

Comercio electrónico para emprendedores: impulsando negocios locales

6 de Febrero de 2024



- 1. Introducción al comercio electrónico.**
- 2. ¿Merece la pena?
Pros y contras**
- 3. Plataformas ecommerce**
- 4. Crear mi tienda online**



Introducción al comercio electrónico

Definición:

El comercio electrónico, también conocido como **e-commerce**, consiste en la compra y venta de **productos** o de **servicios** a través de internet. También puede ser definido como una actividad económica que permite el comercio de diferentes productos y servicios a partir de medios digitales, como páginas web, aplicaciones móviles y redes sociales.

Por medio de la red virtual, los clientes pueden acceder a diversos catálogos de marcas, servicios y productos, en todo momento y en cualquier lugar.

Fuente: Wikipedia



Evolución y mercado:

El sector más rentable es el de la **moda**, pero ya se ha extendido a cualquier modelo de negocio.

Algunos ejemplos de tiendas alternativas:

- Web [Tapa WC](#)
- Web [Viçent Català](#)
- Web [Hermanos Cofrades](#)
- Web [Mondéjar Tienda](#)
- Web [BBKFB](#)



Adaptabilidad:

Los modelos de negocio van adaptándose a las opciones de mercado de cada momento, por ejemplo:

- Webs de Vapeo
- Webs de venta de tabaco en rama
- Webs de abalorios
- Webs de portabebés

Otro modelo de negocio en auge son los portales y Marketplace específicos para todo tipo de compra venta, especialmente entre usuarios, sin pasar por un comercio como tal:

- Ebay
- Milanuncios
- Wallapop
- Vibbo



La moda en internet:

La moda también afecta a los diseños de las páginas web y tiendas online de internet.

Hace unos años las webs **eran muy recargadas**, con mucha información en toda la pantalla. Hoy día sigue siendo un modelo de diseño muy común dependiendo del negocio.

- Ejemplo: [TRIC Jardinería](#)

Actualmente se centran principalmente en la **visualización del producto**, con diseños lisos, principalmente en tonos claros, para no desviar la atención de los posibles compradores.

- Ejemplo: [Mis Canguritos](#)



¿Y las crisis... cómo afectan?

En épocas de crisis la creación de tiendas online **aumenta considerablemente**, entre otros motivos por:

- Facilidad de creación y cierre
- Bajos costes de inicio de actividad
- Mantenimiento muy barato
- Opción económica para realizar "Liquidaciones" de comercios físicos.

[Ver en Google Trends](#)

Un ejemplo conocido es el de **Dabiz Muñoz**



¿Merece la pena?

Pros y contras

Ventajas:

- No hay límites geográficos.
- No hay límites horarios. Abiertos 24/7.
- Bajo coste de mantenimiento en comparación con un comercio físico.
- Comodidad para el consumidor.
- Facilidad para crear ofertas, cupones, etc...
- Mayor información de los productos.
- Escalabilidad de la tienda online.
- Facilidad de inserción de nuevos catálogos, por ejemplo, por **Dropshipping**.
- Múltiples precios o tarifas en los productos, asignados a diferentes usuarios.
- Control informatizado de clientes y automatización de las ventas.



Inconvenientes:

- Coste de mantenimiento:
 - Dominio y alojamiento
 - Costes bancarios (TPV):
 - Fijos o por ventas realizadas
 - Costes de agencias de transporte
- Tiempo de dedicación:
 - Visualización en RR.SS.
 - Tareas de posicionamiento SEO.
 - ¿Vacaciones?
- Dependencia de agentes externos:
 - Servidor
 - Proveedores ...



Plataformas de ecommerce

Plataformas “gratuitas”:

WordPress:

- Nació como Blog, y es el que más ha evolucionado ([Woocommerce](#)).
- Plugins para casi todo.

Prestashop:

- Nació expresamente para tiendas online.
- Más “pesado” que Woocommerce.
- Plugins para casi todo.

Magento (Adobe commerce):

- Actualmente la menos usada.
-
- ✓ En estos casos hay que contratar dominio y alojamiento (hosting).
 - ✓ La web al completo la puedo migrar.



Plataformas de pago (1):

Shopify:

- Actualmente es la plataforma de pago más usada en el mundo.
- Posibilidad de pago mensual
- Integración con la mayoría de los programas de contabilidad.
- Integración con la mayoría de los programas de las agencias de transporte.
- Especialmente pensada para comercios más grandes:
 - Multicomercios (sucursales)
 - Gran volumen de ventas



Plataformas de pago (2):

Ionos (1&1):

- Nació enfocada a la compra de dominios y alojamiento.
- Posibilidad de pagos mensuales.

