

CÓMO MONTAR UN NEGOCIO VIRTUAL

Estructura de un negocio virtual

Existen dos tipos de empresarios que abren sus tiendas virtuales en Internet. En primer lugar, encontraremos los propietarios de tiendas tradicionales que buscan abrir nuevos mercados y dan a conocer su oferta por la red. Luego, se encuentra aquéllos que intentan la aventura de abrir directamente su cibertienda. En el primer caso, el empresario tiene solucionado el tema legal y el del stock o las existencias de productos. Los nuevos empresarios tendrán que efectuar los trámites legales necesarios para ejercer una actividad comercial con venta a domicilio también tendrán que hacer sus declaraciones correspondientes para el pago de los impuestos y aranceles. Una de las cosas importantes que tenemos que decidir antes de montar una tienda es qué se quiere vender a través de Internet. En general, se busca productos que pueden ser enviados fácilmente y sin posibilidad de deterioro. En la actualidad existen productos que pueden incluso enviarse directamente a través de Internet. Es el caso de programas de ordenador, documentos y hasta música en formato MP3. Si se quiere vender productos muy voluminosos, frágiles o perecederos, necesitaremos un acuerdo especial con un transportista de confianza. En este caso, también se tiene que vigilar los costes de transporte, pues pueden convertir una aventura comercial en un negocio inviable. Las tiendas de más éxito en Internet venden discos, libros y otros objetos fáciles de enviar. Para empezar, es aconsejable elegir productos que no tengan un coste muy elevado, con el fin de poder hacer frente a los extravíos, si éstos se producen. Una vez elegido el tipo de tienda que se quiere abrir, a no ser que se tenga una tienda tradicional, hay que ponerse en contacto con un proveedor que pueda proporcionarnos los productos en un tiempo razonable, con el fin de poder enviarlos a los clientes sin mucha demora. La forma en la que se vende en Internet, permite mantener una tienda sin necesidad de disponer stock o almacén de productos. Si llegamos a un acuerdo con el proveedor, solamente compraremos cuando se reciba un pedido. De esta manera, no tendremos dinero invertido en existencias. Cuando tengamos resuelto los problemas legales y de logística (proveedores, transportistas y bancos), podemos comenzar a construir nuestro cibernegocio. En teoría, es posible montar una tienda virtual como una simple página web, sin embargo es conveniente utilizar servicios especializados que se ocuparán de aspectos tan peliagudos como la gestión de los pedidos y la seguridad de las transacciones. Además, de esta forma, no se necesitan grandes conocimientos de informática ni de Internet para llevar adelante nuestra tienda. En muchos casos bastará con saber utilizar el correo electrónico (*e-mail*) y un navegador de páginas web para poder realizar el mantenimiento de la tienda virtual. Existen numerosas empresas que ofrecen el montaje y mantenimiento de tiendas virtuales. Algunos, incluso se ofrecen a montar nuestra tienda sin coste alguno. Una tienda virtual en Internet consta, por un lado, de una serie de páginas con información tanto de la tienda como de los productos que se ofrecen en ella. Por otro lado, contiene un programa especial, que se suele denominarse *carrito de compra*, mediante el cual el cliente puede efectuar sus pedidos. A través de este programa el comprador escogerá la forma de pago y de envío del producto o productos que haya escogido. Los pedidos quedarán almacenados en el servidor o se notificarán por correo electrónico a una dirección que escojamos. Así podremos gestionar los envíos de los productos y los cobros. Existe la posibilidad de que los cobros se realicen de forma automática mediante un sistema concertado previamente con un banco. Mediante este sistema, el cliente solo tendrá que introducir la información de la tarjeta de crédito. Los clientes recibirán directamente en su cuenta la cantidad que corresponde al precio del producto o productos adquiridos, sin olvidar los gastos de envío y los impuestos. El problema de este sistema es que el banco o la institución financiera cobrará un porcentaje de la operación. En la actualidad, algunos bancos españoles ofrecen este tipo de servicios. Para informarse de cómo funcionan se puede dirigir a la empresa que va a montar la tienda virtual o al banco. Si se gestionan los cobros de forma manual, existen varias formas de pago. Una de las más utilizadas por las empresas de venta por correo es el sistema de pago contrarreembolso: el cliente paga al recibir el producto en su casa. Otra forma es la de la transferencia bancaria. El cliente transfiere o ingresa el dinero en nuestra cuenta y nosotros le enviamos el producto en cuanto el banco nos notifique que el pago ha sido realizado. También podemos recoger los datos de la tarjeta de crédito del cliente y llevarlo al banco para que efectúen el cobro. Para todas las operaciones de cobro, tenemos que asegurarnos que la tienda va a

disponer de transmisiones seguras a través de protocolos como el **SSL**. De esta forma, tendremos la certeza que nadie va a enterarse de los datos de las tarjetas o cuentas de nuestros clientes.

