



Asociación de Comercio Electrónico
de Puerto Rico (ACEPR)
15 Muñoz Rivera Ave PMB 110
San Juan, PR 00901
Email: info@ecommerce.pr
Web: <https://ecommerce.pr>

(RFP)

Solicitud de Propuestas para la Comisión de Estudio sobre el Comercio Electrónico en Puerto Rico

1. Introducción:

La Asociación de Comercio Electrónico de Puerto Rico busca contratar a una firma de investigación para llevar a cabo un estudio exhaustivo sobre el comercio electrónico en Puerto Rico, con el objetivo de entender los hábitos, preferencias y desafíos que enfrentan los consumidores y vendedores en el espacio digital.

2. Objetivo del RFP:

Identificar y seleccionar una firma de investigación calificada que pueda proporcionar insights detallados y recomendaciones basadas en datos sobre el estado y las tendencias del comercio electrónico en Puerto Rico.

3. Alcance del Trabajo:

El estudio debe explicar cómo se hizo (Metodología). El estudio debe abarcar encuestas dirigidas tanto a consumidores como a comerciantes. El estudio debe cubrir, pero no limitarse a:

A. Información sobre los consumidores:

Valor del mercado

- Valor del mercado de ventas en línea en Puerto Rico.
- Cómo ha cambiado la cantidad de compradores en línea en Puerto Rico.
- Información demográfica y económica del comprador en línea.

Hábitos de Uso y Consumo de los Clientes

- Pagos digitales versus efectivo.
- Preferencias de pago digital.
- Grado de madurez de adopción de pagos digitales en Puerto Rico por tipo de pago

Motivaciones y Preferencias:

- Qué influye más al momento de comprar en línea.
- Por qué la gente compra en línea.
- Cuán seguido se usa la omnicanalidad.
- Valor de comprar en varios canales a la vez.
- Qué haría que compraran más en el próximo año.
- Si planean comprar en el próximo año.
- Si planean comprar en ofertas especiales.

Proceso de Compra:

- Proceso de compra.
- Cómo se interactúa con las tiendas en línea (Primera vez o repetido).
- Qué se compró en el último año.
- Cuán seguido se compran productos y servicios.
- Qué tipo de productos o servicios se compran más.
- Dónde se compran los productos y servicios.
- Cuán seguido se compran ciertos productos o servicios.
- Reciben anuncios digitales de vendedores de PR/EU? ¿Con qué frecuencia?
- ¿Qué influencia tienen los anuncios digitales en su decisión de compra?

Pagos y Seguridad:

- Cómo se paga.
- Tipos de pagos digitales preferidos.
- Tipos de pagos preferidos por industria.
- Cómo prefiere la gente pagar en línea.
- Grado de madurez de adopción de pagos digitales.
- Cómo se siente la gente sobre la seguridad al comprar en línea.
- ¿Han sido víctimas de fraude en línea? ¿Con qué frecuencia?
- ¿Qué métodos de pago le da más seguridad al comprar en línea?
- ¿Qué tipos de comercios digitales le dan más seguridad al comprar en línea?
- Retos específicos que enfrenta el comercio electrónico en temas de pagos y seguridad tanto en el sector privado como público.

Pagos Digitales en Transacciones con el gobierno:

- Alcance de los pagos digitales en el gobierno.
- Leyes que regulen el pago digital en transacciones a gobierno.
- Penetración de pagos digitales en transacciones a gobierno de acuerdo con las preferencias del consumidor.
- Volumen de pagos digitales en el gobierno para:
 - Pagos a suplidores.
 - Distribución de ayudas gubernamentales y beneficios fiscales.
 - Reembolsos de impuestos.
 - Compras estatales.

Logística y Distribución:

- Cuál es su preferencia de envío para recibir los productos?
- Cuánto se tarda en recibir productos según su tipo.
- Cuánto cuesta en promedio los envíos.
- Problemas al recibir productos.
- Datos sobre devoluciones.

Comportamiento del Consumidor:

- Información demográfica según cuán seguido se compra (Mucho, regularmente, de vez en cuando).
- Compras fuera de Puerto Rico (qué se compra y por qué).
- Cómo se siente la gente sobre sus compras en línea.
- Compromiso con las compras en línea.
- Qué es más importante y por qué se deja una compra sin finalizar.
- ¿Cómo se buscan los productos en línea?
- Cómo se chequean los precios en línea.

Modelos y Tendencias:

- Modelos de compra en línea.
- Quienes no compran en línea (Por qué no, cómo se sienten sobre la seguridad, qué los motivaría a comprar y qué les interesa).

B. Información sobre las empresas:

Infraestructura y Tecnología:

- Evaluación de la infraestructura tecnológica actual.
- Plataformas de comercio electrónico utilizadas o consideradas.
- Desafíos técnicos enfrentados.
- Inversión promedio mensual en infraestructura y tecnología para vender en línea.
- ¿Cuáles son sus ventas anuales en línea?

Capacitación y Habilidades:

- Evaluación de habilidades del equipo en gestión de comercio electrónico.
- Inversiones en capacitación relacionada.
- Retos en adquisición, adiestramiento y retención de personal capacitado.

