

# Comercio electrónico: Amplía tus oportunidades de negocio

14 de Febrero de 2024



1. Canales de venta.
2. Elementos de diseño y estructura.
3. Fichas de los productos.
4. Carrito de la compra y Formas de pago.
5. Plataformas ecommerce.

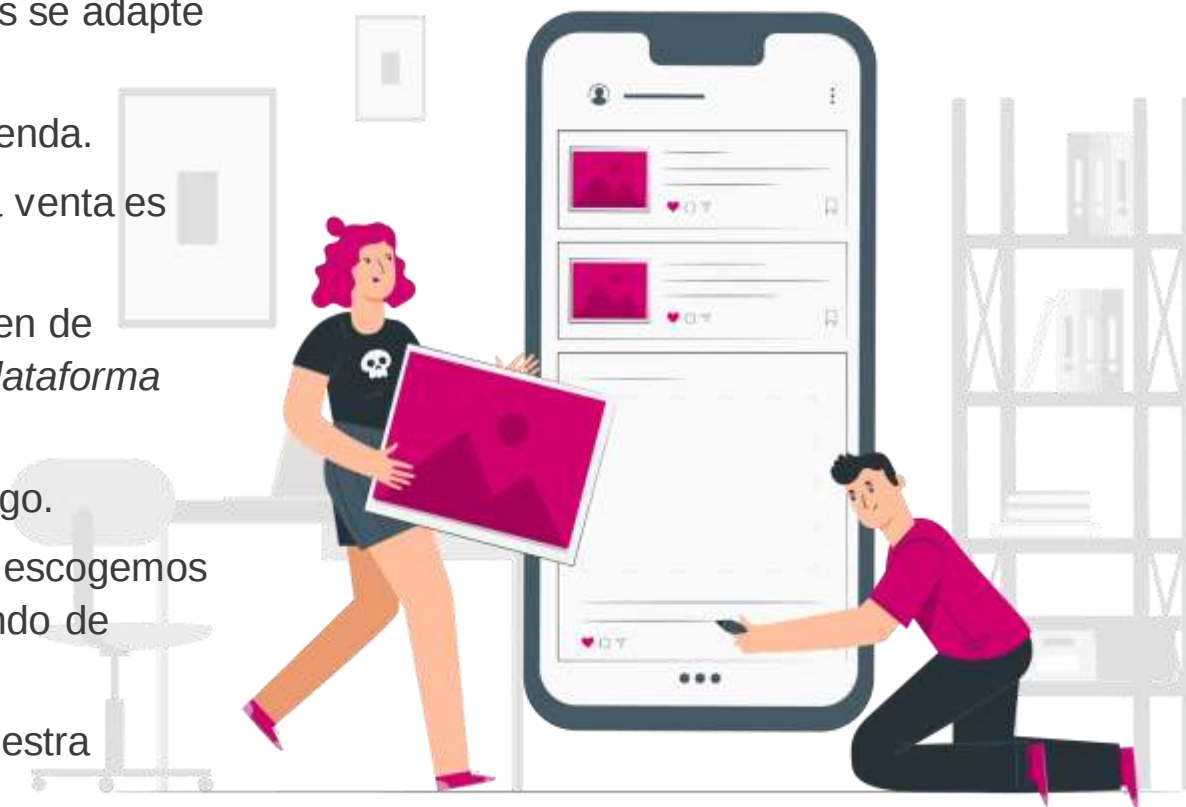


# 1 Canales de venta

---

## Tienda online propia

- Puedo escoger la plataforma que más se adapte a mis necesidades.
- Nosotros decidimos el diseño de la tienda.
- No hay comisiones: El 100% de cada venta es para nosotros.
- Los gastos de dominio y hosting corren de nuestra cuenta (*dependiendo de la plataforma escogida*).
- Nosotros decidimos las formas de pago.
- Somos responsables de los envíos y escogemos las agencias de transporte dependiendo de nuestras zonas de envío.
- Las condiciones legales corren de nuestra cuenta:
  - RGPD (*Reglamento General de Protección de Datos*)
  - LSSI (*Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y del Comercio Electrónico*)



## Dropshipping

- Es una opción al tener tienda propia, pero sin catálogo propio.
- Nosotros decidimos el diseño de la tienda.
- Recibimos una comisión por venta realizada.
- Los gastos de dominio y hosting corren de nuestra cuenta.
- Nosotros decidimos las formas de pago. Posteriormente tendremos que liquidar con nuestro proveedor.
- Los envíos los realiza nuestro proveedor directamente.
- No necesitamos tener productos físicos ni almacén. Todo está en nuestro proveedor.
- Facilidad para cargar los catálogos, generalmente en formato CSV.
- Ejemplos: Muebles, electrónica, Sexshops...



