

COMERCIO ELECTRÓNICO

El comercio Electrónico es algo que se está poniendo cada vez más de moda. Muchas empresas optan por esta modalidad para aumentar su ámbito de ventas y, por consiguiente, su facturación.

En este informe tratamos de definir y explicar todos los conceptos, con el fin de clarificar las dudas que nos pueden surgir a la hora de plantearnos adoptar esta nueva modalidad de venta.

DEFINICIÓN Y MODALIDADES.

El comercio electrónico es cualquier forma de transacción o intercambio de información con fines comerciales en la que las partes interactúan utilizando tecnologías de la información y comunicación (TIC) en lugar de hacerlo por intercambio o contacto físico directo.

Teniendo en cuenta las partes que interactúan destacan 3 modalidades de comercio electrónico:

1. Comercio Business to Business (B2B) o Comercio de Empresa a Empresa: Intercambios de aprovisionamiento.
2. Comercio electrónico Business to Consumer (B2C): Es el comercio on-line de una empresa o tienda virtual hacia un particular o consumidor final.
3. Comercio electrónico Consumer to Consumer (C2C): Es el comercio online directo entre particulares, normalmente en transacciones llevadas a cabo mediante subastas en marketplaces C2C como eBay.

¿CÓMO HACERLO?

En la actualidad son muchas las empresas que están apostando por dar este servicio a sus clientes y esto también les vale para desarrollar y expandir su negocio.

Son miles las personas que utilizan este medio para comprar a través de Internet. Más de 100 millones de personas en todo el mundo tienen acceso a Internet y en España unos 15 millones de personas son internautas.

Por lo tanto tener una página Web para promocionar nuestros productos o servicios puede convertir a cualquier negocio en una tienda virtual, disponible y abierta los 365 días del año, las 24 horas del día, además de tener la posibilidad de hacer clientes en cualquier punto del planeta.

Realizar comercio electrónico no es fácil pues requiere una serie de estudios que habrá que realizar antes de poner en marcha toda la maquinaria de venta.

Todo esto implica un serio estudio previo y requiere un esfuerzo económico importante, que se puede financiar, y hasta subvencionar, a través de múltiples opciones que están a disposición de todas las empresas. (Ver Cuadro)

Como primer paso hay que determinar, los productos y servicios que se pretenden promover de forma online, y redefinir los procesos de venta, distribución, cobro, marketing y servicio al cliente.

- Hay que tener en cuenta que no todos los productos/servicios pueden comercializarse a través de Internet, ya que no todos encuentran su mercado en la Red. Con respecto a esto, es muy importante determinar el tipo de población a la que va dirigido nuestro producto/servicio, ya que si lo que vendemos interesa, sobre todo, a las personas de una edad avanzada, la red no será el medio más

idóneo para venderles algo pues la mayoría de los navegantes de Internet están en el rango de los 20 a los 40 años de edad.

- Hay que buscar el proveedor especializado en este tipo de servicios que asesorará desde el diseño de la página Web hasta la instalación y manejo del software que se requiere para realizar transacciones online. Hay que garantizar transacciones seguras, de modo que la información confidencial permanezca encriptada durante y después de su transmisión, fundamental para conseguir la confianza de nuestros clientes, por lo que sería conveniente asegurarnos de que el proveedor de hosting (quien colocará la página en el servidor en Internet) nos lo garantice.
- Hay que cuidar el diseño de la Web, debemos conseguir que se diferencie de las demás y elegir adecuadamente el dominio en función del tipo de empresa. Debe ser un sitio con un diseño sencillo, atractivo, innovador y que presente contenidos completos. Podría ser interesante contar, en nuestra página, con enlaces o links a otros sitios de interés y espacios donde recibir sugerencias.
- Se deberán definir con claridad los aspectos logísticos. Este nuevo medio de venta conlleva unas necesidades en cuanto al transporte de mercancías, por lo que nos deberemos apoyar en empresas de mensajería o paquetería, preferiblemente de cobertura internacional, para así garantizar la entrega y que ésta se realice dentro de los plazos acordados con los clientes.
- El empresario deberá decidir qué forma de pago va a ser la idónea, tanto para el cliente como para la empresa: contra-reembolso, transferencia bancaria, tarjeta de crédito, intercambio de documentos con firma electrónica, etc.
- Por último, aunque tengamos una tienda virtual no nos podemos olvidar de que existen unos clientes, por lo que sería conveniente tener una página Web que nos ayude a obtener información detallada y actualizada de los clientes actuales y potenciales y así poderles ofrecer un servicio durante y después de la venta. Se recomienda que se disponga de un servicio de atención al cliente ágil y fiable que pueda solucionar los posibles problemas que surjan durante el proceso de compra.

