



**ESPECIAL** tecnología

TODOS LOS RECURSOS TECNOLÓGICOS QUE NECESITAS PARA MONTAR UNA TIENDA ONLINE

# Comercio electrónico para todos

La tecnología ha dejado de ser una barrera para montar una tienda online. En la actualidad hay recursos al alcance de cualquiera, aunque seas casi un profano en conocimientos informáticos. ¿No te lo crees? No dejes de leer este Especial y verás.



**H**ace unos años, era más difícil crear una tienda online porque tenías que optar por soluciones llave en mano que requerían mucho presupuesto para empezar y si tenías dudas sobre la viabilidad de tu proyecto, tendías a ser conservador. "Hoy en día la tecnología se contempla como un servicio por el que pagas una pequeña cantidad al mes y que te permite probar sin arriesgar demasiado", señala **Fermín Palacios**, director de Experiencia de Cliente de Arsys.

Nuestro consejo es que te lances cuanto antes porque el comercio electrónico crece a ritmos de

dos dígitos anuales. "Se espera que en 2013 salgan nada menos que 3.000.000 de nuevas marcas (entre productos y compañías) a competir; sólo en 2010 el número de marcas "in force" (activas) rondaba los 17.000.000", afirma **Carlos Otero**, profesor de ICEMD.

Ahora bien, esta enorme expansión hace que la competencia sea brutal, lo que exige tener claras algunas premisas antes de empezar, porque ellas definirán la tecnología que vas a necesitar.

**Qué y a quién vas a vender.** Como aclara **Eva Vennemann**, directora de Comunicación de I&I, "no es lo mismo si eres una tienda de flores que quieres dar

**El comercio electrónico es una excelente vía para emprender con costes e inversión reducidos.**

servicio en Internet a si aspiras a llegar a nivel mundial, si quieres mover 20 referencias o 2.000; para cada caso tendrás que analizar las soluciones". En efecto, aunque hoy se puede vender casi de todo por la Red, es importante determinar qué cantidad de variedades integrarán tu catálogo, cuántas unidades prevés mover al mes, dónde van a estar tus potenciales clientes, porque todo ello va a determinar que puedas optar por una solución gratuita, una plataforma integrada o quizá un diseño personalizado.

Si lo que quieres es probar suerte, puedes empezar creándote una web con algunos de los programas



que ya existen, como Webmaker, que además te permiten arrastrar la fotografía, poner el precio y gestionar los pagos y vincular esa tienda a tu página corporativa, por sólo 10 euros al mes.

Si ya das un paso más allá, puedes optar por soluciones más completas, que también se ofrecen como servicios, en las que se incorporan aplicaciones específicas del comercio electrónico que permiten definir atributos, gestionar los gastos de envío, las formas de pago... Y además se adaptan a tus necesidades a medida que van surgiendo. En estos casos, los precios suben algo, pero estamos hablando de entre 15 y 50 euros al mes. Si el comercio crece, las opciones gratuitas son más abier-

**Aunque puedes empezar con tu ordenador, lo mejor es alojar tu tienda online en un 'hosting'**

tas que las que están en la nube, pero requieren más conocimientos técnicos. Ahora bien, si vendes millones de euros o, como señala Rafael Acherandio, director de Análisis de IDC, "has descubierto un proceso en el que lo vas a hacer muy bien y diferente, tipo Amazon", necesitas soluciones a medida que requieren de la colaboración de programadores, desarrolladores e integradores. Lo mismo ocurre si tus clientes son grandes empresas: tendrás que optar por soluciones a medida que se adapten a las plataformas que tienen esas grandes corporaciones, que suelen ser muy sofisticadas. En estos casos, los costes son mucho más elevados porque incluyen el diseño, el lanzamiento y la gestión continuada.

**Cómo te vas a dar a conocer.** A diferencia de la tienda física, en la online no tienes una ubicación

## PLATAFORMAS SAAS O CLOUD SOLUTIONS: TIENDAS PRECONFIGURADAS, LA OPCIÓN MÁS SENCILLA

Son tiendas preconfiguradas que no necesitan de excesivos conocimientos técnicos para su utilización. Permiten configurar tus productos y empezar a vender en muy corto espacio de tiempo. Normalmente incluyen el alojamiento y herramientas de promoción y posicionamiento, así como plataformas de pago. Están pensadas para tiendas pequeñas o para los momentos iniciales. Hasta hace poco tenían en su contra la escasa posibilidad de adaptación a los cambios en el negocio, algo ya corregido.