La seguridad es muy importante y casi se podría decir que es el corazón del comercio electrónico. No hay que olvidar que nuestra relación con los posibles clientes se basa en la confianza, ya que ellos no van a vernos sino que se van a encomendarse a un sistema informático anónimo para realizar sus compras. Con el fin de aumentar la confianza de los clientes es muy importante que, en la página web de la tienda, proporcionemos varias formas para que puedan ponerse en contacto con nosotros. Una dirección de correo electrónico, un teléfono y una dirección de correo postal don de poder dirigir dudas y reclamaciones suele aumentar las posibilidades de que los posibles compradores confíen en la tienda.

Para tener éxito ya sólo queda hacer publicidad de la tienda. Se pueden utilizar los mecanismos habituales en Internet como el intercambio de banners, la incorporación en las bases de datos de los buscadores mas utilizados y de los buscadores y directorios especializados en tiendas virtuales. También interesa incorporarse a los listados de estos servicios. Si hemos elegido encomendarnos a una empresa para crear en la tienda, ellos podrán informarnos de los métodos de promoción. Otra forma de conseguir clientes es incorporar la tienda virtual a un *Mall* (centro comercial virtual que reúne en una web distintos tiendas virtuales). Otro de los secretos para triunfar en una tienda on-line, eso ofrecen lo que se denomina valor añadido, es decir, no limitarse a la venta y ofrecen servicios que no pueden encontrarse en tiendas tradicionales. También para ganar clientes es ofrecer promociones especiales como regalos, descuentos o eliminar los costes de envío. Y finalmente, conviene dar mucha confianza al comprador mediante sistemas de compra segura y con múltiples vías de contacto para ponerse en contacto con los responsables de la tienda on-line.

APORTACIONES DEL COMERCIO ELECTRÓNICO A LA NUEVA ECONOMÍA

El proceso del comercio electrónico es el siguiente:

- El cliente consulta los productos y elige cuales quiere comprar.
- Realiza una petición de compra.
- El cliente introduce datos personales no bancarios a través de Internet.
- El cliente introduce sus datos bancarios, a través de una conexión segura.
- La tienda recibe la notificación del banco del pago efectuado por el cliente.
- La tienda envía el producto al cliente.

Éste es el proceso habitual del comercio electrónico.

Para ver la revolución del comercio electrónico en la economía, lo trataremos por apartados:

Financiación y bolsa

La nueva economía está provocando una revolución silenciosa en la financiación de las empresas. Bancos y empresas están locos por financiar proyectos de todo tipo para desarrollar empresas de nuevas tecnologías y de Internet. Este tipo de empresas ha provocado también una profunda convulsión en los mercados de valores, que están obligando a las autorizadas bursátiles a cambiar las normas de contratación y a crear nuevos mercados para empresas de alto crecimiento. También ha surgido una nueva casta: son los *business angles*, inversores particulares que financian proyectos en la Red.

Gestión

La principal característica de los cambios en la gestión que introduce la nueva economía es la rapidez. Todo funciona a la velocidad de Internet. Para triunfar hay que ser el más rápido. En poco tiempo, se crean empresas, salen a Bolsa y compran o se fusionan para crecer a velocidad de vértigo y ser líderes antes de ser

devorados por la competencia. El ciberespacio introduce nuevos métodos de gestión en todos los escalafones, elimina la concepción jerárquica de la empresa tal como la conocemos y se pasa de la gestión vertical a otra horizontal. Internet hace más lineal la relación jefe – empleado. Los nuevos gestores tienen una mentalidad, siempre abierta a los cambios permanentes. Las empresas tenderán a duplicar su gestión. Habrá dos responsables de cada departamento uno para el negocio tradicional y otro específico para la actividad de la empresa a través de Internet.