UrbeCOM:

- Posiblemente la más económica.
 - Buena opción de inicio para pequeños comercios.
 - Posibilidad de pagos mensuales.
-
- ✓ En estos casos **NO** es necesario contratar dominio y alojamiento (hosting) en una plataforma aparte.
 - ✓ La web **NO** la puedo migrar.

IONOS



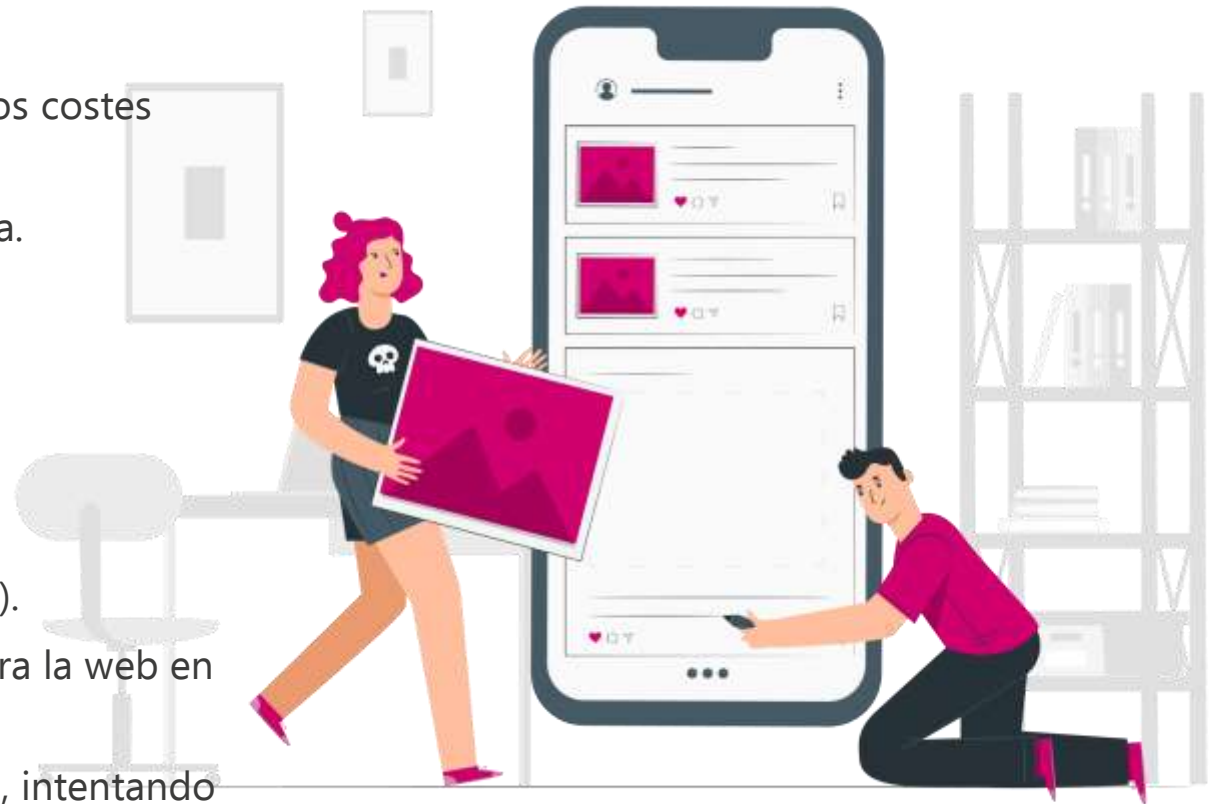
Crear mi tienda online

¿Qué voy a vender?

- Estudiar nuestro nicho de mercado.
- Calcular precios de venta en base a los costes (TPV, portes, publicidad, hosting...).
- Comparar precios con la competencia.
- ¿Quién es nuestro usuario final?

Imagen Corporativa

- Definir una imagen corporativa (logo).
- Seguir una misma línea de diseño para la web en base a la imagen corporativa.
- Calidad en las fotos de los productos, intentando igualar tamaños y fondos de imágenes. Aspecto visual global.



Escoger un dominio

- Escoger un dominio en base a nuestra marca mejora el posicionamiento.
- Evitar nombres largos o difíciles de entender. "Menos es más".
- Los dominios con "ñ" y caracteres especiales no son recomendables.
- ¿Qué extensión nos interesa más? (.es - .com - .info - .org...).
- Comprobar la disponibilidad de nuestro dominio en las plataformas dedicadas a ello:
 - [Don Dominio](#)
 - [Arsys](#)
 - [Ionos](#)



¿Necesito un hosting?

Si escogemos para nuestra tienda online la plataforma Wordpress, Prestashop o Magento necesitaremos un hosting.

¿Qué necesito como mínimo?:

- Hosting seguro (SSL) y rápido:
 - Servidor compartido
 - Servidor semidedicado
 - Servidor dedicado
- Que tenga panel de administración, ya sea propio, cPanel, etc...
- Con soporte para CMS (Woocommerce)
- Que sea escalable.



