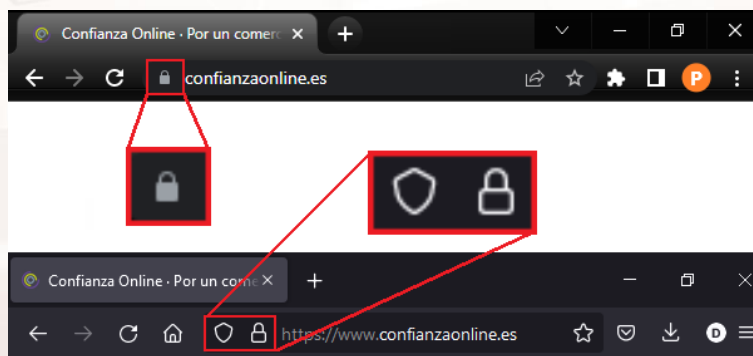


Imagen 5. Indicador de página segura en Chrome (arriba) y Firefox (abajo)

También hay indicadores como el VeriSign o DigiCert Inc que certifican la seguridad del sitio Web. Para acceder a esa información deberemos dar clic en la opción “**Información de la página**”.

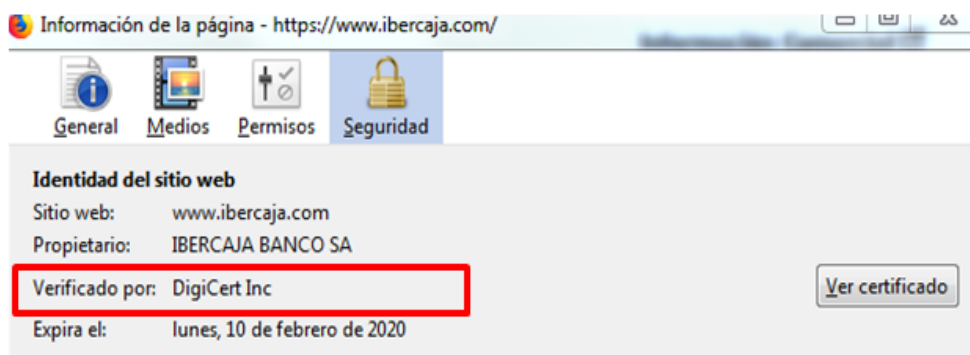


Imagen 6. Información de seguridad para una página del sello DigiCert Inc



Imagen 7. Sello DigiCert Inc.

Consejos para una compra segura

A continuación, presentamos una lista de consejos para comprar con seguridad:

- Se recomienda comprar solo en tiendas que conozcamos, recomendadas o que sean reconocidas. Es importante investigar un poco sobre el comerciante; sobre todo cuando hay ofertas que son demasiado buenas para ser verdad. Investiga qué dicen otros usuarios y compradores cuando el comerciante es poco conocido, en foros abiertos y blogs.

- Confirma los datos de contacto de las tiendas con las que no estemos familiarizados, como por ejemplo las direcciones físicas, los números de teléfono y los domicilios sociales. No se debería comprar en tiendas que no faciliten esta información sin ningún tipo de restricción o cuyos datos físicos no resulten veraces.
- De la misma forma, jamás proporciones información confidencial por Internet; como por ejemplo, números de claves, números confidenciales, etc. Para aceptar un pago, las páginas de Internet solo requieren información relacionada con la tarjeta de crédito con la que estás haciendo tu compra: dirección del estado de cuenta, número de la tarjeta, números de comprobación, nombre del titular.
- Lee las políticas de privacidad y seguridad de la tienda.
- Mantén tus contraseñas privadas. No reveles información confidencial por correos electrónicos, mensajes instantáneos, redes sociales, o similares.
- Primero, recuerda comprobar que el sitio Web al que accedes es una dirección segura, que empieza con <https://> y en el que debe aparecer un pequeño candado cerrado en la barra de estado del navegador. Haciendo doble clic sobre el candado del certificado digital aparecen los datos del lugar que se está visitando y de la entidad que lo confirma. Verifica que coincidan.
- Se deben enviar todos los datos personales, correo electrónico o números de cuenta a través del formulario de compra seguro; nunca por medio de correos electrónicos.
- Si se trata de un sitio de subastas por Internet, verifica la reputación o el sistema de puntuación del vendedor. Aunque este tenga una buena puntuación, revisa los comentarios de usuarios y qué productos le compraron. Esto lo veremos para eBay.
- Nunca teclees tus datos bancarios o de tarjetas de crédito en cibercafés o computadores que no sean seguros, el mayor nivel de fraudes en

Internet es debido a esto. Existen programas que pueden robar los datos de lo que se teclea en un ordenador.

- Comienza comprando algo de poco valor, así conoces la mecánica de la compra y puedes estar tranquilo.

RECUERDA

- Antes de comprar y ante cualquier duda, contacta con la empresa y pide más información del producto/servicio (color, garantía, estado, funciones, etc.).
- Verifica los términos de la compra, tales como: garantías, cargos extras, formas de pago y envío, restricciones geográficas, y las condiciones de cancelación, reembolso o devolución.
- Si al comprar te piden información personal como el número de tarjeta de crédito o cuenta bancaria, verifica las políticas de privacidad y seguridad antes de proporcionar dichos datos. Si sus políticas no te convencen, mejor no realices la compra.
- Recuerda: lee los cibercontratos, estos tienen la misma validez que un contrato convencional.
- Los proveedores en línea deben utilizar sistemas de seguridad para proteger tus datos personales y financieros, los cuales no pueden compartir con otros proveedores sin tu autorización.

La nueva directiva de pagos: PSD2

PSD2 (del inglés *Payment Service Directive 2*) es la directiva europea que tiene como objetivo incrementar la seguridad y en las operaciones bancarias realizadas a través de internet, así como regular el acceso a cuentas bancarias por parte de terceros, siempre cedidas con consentimiento del usuario.

Con esta directiva se simplifica la relación entre usuarios, comercios y bancos que operan en internet. Sin esta directiva, el usuario que compraba por internet

establecía contacto con la tienda en la que quería comprar; seleccionado el producto, realizaba la tramitación del pedido, que derivaba a la pasarela de pagos (PayPal, Trustly, Klik&Pay,...) que establecía finalmente contacto con el banco para realizar la operación de pago. Es decir, comprar por internet suponía:



Imagen 8. Esquema de compra por Internet.

Con la directiva PSD2 la compra se simplifica del siguiente modo:



Imagen 9. Esquema de compra por Internet con doble pago.

El usuario indica el producto que desea y autoriza expresamente al comercio para realizar el cobro en el banco. Esto implica una autenticación reforzada del cliente que se basa en:

- Algo que el usuario tiene (móvil o tarjeta)
- Algo que el usuario conoce (código de validación enviado a su móvil)
- Algo que identifica físicamente al usuario (huella o reconocimiento facial)

La inmensa mayoría de los bancos han optado por el código de validación enviado al móvil vía SMS.

¿Cómo afectará al usuario que compre por internet?

Tendrá que realizar la doble autenticación, haciendo uso de su tarjeta y del código de validación que le envíe su entidad bancaria excepto en pagos inferiores a 30 €, cuando realice varias compras cuyo importe final no supere los 100 € o no realice más de 5 operaciones de compra seguidas.

Esta normativa no afectará a pagos de peajes, pagos de suscripciones (por ejemplo a Netflix) o pagos a beneficiarios incluidos por el usuario en una lista de confianza.

Esta normativa, aprobada en 2015, entró en vigor el día 14 de septiembre de 2019.



04. Derechos de los consumidores online

Por todo lo expuesto, se puede comprobar que el comercio electrónico es una gran oportunidad para que los consumidores compren cómodamente una amplia variedad de productos y servicios; por lo que las compras realizadas en la red y por ello, los consumidores, tienen los mismos derechos que en el comercio más tradicional.

Entre otros derechos (algunos de los cuales ya hemos comentado anteriormente) citaríamos los siguientes:

- Derecho a una información clara y completa del proveedor o la empresa en la que le está comprando. Debe facilitar un teléfono de contacto, fax y/o un correo electrónico, para poder aclarar dudas, tramitar una queja o cualquier otra consulta.
- Información descriptiva del producto con fotografías, y detalles claros y veraces del producto/servicio.
- Precio del producto total en la moneda nacional, indicando si lleva impuesto o no incluidos.
- Derecho a devolución desde el momento que recibe su producto, en un plazo de 7 días sin justificación ninguna.
- Derecho a la entrega del producto conforme a lo contratado.
- Derecho a la reparación o sustitución del producto si este llega defectuoso; cuya devolución y/o reparación no tendrá ningún coste para el comprador.
- Derecho a la garantía por un período de dos años.
- Derecho al servicio técnico y a la existencia de repuestos por un plazo mínimo de cinco años desde que el producto deje de fabricarse.

4.1. Normativas de la Unión Europea

El Parlamento Europeo y el Consejo de Europa prepararon un acuerdo provisional sobre los derechos de los consumidores europeos para garantizar mayores derechos ante este tipo de compras, que se plasma en una Directiva Europea.

Entre otros derechos, se contemplan los siguientes:

- Derecho a cambiar de opinión a la hora de comprar online en un plazo de 14 días en toda la Unión Europea, pudiendo por cualquier motivo, devolver el producto. En estas dos semanas, el consumidor puede retornar el producto al vendedor sin ningún tipo de penalización. Además, como dispondrá de otros 14 días para hacer efectiva la devolución, el periodo puede alcanzar casi un mes.
- El tiempo máximo de envío de la compra debe ser de 30 días, pues, de lo contrario, el consumidor tendrá derecho a cancelar su compra.
- Se debe estipular de forma clara en el contrato de venta, el coste de devolución de un bien comprado a distancia para que el consumidor pueda tomar una decisión informada antes de realizar la compra.
- Los bienes deben ajustarse a la descripción realizada por el comerciante, y ser aptos para el uso específico requerido por el consumidor y para los usos a los que normalmente se destinan dichos bienes, con la calidad y las prestaciones habituales de un bien del mismo tipo.
- La información mínima que el vendedor deberá proporcionar al consumidor deberá ser suficientemente clara y comprensible.
- El comprador deberá dar su consentimiento expreso a cualquier incremento o recargo en el precio, por cualquier concepto, puesto que de lo contrario no estará obligado a realizar ese pago.
- La Directiva prohíbe las casillas pre-marcadas que impliquen pagos.