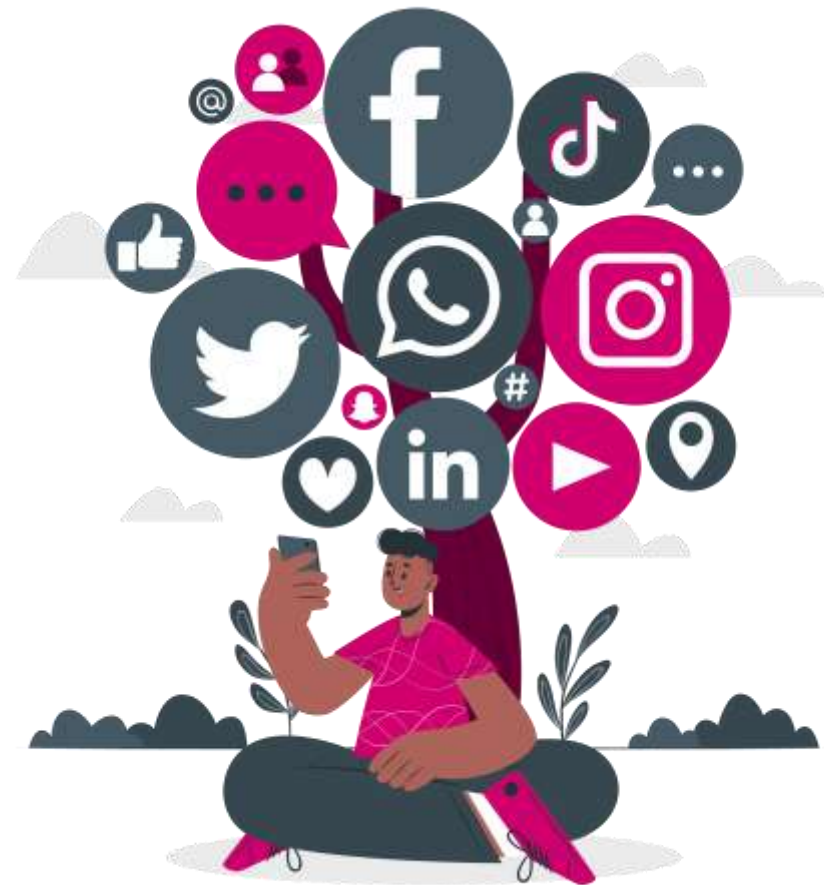
## Marketplace

- La plataforma es la definida por el Market.
- El diseño de la tienda es igual para todos.
- Pagamos comisiones por venta (dependiendo del Marketplace).
- No tenemos gastos de dominio y hosting.
- Nosotros **NO** decidimos las formas de pago.
- Somos responsables de los envíos y escogemos las agencias de transporte dependiendo de la plataforma.
- Las condiciones legales suelen ser genéricas en el portal, pero nosotros necesitamos tener las nuestras.
- Ejemplos de MarketPlace:
  - Amazon | [Panama Jack](#)
  - PC Componentes | [Punto by ZE](#)
  - Cadena 88 | [Comercial Fersam](#)
  - [Mercondal](#)