I + D

La investigación y el desarrollo son el *leitmotiv* de la nueva economía. Sin I + D nada de todo esto existiría. DE hecho, el e-commerce no es sino un avance más en el desarrollo de Internet, que, a su vez fue un paso frente de la revolución informática. Los nuevos éxitos del I + D ya están aquí. En breve asistiremos al nacimiento de la tecnología UMTS que permitirá conectarnos a Internet desde el teléfono móvil. El siguiente paso será la tecnología WAP, que hará posible todo tipo de operaciones bancarias, por ejemplo, a través del terminal.

Empleo

Históricamente, las nuevas tecnologías han soportado el sambenito de destruir empleo al sustituir la mano de obra humana por maquinas y robots. Al margen de tópicos, es una realidad constatable que el desarrollo de Internet ha revolucionado profundamente las relaciones laborales y los recursos humano. El nuevo trabajador que demanda la economía digital es un conocedor en la era del conocimiento. Se demandan expertos, en nuevas tecnologías y sobre todo, visionarios, capaces de prever por dónde va el futuro y anticiparse. Las relaciones laborales también cambian; se acabo el ordeno y mando, los formalismos y hasta las corbatas, de los que reniegan los cibertrabajadores. Ahora, las relaciones laborales son más lineales, de tú a tú. La falta de trabajadores cualificados para la economía digital ha convulsionado los sistemas de retribución, el cibertrabajador está muy bien pegado y mejor cuidado (stock options incluidas). Rige la relación *hazme rico que yo te haré a ti*. También el futuro de la selección de personal pasa por Internet. Ya están surgiendo empresas de Internet especializadas en encontrar ejecutivos y trabajadores en la Red. Son una especie de cibercazatalentos.

Costes

El ciberespacio ha hecho posible el anhelo de las tres bes: bueno, bonito y barato. La gran revolución del comercio electrónico es la reducción de costes al eliminar intermediarios que no aportan valor a la cadena productiva. No sólo hay menos intermediarios, Internet hace posible también que se optimicen los procesos y se produzca una reducción de las horas de trabajo realizadas de cada uno de los proceso productivos, lo que al final redunda de manera directa en el abaratamiento de los precios. El futuro pasa por los sistemas de subasta. El consumidor participa en subasta en la Red: pone el precio que quiere pagar y el ciberintermediario busca el vendedor que quiere vender a ese precio.

Agricultura

La agricultura y la ganadería parecen, a priori, los sectores menos proclives al uso de las nuevas tecnologías y de Internet pero esto sólo sería una primera impresión. Lo cierto es que cada vez son más las empresas del sector presentes en la Red. Los usos son diversos, por ejemplo, la compra de productos agrícolas o la venta de las cosechas. La compra electrónica puede suponer descuentos interesantes. Con todo, el número de agricultores y ganaderos enganchados a la Res es aún muy bajo.

Producción

Internet también está provocando una transformación en los métodos de producción. Lo más importante es

que desaparezca la producción en cadena y se sustituye por la producción bajo pedido o a la carta. Ahora aparece la empresa virtual o efecto rebote. La empresa se convierte en un receptor de nuestro pedido vía Internet, que lo rebota al fabricante de componentes; éste al ensamblador y desde aquí, al operador logístico, que los trae a casa. Esta concepción cambia totalmente la economía porque simplifica el proceso y abarata el producto. Este proceso será más ágil, más rápido, más flexible y permitirá eliminar los stocks. Los productos serán más personalizados. Los proveedores son los más amenazados por la introducción de Internet en las distintas áreas de gestión las grandes empresas están desarrollando sistemas que cambiarán drásticamente sus relaciones con los proveedores y redundará en la reducción de sus costes de producción. La empresa obtiene 3 ventajas con Internet: consigue el mejor precio, obliga a los proveedores a ser más competitivos y fomenta la transparencia, porque se evitan corrupciones y comisiones que, al final, repercuten en el coste final.