- También prevé una protección contra los gastos ocultos, especialmente en Internet, y los consumidores tendrán que haber sido informados, antes de pagar, del precio total de su compra y de la duración del contrato.
- Además, establece requisitos de información específicos para los intermediarios. Así, antes de la celebración del contrato, señala el documento, el intermediario indicará al consumidor que actúa en nombre o por cuenta de otro consumidor y que el contrato celebrado no deberá ser considerado un contrato entre un consumidor y un comerciante, sino un contrato entre dos consumidores, y que, por ese motivo, no entra en el ámbito de aplicación de la Directiva.

Para más información, puedes consultar los siguientes enlaces:

- [Europa.eu. Your Europe. Citizens. Consumers. Shopping: yourrights](https://europa.eu/your-europe/citizens/consumers/shopping/index_en.htm)⁷
- [Cecarm. Comercio electrónico. Emprendedor. Puesta en marcha ¿Cuáles son los derechos que tiene un consumidor online?](https://www.cecarm.com)⁸

4.2. La junta arbitral de consumo

Existen juntas arbitrales de ámbito municipal, de mancomunidad de municipios, provinciales y autonómicas.

Además existe una Junta Arbitral Nacional. El **arbitraje de consumo** es el equivalente jurisdiccional en la resolución de conflictos entre consumidores y usuarios-empresas, que se constituye en una justicia alternativa con la fuerza de que sus decisiones son vinculantes y ejecutivas para las partes.

⁷ https://europa.eu/your-europe/citizens/consumers/shopping/index_en.htm.

⁸ <https://www.cecarm.com>

Características:

- **Rapidez:** Los asuntos se tramitan y resuelven en un tiempo máximo de 4 meses desde que las partes deciden acogerse al Sistema.
- **Económico:** Es gratuito tanto para el consumidor como para la empresa. Solo se debería abonar la prueba pericial si fuera necesaria.
- **Voluntario:** La adhesión al Sistema es libre. Es necesario pues, que ambas partes se comprometan a aceptar el Arbitraje.
- **Participativo:** Porque se supone un Sistema de autorregulación de los conflictos, pues dos terceras partes del Tribunal o Colegio Arbitral están formadas por representantes de consumidores y empresarios.
- **Eficaz:** Los Laudos o Resoluciones Arbitrales de la Instancia Arbitral de Consumo son vinculantes y ejecutivos.

05. Proceso de la compra online

Vamos a explicar paso a paso las partes en que se desglosa y cómo se puede comprar de manera genérica en cualquier tienda online. Es interesante apuntar que, debido a la expansión de los teléfonos inteligentes, tablets y demás dispositivos móviles, muchas marcas han lanzado al mercado aplicaciones desarrolladas específicamente para este tipo de dispositivos. Aunque la interfaz gráfica de estas aplicaciones está adaptada a las características de dichos aparatos, el proceso de compra es muy similar al que a continuación se describe.

Se considera un buen proceso de compra aquel que es directo y se encuentra guiado y explicitado mediante mensajes de información. Idealmente debemos plantearnos que la duración del proceso de compra implique el menor número posible de pasos y clics de ratón (5 clics de ratón o menos es un número idóneo).

A modo de ejemplo, veamos cómo realizar una compra en el portal de la empresa aragonesa [Imaginarium](https://www.imaginarium.es)⁹.

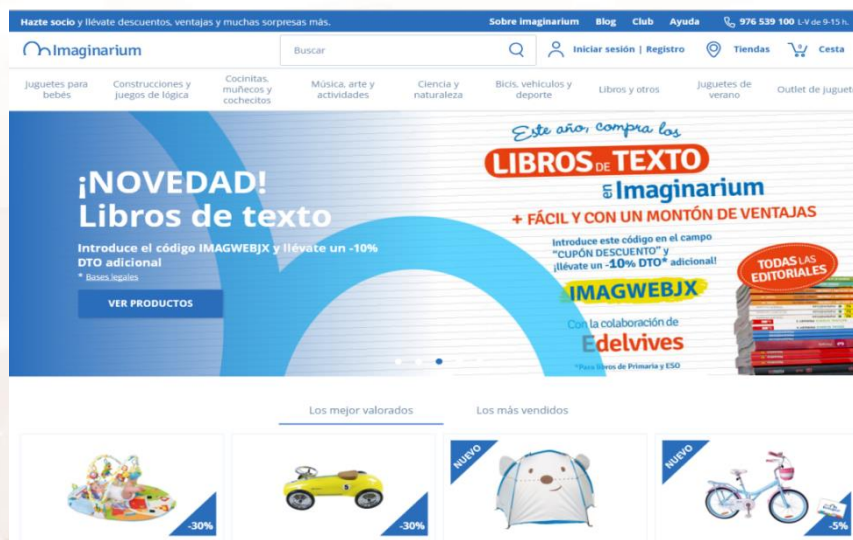


Imagen 10. Web Imaginarium

⁹ <https://www.imaginarium.es>

Como en cualquier otro portal de comercio electrónico, la Web de Imaginarium ofrece una serie de artículos y productos categorizados y clasificados por temáticas. Cuando encontremos un producto que nos interese adquirir, tendremos que hacer clic en el botón **“Comprar”**:

Mostrando 1-24 de 158 artículos

Filtrar: Edad Precio Disponibilidad Subcategoría

Ordenar por: Recomendados Artículos por página: 24 Ver todos




<p>HEMOS BAJADO EL PRECIO</p>  <p>Cohete espacial de juguete con actividades ★★★★★ (31 valoraciones)</p> <p>✓ En stock Envío gratis</p> <p>49,95 €</p> <p>COMPRAR</p>	<p>HEMOS BAJADO EL PRECIO</p>  <p>Guante de juegos para bebé con mordedor azul ★★★★★ (25 valoraciones)</p> <p>✓ En stock</p> <p>12,95 €</p> <p>COMPRAR</p>	<p>HEMOS BAJADO EL PRECIO</p>  <p>Guante de juegos para bebé con mordedor rosa ★★★★★ (8 valoraciones)</p> <p>✓ En stock</p> <p>12,95 €</p> <p>COMPRAR</p>	<p>HEMOS BAJADO EL PRECIO</p>  <p>Manta de juegos acolchada para bebé ★★★★★ (5 valoraciones)</p> <p>✓ En stock</p> <p>29,95 €</p> <p>COMPRAR</p>
<p>HEMOS BAJADO EL PRECIO</p>  <p>Capazo para bebé con mosquitera ★★★★★ (5 valoraciones)</p> <p>✓ En stock</p> <p>-50%</p>	<p>HEMOS BAJADO EL PRECIO</p>  <p>Caballito balancín de madera y tela de color azul ★★★★★ (8 valoraciones)</p> <p>✓ En stock</p>	<p>HEMOS BAJADO EL PRECIO</p>  <p>Balancín de madera con forma de caballito ★★★★★ (2 valoraciones)</p> <p>✓ En stock</p>	<p>HEMOS BAJADO EL PRECIO</p>  <p>Andador de madera con actividades ★★★★★ (49 valoraciones)</p> <p>✓ En stock</p> <p>-5%</p>

Imagen 11. Web Imaginarium. Juguetes que se pueden comprar en la tienda

Podemos añadir a la cesta de la compra tantos artículos como queramos. Cada vez que realicemos esta operación, haciendo clic en el icono con forma de carrito de la compra, aparecerá la siguiente pantalla:

Imaginarium® 976 539 100

1. TU CESTA 2. CONFIRMACIÓN

PRECIOS CON IVA INCLUIDO	PRECIO	CANTIDAD	IMPORTE
 <p>12 VELOBIKE BLUE ✓ EN STOCK</p>	79,95 €	1	79,95 €
 <p>SELLITO PARA TU CARTILLA: STAMP CARD ✓ EN STOCK</p>	0,00 €	1	0,00 €
TOTAL ARTÍCULOS (2)			79,95 €
INTRODUCE TU CÓDIGO PROMOCIONAL		TOTAL (IVA INCLUIDO)	79,95 €
INTRODUCE AQUÍ TU CÓDIGO		VALIDAR CÓDIGO	

Tu compra	
SUBTOTAL	79,95 €
GASTOS DE ENVÍO	0,00 €
GASTOS DE GESTIÓN	0,00 €
TOTAL (IVA INCLUIDO)	79,95 €

Imagen 12. Web Imaginarium. Cesta de la compra

Si queremos seguir comprando, pulsaremos sobre el botón de la izquierda, **“Volver a la Tienda”**.

En la parte superior de la pantalla, aparecerá siempre información acerca de los artículos que hemos añadido al carrito de compra y cuál es el importe total de todos ellos:



Imagen 13. Web Imaginarium. Número de artículos comprados

Es importante que revisemos bien qué artículos hemos seleccionado antes de proceder a formalizar la compra. Para ello, pulsaremos en el icono “Cesta” o en el botón con el texto “**Ver cesta**”:

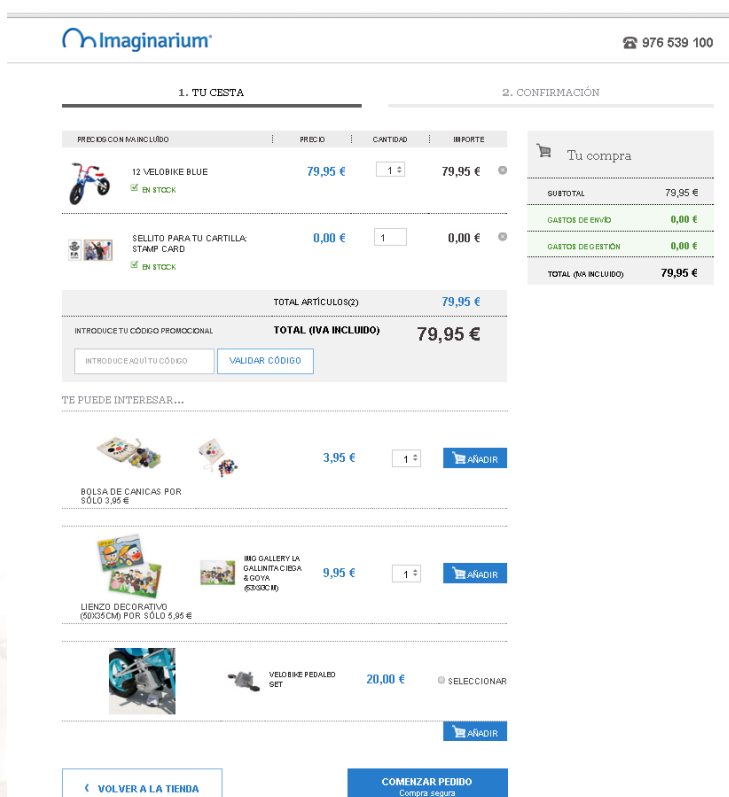


Imagen 14. Web Imaginarium. Cesta de la compra

Una vez que nos hayamos asegurado de que estos son los productos que queremos adquirir, pulsaremos en el botón con el texto “**Comenzar pedido (datos personales)**”.

