

1 INTRODUCCIÓN

El comercio electrónico tiene muchas ventajas para vendedor y comprador, y tan sólo un inconveniente que, poco a poco, está desapareciendo. Las ventajas se resumen en la posibilidad de vender una amplia variedad de productos 24 horas al día, 365 días al año, a cualquier lugar del mundo y a un coste reducido. El inconveniente es la escasa predisposición de los compradores a utilizar medios de pago en línea, especialmente la tarjeta de crédito. Sin embargo, la aparición de medios de pago alternativos muy seguros, como Paypal, están borrando esa limitación. Cualquier empresa puede competir en Internet, en igualdad de condiciones, con los líderes internacionales de su sector económico.

2 CÓMO CREAR UNA TIENDA ONLINE EN DIEZ PASOS

Lanzar una tienda online no es sólo encargar un sitio web. Supone unas responsabilidades y procedimientos similares a los de crear una empresa de venta por catálogo. Por ello, antes de nada necesita:

- 1) **Contratar el asesoramiento adecuado.** Es sin duda lo más importante: una empresa con experiencia en comercio electrónico que le guíe paso a paso, resuelva sus dudas, y cree una tienda online a su medida.
- 2) Lógicamente necesita **un producto** en venta que pueda transportarse a un coste razonable, o incluso descargarse por Internet (música, documentos, imágenes, etc.) Por ejemplo, electrodomésticos y muebles grandes pueden plantear problemas.
- 3) Decidir a **qué zonas del mundo** va a servir, y confeccionar una **tarifa de transporte** para todas ellas tan sencilla como sea posible. ¿Qué opciones de envío ofreceremos al cliente? La más económica será normalmente Correos, pero si queremos ofrecer un servicio urgente, que facilite la compra compulsiva, debemos formalizar un contrato con un transportista. Es importante solicitar una tarifa simplificada (no más de 4 ó 6 precios para todos los artículos y destinos). UPS y DHL son dos ejemplos de transportistas que entienden esta necesidad de los comercios electrónicos, y que cuentan con servicios específicos para ellos.
- 4) Decidir los **medios de pago** aceptados. El más básico es la transferencia bancaria, pero no es recomendable. Normalmente supone un retraso de dos días en el cobro, una comisión para el comprador que nunca gusta asumir, y la necesidad de un paso adicional y complicado para pagar (que muchos no completan). Por ello recomendamos aceptar tarjetas de crédito mediante

Paypal, un servicio que cobra al negocio aprox. un 4% de comisión por el proceso de las tarjetas de sus clientes. Podemos gestionar por usted el alta en dicho servicio. Además, desarrollar una tienda online que acepte pagos Paypal es muy sencillo, y por tanto no eleva los costes de desarrollo. Por último, si mantiene una buena relación con su banco y tiene negociada una comisión reducida para su TPV, es posible utilizar su pasarela externa para el proceso de las tarjetas de crédito.

5) Decidir la **inversión en el desarrollo** de la tienda online. Básicamente existen dos opciones, que adelantamos ahora pero explicaremos más detalladamente en las siguientes páginas:

A) Desde 300 €: aplicación estándar

Existen soluciones económicas basadas en aplicaciones estándar, de entre las que destacados "C.R.E. Loaded" (una evolución del conocido software de comercio electrónico "OS Commerce"). C.R.E. no está desarrollado por nuestra empresa (de hecho es gratuito), y por tanto no cuenta con garantía oficial. Nuestro estudio sólo cobra por su instalación y personalización básica. Cuenta de serie con todas las prestaciones que pueda imaginar: impuestos, envíos, facturación, seguimiento, pagos, boletines de ofertas, etc. Sin embargo, su diseño gráfico es muy básico y sus posibilidades de personalización son muy limitadas. Al tratarse de un software gratuito, es posible encontrar multitud de tiendas con un aspecto similar al suyo, y algunos detalles pueden no funcionar correctamente (su solución puede suponer un sobrecoste).

B) Aprox. 3.000 €: tienda a medida

Si su negocio necesita prestaciones muy particulares, o cuenta con una imagen cuidada y diferenciada que desea prolongar en Internet, necesitará aumentar su inversión. Un desarrollo a medida sólo tiene el inconveniente del mayor coste; todo lo demás son ventajas, incluyendo la garantía de su funcionamiento por parte de nuestra empresa, y la personalización de cada detalle de su diseño y operativa.

6) Decidir en qué **idiomas** estará disponible la tienda. Si es necesario, nuestra empresa puede ocuparse de la traducción por un precio razonable.

7) Seleccionar el **catálogo inicial de productos** y estructurarlo en categorías lógicas. Si desea lanzar la tienda con un número elevado de artículos, es posible ahorrar parte del trabajo si nos remite la información en una hoja Excel (así evitará introducir una a una todas las referencias en el gestor de la tienda). Para completar cualquier catálogo, las imágenes resultan imprescindibles. ¿Cuenta con **buenas fotografías** de los productos? La calidad de las imágenes es fundamental, pues

comunica instantáneamente (o no) la bondad de nuestros productos y servicios. Si carece de fotografías profesionales de su catálogo, le sugerimos que contrate con nosotros un reportaje en un estudio de fotografía industrial.

