



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL**  
**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANÍSTICAS**  
**EXAMEN DE MEJORAMIENTO.**  
**GESTIÓN DE NEGOCIOS ELECTRÓNICOS**

Nombre : \_\_\_\_\_

Fecha: 17 Febrero 2017

Fila 1

**COMPROMISO DE HONOR**

Yo,.....al firmar este compromiso, reconozco que la presente lección está diseñada para ser resuelto de manera individual, que puedo usar una calculadora *ordinaria* para cálculos aritméticos, un lápiz o esferográfico; que solo puedo comunicarme con la persona responsable de la recepción de la lección; y, cualquier instrumento de comunicación que hubiere traído, debo apagarlo y depositarlo en la parte anterior del aula, junto con algún otro material que se encuentre acompañándolo. No debo además, consultar libros, notas, ni apuntes adicionales a las que se entreguen en esta evaluación. Los temas debo desarrollarlos de manera ordenada.

***Firmo al pie del presente compromiso, como constancia de haber leído y aceptar la declaración anterior.***

Firma

**NÚMERO DE MATRÍCULA:..... PARALELO:381**

“Como estudiante de la FCSH me comprometo a combatir la mediocridad y actuar con honestidad, por eso no copio ni dejo copiar”

**RESPONDA VERDADERO O FALSO: /60**

1. Se le da el nombre de Bricks and Clics a aquellos negocios que sólo cuentan con un negocio online, es decir no cuentan con tiendas físicas.	
2. El embudo de conversión hace referencia a que, de todos los clientes que ingresan a un sitio web, los clientes van saliendo del sitio web en diferentes partes, de manera que al final son pocos los clientes que convierten.	
3. Las palabras claves negativas se utilizan para excluir búsquedas que no se relacionan con mis productos o servicios. Si vendo cupcakes y pasteles una buena palabra clave negativa sería: receta, video, tutorial	
4. Los corredores de transacciones, proveedor de comunidad y proveedor de contenido son algunos de los modelos de negocio del B2B	
5. La conversión en un sitio web se refiere solamente a la cantidad de ventas que se concretan en un sitio web	
6. El primer momento de la verdad en marketing, se refiere al momento en que el cliente está en un local comercial junto a la góndola viendo los productos y decide o no por tu producto.	
7. El modo de pago de anuncios tipo CPM (Costo por mil) se utiliza cuando el objetivo de la campaña es hacer branding (posicionamiento de marca).	
8. El rebote está relacionado a la calidad del tráfico que llevo al sitio web y la relevancia del sitio para este cliente.	
9. Los términos de uso en una tienda online debe detallar la forma en que atenderá el negocio: tiempos de entrega, plazos, costos de envío, uso de la clave, entre otros y debe ser aceptada por el usuario al registrarse al sitio web.	
10. En el envío de e-mails, mientras más masivo y general sea el mail, tendrá mayor tasa de conversión.	
11. Una buena manera de iniciar una campaña de E-mail Marketing es adquiriendo una base de e-mails a empresas como la Cámara de Comercio de Guayaquil o las tarjetas de crédito	
12. Todos los medios digitales tales como las redes sociales, las aplicaciones, SEM, Banners digitales, entre otras, deben ayudar a llevar tráfico al Sitio Web.	

13. El envío de e-mails debe realizárselo a listas Opt out.	
14. El Zmot es toda la investigación que realiza el cliente previo a tomar la decisión de compra, la cual se realiza principalmente dentro de Internet.	
15. En Internet competimos con palabras claves y contenidos	
16. Según el Search Engine Marketing Professional Organization, son métodos SEM el SEO y el PPC.	
17. Las campañas PPC no garantizan el aparecer en primeras posiciones dentro del buscador.	
18. La desventaja de las campañas PPC es que cuando dejas de pagar, tu sitio dejará de aparecer en los buscadores y quedará en el olvido (siempre y cuando no hayas trabajado en SEO).	
19. El SML es un protocolo de seguridad que garantiza que la información viaja encriptada para evitar los robos de información.	
20. Un negocio B2C puede tener otros modelos de ingresos diferentes a la venta de productos y servicios.	

### CASO PRACTICO /40

Usted desea poner una tienda online especializada en venta de comida, vitaminas, accesorios (correas, bozal, camas, bebederos, entre otros), ropa y juguetes para perros y gatos. El segmento de clientes al cual se desea enfocar es a hombres y mujeres entre 15 y 60 años, amantes de los animales, quienes consideran a sus mascotas los bebés del hogar, y buscan hacer un lazo de identidad entre ellos y sus mascotas. Son de un sector socioeconómico medio alto y alto, por lo que no escatiman a nivel de inversión los productos que compran para sus mascotas. De acuerdo a esta especificación, defina lo siguiente:

- a) Defina 10 palabras claves para su negocio / 10
- b) Defina 2 palabras negativas para su negocio /2
- c) Elabora un anuncio de texto para una campaña SEM que busque captar registros en el sitio web. Defina : Título 1 (30 caracteres), Título 2 (30 caracteres), Descripción (80 caracteres), Url visible, Url final. Recuerda ser relevante e incluir llamado a la acción / 8
- d) Indique cuál será la página de destino a la cual irá el anuncio cuando den clic en el anuncio. /2

Considerando que tu ticket promedio es de \$60 y tu tasa de conversión es de 1%, calcule lo siguiente incluyendo el procedimiento para el cálculo:

- e) ¿Cuántas visitas al sitio web debes lograr tener para obtener \$6,000 de ventas al mes? /4
- f) Si envías 2 e-mails semanales, tu base de envío es de 1000 personas y el CTR de los emails es de 5%, calcula cuántas visitas al mes podría tener el sitio por el envío de e-mails. /4
- g) ¿Cuántos envíos de e-mails deberías enviar al mes para lograr \$4,800 por este canal? /4
- h) Si el costo de envío de e-mails es de \$5 por cada 1000 envíos, ¿es conveniente enviar la cantidad de e-mails para lograr los \$4,800 en ventas?/4
- i) Si deseas mantener la misma cantidad de envíos de 2 veces por semana, cuántas personas debe tener tu base de envío? /2