Este paso es el más importante de todos, puesto que es el formulario donde indicaremos todos los datos necesarios para completar la compra. La primera sección que vemos en pantalla es la relativa a los **datos del comprador**:

Tus datos Campos obligatorios *

YA TENGO UNA CUENTA IMAGINARIUM

<input type="text"/> NOMBRE*	<input type="text"/> PRIMER APELLIDO*
<input type="text"/> SEGUNDO APELLIDO	<input type="text"/> EMAIL*
<input type="text"/> TELÉFONO MÓVIL*	

Imagen 15. Web Imaginarium. Formulario de datos personales del comprador

Es importante asegurarse de que rellenamos estos datos correctamente para que el envío nos llegue sin problemas. A continuación, tendremos que completar los datos relativos a los “**datos de envío**” (recoger en tienda, enviar por mensajería a mi domicilio o al de otra persona o recoger el paquete en un punto de Imaginarium), los “**gastos de envío**” y la “**forma de pago**”:

¿A dónde enviamos tu compra?


- 0,00 € LO QUIERO RECIBIR YO EN MI DOMICILIO
ENVÍO ESTÁNDAR SENDIG
Lo recibes en 2 días hábiles
- 0,00 € LO QUIERO ENVIAR A OTRA PERSONA
- 0,00 € LO QUIERO RECOGER EN UNA TIENDA IMAGINARIUM
- 0,00 € LO QUIERO RECOGER EN UN PUNTO DE RECOGIDA SEUR

¿Dónde tenemos que entregar? Campos obligatorios *

<input type="text"/> TIPO DE VÍA* Seleccione una entrada	<input type="text"/> DIRECCIÓN*
<input type="text"/> NÚMERO*	<input type="text"/> OTROS DATOS DE TU DIRECCIÓN
<input type="text"/> CÓDIGO POSTAL*	<input type="text"/> POBLACIÓN*
<input type="text"/> PROVINCIA* Seleccione una entrada	


Imagen 16. Web Imaginarium. Información sobre datos de envío

¿Cómo quieres pagar? **NO APLICAMOS GASTOS NI COMISIONES**


TARJETA 


TU NOMBRE * TU NÚMERO DE TARJETA *


FECHA DE VALIDEZ CWV * He leído y acepto las [condiciones](#) y la [política de privacidad](#)

 Transacción 100% segura con sistema de seguridad SSL

PAGAR Y TERMINAR
Pago seguro

PAYPAL 

CONTRAREEMBOLSO 

PRUEBA Y PAGA DESPUÉS 

PAGO A PLAZOS **SEGURO**

Imagen 17. Web Imaginarium. Formas de pago

Como puedes observar en la imagen, el portal de Imaginarium permite hasta cuatro modos de pago distintos. Nosotros te recomendamos que, siempre que te sea posible, utilices formas de pago segura como **PayPal** (más adelante explicaremos en qué consiste) o Trustly.

La última parte del proceso de compra será pulsar en el botón con el texto **“Pagar y Terminar”**:

Términos y condiciones

HE LEÍDO Y ACEPTO LAS [CONDICIONES](#) Y LA [POLÍTICA DE PRIVACIDAD](#)

Imagen 18. Web Imaginarium. Opción de "Pagar y Terminar"

Esta pantalla es la última oportunidad que tenemos de modificar, tanto los artículos que queremos comprar, como los datos relacionados con el comprador, dirección de envío, modo de pago, etc.

En nuestro caso, como hemos escogido PayPal como forma de pago, aparecerá la siguiente pantalla:



Pagar con PayPal

Iniciar sesión en PayPal

[¿Ha olvidado la contraseña?](#)

o



**Más seguro. Más rápido.
Más fácil.**

Bienvenido al nuevo proceso de pago de PayPal. Así es como deberían ser todos los procesos de pago: más rápidos, más seguros y más cómodos.

Imagen 19. Web Imaginarium. Formulario de identificación de PayPal

Para finalizar la compra, tendremos que identificarnos con nuestro nombre de usuario y contraseña de PayPal para permitir que esta pasarela de pago realice el ingreso con el importe del pedido.

06. Formas de pago de las tiendas online

Existen dos formas de hacer los pagos en cualquiera de las tiendas de comercio electrónico existentes:

- **Métodos offline:** Son aquellos métodos en los cuales el pago no se efectúa durante la realización de la compra; se realiza a posteriori o de forma diferida. Dentro de los métodos offline encontramos los siguientes modos de pago:
 - **Contra reembolso.** Este método lo podemos considerar como el método de pago más seguro, ya que el pago se realiza cuando el producto adquirido llega al usuario.
 - **Transferencia bancaria:** Este método de pago consiste en que el comercio notifica al usuario una cuenta bancaria donde el cliente debe realizar una transferencia para que se gestione su pedido. Sistema seguro ya que la operación es realizada por la entidad bancaria y tras una orden del comprador. No implica ningún coste al comercio, y al comprador en algunos casos un coste muy bajo en forma de comisión.
- **Métodos online:** Son aquellos métodos en los cuales el pago se realiza en el mismo momento de la realización de la compra mediante conexión directa a través de una pasarela de pago o similar. Dentro de los métodos online encontramos:
 - **Tarjeta de crédito:** Es el sistema de pago más común y aceptado hoy en día dado el uso generalizado de las tarjetas de crédito. Sistema cómodo y fácil de usar. Al ser un sistema automático es muy rápido y eficaz. La transacción es respaldada por la entidad emisora de la tarjeta de crédito (en pasarelas de pago con 3D Secure). El comprador no paga ninguna comisión por la transacción realizada. El comercio, recibe el dinero de forma inmediata.

- **PayPal:** Es uno de los sistemas de pago online relativamente más recientes dentro del marco del comercio electrónico. Este método de pago, propiedad de la empresa norteamericana EBay, consiste en la recepción y envío de dinero en Internet de forma rápida y segura entre comprador y vendedor. Para ello se tiene la posibilidad de registrarse gratis desde su Web www.paypal.es y obtener servicios como suscripción a pagos periódicos, realizar el pago desde una cuenta bancaria, o incluso que el dinero se deposite en la propia cuenta de [PayPal](http://www.paypal.es)¹⁰. Este tipo de pago tiene un pequeño coste también en forma de cobro de comisión. En 2015, el 72% de las compras online realizadas en España utilizaron como medio de pago PayPal. Sin embargo, en los últimos años la confianza en el pago con tarjeta de crédito ha aumentado y a finales de 2020 estas dos formas de pago se repartían ya de manera más equilibrada el mercado: 46% para compras a través de PayPal, 33% para compras con tarjeta.
- **Trustly:** En los últimos años han surgido métodos de pago online que nos permiten pagar desde nuestra banca online sin salir del comercio electrónico donde estamos realizando la compra. Uno de los más conocidos es [Trustly](http://www.trustly.com)¹¹.

6.1. Ventajas de PayPal

El pago con PayPal ofrece ventajas como:

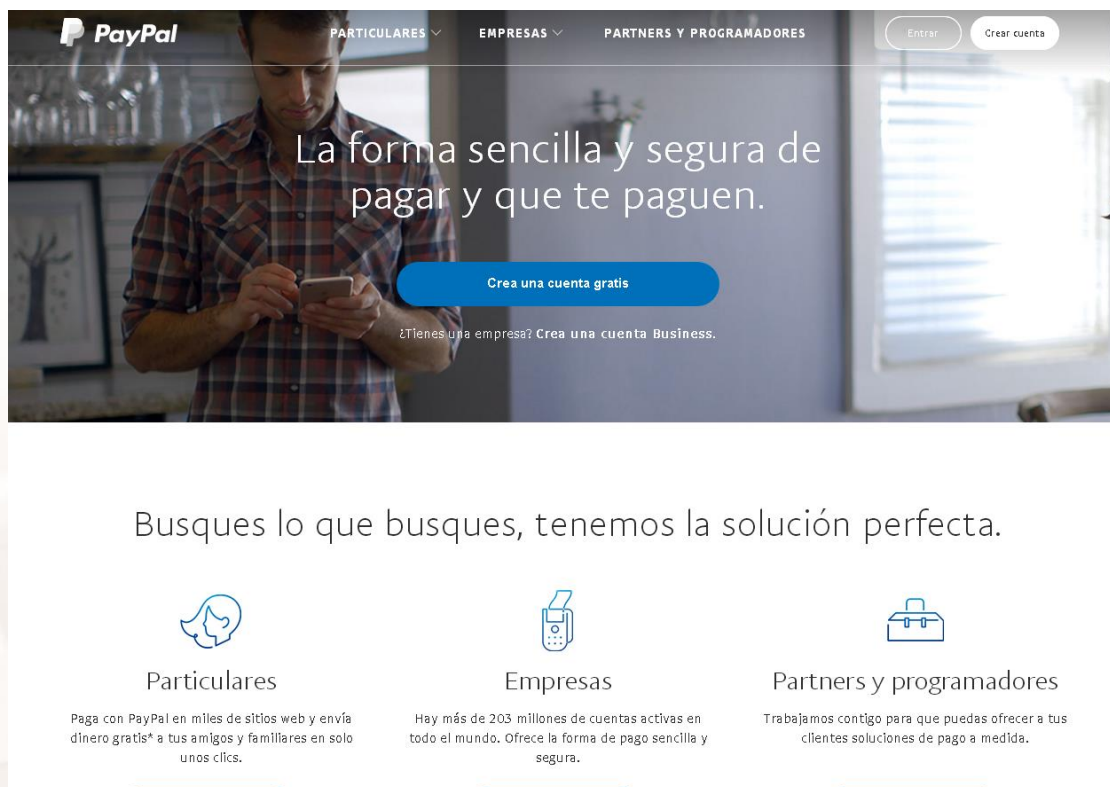
- **Seguridad:** En el momento del pago, se abandona la Web del vendedor para irte a la página de PayPal, acceder con nuestras claves secretas, pagar y volver a la tienda del vendedor, el cual nunca accede a nuestras claves o datos de pago.
- **Rapidez:** PayPal facilita la rapidez de un pedido online ya que comunica al instante al comercio online si ha detruido de nuestra cuenta los fondos

¹⁰ <https://www.paypal.com/es/home>

¹¹ <https://www.trustly.com/es-ES>

para validar la compra o no. En caso positivo, el comercio ya dispone de ese crédito y puede tramitar nuestro pedido. Se trata de la misma rapidez que pagando con una tarjeta de crédito, mucho mayor que cuando se paga por transferencia bancaria, si bien, en el caso de la tarjeta, el comercio suele dedicar unas horas a hacer comprobaciones sobre nuestra identidad, el domicilio de entrega del pedido, etc. mientras que con PayPal, en principio da por bueno el pago.