Logística y distribución

La logística es una pieza clave en el desarrollo del cibercomercio, dado que su éxito depende del servicio a domicilio. A partir de ahí surge la pregunta: ¿Los gastos de envío encarecen el producto hasta el punto de que no compense comprar en la Red?. El coste logístico es uno de los aspectos más importantes en la nueva economía. Donde ya existe una logística, se abarata, pero es cierto que el servicio a domicilio crea costes logísticos donde no había. No será fácil que el consumidor acepte los costes de envío y esto puede detraer el comercio electrónico. La nueva economía afecta de forma clara a las empresas logísticas, que no tendrán más remedio que realizar un gran esfuerzo para dar respuestas a un mercado que se caracteriza por su vertiginoso ritmo de crecimiento.

Marketing

La nueva economía crea un mercado y, por tanto, un nuevo marketing. Este nuevo marketing es más personalizado, frente al de la economía tradicional, que se dirige a una masa uniforme. El nuevo marketing es un marketing *one to one*, interactivo y en tiempo real. En Internet, la publicidad apela a la razón te dice las características del producto que quieres comprar, sin envolturas. En Internet, el consumidor es un acto que ya ha tomado la actitud de hacer una acción. La nueva publicidad completa el ciclo del interés publicitario (atracción, interés, deseo y acción). Las nuevas técnicas de marketing están basadas en la personalización para buscar la fidelización. Se trata de conocer los gustos y necesidades de cada cliente en cada momento y a lo largo de los años. La publicidad del futuro, hará un seguimiento activo y personalizado del cliente y del producto, en información personalizada sobre cambios y novedades.

PASOS INFORMÁTICOS

Instalar una tienda virtual en Internet no tiene porque ser una tarea complicada. En este caso hemos escogido la oferta del servicio Webshop de la empresa Ambit. Mediante este servicio podremos crear de forma gratuita una tienda con 25 productos. Solo se necesita un navegador para páginas web. Si se quiere ampliar el número de productos o incorporar otras funciones, hay que consultar a los responsables de Webshop:

- El primer paso es conectarse a la página web de Webshop:
www.ambitconsulting.com/paginas/webshop.htm. Luego se hará click en *Ahora su tienda gratis y comercialice sus productos en Internet ¡Ahora mismo!*.
- Se accederá a una página web que explica la promoción, así como las respuestas a algunas de las preguntas más frecuentes.
- Si se sigue leyendo en la página, aparecerá el formulario que se tendrá que rellenar con los datos personales (nombre, población, dirección, etc.).
- Se hará click en el botón Abrir la tienda ahora.
- A continuación, se hará click en el enlace Haga click aquí para enlazar con la nueva tienda.
- La siguiente página nos permitirá acceder al módulo de administración de la tienda on-line.
- Es recomendable incluir la página a la lista de Favoritos del navegador pulsando las teclas CTRL + D.

- Para entrar en el módulo de administración, se hará click en Aceptar.
- Enseguida aparecerá el módulo de administración. Desde aquí podemos realizar operaciones para crear y mantener la cibertienda. Como: recibir ayuda, crear los catálogos de los productos y agruparlos en familias, gestionar los pedidos de los clientes, personalizar el aspecto de la tienda, solicitar informes de todo tipo sobre los pedidos de los clientes y otras funciones como importar imágenes, etc.

Nota: para acceder al módulo de administración de la cibertienda es necesario una contraseña, que será la que hayamos introducido en el formulario de solicitud.

PASOS LEGALES PARA MONTAR UNA EMPRESA VIRTUAL

Lo primero que hay que tener presente es que el coste de un proyecto de esta índole siempre dependerá de la magnitud del mismo, pero, a modo orientativo, la inversión necesaria oscila entre las siguientes cifras:

- Un proyecto pequeño puede oscilar entre las 50.000 y las 700.000 pesetas de inversión inicial.
- Un proyecto de tamaño medio puede llegar a los 7 millones de pesetas.
- Un proyecto más grande ascenderá a los 10 millones de pesetas.

Pero, antes de tomar la decisión, deberemos estar seguros de poder ofrecer los siguientes aspectos:

- Contar con un sistema de distribución eficiente.
- Poder gestionar el cobro de cualquier producto a través de una tarjeta desde cualquier lugar del mundo.
- Emitir facturas en formato electrónico y la gestión de cobros corporativos.

QUÉ PASOS HAY QUE SEGUIR:

• Contratar un proveedor de servicios:

Una vez hayamos tomado la decisión de querer operar a través de la red, debemos disponer de un proveedor de servicios, que son conocidos con las siglas ISP(Internet Service Provider). Esta será la empresa que nos facilitará la conexión.