**-Shopify.** Cuenta con cuatro versiones, desde la básica a la profesional, que oscilan entre los 29 dólares para 100 referencias hasta los 99 dólares para las 10.000 o los 179 dólares para referencias ilimitadas. Ofrecen alojamiento gratuito, herramientas de promoción y marketing, integra 50 plataformas de pago, gestor de contenidos y *mobile commerce*.



**-Tienda Online de Arsys.** Solución *cloud computing* dirigida a negocios que quieren integrar el comercio electrónico en sus canales de comercialización. Permite crear de forma rápida y

sencilla una plataforma de venta online para productos de todo tipo. Es una solución completa con plantillas personalizables, sistemas de pago y promoción, posibilidad de incorporar distintos idiomas, etc. Está disponible en distintas versiones, a partir de 14,90 euros/mes (200 referencias) hasta 59 euros (20.000 referencias y 12 idiomas).



**-1&1 Tiendas Online.** 1&1 ofrece tres packs de tienda virtual. 1&1 Tienda Inicio está disponible por 14,99 euros al mes y cuenta con un catálogo de productos de 200 artículos en 20 categorías, incluyendo la integración con PayPal y eBay. 1&1 Tienda Profesional está disponible por 24,99 euros al mes con un catálogo de productos

de 2.000 artículos en 200 categorías, función de descuentos y venta de artículos descargables. 1&1 Tienda Avanzada cuesta 49,99 euros e incluye 20.000 productos en 2.000 categorías, función de venta cruzada y gestión de *stock*.



**-Tiendas Online de Strato.** Incluye el alojamiento, enlace con los portales y guías de compras internacionales más utilizados, múltiples opciones de métodos de pago y de envío, y herramientas de marketing. La opción Profesional permite alojar hasta 20.000 referencias, e incluye gestión de envíos preconfigurados con SEUR y MRW. Desde 14,90 euros para 100 referencias a 49,90 euros (20.000 unidades).

ni un escaparate que pueda atraer tráfico al interior. Tienes que salir tú, con la tienda auestas, a buscar al cliente, por lo que es muy importante disponer de herramientas que te permitan hacerte visible en la web: desde las que te facilitan las campañas de email marketing hasta las herramientas de marketing digital, posicionamiento en buscadores, etcétera.

"El emprendedor ha de tener un plan de difusión de su marca, que incluya la comunicación clara de

sus ventajas competitivas o diferencias, un presupuesto de publicidad y, muy probablemente, una estrategia de viralidad que le evite afrontar costes desmedidos de comunicación", asegura Otero.

**Cómo vas a distribuir la mercancía.** El apartado logístico es fundamental en una tienda online. Debes contar con sistemas que te garanticen una adecuada gestión del *stock* y preferiblemente que estén integrados con empresas de transporte especializa-





ESPECIAL **tecnología**



**SOFTWARE LIBRE U OPEN SOURCE**

Son plataformas que se apoyan en tecnología de uso público y gratuito y que cuentan con una comunidad de desarrolladores que continuamente están incorporando las novedades que van surgiendo. Son muy prácticas para negocios tradicionales porque en ellas es posible encontrar modelos muy similares empleados con anterioridad que pueden servirnos y también cuando vamos creciendo en ventas. Entre las funcionalidades con las que cuentan están la gestión de catálogo de productos, sistemas de ventas cruzadas, promociones comerciales, analíticas de ventas, seguimiento de pedidos y servicios de pagos. En su contra tienen que requieren, en la mayoría de los casos, costes de alojamiento que pueden ser

elevados si el tráfico a la tienda también lo es y, sobre todo, porque requiere de ciertos conocimientos técnicos. Entre las más conocidas destacan:



**Magento.** Aplicación gratuita que ofrece la ventaja de ser muy escalable y personalizable. Tiene muy buen gestor de contenidos y de atributos. A cambio, requiere de ciertos conocimientos informáticos para su correcta implantación y aprovechamiento. Recientemente, ha sacado MagentoGo, la versión Saas que incorpora herramientas más desarrolladas de gestión de productos, de promoción y de gestión del cliente. Desde 15 dólares al mes por 100 referencias hasta 125 dólares al mes por 10.000. También acaba de lan-

das en comercio electrónico, de manera que tengan incorporados los sistemas de recogida, entrega y pagos, así como también la gestión inversa del envío, es decir las devoluciones.