- **Gratuidad:** Para el usuario este medio es gratuito (PayPal se lo cobra a sus comercios asociados).
- PayPal dispone de un **sistema de reclamaciones** para intentar en la medida de sus posibilidades resolver un conflicto que haya podido surgir. El sistema es un tanto rudimentario pero en compras por error viene siendo una herramienta efectiva.



La forma sencilla y segura de pagar y que te paguen.

Crea una cuenta gratis

¿Tienes una empresa? Crea una cuenta Business.

Busques lo que busques, tenemos la solución perfecta.

Particulares
Paga con PayPal en miles de sitios web y envía dinero gratis* a tus amigos y familiares en solo unos clics.

Empresas
Hay más de 203 millones de cuentas activas en todo el mundo. Ofrece la forma de pago sencilla y segura.

Partners y programadores
Trabajamos contigo para que puedas ofrecer a tus clientes soluciones de pago a medida.

Imagen 20. Web PayPal

6.2. Inconvenientes de PayPal

Como inconvenientes del pago con PayPal figuran las dos siguientes:

- Si alguien accede a nuestras claves personales puede hacer pagos fraudulentos, así que hay que tener cuidado en caso de suplantación de personalidad (*phishing*).
- El máximo de pagos anuales se fija en 2.500 euros, es decir, no se podrá pagar más de esa cuantía por el medio PayPal.

6.3. Creación de una cuenta PayPal

¿Cómo nos podemos hacer con una cuenta en PayPal?

Vamos a explicarlo paso a paso:

Entrar en la Web de [PayPal](https://www.paypal.com/es/home)¹²,



Imagen 21. Web PayPal. Crear cuenta gratis.

El siguiente paso será indicar si queremos una cuenta para nuestro uso particular (que será lo más habitual) o la queremos para una empresa:

¹² <https://www.paypal.com/es/home>.



Únete a millones de personas que utilizan PayPal

Crema una cuenta PayPal. Es gratis.

Hay 2 tipos de cuenta para elegir:

- Cuenta Personal**
Compra, recibe dinero o simplemente devuelve dinero a un amigo sin compartir la información de pago.
- Cuenta Business**
Acepta pagos y envía facturas a tus clientes. Ahora, vender a cualquier persona, en cualquier lugar y momento, es fácil y seguro.

Continuar

©1999-2018 PayPal Inc. [Privacidad](#) [Acuerdos legales](#) [Contactar](#)

Imagen 22. Web PayPal. Crear una cuenta. Paso 1. Elegir personal o business

A continuación, aparecerá un formulario donde introduciremos nuestro correo y crearemos una contraseña.

Compra y envía dinero a todo el mundo de forma rápida y sencilla.

España

Nombre

Apellidos

Dirección de correo electrónico

Crear contraseña

Confirmar contraseña

Siguiente

Imagen 23. Web PayPal. Crear una cuenta. Paso 2

En pantalla nos aparecerá un formulario que tendremos que rellenar para completar el proceso de registro en PayPal. Cuando hayamos terminado, pulsaremos en el botón "**Siguiente**":

iHola, ! Vamos a crear tu cuenta PayPal.

Nacionalidad	España
Móvil	Número de móvil
Línea de dirección 1	
Línea de dirección 2	
Código postal	Ciudad
Provincia/Ciudad autónoma	
Fecha de nacimiento	

Mantén abierta la sesión para agilizar el proceso de pago.

Recibe ofertas y promociones de PayPal por correo electrónico. Puedes cambiar esta configuración siempre que lo desees. [Más información](#)

Imagen 24. Web PayPal. Crear una cuenta. Paso 3. Rellenar formulario

El último paso es indicar si queremos pagar con cuenta bancaria o con tarjeta:

¿Cómo quieres pagar tus compras?

Pagar con cuenta bancaria

- Paga sin revelar tu cuenta bancaria a los vendedores.
- Envía dinero a familiares y amigos de forma gratuita.
- El destinatario recibirá los fondos de forma instantánea, sin retrasos.

La cuenta bancaria será la fuente de fondos predeterminada para pagar las transacciones. No obstante, al hacer un pago, siempre podrás elegir otra fuente de fondos.

[Continuar](#)

Pagar con mi tarjeta

- Paga sin revelar tu número de tarjeta a los vendedores.
- No es necesario volver a escribir la información de la tarjeta en cada compra.
- Paga inmediatamente: configura todas las opciones en cuestión de segundos.

[Continuar](#)

Imagen 25. Web PayPal. Crear una cuenta. Paso 4. Cuenta bancaria o tarjeta

Por último, nos solicitará unas preguntas de seguridad. En este momento, la página de PayPal nos indica que tenemos completada la cuenta al 20%.

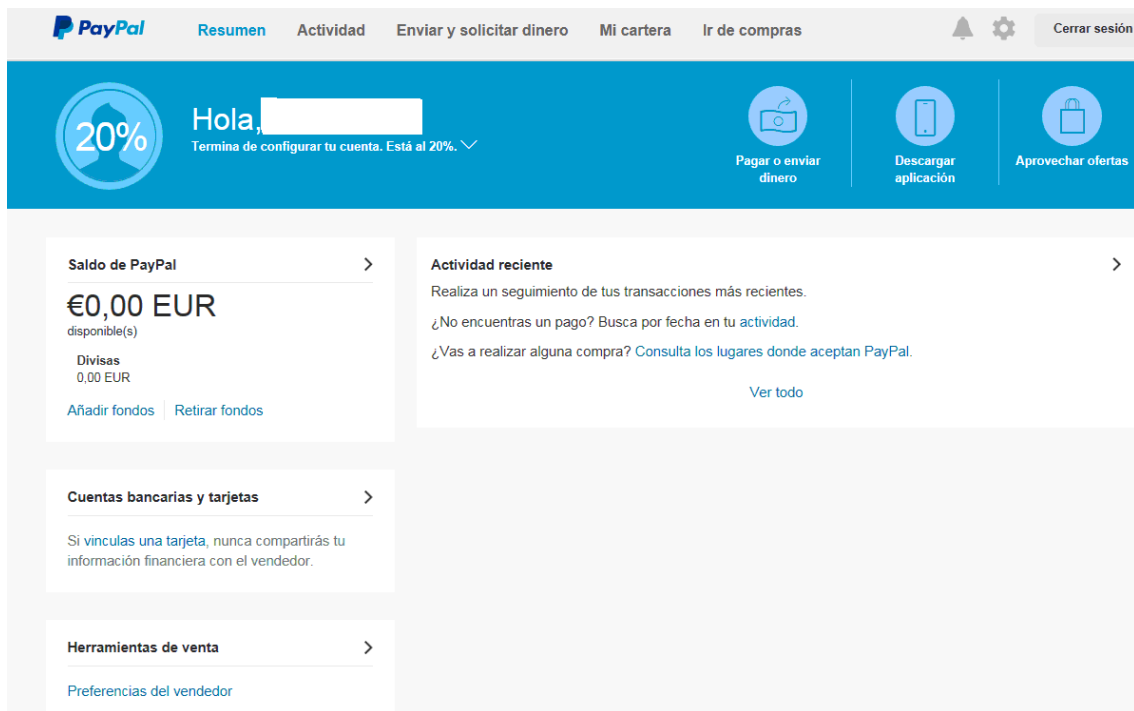


Imagen 26. Web PayPal. Crear una cuenta. Paso 5. Cuenta creada

Para terminar de completarla, PayPal nos enviará un correo a nuestra cuenta, indicándonos los pasos a seguir.

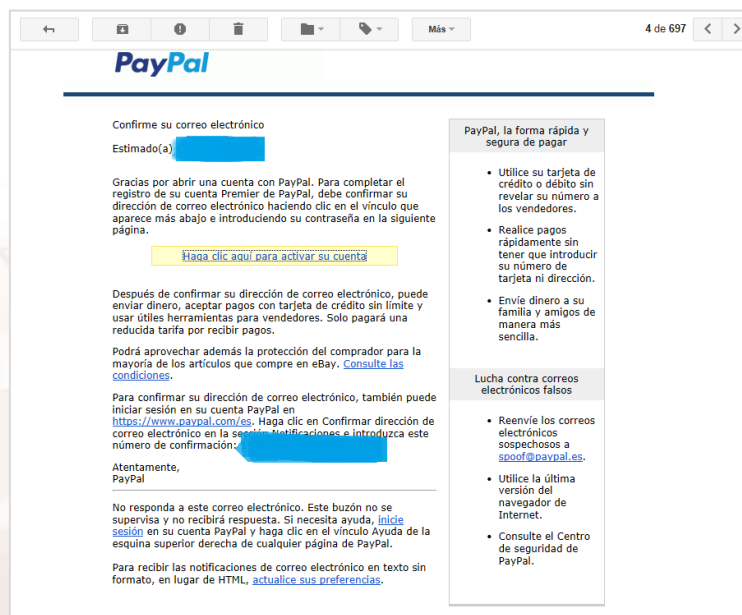



Imagen 27. Web PayPal. Crear una cuenta. Paso 6. Correo electrónico de activación de la cuenta

- Una vez aquí, nos solicita que vinculemos nuestra tarjeta:



Vincular tarjeta

Tipo de tarjeta

Número de tarjeta

MM/AA

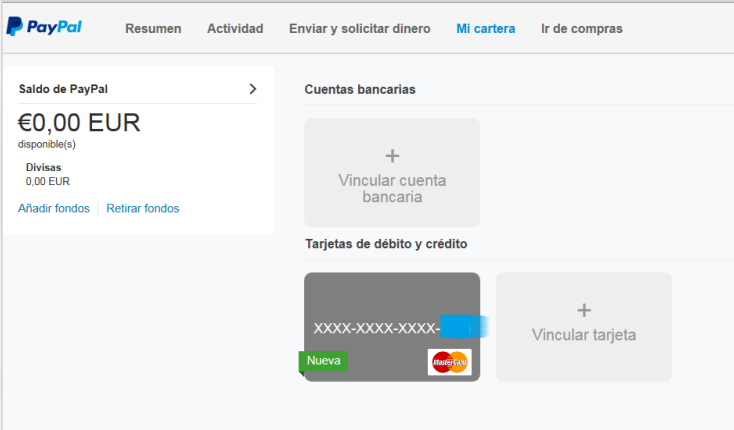
CSC 3 dígitos

Guardar

Imagen 28. Web PayPal. Crear una cuenta. Paso 7. Vincular la tarjeta

La **ventaja más importante** que ofrece PayPal es la de evitar que tengamos que introducir nuestro número de tarjeta de crédito cuando compremos en Internet. En su lugar, lo único que tendremos que hacer es identificarnos con nuestro nombre de usuario y contraseña de PayPal, ya que es la propia plataforma PayPal la que conoce nuestro número de tarjeta de crédito.