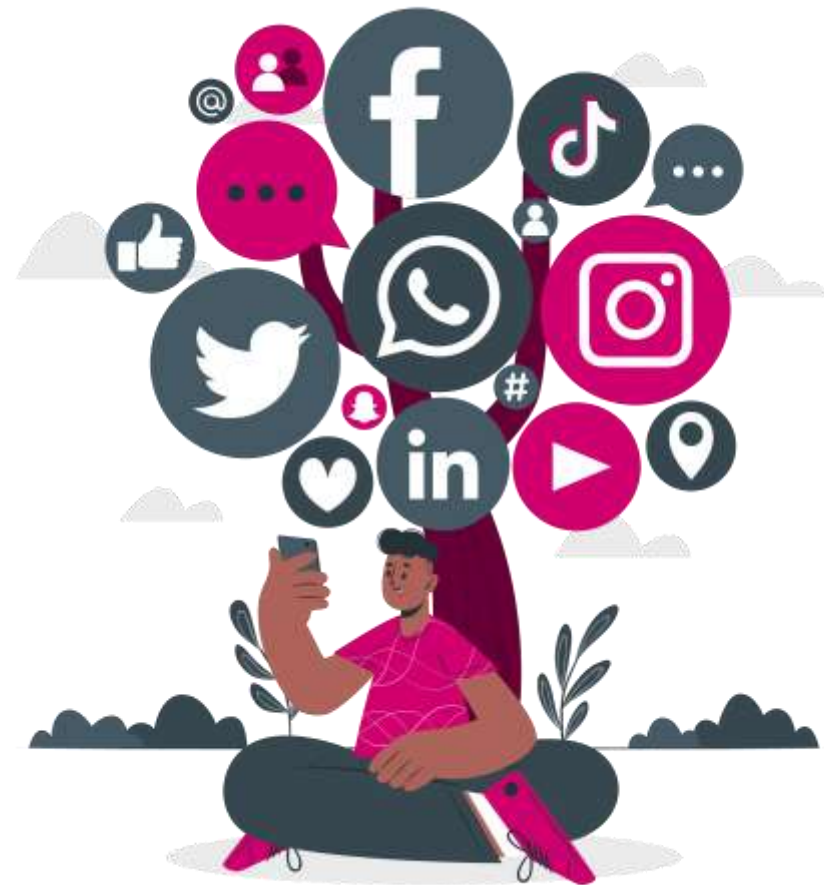
## Tienda en WhatsApp

- En WhatsApp también podemos añadir un catálogo de productos.
- Los productos se van añadiendo a un carrito en WhatsApp.
- Al finalizar la compra envía un mensaje con los productos solicitados para su información.
- El diseño es propio de WhatsApp.
- Es necesaria una cuenta de empresa.
- Versatilidad en uso desde el móvil.
- [Tienda WhatsApp](#)
- [WhatsApp Web](#)
  - Tu Carro de Golf
  - Mandarina Mint



## ¿Tienda en Facebook e Instagram?

- No es una tienda propiamente dicha, ya que los productos se vinculan para su compra a nuestra tienda online.
- El diseño es propio de Facebook.
- Si tenemos muchos seguidores es imprescindible. Muestra nuestro escaparate.
- El catálogo se actualiza a diario.
- Ver [manual](#).
- [MarketPlace](#) Facebook



# 2 Elementos de diseño y estructura

---

## Elementos de diseño:

- Que prime el producto (escaparate)
- Fotografías de calidad y en la misma línea
- Sliders y Banners para dar movilidad a la página de inicio
- Pop-ups para ofertas y promociones (*pros y contras* – [Carro de Golf Eléctrico](#))
- Productos en oferta, destacados...
- Vista rápida del producto
- Lista de deseos o wishlist (*recordar mis compras anteriores*)
- Buscadores ([Manos con Estilo](#))

Ejemplos:

- [Mis Canguritos](#)
- [Mandarina Mint](#)



## Categorización:

- Es muy importante no excederse en la cantidad de subcategorías.
- Es preferible tener más productos por categoría, que muchas categorías sin apenas productos.
- Localización del menú de categorías:
  - Categorías en superior:
    - [Mandarina Mint](#)
    - [Mis Canguritos](#)
  - Categorías en lateral:
    - [Hyrule WarGames](#)
  - Categorías en megamenú:
    - [Miravía](#)
  - Categorías desplegadas:
    - [Abalorios Crystalia](#)



# 3 Fichas de Productos

---

## Estructura de la ficha:

- **Título** con texto más grande y llamativo
- **Imágenes** del producto:
  - Que sean de calidad
  - Fondos en línea con la web
  - Una imagen por cada variación
- **Descripción corta**, que debe transmitir:
  - Urgencia (oferta, pocas unidades...)
  - Crear una necesidad
  - Dar una Garantía (devoluciones)
- **Elementos de compra** (precio, cantidad)
- **Urgencia** de la compra: si no lo compras hoy, perderás la oportunidad
- Resto de elementos de la ficha.

Ejemplo: [Manos con estilo](#)



## Elementos adicionales (1):

- **Variaciones** de productos: Es mejor insertar variaciones que duplicar productos, a no ser que tengamos un catálogo pequeño (Aoves...). Ejemplos:
  - [Trapitos y nudos](#)
  - [Aceite Supremo](#)
- **Múltiples precios** o tarifas: Dependiendo del usuario se muestra un precio u otro.
- **Descuentos** por volumen: Cuando vendemos productos en grandes cantidades. A más unidades más rebaja de precio. Ejemplo: [Chapamonas](#)



## Elementos adicionales (2):

- **Personalización** de productos: Si nuestro comercio admite las personalizaciones, es un plus dar la opción directamente en la tienda online.  
Ejemplo: [Chapamonas](#)
- **Opiniones** (reviews): Mostrar opiniones de otros usuarios anima a la compra.  
Ejemplo: [Decoideas Tienda](#)
- **Venta cruzada**: Mostrar productos de la misma categoría como otras opciones de venta.  
Ejemplo: [Cuchillería Gómez](#)



# 4 Carrito de compra y formas de pago

---

## Carrito de la compra

- Simple y conciso
- Cupones descuento
- Que la compra se realice en los mínimos pasos posibles

## 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 €



# 5 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:

### 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

### 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 alojamiento (hosting) en una plataforma aparte.
- ✓ La web **NO** la puedo migrar.

## ¿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.



---

España | digital <sup>2026</sup>



Financiado por la Unión Europea  
NextGenerationEU



red.es

