

La Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha a través del Centro de Excelencia de Software Libre de Castilla-La Mancha ha puesto en marcha una iniciativa para la publicación de artículos tecnológicos que incentiven el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación con el fin de ayudar a aumentar la competitividad del tejido empresarial castellano-manchego. <http://www.ceslcam.com>.



Este artículo ha sido desarrollado por la empresa ICTI Internet Passion, agencia de servicios web e internet, orientada a estándares y con fuerte especialización en gestión de contenidos. <http://www.icti.es/>



Rentabiliza tu negocio con Internet con una Tienda Virtual

Hoy en día podemos comprar y vender cualquier cosa a través de Internet: ordenadores, libros, comida, piscinas, coches, viajes... Por ello, **cualquier empresario, comercio o negocio, podría tener una tienda virtual**, independientemente de su tamaño o de los productos que comercialice: desde un vendedor de seguros a un artesano. Además, **es el medio perfecto para poner a la venta artículos diferentes y singulares** que sean difíciles de conseguir.

Los datos del último estudio B2C¹ publicado por el [Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información \(ONTSI\)](#) revelan que más de 9 millones de españoles compran habitualmente a través de Internet (una cifra que crece entre un 1-2% cada año) y que, por primera vez, las compras directas en la web del fabricante y en tiendas exclusivamente online adelantan a las realizadas en webs de tiendas con establecimiento físico.

Múltiples son los **beneficios** que se pueden obtener, **tanto para el vendedor como para el comprador**. Para éste supone una mayor comodidad y rapidez en las transacciones, pues evita desplazamientos y colas, puede elegir la forma de pago y envío o consultar el estado del pedido; y una mejor y mayor información sobre los productos, pues puede conocer todas sus características y compararlos, obtener mejores precios e, incluso, *descubrir* artículos que cubran sus necesidades aunque no sepa siquiera que existen.

Para el empresario no son menos las ventajas. Una tienda online:

- **Aumenta la cuota de mercado**, ya que permite llegar a un mayor número de clientes y proyecta nuestro negocio internacionalmente. Cualquier persona con conexión a internet es un cliente potencial.
- Es un **escaparate** en el que mostrar todos nuestros productos **sin limitaciones**, ni de espacio, ni de cantidad, ni de tiempo: estará **abierto las 24 horas del día, los 365 días del año**. De hecho podría trabajar bajo pedido, de modo que no necesitaría adquirir o producir productos sin saber si van a funcionar en el mercado, ni un espacio físico para almacenarlos.
- **Elimina intermediarios**, aumentando los beneficios y permitiendo ofrecer precios más

1 Estudio de comercio electrónico B2C 2010: Hogares y Ciudadanos <http://www.ontsi.red.es/hogares-ciudadanos/articles/id/4877/estudio-b2c-2010.html>

competitivos.

- Podría ser un **canal de venta complementario** de su tienda actual, sustituirla o **ser su único punto de venta**. No tendría que alquilar o comprar un local o almacén, ni contratar empleados para gestionarla..., lo que supondría una inversión menor. De hecho, si no tiene tiempo para atender al público (porque deba viajar mucho o por estar inmerso en el proceso productivo) la tienda virtual es la solución a sus problemas.
- **Gestión automatizada**: no necesita nuestra aprobación o supervisión para realizar el proceso de compra completo, y posibilita el control de los pedidos desde cualquier punto con conexión a Internet.
- **Mejora el servicio y soporte al cliente**, con una atención rápida, ágil y sencilla a sus dudas, consultas, pedidos...
- Almacena todos los datos y registros, y elabora **informes comparativos de ventas** por artículos, precios, clientes, periodos, etc., que le servirán para **mejorar su estrategia comercial**.
- La inversión necesaria para su puesta en marcha es significativamente menor que la de una tienda física y perfectamente asumible por pymes y micropymes, lo que asegura un **rápido retorno de la inversión (ROI)**.

Si a pesar de todas estas razones sigue considerando que no puede asumir el coste de la creación de una tienda virtual, existe la posibilidad de agruparse con otros pequeños comerciantes o gremios, compartiendo y abaratando así su puesta en marcha y mantenimiento. Soluciones de código libre, como [Magento](#), permiten disponer de varias tiendas con una misma instalación, compartiendo o no la configuración o el diseño.

Si considera que el *eCommerce* puede ser una oportunidad, algunas de **las mejores soluciones eCommerce de software libre** son [Magento](#), [PrestaShop](#) (Mejor solución e-comercio Open-Source de 2010), [Zent Cart](#) y [osCommerce](#). Además, todos los CMS incluyen módulos para implementar tiendas virtuales, aunque no son las opciones más recomendables por sus limitaciones técnicas en *eCommerce*.

Además, hay una publicación que puede ayudarle en sus comienzos: "**Libro Blanco del Comercio Electrónico: Guía Práctica de Comercio Electrónico para PYMES**", editado por la [AECCEM](#) ([Asociación Española de Comercio Electrónico y Marketing Relacional](#)) con el apoyo del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. En él se recoge qué, cuánto y dónde se vende, y cómo y a quién podemos vender, e intentar disipar cualquier duda sobre si estar o no en Internet y vender o no en Internet es una opción para nuestras empresas.

Enlaces de interés incluidos en este artículo (por orden):

<http://www.ontsi.red.es/>

<http://www.ontsi.red.es/hogares-ciudadanos/articles/id/4877/estudio-b2c-2010.html>

<http://www.magentocommerce.com/es>

<http://www.prestashop.com/es/>

<http://www.zen-cart.com/>

<http://www.oscommerce.com/>

<http://www.libroblanco.aecem.org/>

<http://www.adigital.org/>

Autor del documento

Artículo elaborado por **ICTI Internet Passion**. Somos una agencia de servicios web e internet,



orientada a estándares y con fuerte especialización en gestión de contenidos, que pretende la mejora de la comunicación y la productividad de sus clientes públicos y privados, aportando nuestra experiencia y conocimiento, y orientándolos a obtener el máximo rendimiento de sus inversiones.

Licencia del documento

Copyright © 2010, ICTI Internet Passion

Publicado bajo licencia Creative Commons By – Sa (<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/2.5/es/legalcode.es>)

Usted es libre de:

- Copiar, distribuir y comunicar públicamente la obra.
- Hacer obras derivadas

Bajo las condiciones siguientes:

- Reconocimiento. Debe reconocer los créditos de la obra de la manera especificada por el autor o el licenciador (pero no de una manera que sugiera que tiene su apoyo o apoyan el uso que hace de su obra).
- Compartir bajo la misma licencia. Si transforma o modifica esta obra para crear una obra derivada, sólo puede distribuir la obra resultante bajo la misma licencia, una similar o una compatible.

Al reutilizar o distribuir la obra, tiene que dejar bien claro los términos de la licencia de esta obra.

Alguna de estas condiciones puede no aplicarse si se obtiene el permiso del titular de los derechos de autor.

Nada en esta licencia menoscaba o restringe los derechos morales del autor.