Para la temática que nos interesa aprender en este taller, vamos a olvidarnos de todos los servicios que aparecen en la Web y nos vamos a centrar exclusivamente en la opción **“vincular tarjeta o vincular cuenta bancaria”** situada en el menú **“Mi cartera”**.



PayPal Resumen Actividad Enviar y solicitar dinero **Mi cartera** Ir de compras

Saldo de PayPal

€0,00 EUR disponible(s)

Divisas 0,00 EUR

Añadir fondos Retirar fondos

Cuentas bancarias

+ Vincular cuenta bancaria

Tarjetas de débito y crédito

XXXX-XXXX-XXXX- Nueva

+ Vincular tarjeta

Imagen 29. Web PayPal. Crear una cuenta. Paso 7. Vincular tarjeta

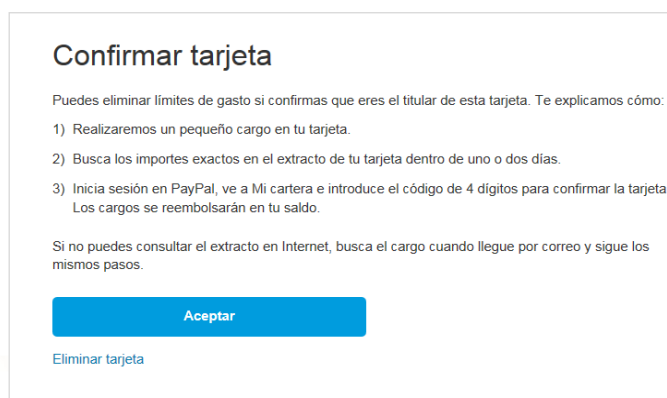
Para añadir una nueva tarjeta, haremos clic en “**Vincular tarjeta**” y accederemos de nuevo al formulario:



The screenshot shows a form titled "Vincular tarjeta" with the following fields: a dropdown menu for "Tipo de tarjeta", a text input for "Número de tarjeta", two text inputs for "MM/AA" and "CSC 3 dígitos" (with a small card icon), a dropdown menu for the cardholder's name, and a blue "Guardar" button at the bottom.

Imagen 30. Web PayPal. Crear una cuenta. Paso 7. Vincular tarjeta

Podremos confirmar o eliminar tarjeta, clicando en la nueva tarjeta creada:



The screenshot shows a page titled "Confirmar tarjeta" with the following content: a paragraph explaining the process, a numbered list of three steps, a paragraph about alternative verification methods, a blue "Aceptar" button, and a link labeled "Eliminar tarjeta".

Puedes eliminar límites de gasto si confirmas que eres el titular de esta tarjeta. Te explicamos cómo:

- 1) Realizaremos un pequeño cargo en tu tarjeta.
- 2) Busca los importes exactos en el extracto de tu tarjeta dentro de uno o dos días.
- 3) Inicia sesión en PayPal, ve a Mi cartera e introduce el código de 4 dígitos para confirmar la tarjeta. Los cargos se reembolsarán en tu saldo.

Si no puedes consultar el extracto en Internet, busca el cargo cuando llegue por correo y sigue los mismos pasos.

[Aceptar](#)

[Eliminar tarjeta](#)

Imagen 31. Web PayPal. Crear una cuenta. Paso 8. Confirmar tarjeta

El siguiente paso para proteger nuestra cuenta, será confirmar nuestro teléfono móvil, donde recibiremos un código, que debemos introducir:

Confirmar teléfono > Introducir código > Finalizar

Hemos enviado un mensaje de texto a
+34 62 4


Introduzca el código del mensaje de texto para confirmar el teléfono. Por motivos de seguridad, este código caducará en 15 minutos.


Introduzca el código de seguridad

[Enviar un nuevo código](#)

[Confirmar teléfono](#) [Recordar más tarde](#)

Nos tomamos en serio la seguridad

 Si añade su número de teléfono móvil, disfrutará de diversas ventajas. Por ejemplo, podemos usar ese número para confirmar su identidad en caso de que olvide la contraseña o el PIN.

 También podremos ponernos en contacto con usted si detectamos actividad sospechosa en su cuenta, para informarle de novedades en PayPal, etc.

[Contactar](#)

Imagen 32. Web PayPal. Crear una cuenta. Paso 9. Confirmar teléfono

6.4. Pasarela de pagos

Una **pasarela de pago** es un servicio de un proveedor de servicios de aplicación de comercio electrónico que autoriza pagos a negocios electrónicos. Es el equivalente de una TPV (*Terminal Punto de Venta*) física ubicada en la mayoría de los comercios y tiendas. Las pasarelas de pago cifran información sensible, como números de tarjetas de crédito, para garantizar que la información pasa en forma segura entre el cliente y el vendedor (definición extraída de Wikipedia).

En general, es una plataforma, o dispositivo tecnológico que ayuda en la tarea de gestión de un establecimiento comercial de venta al público y que facilita el pago telemático en cualquier transacción comercial.

La pasarela de pago funciona como un canal que facilita la comunicación entre la tienda virtual, usted y las instituciones financieras a la que ambos pertenecen.

07. Comparadores de precios

7.1. Google Shopping

[Google Shopping](https://www.google.es/shopping)¹³, es un servicio de Google, para la búsqueda y comparación de productos en venta online. El funcionamiento de Google Shopping es sencillo: el buscador muestra en sus resultados todos los productos que coincidan con la consulta realizada por el usuario. Una vez seleccionado el deseado, se puede acceder a una ficha donde se muestra información adicional del producto, los comercios online donde se puede adquirir y una tabla con los diferentes precios a los que está disponible. Además, Google integrará información procedente de análisis de los productos realizados por publicaciones online para proporcionar la mayor cantidad de datos posible a los usuarios.

Tras haber encontrado el producto deseado, el usuario puede realizar la compra en el sitio web del vendedor, por lo que Google no interviene de forma alguna en el proceso de pedido ni pago del producto.

¿Cómo funciona?

Clicamos en Google en el icono de la aplicación “**Shopping**”.

¹³ <https://www.google.es/shopping>

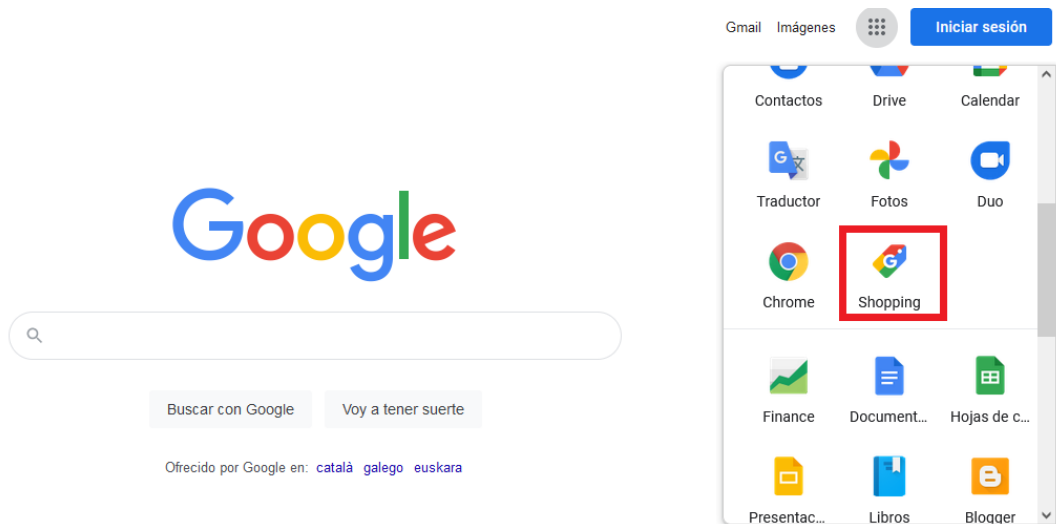


Imagen 33. Web Google. Servicio "Shopping"

Escribimos lo que deseamos comprar y clicamos en buscar.




Imagen 34. Web Google Shopping. Paso 1. Buscar

Una vez en el buscador, podremos filtrar nuestra búsqueda de diferentes maneras:

- Aquellas que sean nuevos.
- Por franjas de precio.
- Por vendedor.

Solo mostrar

 En oferta

Precio

Hasta 90 €

90 € – 250 €

250 € – 400 €

400 € – 700 €

Más de 700 €

Min. € – Máx. €

Método de carga

Superior

Frontal

Marca

Samsung

Bosch

Candy

LG

Whirlpool

Beko

AEG

Anchura

< 59 cm

Imagen 35. Web Google Shopping. Paso 2, Filtrar la búsqueda.

Elegimos una lavadora y vemos que se vende en más de diez tiendas.

Marca

Samsung

Bosch

Candy

LG

Whirlpool

Beko

AEG

Anchura

< 59 cm

59 – 59,5 cm

59,5 – 59,8 cm

59,8 – 60 cm

> 60 cm

Profundidad

< 51,7 cm

51,7 – 55 cm

55 – 58 cm

58 – 60 cm

> 60 cm

Peso de carga máximo

Acercar de estos resultados 13







			
<p>lavadoras COMFEE lavadora estándar MFE712 7 kg Clase A+++ centrifuga 1200 rpm</p> <p>Alta eficiencia</p> <p>162,65 €</p> <p>Zonutago</p> <p>Envío gratuito</p>	<p>Electrodomesticos Lavadoras Balay 3TS771B - Lavadora 7 kg de capacidad</p> <p>270,99 €</p> <p>Tienda Online</p> <p>Envío gratuito</p>	<p>Whirlpool FFB 8258 WV SP lavadora 8 Kg.</p> <p>4,3  64</p> <p>Alta eficiencia - Blanco</p> <p>335,99 €</p> <p>PcComponentes</p> <p>Envío por 39,95 €</p> <p style="border: 2px solid red; padding: 2px;">Comparar precios de 10 o más tiend...</p>	<p>lavadoras lavadora COMFEE Slim MFE510 Adelaide 5 kg Clase a + centrifuga 1000 rpm</p> <p>5,0  4</p> <p>Alta eficiencia</p> <p>135,41 €</p> <p>Zonutago</p> <p>Envío gratuito</p>

Imagen 36. Web Google Shopping. Paso 3, Comparar precios.

Clicamos en “comparar precios” y nos mostrará las tiendas donde venden dicha lavadora y su precio base y el precio total, con los gastos de envío.



Whirlpool FFB 8258 WV SP lavadora 8 Kg.