**El sistema de recomendación es muy útil a la hora de impulsar las ventas cruzadas**

**Cómo la vas a cobrar.** De nuevo recalamos la importancia de saber a quién vas a vender, porque no es lo mismo distribuir tu mercancía a nivel nacional que internacionalmente. Allende nuestras fronteras funcionan sistemas de pago diferentes que es importante tener en cuenta, así, por ejemplo,

en Francia está muy extendido el pago por cheque, algo que aquí en España es prácticamente nulo.

**HOSTING: EL PUNTO DE PARTIDA**

Es cierto que puedes empezar con tu propio ordenador, pero es conveniente que alojes tu tienda online en un *hosting* o centro de almacenaje con un ancho de banda suficiente para que pueda ser vista en cualquier parte del mundo, no se colapse y puedas almacenar toda la información que vas a manejar en tu tienda online.

La gran mayoría de proveedores de hosting gestiona también el nombre de dominio y ofrece un editor de página web o de tienda online, "de manera que hoy puedes empezar a vender en la Red contando simplemente con una conexión a Internet", explica **Katia Arjona**, *country manager* de Strato España. Hay proveedores gratuitos, pero su capacidad de almacenaje no suele superar los 5 Gb, con lo cual no son muy adecuados para los comercios electrónicos. Lo mejor es optar por el

Software on Demand (programas a demanda), ya que por muy poco gasto al mes tienes el servicio garantizado; además, la mayoría de las versiones medias permite instalar las plataformas de comercio electrónico. Las tres opciones más interesantes son:

**Cloudbuilder de Arsys.** El servidor más básico de Cloudbuilder cuesta cuatro céntimos por hora y el pago es real, por uso. Si pagas por mes, el descuento puede llegar al 15%. Es muy fácil de usar y adaptable a los picos y valles del negocio, de manera que pue-



zar Mobile Magento, una aplicación para gestionar una tienda por móvil.



**Prestashop.**

Es una de las preferidas por los comerciantes

de tamaño pequeño o mediano. Incorpora 310 funcionalidades en su paquete básico, incluyendo gestión de envíos, herramientas de SEO, plataforma de pagos, seguridad y algunas herramientas de marketing. Es bastante sencillo de manejar, pero muy rígido y poco escalable. Han sobrepasado las 100.000 tiendas virtuales. Tiene también versión

SaaS, Prestabox, que se ofrece en dos opciones: implantación, 10 euros, o dominio (con instalación incluida), por 12,50 euros. Luego oscila entre los 15 euros/mes en facturaciones inferiores a 750 euros o un 2% de comisión si supera esta cifra. Dispone de una versión para móvil.



**OsCommerce.** Este software gratuito está en el origen de algunas de las plataformas anteriores como Magento. Para algunos expertos se ha quedado un tanto obsoleto en cuanto a flexibilidad y posibles adaptaciones.

**TECNOLOGÍAS PARA UN BUEN MARKETING**

**-Herramientas para dar a conocer tu negocio.**

Las plataformas SaaS suelen incluir herramientas de promoción SEO y SEM y herramientas de email marketing. Hay herramientas gratuitas que te pueden ayudar en tu SEO, como Google Adwords Keyword Tool, SEO Book Finder. Para desarrollar campañas de email marketing también puedes acudir a las opciones gratuitas como MailRelay, que permite hasta 25.000 envíos al mes o contratarlo al mes como servicio, como es el caso de eMailings.es que tiene diferentes tarifas en función de la cantidad de destinatarios y número de envíos. La diferencia entre ambas opciones es que en la versión de pago suelen incluirse analíticas sobre eficacia de la campaña, mails leídos, retorno de la inversión, etcétera.