El servidor es el ordenador que contiene toda la información de nuestra web y debemos decidir si queremos contar con un servicio propio o ajeno. Si decidimos alojarlo en nuestra empresa deberemos contar con el personal técnico capacitado para mantenerlo.

Si lo alquilamos, es importante un buen servicio técnico y buena atención.

• Contratación de la línea telefónica:

Es muy importante también la contratación de la línea telefónica o de cable. Si prevemos miles de conexiones debemos contar con un gran ancho de banda para cubrir esta necesidad y agilizar el proceso de conexión.

• Contratación de un dominio:

A continuación, deberemos buscar el mejor nombre. En Internet tener un nombre significa tener un dominio, que debe corresponder o aproximarse lo más posible a nuestro nombre real. Existen los dominios de un país (es para España) y los globales para el mundo (.com para actividades comerciales, .net para empresas relacionadas de un modo u otro con Internet, .org para organizaciones y .edu para universidades). Los dominios deben registrarse a través de ES-NIC un servicio público prestado por el Centro de Comunicaciones CSIC RedIRIS, que se encuentra en la dirección www.nic.es. en esta web se explica todo lo necesario para

registrar un dominio español. Actualmente la tarifa de alta es de 12.000 pesetas y el mantenimiento anual es de 8.000 pesetas.

• **Diseño y construcción del web**

Una vez se hayan sopesado todos los elementos, llega el momento de diseñar la página web. El diseño de la web es muy importante ya que son muchas las personas que llegarán a la página web a través de Internet y, por tanto, la página funcionará como carta de presentación de la empresa.

Por este motivo y para que el acceso sea fácil y lo más rápido posible, hay unos puntos que se deben tener en cuenta a la hora del diseño:

- Se debe procurar impresionar con el contenido más que con la presentación.
- La web debe ser accesible para todos los navegadores y en todas sus versiones.
- La información para contactar con la empresa debe aparecer en cada página.
- Tenemos que plantearnos si interesa ofrecer información multimedia (imágenes, animaciones, audio, vídeo, etc.) o simplemente información textual. Hay que tener muy presente que la rapidez de consulta es una de las claves del éxito de una página web.
- Se debe simplificar el proceso y definir bien las imágenes, de esta forma bajarán más rápido.
- Los títulos de cada sección deben ser lo más descriptivos posible.
- Se deben incluir una descripción de todos las imágenes.

Una vez que se tenga la web debemos pensar que la competencia puede llegar de cualquier parte del mundo, por lo que es imprescindible hacer llegar a todos los sectores posibles la noticia de su aparición y renovar sistemática su contenido.

• **Solicitud para la certificación digital**

Para operar con tranquilidad dentro del mercado digital, es necesario un sistema de seguridad adecuado a las características de la red. En España las empresas deben obtener una Certificación Digital. Para conseguirla se requiere:

- **Una autoridad de certificación (AC).**
- **Una red de Autoridades Locales de Registro.**

Existen entidades autorizadas para expender el certificado digital además de las cámaras, tales como la Fábrica Nacional de Moneda y Timbre, el Colegio de Notarios, la Agencia de Certificación Electrónica, entre otros. El servicio que ofrecen las Cámaras de Comercio en España se denomina **Camerfirma**. Cada Cámara actúa como Autoridad Local de Registro y el Consejo Superior de Cámaras, que las representa, actúa como Autoridad de Certificación y como interlocutor internacional. El Consejo, sin embargo, no expide certificados a particulares que no realicen gestiones a través de la red dentro del marco de su empresa. La integración de **Camerfirma** en la red internacional de Certificación de las Cámaras de Comercio (*ChamberSign*) permitirá que los Certificados Nacionales tengan validez internacional.