★★★★★ (64)

Cerca Envío gratuito Nuevo Reacondicionado/usado

Vendido por	Detalles y ofertas especiales	Precio del artículo	Precio total	
PcComponentes 4,8/5 ★ (8.1K reseñas sobre la tienda)	Envío por 39,95 € Días para realizar la devolución: 30	335,99 €	375,94 € ⓘ	Visitar sitio
El Corte Inglés 4,7/5 ★ (1.1K reseñas sobre la tienda)	Envío gratuito Días para realizar la devolución: 14	381,65 €	381,65 € ⓘ	Visitar sitio
La Casa del Electrodoméstico 4,6/5 ★ (4K reseñas sobre la tienda)	Envío gratuito	330,00 €	330,00 € ⓘ	Visitar sitio
Carrefour.es	Envío por 23,00 €	360,82 €	383,82 € ⓘ	Visitar sitio
Miro.es 3,9/5 ★ (1K reseñas sobre la tienda)	Envío por 19,99 €	418,50 €	438,49 € ⓘ	Visitar sitio

Imagen 37. Web Google Shopping. Paso 4, Mostrar tiendas.

En esta página podemos aplicar los filtros “Cerca”, “Envío gratuito”, “Nuevo” y “Reacondicionado/usado” que aparecen como botones sobre los resultados. Si hacemos clic sobre “Precio del artículo” o “Precio total” los resultados se ordenan de menor a mayor. Si repetimos el clic, se invierte el orden.

Haciendo clic en el enlace de las diferentes tiendas o en el botón “Visitar sitio web” saldremos de Google y procederemos a su compra si así lo deseamos, dado que Google no lo vende, solamente hace de intermediario sin cobrarnos nada.

Otros comparadores: Choozen


La principal función de [Choozen](https://www.choozen.es/)¹⁴ es constituir un foro de opinión sobre productos y servicios de todo tipo para ayudar a otros consumidores a decidir sobre la compra de productos o servicios.

¹⁴ <https://www.choozen.es/>

¿Qué quieres comparar? 

Imagen 38. Web Choozen.


Para usar Choozen deberemos escribir en el buscador lo que deseamos buscar, por ejemplo, una guitarra y pulsar el botón Enter:

guitarra 


Shopping > guitarra


guitarra


Mostrar resultados de

Categoría 

- Accesorios para instrumentos musicales (213237)
- Instrumentos musicales (65726)
- Ropa para hombre (3138)
- Libros y revistas (1142)
- Música (762)
- Joyería (662)
- Equipo DJ (632)
- Accesorios y cables (397)
- Micrófonos (343)
- Material de oficina (128)
- Más...

Precio 

Tienda 

60 de 287057 resultados de los 51 comerciantes Ordenar por Relevancia 

















	 -33%		
<p>GUIARRA AZUL LITTLE DUTCH 34,95 € = 29,95 € +  5,00 €</p> <p> La cuna del bebé Oferta actualizada el : 13/10/2022</p> <p>Haz click </p>	<p>Beeloom Guitarra para niños de madera 46,89 € = 59,99 € 39,99 € +  6,90 €</p> <p> Maisons du Monde Oferta actualizada el : 13/10/2022</p> <p>Haz click </p> <p>Compara precios ></p>	<p>Eurico A. Cebolo Guitarra Mágica 2 23,02 € = 17,12 € +  5,90 €</p> <p> EGI MUSICAL Oferta actualizada el : 14/10/2022</p> <p>Haz click </p> <p>Compara precios ></p>	<p>VERTBAUDET Guitarra de madera 29,99 €  Gratis</p> <p> Vertbaudet España Oferta actualizada el : 13/10/2022</p> <p>Haz click </p> <p>Compara precios ></p>

Imagen 39. Web Choozen. Realizar una búsqueda

Una vez dentro de la búsqueda tendremos varias opciones para filtrar la búsqueda, como Precio, Tiendas, Categoría,... que aparecen en la parte izquierda de la página.



Imagen 40 Web Choozen. Filtros en la búsqueda

Por defecto los resultados se ordenan por relevancia, pero podemos cambiar el orden por precio más bajo o más alto y el precio total más bajo o más alto (incluyendo gastos de envío).

Si por ejemplo nuestro criterio es ir buscando una guitarra de la marca Fender con un precio de entre 100 y 500€, podemos poner ambos filtros y después el de “instrumentos de cuerda” para afinar más la búsqueda:

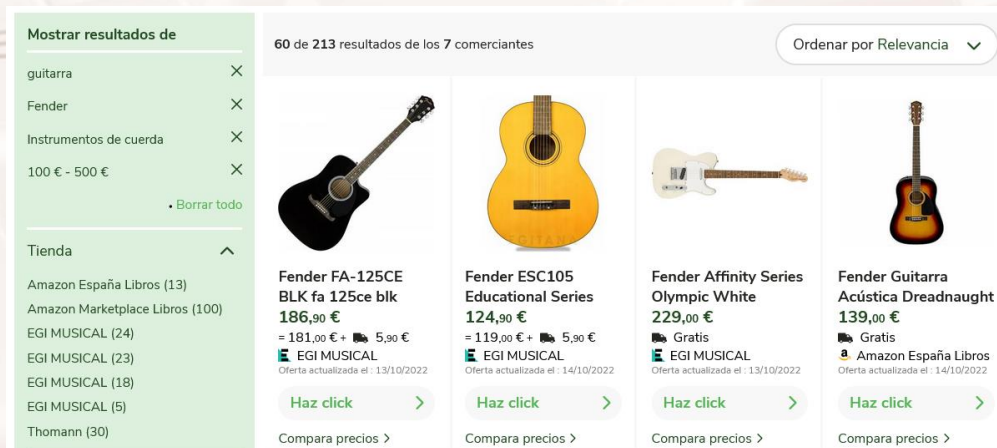


Imagen 41. Web Choozen. Listado de productos

7.2. Comparadores para viajes

eDreams

[Web eDreams](https://www.edreams.es/)¹⁵

Podemos buscar vuelos desde cualquier lugar del mundo y encontrarlo al mejor precio, también ofrece la posibilidad de combinar la búsqueda con alojamientos. Se puede pagar con PayPal.

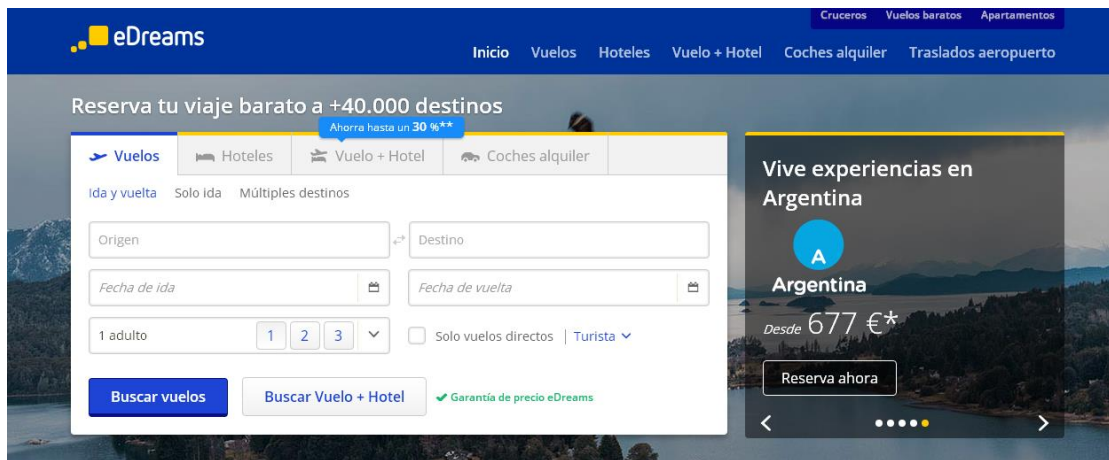


Imagen 42. Web eDreams

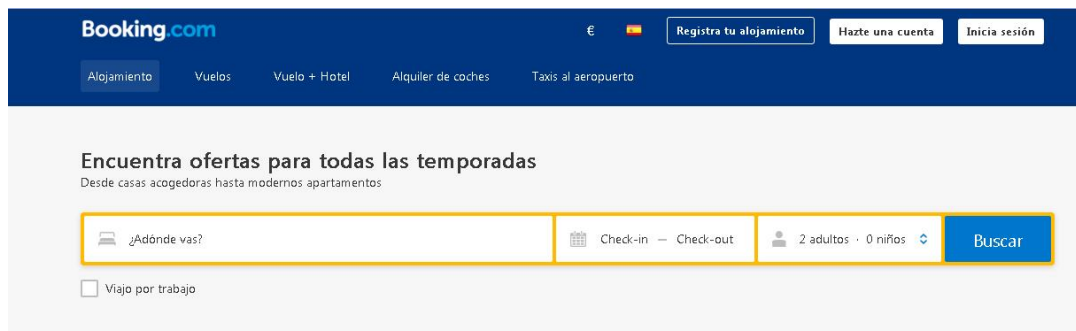
Booking

[Web booking.com](https://www.booking.com)¹⁶

A través de esta web podemos buscar y reservar alojamiento en una variedad de hoteles, hostales, albergues,...

¹⁵ <https://www.edreams.es/>

¹⁶ <https://www.booking.com>



¿Te vas pronto de vacaciones? [Ahorra un 15% o más con las Ofertas de mitad de año](#)



Imagen 43. Web Booking.com. Buscador

Rumbo

[Web rumbo](#)¹⁷.

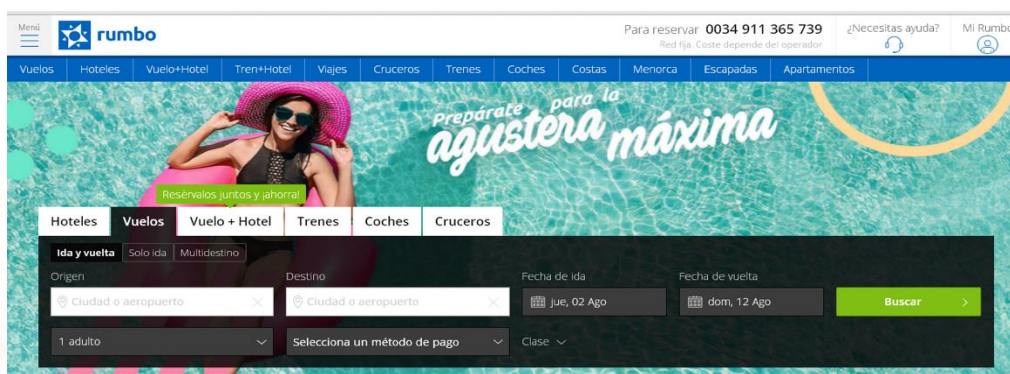


Imagen 44. Web Rumbo

Minube

[Web minube](#)¹⁸.