Escoger una plataforma

Dependiendo de lo que vayamos a vender y del volumen de productos deberemos escoger entre las diferentes plataformas: Woocommerce, Prestashop, Magento, Shopify, Ionos, UrbeCOM...

Definir las formas de pago

- TPV virtual
- Contra reembolso
- Transferencia bancaria
- Pagos aplazados (Sequra, Aplázame...)
- [Paypal](#) > 2,9% + 0,35 €
- [Stripe](#) -> 1,5% + 0,25 €



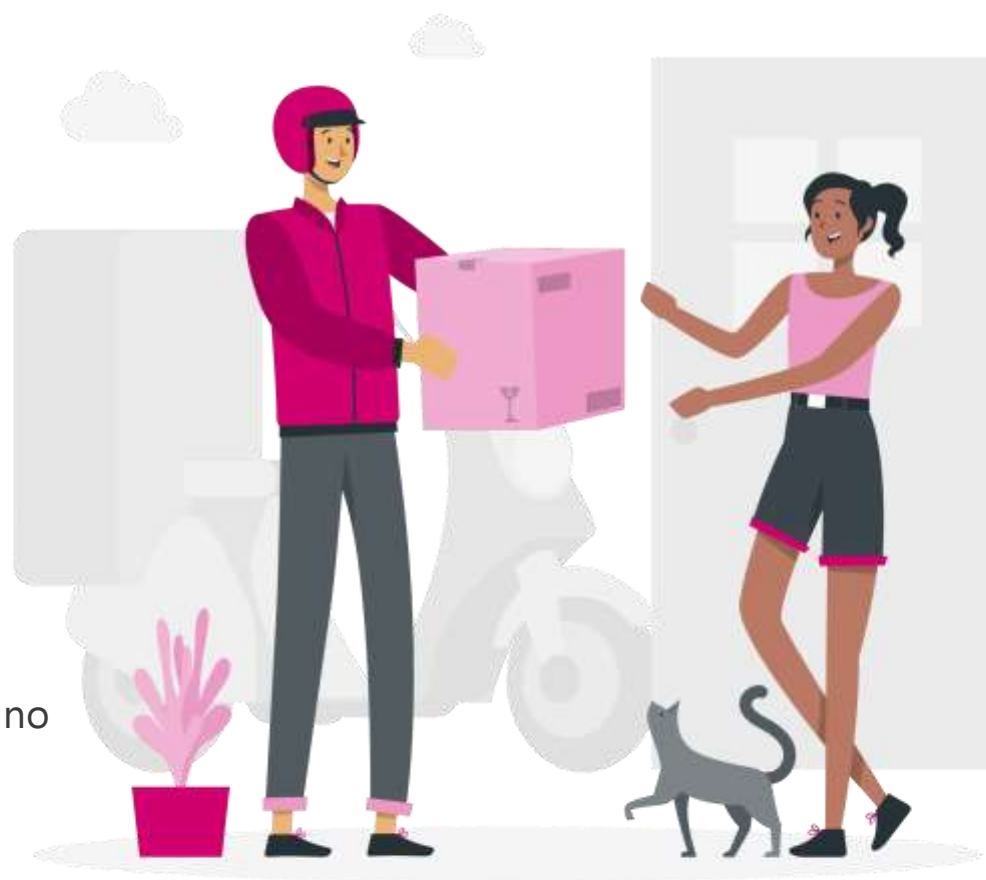
Agencias de transporte

- Definir restricciones (o no) geográficas.
- Escoger una agencia que cubra nuestras necesidades de transporte.
- Posibilidad de que la agencia tenga API de comunicación con nuestra tienda.

Avisos legales

Hoy día es imprescindible cumplir con las reglamentaciones legales del comercio online. De no ser así las multas pueden ser importantes:

- [RGPD](#) (*Reglamento General de Protección de Datos*)
- [LSSI](#) (*Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y del Comercio Electrónico*)



Marketing y posicionamiento

- ✓ Posicionamiento Web:
 - Posicionamiento orgánico (SEO).
 - Palabras clave.
 - Encabezados y negritas.
 - Generar contenidos (Blog).
 - Posicionamiento de pago (SEM).
- ✓ Publicar contenidos en Redes Sociales.
- ✓ Añadir canales de venta en RRSS:
 - Tienda en WhatsApp.
 - Tienda en Facebook.
 - Tienda en Instagram.
- ✓ Otras opciones:
 - Newsletter (Mailchimp)
 - Carritos abandonados
- ✓ Analíticas Web (Google Analytics)



España | digital ²⁰²⁶



Financiado por la Unión Europea
NextGenerationEU



red.es