El certificado digital se convierte así en el documento de identidad digital imprescindible para:

- **Identificarse delante de terceros.**
- **Firmar documentos electrónicamente.**
- **Evitar la suplantación de identidad.**
- **Proteger la información tramitada**
- **Asegurar la irrefutabilidad de los compromisos adquiridos.**

LEGISLACIÓN ESPAÑOLA SOBRE EL COMERCIO ELECTRÓNICO

Aunque la legislación española no contempla el caso específico de correo electrónico, para crear una tienda virtual podemos acogernos a las leyes y normativas que regulan la venta a distancia o por correspondencia. El primer paso es la solicitud de alta en el IAE (Impuesto de Actividades Económicas) como comerciantes minoristas. Si se va a vender en el extranjero, se deberá también solicitarlo. Naturalmente, para el funcionamiento legal de la tienda, habrá que abonar los impuestos correspondientes y realizar las declaraciones del Impuesto del Valor Añadido (IVA) que corresponda. Es muy importante informarse de las normativas, tanto europeas, como españolas, que regulan el comercio a distancia en general y el comercio electrónico en particular. Existen numerosos documentos sobre este punto, que protegen tanto, al consumidor como al vendedor. Un buen punto de referencia a este respecto es la página web de Contract Soft, donde se encuentra mucha información sobre el comercio electrónico.

Concretamente, en www.onnet.es/08001.htm se puede encontrar una lista de normativas sobre el comercio electrónico. También es buena ayuda consultar a organismos oficiales o abogados que puedan ayudar a resolver los entresijos legales. Es conveniente, además, estar al día con las noticias ya que la legislación que concierne al comercio electrónico cambia. Si se ha contratado el montaje de la tienda a una empresa, su departamento legal también puede echarnos una mano. Téngase en cuenta que una transacción electrónica es un contrato entre el comprador y el vendedor. En el momento en que el cliente realiza una compra, este contrato debe aparecer de forma explícita y debe cumplir unas normas mínimas, de manera que el comprador sepa qué tipo de operación está realizando.

DIRECCIONES WEB DE INTERÉS

Dentro de la propia red Internet podemos encontrar multitud de empresas dispuestas a ocuparse de la apertura de una tienda en Internet. Es posible que los proveedores de acceso puedan ofrecer este servicio o recomendar una empresa que ayude. En todo caso, existen empresas especializadas en este tipo de actividad. Estas son algunas de las más conocidas:

Rapid Site: www.rapidsite.es/comercio.html

Esta empresa ofrece un servicio completo de hospedaje de páginas y otros servicios de Internet para empresas. Entre ellos la opción de montar tiendas virtuales con la última tecnología.

Webshop: www.ambitconsulting.com

La empresa Ambit ofrece su servicio de hospedaje de tiendas on-line de forma gratuita por tiempo limitado. Estas tiendas no deben ofrecer más de 25 artículos.

Páginas Amarillas: www.páginas-amarillas.es/de_compras/

También Páginas Amarillas ofrecen montar de forma gratuita una tienda en Internet. Además se formará parte de su centro de tiendas virtuales.

Arrakis: www.arrakis.megastore.com

El proveedor de Internet Arrakis también posee experiencia en la realización de tiendas virtuales. Ofrecen servicios diversos, que incluyen, por ejemplo, la promoción de la tienda.

Tiendanet: www.tiendanet.com

Centro comercial virtual que ofrece un servicio para abrir tiendas en Internet. Se puede suscribir a una lista de

correo sobre comercio electrónico.

Hipertienda: www.hipertienda.com

Otro centro comercial virtual asociado con instituciones financieras. También ofrecen servicios de creación de comercio virtual. Existen promociones para estudiar la viabilidad de proyectos.

Programas y sistemas para la creación de tiendas virtuales:

Cestanet: www.tiendanet.com/cestanet/

Ab-shop: www.ab-shop.com

TIENDAS VIRTUALES DE TODO TIPO

Existen páginas web a través de las cuales se pueden comprar los artículos más inverosímiles:

www.todomarico.com: El mejor marisco de Galicia.

www.hugestore.com: Todo tipo de prendas de vestir.

www.pfizer.com: A la venta, productos de farmacia.

www.barrabes.com: Venta de artículos de deporte.

www.wines.com: El vino también se vende a través de la Red.

www.elcorteingles.com: La tienda en casa.

www.iure.com: Amplia librería jurídica

www.bol.com: Una de las más grandes librerías virtuales.

www.el-tintero.com: Venta de material de oficina y papelería.

www.postalycard.com: Para comprar y mandar postales personalizadas.

www.medical-shopping.com: Venta de productos homeopáticos.

www.petsmart.com: Venta de todo tipo de mascotas.

www.royal.gor.uk: Venta de recuerdos de la familia real británica.

www.carbuyer.com: Venta de coches de toda clase, pero sólo se pueden adquirir en EE.UU.

www.candydirect.com: Para comprar caramelos de todas las clases y personalizarlos.

www.swissarmydeprt.com: La tienda de navajas suizas por excelencia.

www.mossad.net/la-tienda: Venta de artículos de espías.