**-CRM.**

Está relacionada con la anterior, pero es un paso más allá. Como señala Otero, "para ser coherentes con ese crecimiento exponencial de la competencia queda claro que no basta crear la tienda y dotarla de stock, es necesario generar una buena base de clientes a los que mantener informados y persuadidos. Va a ser necesario, por tanto, dotarse de un CRM que convierta esa base de clientes en una herramienta eficaz de refresco de la marca y publicidad de las novedades y ofertas". Si cuentas con poco presupuesto, busca una plataforma que tenga una fácil integración con un CRM de coste asequible.

**-Motor de recomendaciones.**

Es muy práctico a la hora de impulsar las ventas cruzadas. Algunas plataformas incorporan versiones muy básicas, pero es una buena opción.





## OTRAS TECNOLOGÍAS

**-Certificados de seguridad.** Debes aportar seguridad a tus transacciones y la mejor manera de hacerlo, y hacerlo además públicamente, es a través de un certificado de seguridad, una SSL, para que el usuario pueda comprobar que se está moviendo por una página segura. Normalmente, las plataformas ofrecen este servicio, pero si no lo tienen, debes contratarlo. Hay muchos proveedores de certificados de seguridad y confianza. En VeriSign, por ejemplo, ofrecen el certificado de Simantec por 2.295 euros durante dos años. SSL 247 ofertan el GeoTrust, especialmente pensado para dispositivos móviles, por 250 euros.

**-ERP.** Normalmente las plataformas de tienda citadas tienen sistemas de gestión de stock, pero a medida que van creciendo las ventas es posible que necesites algún programa específico. Son los llamados ERP (Sistema de Planificación de Recursos). Son especialmente importantes cuando además de la tienda on line cuentas con una tienda física, "ya que ambas tienen que estar integradas; si tienes muchos productos y/o un volumen de transacciones muy grande va a ser muy difícil coordinar todo eso de forma manual. En esos casos interesará buscar una solución que permita sincronizar el canal online con el de ventas tradicional. Desde el ERP se lleva de una forma unificada toda la facturación, gestión de almacén, pedidos y ventas, compras a proveedores, logística, etcétera", señala **Felipe Fernández Perea**, director de **epsilon-eridani.com** (Tiendaonlineprofesional.com). Si la plataforma no cuenta con gestión de almacenaje y gestión de envío, analiza las ofertas de las compañías de transporte especializado que suelen tener packs específicos para comercios electrónicos.

**-Plataforma de pagos.** Elige la forma de pago más habitual en cada país y asegúrate de que están integrados en tu tienda. "Aunque depende del tipo de cliente, cuantas más opciones le des, más posibilidades tendrás de culminar la venta", defiende Palacios.

**-Carritos de la compra.** Es una herramienta muy importante de la tienda electrónica porque puede facilitar o dificultar el proceso de compra. Ha de ser sencillo de manejar y ofrecer la información correcta del producto: unidades, precio, impuestos, descuentos si los hubiera, etcétera.

des aumentar y disminuir la capacidad de tu infraestructura con tres clics.

**HiDrive de Strato.** Esta plataforma se ofrece gratuita con una capacidad de almacenaje de cinco GB y versiones Premium, que van desde los 100 hasta los 500 GB. El precio de HiDrive 100 es de 9,90 euros y el de 500, de 29,90 euros al mes, con un periodo mínimo de contratación de tres meses.

Strato también dispone de servidores tanto virtuales como dedicados y Cloud de distintos tamaños, preparados para el nuevo protocolo de Internet IPv6. Los servidores virtuales de esta compañía ofrecen a sus clientes una dirección IP propia, una segunda IP gratuita y muchas funciones profesionales. Y los servidores dedicados están equipados con procesadores de alta calidad que garantizan una seguridad de funcionamiento y de datos superior a la de un servidor con una CPU de

**Las plataformas SaaS permiten configurar tu tienda online a tu gusto y en poco tiempo**

escritorio. Se puede acceder a ellos a través de RemoteConsole.

**Dual de 1&1.** Se ofrece en paquetes que van desde el básico, por 1,99 o 2,49 euros al mes (según sea Linux o Windows) y 1 GB de capacidad hasta el profesional, que por unos 20 euros al mes ofrece capacidad ilimitada, hasta cinco dominios y editor web, además de Adobe Dreamweaver e ilimitadas aplicaciones *cleak & build*. **E**

ISABEL GARCÍA MÉNDEZ



La mayoría de los proveedores gestionan todos los servicios necesarios para completar el proceso de compra online.