8) ¿Cuenta ya con un **dominio** “.com” o “.es”, y un servicio de **alojamiento web** adecuado para su tienda online? Si no es así, nuestra empresa puede gestionar también ese servicio.

9) Una vez desarrollada, su personal deberá dedicar **un poco de tiempo para aprender a gestionar** la nueva tienda online. Si ha contratado una tienda a medida, este tiempo se puede reducir a sólo unos minutos, ya que habremos simplificado y personalizado el gestor de contenidos según sus necesidades concretas.

10) Una vez lanzada la tienda, opcionalmente puede plantearse su **promoción** en Internet mediante anuncios en buscadores y otros medios. Una alternativa muy eficaz, que también podemos gestionar por usted, es una campaña en Google (los “enlaces patrocinados” que acompañan a los resultados de las búsquedas en este buscador).

3 OPCIÓN A: APLICACIÓN ESTÁNDAR (300 € más extras)

Le explicamos a continuación con mayor detalle las prestaciones, ventajas e inconvenientes de contratar una tienda básica desarrollada sobre una aplicación estándar.

Su tienda online se basaría en la plataforma más difundida de comercio electrónico: “OS Commerce” (y su evolución avanzada “C.R.E. Loaded”). Como tal, cuenta con un completísimo conjunto de prestaciones para la gestión de negocios online de cualquier tamaño: versiones internacionales, catálogo avanzado (incluyendo tallas y colores), gestión de clientes, pedidos, impuestos, portes, pagos, etc. No obstante, se trata de una aplicación gratuita, y su interfaz se basa en plantillas. Esto supone ciertos inconvenientes detallados más abajo.

Funcionalidades principales:

Para el vendedor:

- Soporte para un número ilimitado de productos y categorías
- Opciones para añadir, editar y eliminar categorías, productos, fabricantes, clientes y análisis.
- Soporte para productos físicos y virtuales (para descargar a través de la propia página, por ejemplo un CD de música en formato MP3).
- Área segura de administración con usuario y contraseña.
- Posibilidad de contactar a los clientes por email o a través de boletines.

- Copias de seguridad de toda la base de datos.
- Estadísticas de productos y clientes.
- Soporte para varios idiomas.
- Soporte para múltiples monedas.
- Posibilidad de seleccionar qué mostrar y en qué orden, en la lista de productos.
- Posibilidad de imprimir los pedidos recibidos.
- Vales-regalo y cupones de descuento
- Diferentes niveles de administración (útil cuando la tienda va a ser gestionada por varias personas)
- Posibilidad de cambio instantáneo de plantilla
- Programa de tiendas afiliadas (gestiona las comisiones y otros detalles de los sitios web que le envían clientes)

Para el comprador:

- Todos los pedidos se almacenan en la base de datos para poder consultarlos rápidamente.
- Los clientes pueden ver el historial de todos sus pedidos y el estado de los pedidos actuales.
- Cada cliente tiene su propia cuenta y puede tener varias direcciones de envío y facturación.
- Los visitantes tienen un carro de la compra temporal, mientras que los clientes registrados tienen uno permanente.
- Múltiples opciones de búsqueda (sencilla y avanzada).
- Los clientes pueden analizar productos y leer los análisis ya realizados por otros clientes.
- Opcionalmente, transacciones seguras con SSL
- Opción de mostrar u ocultar el número de productos de cada categoría.
- Listas de los productos más vendidos, incluso por categorías.
- Lista de productos deseados
- Se muestran qué otros productos suelen comprar otros clientes al comprar el productos actual.

Opciones de productos:

- Descripciones de los productos en formato enriquecido (HTML)
- Control de si los productos sin existencia se mostrarán o si están disponibles para vender.
- Los clientes se pueden suscribir a los productos para recibir boletines y emails relacionados.

Sistemas de pago

- Se aceptan numerosos sistemas de pago offline (cheque, cobro manual con tarjeta de crédito,...)
- Se aceptan numerosos sistemas de pago online (recomendamos PayPal)

Ventajas

- Precio menor
- Plazo de entrega más corto (aproximadamente 1-2 semanas)
- Preparada para crecer. Cuenta con todas las funcionalidades que su negocio online pueda necesitar, ahora y en el futuro.

Inconvenientes

- Plantillas de uso no exclusivo. Por tanto, no podemos asegurar que otra firma de nuestro mercado lance una web con aspecto casi idéntico en un futuro. La posibilidad de que esto ocurra es mucho menor en caso de contratar una plantilla no estándar (opción explicada más abajo).
- Personalización limitada. Sólo será posible sustituir el logotipo y algunas imágenes y datos. Las plantillas son rígidas por definición, y cualquier personalización compleja supone un sobrecoste.
- Aunque comercios muy importantes de Internet funcionan cada día gracias a este software estándar, no deja de ser gratuito y, por tanto, sin garantía. Nuestra empresa sólo factura por la instalación y personalización básica, pero no puede asumir posibles errores de programación, textos incorrectos o detalles sin pulir, que puedan surgir en determinadas situaciones.