CASO PRÁCTICO DE COMERCIO ELECTRÓNICO: TIENDAS ON-LINE

Estar al día de las últimas novedades editoriales y tener en sus manos las publicaciones más recientes es ahora mucho más fácil gracias a Internet. Puede que alguna vez los internautas nos hayamos encontrado la obra que nos interesaba, o que esta se encontraba agotada. Es posible que hayamos estado buscando durante un buen rato, recorriendo las estanterías del establecimiento sin encontrar lo que buscábamos. Utilizando las librerías on-line podemos ahorrarnos horas de búsqueda y recibir nuestras obras favoritas en nuestra propia casa. Las librerías en Internet pueden considerarse como una de las actividades pioneras en el mundo de comercio electrónico. Páginas como la veterana y famosa Amazon llevan ya mucho tiempo ofreciendo sus títulos a cualquier parte del mundo con la mayor seguridad. Quizás el que el libro sea un objeto fácilmente transportable y con un valor económico no muy elevado, ha facilitado el desarrollo de este tipo de negocio.

Librerías en Internet: un negocio de moda

Al principio los principales clientes de este tipo de librerías eran profesionales o aficionados a la informática en busca de libros técnicos que solamente se editaban en Estados Unidos.

Poco a poco, el resto del público aprendió a apreciar las ventajas de adquirir libros utilizando la red Internet. En estos momentos son muchas las empresas de todo el mundo que ven como un negocio redondo la apertura de una librería en Internet. Algunas de ellas son librerías tradicionales que buscan no perder el ritmo con los avances tecnológicos. En otros casos, son librerías puramente virtuales que no necesitan locales ni dependientes para realizar sus ventas, haciendo la competencia a las librerías de toda la vida.

Ventajas de comprar libros por Internet

Existe una serie de ventajas para el que compra libros por Internet. La primera es, obviamente, la comodidad. No solo la que se supone no tener que desplazarnos hasta la tienda para comprar los libros, sino también las que proporcionan las herramientas que ofrecen las librerías on-line. Una de estas facilidades es la posibilidad de búsqueda. Introduciendo el nombre de autor o el título u otros detalles como el género, podemos ver una lista de libros en la que escogeremos lo que interesa. Además, podemos acceder a una ficha, muchas veces ilustrada con la portada del libro, en la que consultaremos detalles como el número de páginas, el año de edición, y hasta un resumen o incluso críticas escritas por otros compradores sobre la obra. Esto nos permite tener a nuestra disposición toda la información necesaria de acudir a la tienda para ojearlo. Si lo que queremos es una sugerencia, casi todas las páginas web que hemos visitado nos ofrecen una lista de novedades llegados a la librería. En ocasiones podemos utilizar un servicio de lista de correo mediante el cual los responsables de la librería nos envían mediante correo electrónico (*e-mail*) noticias sobre el lanzamiento y novedades.

Otro factor interesante de estas páginas web es el precio ya que muchas de ellas ofrecen un descuento. En el caso de las librerías españolas, éste no puede ser mayor que el permitido un cinco por ciento (5%). Sin embargo, las librerías americanas ofrecen en ocasiones precios muy interesantes, principalmente gracias al ahorro en gastos de todo tipo que consiguen este tipo de librerías, con lo que pueden ajustar los márgenes de beneficio y ofrecer mejores precios a sus clientes. En ocasiones, la librería ofrece algún regalo o gastos de envío gratuitos, con lo que no solamente debemos fijarnos en el precio del libro para ver cual nos conviene más.