Una vez cumplidos todos los pasos anteriores es necesario promocionar la tienda virtual. Lo podemos hacer de muchas formas y no tiene porque ser muy difícil ni muy caro. Lo primero que habría que hacer es registrarse en los principales instrumentos de búsqueda y directorios de Internet como Google, Yahoo, Altavista, Lycos, Excite o Infoseek. También se puede recurrir a los banners, la inclusión en comunidades y centros comerciales virtuales, etc.

COMERCIO SEGURO

Los Ministerios de Ciencia y Tecnología, Justicia, Sanidad y Consumo y Economía han elaborado el texto del Proyecto de Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico, cuyo principal objetivo era incorporar al ordenamiento jurídico español la Directiva 2000/31/CE del Parlamento Europeo y del Consejo de 8 de Junio, sobre servicios de la sociedad de la información y el comercio electrónico en el mercado interior.

Esto se ha hecho porque son conscientes de que deben impulsar el establecimiento del marco jurídico que garantice a los particulares y a las empresas un entorno seguro y de confianza. En concreto, para el sector comercial y de la distribución esta regulación es fundamental, pues la introducción de las nuevas tecnologías ha supuesto la existencia de un canal alternativo de ventas.

La Ley 34/2002, de 11 de Julio de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico (BOE de 12 de Julio) supera un importante avance en la regulación del comercio electrónico en España y va a fomentar la implantación y utilización generalizada de Internet y del comercio electrónico, al equiparar jurídicamente las operaciones que se realizan en el mundo real y las que se realizan en el mundo virtual.

ALGUNAS FORMAS DE FINANCIACIÓN DE UNA PÁGINA WEB

- SUBVENCIONES DE ORGANISMOS OFICIALES:
 1. **La Junta de Andalucía**, en concreto, la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte, todos los años el 1 de Enero abre el plazo de solicitud, hasta el 31 de Enero, para subvencionar, entre otras cosas: la adquisición de equipos informáticos, hasta el límite de 3.000€, la adquisición de software, hasta 1.500 €, el diseño e implantación de sistemas de ventas no presenciales (comercio electrónico), hasta el límite de 2.000€, etc.... (BOJA nº239 13/12/2006)
 2. **El Instituto de Crédito Oficial**. (ICO) pone a nuestra disposición el Préstamo PLAN AVANZA 2006, (Préstamo TIC), con plazo hasta el 31 de Agosto de 2007. En este préstamo, se financia hasta el 100% de la inversión, excluido el IVA, con un máximo de 50.000€ por beneficiario final. Es un préstamo que dan las entidades bancarias, adheridas al programa, donde lo que subvenciona el ICO es el tipo de interés. Las solicitudes se deben presentar en las entidades financieras colaboradoras.
 3. **El Instituto de Crédito Oficial**. (ICO) tiene también el plan Avanza PYME (soluciones de negocio y factura electrónica), cuyo primer plazo de entrega de solicitudes va desde el 21/03/2007 hasta el 20/04/2007 y el segundo plazo de entrega de solicitudes desde 21/06/2007 hasta 20/07/2007.
 4. **El Instituto de Crédito Oficial**, tiene infinidad de líneas de ayudas y financiación para todo tipo de emprendedores, empresas, pymes, etc. Para obtener más información acceder a www.ico.es o llamar al número de teléfono de atención al público para realizar cualquier tipo de consulta en relación a las líneas de ayudas, 901 200 901 de Lunes a Viernes de 9:00 a 17:30.

- FINANCIACIÓN PRIVADA:

En cualquier página web podemos reservar espacio para publicidad de otras empresas a las que les interese aparecer en conjunto con nosotros, por ejemplo, si nuestra página web comercializa cualquier producto que haya que entregar a domicilio, podemos disponer de un espacio publicitario que contenga publicidad de la empresa que nos hace el servicio de entrega a los clientes. Son los llamados Banner, espacios publicitarios que se visualizan al mismo tiempo que nuestra página web.