Es un buscador de vuelos y hoteles baratos que busca y compara precios entre más de 50 portales web del sector turístico. Como red social te conviertes en “recomendador” a otros viajeros lo que constituye una garantía de seriedad.

¹⁷ <https://www.rumbo.es>

¹⁸ <https://www.minube.com>

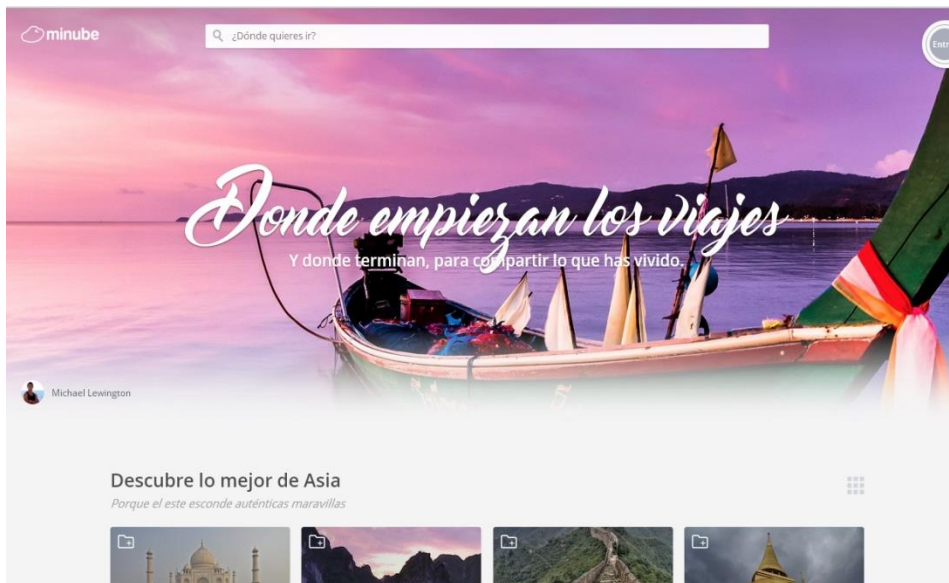


Imagen 45.Web Minube

Atrápalo

[Web Atrápalo](https://www.atrapalo.com)¹⁹.

Es el líder nacional en la contratación de actividades de ocio y tiempo libre, desde espectáculos hasta viajes... Sus cuatro fundadores se hicieron eco de la cantidad de butacas vacías en los teatros de toda España, e inventaron un negocio online que permitiera llenar las salas con buenas ofertas y acercar propuestas culturales a los jóvenes. Con ello, no solo consiguieron llenar las salas y aportar grandes ingresos a un sector cultural en horas bajas, sino que también consiguieron despertar entre nuevos públicos, esencialmente jóvenes, el interés por el ocio de calidad.

¹⁹ <https://www.atrapalo.com>

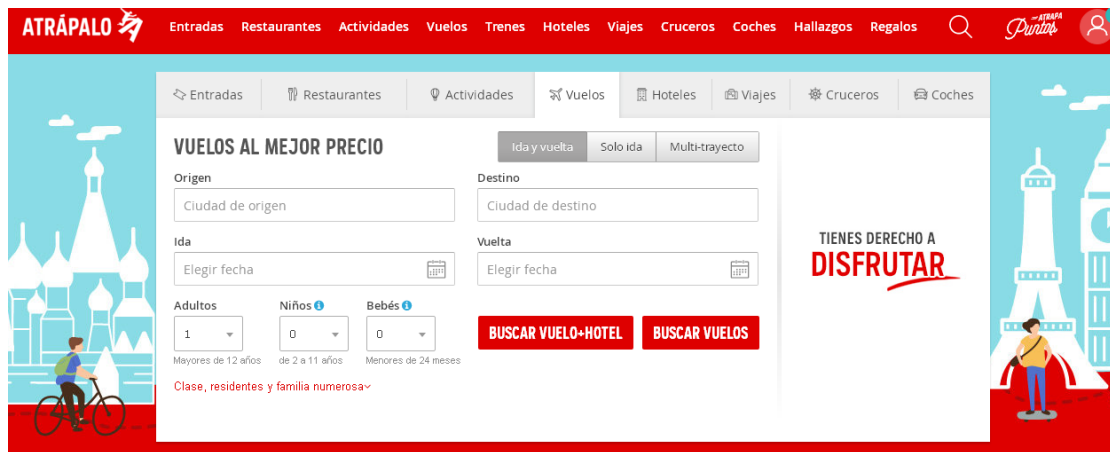


Imagen 46. Web Atrápalo.

Tripadvisor

[Web Tripadvisor](https://www.tripadvisor.es)²⁰. Es una Web de viajes y paquetes vacaciones muy interesantes para reservar viajes, vuelos, restaurantes, valorar destinos y para conocer la opinión de usuarios, recomendaciones, fotos de viajeros, etc.

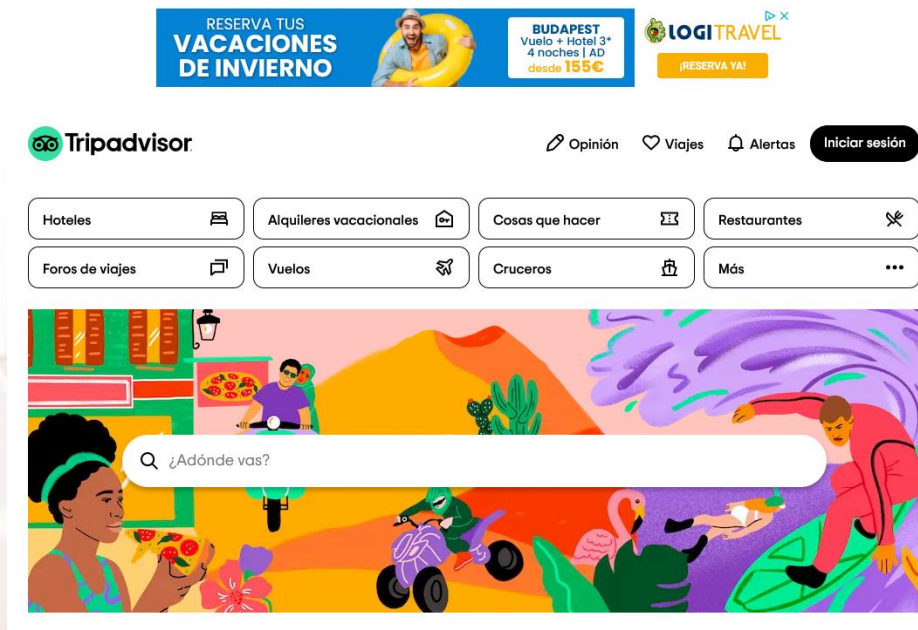


Imagen 47. Web Tripadvisor

Tripadvisor otorga anualmente premios a los viajes, hoteles, destinos, playas y otros sitios de interés mejor valorados por los viajeros. Esta sección se llama

²⁰ <https://www.tripadvisor.es>

[Traveller's choice](#)²¹ y puede darte muchas ideas de viaje. Dispone también de foros donde intercambiar opiniones y sugerencias con otros viajeros.



Travellers' Choice 2022

Imagen 48. Web Tripadvisor. Sección “Lo mejor de los viajes”

7.3. Comprar entradas de espectáculos

El *ticketing* es el servicio que se ofrece para la venta de entradas de diferentes espectáculos desde Internet. La venta de entradas por Internet es sin duda una de las actividades pioneras y con más volumen dentro del contexto del comercio electrónico.

En ocasiones hay una entrega física del producto adquirido en oficinas delegadas.

²¹ <https://www.tripadvisor.es/TravelersChoice>

Dicho servicio de venta se puede realizar a través de diferentes webs:

Ticketmaster

[Web ticketmaster²²](https://www.ticketmaster.es/).



Imagen 49. Web Ticketmaster

El Corte Inglés

[Web El Corte Inglés. Entradas²³](https://www.elcorteingles.es/entradas).

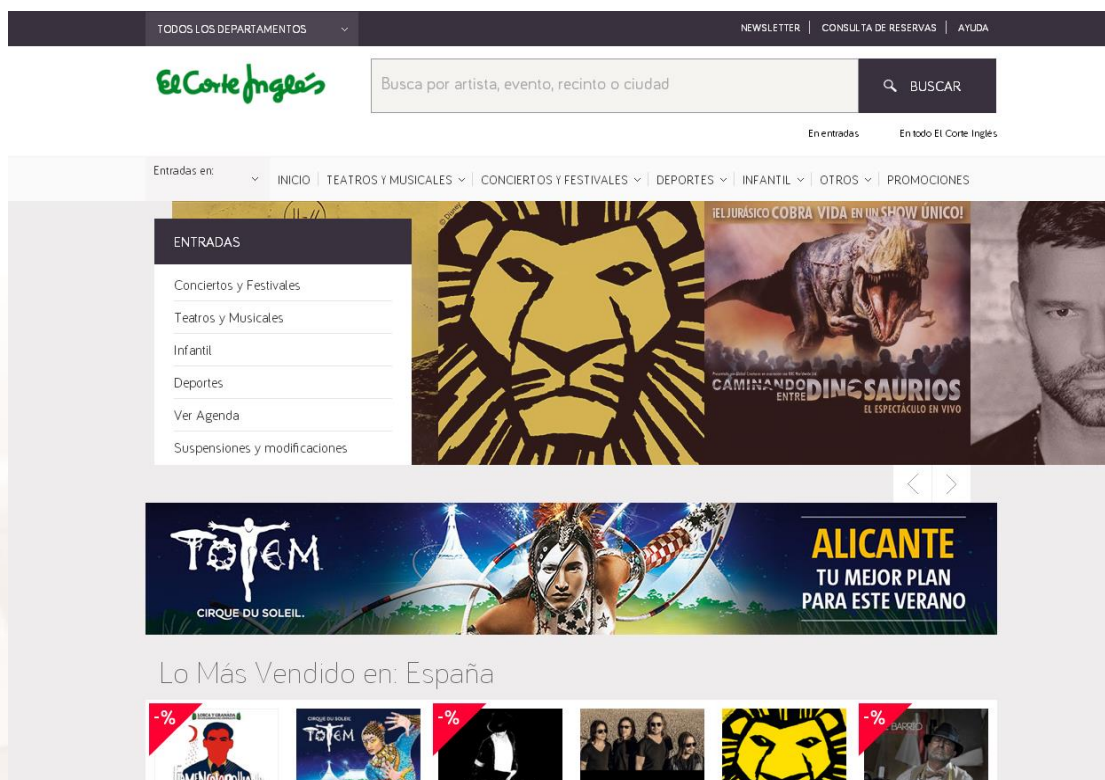


Imagen 50. Web El Corte Inglés

²² <https://www.ticketmaster.es>

²³ <https://www.elcorteingles.es/>

7.4. Canales de venta privados

En estos años han aparecido cada vez más clubs de venta privada que permiten a posibles usuarios y clientes acceder a mejores precios y ofertas de ciertas marcas de manera online, a través de Internet. Los productos más frecuentes que ofertan suele ser ropa de marca, perfumes, complementos o viajes.