Extras

- **Plantilla gráfica elaborada:** 350 € para el primer idioma, 70 € para cada idioma adicional. C.R.E. Loaded cuenta de serie con varias plantillas básicas que puede probar en línea con sólo hacer un clic. Si no le satisface ninguna, es posible adquirir una plantilla más elaborada, y también menos difundida (al ser de pago) que permita diferenciar su tienda de otras basadas en el mismo software. Nuestra empresa le propondría las más recomendables de acuerdo a las características de su tienda.
 - Ejemplo de tienda online con plantilla elaborada: www.looklikethestars.com
- **Páginas fijas adicionales** (por ejemplo, "Sobre nosotros") con información básica y 1-2 fotos: 40 €/página.

4 OPCIÓN B: DESARROLLO A MEDIDA (aprox. 3.000 €)

Con esta opción nuestro equipo de diseño y programación realizará una web a medida, partiendo de cero, según sus necesidades y especificaciones. El aspecto gráfico se realizará acorde con la imagen corporativa de la empresa, para conseguir una página que los compradores rápidamente identifiquen y asocien a su marca.

Para un precio cerrado es necesario que el cliente nos comunique los detalles de su negocio. No obstante, en la sección "Descargas" de nuestra web (www.impacta.eu/descargas) podrá encontrar la tarifa y la descripción de nuestro producto "Exacta Web ed. E-Commerce": nuestra propuesta de desarrollo a medida a un precio de 3.160 € + IGIC. En todo caso, podemos relacionar las siguientes ventajas e inconvenientes de cualquier desarrollo a medida:

Ventajas

- Imagen exclusiva. La web no está basada en una plantilla que otra empresa pueda usar.
- Personalización absoluta. Cada detalle del área pública o del área de administración es realizado a medida de los deseos del cliente.
- Más fácil de gestionar. El área de administración es más sencillo, ya que sólo muestra las opciones que el cliente necesita (según sus especificaciones), y además se puede adaptar a su método de trabajo.
- Preparada para crecer. El desarrollo se realizará teniendo en mente la posibilidad de futuras ampliaciones.
- Garantía y soporte técnico. Al tratarse de un desarrollo propio, el precio incluye la garantía de su funcionamiento y la asistencia técnica necesaria.

Inconvenientes

- Precio más elevado
- Plazo de entrega mayor (normalmente 8 semanas)
- No cuenta de serie con todas las prestaciones de las aplicaciones estándar, como "C.R.E. Loaded".

5 SERVICIOS AUXILIARES

5.1 FOTOGRAFÍA INDUSTRIAL

200-2.000 €

Aunque es posible fotografiar los productos de su catálogo con medios domésticos, proponemos enviarlos a un estudio de imagen industrial, donde los productos serían registrados con los equipos digitales y de iluminación adecuados, y por profesionales cualificados. El presupuesto incluirá todos los servicios necesarios, incluyendo el transporte de las muestras y la entrega al cliente de un DVD con las imágenes en alta resolución (para posteriores usos publicitarios, como catálogos en papel).

Dos factores influyen en el precio de un reportaje industrial: el tamaño de los artículos, y su reflectividad (las superficies y cuerpos brillantes son mucho más complicadas de fotografiar).

- Ejemplo de presupuesto extremo: 150 refs. de joyería (el producto más difícil de fotografiar). Precio: 1.800 €

5.2 IDIOMA EXTRA

+20%

Tan las aplicaciones estándar como a medida están preparadas para soportar múltiples idiomas (normalmente hasta cuatro). Sin embargo, seguramente será necesario encargar la traducción de determinados textos. Estas traducciones se facturarán aparte, y pueden ser proporcionadas por el cliente, o bien contratarse junto con la web a un precio estándar de 0,15 - 0,20 € por palabra (para los idiomas más habituales).

5.3 ALOJAMIENTO DOMINIO+WEB+EMAIL.

Desde 19 €/mes

Su tienda online precisa un servidor que dé acceso a su dominio, sus páginas web, y su correo electrónico. Lo más habitual consiste en alquilar espacio en un servidor compartido, por el que se abona una mensualidad en concepto de "hosting" o "alojamiento".

Las características de nuestro servicio de alojamiento básico son las siguientes:

- Transferencia o registro de dominio .com
- Alquiler de espacio en servidor, hasta 40 MB. Transferencia mensual: 1 GB.
- Correo electrónico profesional, hasta 40 cuentas sobre el dominio principal, incluyendo filtro anti-spam (contra el correo no deseado).
- Soporte técnico local, prestado directamente por su webmaster, no por un teleoperador o un comercial.
- Si lo desea puede solicitar nuestra tarifa completa de alojamiento.

Nota: los precios de este documento no incluyen impuestos indirectos.