Logística y Distribución:

- Desafíos en logística y distribución.
- Uso de soluciones de terceros para logística.
- Conocimiento y uso de tarifas especiales para envíos ofrecidas por plataformas comerciales establecidas.

Pagos y Seguridad:

- Plataformas de pago utilizadas o consideradas.
- Desafíos en seguridad y protección de datos.
- Experiencias de fraude (cashbacks) y cómo se manejan.

Marketing y Atracción de Clientes:

- Estrategias de marketing digital implementadas.
- Comprensión del público objetivo en línea.
- Inversión promedio mensual en estrategias de marketing y atracción de clientes.

Regulaciones y Cumplimiento:

- Conocimiento sobre regulaciones de comercio electrónico.

- Desafíos legales o de cumplimiento.
- Desafíos técnicos de cumplimiento/uso de apps.

Competencia y Diferenciación:

- Perspectiva sobre el panorama competitivo.
- Estrategias de diferenciación.
- Estrategias de colaboración/comparación con otras marcas.

Integración con Sistemas Existentes:

- Desafíos en la integración con sistemas como ERP, CRM, etc.

Cultura Organizacional:

- Respuesta del equipo hacia la adopción del comercio electrónico.
- Desafíos culturales enfrentados.
- Desafíos técnicos operacionales enfrentados.

Retorno de Inversión (ROI):

- Expectativas sobre el ROI.
- Métricas utilizadas para medir el éxito

C. Información sobre el eCommerce B2B:

El estudio también deberá abordar el panorama del comercio electrónico business-to-business (B2B) en Puerto Rico. Esto incluirá, pero no se limitará a, los siguientes aspectos:

- Tamaño y valor del mercado de eCommerce B2B en Puerto Rico.
- Principales sectores y segmentos involucrados en eCommerce B2B.
- Cambios en la adopción de eCommerce B2B en Puerto Rico.
- Preferencias y motivaciones de los compradores y vendedores en eCommerce B2B.
- Procesos de compra y venta específicos en el entorno B2B.
- Métodos de pago, seguridad y logística relevantes para eCommerce B2B.

- Desafíos y oportunidades específicos del eCommerce B2B en Puerto Rico.
- Expectativas de ROI y métricas utilizadas para medir el éxito en eCommerce B2B.

4.Requisitos de Propuesta:

Las firmas interesadas deben presentar:

- A. Una descripción detallada de la metodología propuesta.
- B. Un cronograma tentativo del proyecto.
- C. Ejemplos de estudios similares realizados anteriormente.
- D. Referencias de clientes anteriores.
- E. Una estructura de precios detallada.
- F. Cualquier otro recurso o capacidad que consideren relevante para el proyecto.

5.Criterios de Selección:

Las propuestas serán evaluadas según los siguientes criterios:

- Experiencia y reputación de la firma en la realización de estudios similares.
- Claridad y robustez de la metodología propuesta.
- Costo total del proyecto.
- Tiempo de entrega.
- Referencias y feedback de clientes anteriores.

6.Referencias de Estudios Similares:

Solicitamos a las firmas que revisen las siguientes referencias de estudios como ejemplos de lo que esperamos:

- [Estudio sobre Venta Online en México – 2023](#) - Asociación Mexicana de la Venta Online ([AMVO](#)).
- [Los argentinos y el eCommerce ¿Cómo compramos y vendemos online?](#) - Cámara Argentina de Comercio Electrónico ([CACE](#)).

- [Reporte de industria del e-commerce 2022 - 2023 Colombia](#) - BlackSip en colaboración con la [Cámara Colombiana de Comercio Electrónico](#).

Estos estudios sirven como referencia para entender el nivel de detalle, estructura y calidad que esperamos del estudio final.

7. Plazo y Presentación de Propuestas:

Las propuestas deben ser enviadas al *Comite de Datos y Reportes de la ACEPR* a info@ecommerce.pr antes del **15 de marzo de 2024**. Las propuestas recibidas después de esta fecha no serán consideradas.

8. Preguntas y Aclaraciones:

Todas las preguntas o solicitudes de aclaración deben ser dirigidas al *Comite de Datos y Reportes de la ACEPR* a info@ecommerce.pr antes del **28 de febrero de 2024**.

9. Condiciones Adicionales:

- La Asociación de Comercio Electrónico de Puerto Rico se reserva el derecho de rechazar cualquier propuesta sin necesidad de justificación.
- La aceptación de una propuesta no garantiza la adjudicación del contrato.
- Todos los datos y resultados del estudio serán propiedad exclusiva de la Asociación de Comercio Electrónico de Puerto Rico.

10. Fecha de Adjudicación:

La firma seleccionada será notificada durante el mes de Marzo de 2024 y se espera que el trabajo comience a más tardar en Abril 2024.

11. Conclusión:

Agradecemos de antemano su interés y esperamos recibir propuestas que nos ayuden a entender y mejorar el panorama del comercio electrónico en Puerto Rico.

12. Contactos:

<p>Obeth Seguinot Presidente de la ACEPR Email: obeth@ed-digital.com Telefono: (787) 922-9126</p>	<p>Candido Alfonso, Comite de Datos y Reportes, ACEPR Email: candido.alfonso@gmail.com Telefono: (787) 567-1555</p>
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------