Estos clubs son similares a las nuevas centrales de compras para particulares. Para poder comprar únicamente cada particular, se debe hacer socio de manera gratuita y de ese modo puede ir accediendo a las ofertas que le lanza el canal privado. Los precios son más bajos -incluso por debajo del coste- ya que el canal le ofrece al vendedor un potencial de clientes mucho más alto.

Otras características de estos canales son:

- Ofrecen productos de primeras marcas para sus socios de manera puntual (con una duración determinada) con importantes descuentos en relación al precio de las tiendas.
- Los productos son nuevos, originales y adquiridos directamente de los fabricantes o distribuidores.
- Los canales envían publicidad a los socios (con una frecuencia diaria en la mayoría de los casos) mediante email, invitaciones a las ventas online que tendrán lugar, y descuentos extra en determinadas fechas, con promociones del propio canal, vales para comprar, gratuidad en los envíos, etc. para incentivar la compra.
- Los productos que se ofertan solo se pueden comprar durante unos pocos días (entre 1 y 7) y el pago, totalmente seguro, se realiza mediante pasarelas de pago que aceptan tarjeta de crédito o débito y PayPal.
- En todos los casos, si invitas a amigos, o “apadrinas” a alguien (el término común para denominarlo) puedes obtener ventajas como descuentos o vales regalo para tus próximas compras.

A modo de ejemplo citamos algunos de estos canales que ofertan productos varios, **ropa de marca, zapatos, perfumes, viajes y complementos:** Perfumes24 horas, Privalia, Voyage-Privé, ClubOutlet, Es de marca, Vente Priveé, Glamounity, PrivateOutlet, Private Urban, Redperfumes, Secreto digital, etc.

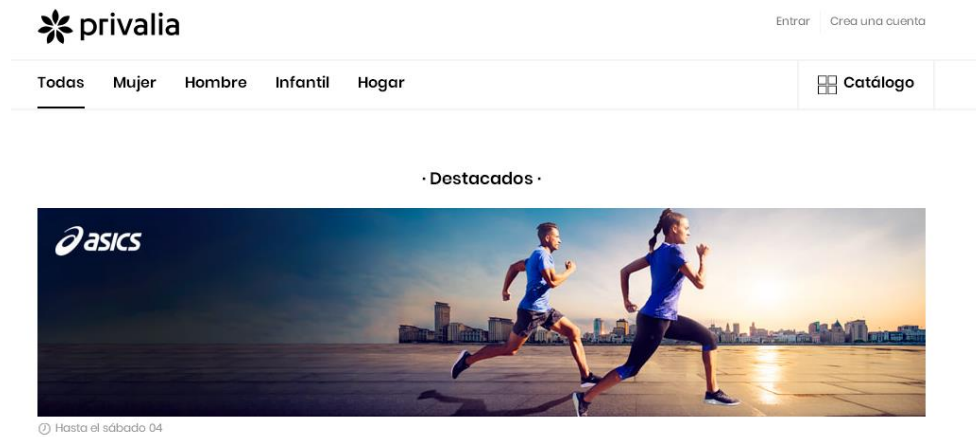


Imagen 51. Página Web Privalia

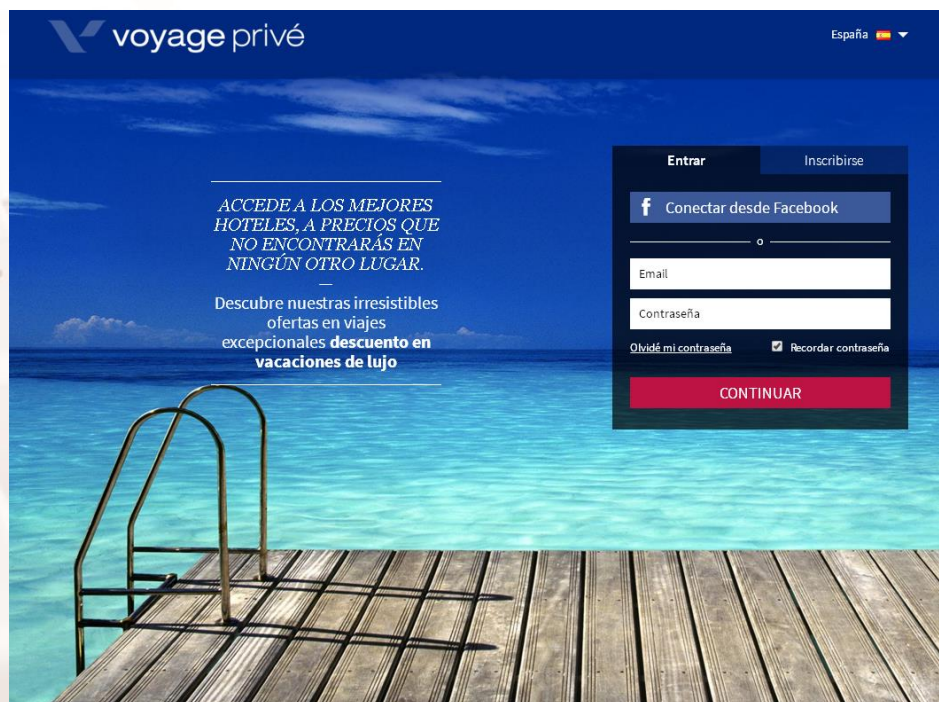


Imagen 52. Página Web Voyage Privé

7.5. Comercio electrónico y redes sociales

El auge exponencial de las redes sociales, junto con el paulatino aumento del comercio electrónico ha llevado a una simbiosis perfecta de ambas tecnologías para que la relación entre vendedor y consumidor sea mucho más fluida y permita nuevos modelos de negocio.

Los beneficios son por ambas partes, mayores descuentos y accesibilidad para el comprador y una mayor competitividad y ventas para el vendedor al ampliar el mercado de sus productos a límites insospechados.

Un modelo de negocio innovador al que ya hemos hecho referencia es el de las compras en grupo o colectivas, en las que varios usuarios se unen para hacer compras conjuntas, consiguiendo condiciones más ventajosas.

Además, la creación de páginas en Facebook por parte de empresas permite que los socios que además sigan a estas páginas en la red social consigan descuentos extra, como por ejemplo el acceso a promociones antes que el resto de los socios.



Imagen 53. Página en Facebook de Nenuco.

Los mismos comercios online ofrecen sorteos y premios por darle a “me gusta” a sus ofertas o página de Facebook.

Por otro lado, permiten que las ofertas se propaguen con una mayor rapidez y que puedan estar más orientadas a los gustos y peculiaridades del cliente; compartiendo con un “Me gusta” o con Tweets tus preferencias, tus marcas de interés, las mejores promociones y compras.



Imagen 54. Página de Facebook de una empresa de comercio electrónico



Imagen 55. Ofertas de una empresa por dar clic al “Me gusta” de Facebook

Usar Facebook, Twitter, blogs y otras redes permite ganar la fidelidad a largo plazo de sus clientes, en lugar de apostar por las ventas rápidas o con descuentos que les atraen de manera puntual. Las redes permiten a los

comerciantes consultar en tiempo real los productos que atraen la atención de sus clientes de una forma rápida.

Los compradores buscan en las redes sociales una segunda fuente de información, lo que asegura que el Social Marketing es el futuro de las empresas y comercios online, tanto de los pequeños como de los grandes.



Imagen 56. Perfil de Twitter de una empresa de viajes

08. Anexo

8.1. Enlaces y referencias

- Más información:
 - [Derechos de los consumidores online](#)²⁴.
 - [Normativa de la Unión Europea sobre derechos de los consumidores](#)²⁵
 - [Obtención del certificado digital](#)²⁶
 - [Agencia Tributaria](#)²⁷
 - [Paypal](#)²⁸
- Ejemplos de compras colectivas:
 - [Groupon](#)²⁹
 - [Offerum](#)³⁰
- Ejemplos de comparadores:
 - [Choozen](#)³¹
 - [Comparador de Google](#)³²

²⁴<https://www.cecarm.com/>

²⁵https://europa.eu/youreurope/citizens/consumers/shopping/index_es.htm

²⁶<https://www.sede.fnmt.gob.es/certificados/persona-fisica>

²⁷<https://agenciatributaria.gob.es>

²⁸<https://www.paypal.es/>

²⁹<https://www.groupon.es/>

³⁰https://play.google.com/store/apps/details?id=com.offerum.offerum_mobile&hl=es&gl=US

³¹<https://www.choozen.es/>

³²<https://www.google.es/shopping>

- Otros ejemplos de negocios de comercio electrónico:

- [Alibaba](#)³³
- [Atrápalo](#)³⁴
- [Booking](#)³⁵
- [Barrabes](#)³⁶
- [Ebay](#)³⁷
- [eDreams](#)³⁸
- [Grupo SDM](#)³⁹
- [Mercamania](#)⁴⁰
- [Minube](#)⁴¹
- [TiendasOn](#)⁴²
- [Rumbo](#)⁴³
- [Solo stocks](#)⁴⁴
- [Ticketmaster](#)⁴⁵

³³ <https://www.alibaba.com/>

³⁴ <https://www.atrapalo.com/>

³⁵ <https://www.booking.com/>

³⁶ <https://www.barrabes.com/>

³⁷ <https://www.ebay.es/>

³⁸ <https://www.edreams.es/>

³⁹ <https://www.gruposdm.com/>

⁴⁰ <https://www.mercamania.es/>

⁴¹ <https://www.minube.com/>

⁴² <https://www.tiendason.com/>

⁴³ <https://www.rumbo.es/>

⁴⁴ <https://www.solostocks.com/>

⁴⁵ <https://www.ticketmaster.es/>

- Ejemplos de canales de venta privados:
 - [Canal de ventas privado Showroom Privee](https://www.showroomprive.es/?s=2493)⁴⁶
 - [Canal de ventas privado de viajes Voyage Privé](https://www.voyage-prive.es/login/index)⁴⁷
 - [Canal de ventas privado Privalia](https://es.privalia.com)⁴⁸

⁴⁶ <https://www.showroomprive.es/?s=2493>

⁴⁷ <https://www.voyage-prive.es/login/index>

⁴⁸ <https://es.privalia.com>