COMPRAR LIBROS POR LA RED

1. – Cómo comprar paso a paso

El mundo de las librerías electrónicas es un buen campo para empezar a explorar el comercio electrónico. La ventaja es que los libros no son productos caros y si no confiamos mucho en el funcionamiento del comercio electrónico, no perderemos mucho dinero en caso de que la operación no resulte. Comprar libros por Internet no es un procedimiento muy complicado. De todos modos, en la mayor parte de las librerías virtuales se incluye una opción, normalmente titulada *Cómo comprar*, en la que se explica al usuario el proceso de forma

detallada. A continuación vamos a explicar, paso a paso, como se compra un libro, por ejemplo, *El Quijote* de Miguel de Cervantes, en una librería on-line como la de *El Corte Inglés*:

- Realizamos una búsqueda introduciendo el título, autor, editorial y el ISBN (puede obviarse algún campo) y hacemos click sobre *Buscar*.
- A continuación, aparecerá en pantalla el resultado de la búsqueda, que muestra el título, autor y precio. Hacemos click sobre el título y aparece una ficha detallada del libro que nos muestra el número de páginas que tiene, el tipo de encuadernación, formato, etc.
- Para añadir el libro a nuestra cesta de compra, hacemos click sobre el icono de carrito de compra. En pantalla aparecerá el contenido de nuestra cesta de la compra. Confirmamos que queremos hacer el pedido, pulsando sobre el icono *Tramitar pedido*.
- Después nos piden que nos registremos como clientes y nos muestran una plantilla en la que tenemos que introducir los datos correspondientes, aparece en pantalla un mensaje que confirma que los datos han llegado correctamente.
- Después hacemos click sobre el icono *Continuar* y aparece un formulario en el que tenemos que indicar la forma de pago que queremos utilizar. Por último aparece un mensaje que nos indica que nuestro pedido se ha efectuado correctamente.

2. – **Precios**

Tenemos que tener en cuenta que en algunos casos los precios que anuncia la librería on-line no incluyen el 4% de IVA. Esto ocurre por ejemplo en el Buscón (www.elbuscon.com) o en Los Libros (www.loslibros.com), el comprador debe cerciorarse de que el precio anunciado es el precio total, porque lo que a primera vista puede ser el precio total, porque lo que a primera vista puede parecer un *ofertón*, no es nada del otro mundo. Vamos a comentar el sistema de precios de El Buscón porque plantea unas opciones distintas a las del resto de librerías virtuales.

Para entender su funcionamiento, primero tenemos que explicar que esta librería funciona como una cooperativa, de la que cualquier persona mayor de edad puede hacerse socio adquiriendo, al menos, una acción de la cooperativa, cuyo valor es 4 euros. En principio, se abona en cuatro pagos anuales de 1 euro (166,386 ptas.), excepto el último recibo en el que suman los gastos de procedimiento (7%). Los socios se benefician de una serie de ventajas, entre las que se encuentran los precios especiales para los libros que adquieran. Por ejemplo el libro *Cien años de soledad* en esta librería on-line cuesta normalmente 2.900 Ptas. El Buscón tiene un precio especial de 2.754 ptas para cualquier cliente, pero los socios se benefician de un precio Club El Buscón de 2.609 ptas.

3. – **Descuentos y ofertas**

En nuestro país las librerías on-line tienen una limitación a la hora de hacer descuentos en libros, por ley el porcentaje de descuento no puede ser superior al 5%.

En este sentido las librerías virtuales no pueden competir con gigantes como Amazon o Barnes & Noble que llegan a ofrecer descuentos de hasta el 50%. En la página principal de El Buscón el anuncio de descuentos que iban desde el 10% al 50%, pero esta oferta sólo es válida para los socios de esta cooperativa (*Redalia Cultural*). Por otra parte, en otras librerías, se puede encontrar enlaces específicos que llevan al comprador directamente a la selección de ofertas propias de la librería. Por ejemplo, la Casa del Libro (www.casadellibro.com) dispone de una opción titulada *Selección Casa del Libro* que recoge 79 títulos a los que se aplican un 5% de descuento, o la opción *Oferta del mes* que permite adquirir un libro a un precio reducido. El Corte Inglés compensa a los clientes que adquieran un libro con regalos, por ejemplo, por la compra de un libro te obsequian con un CD-ROM sobre España.

4. – **Gastos de envío**

Comprar on-line nos aporta dos ventajas fundamentales: Comodidad y ahorro de tiempo. No tenemos que movernos de casa para adquirir un producto y podemos emplear el tiempo en otro tipo de ocupaciones. Pero el gran inconveniente de comprar un libro on-line, es que el coste se incrementa por los gastos de envío. En algunos casos el precio aumenta sobremanera, por ejemplo, los gastos de envío en Aimara (www.aimara.com) son 910 Pts, Sin embargo en otros como es el caso de Crisol (www.crisol.es) o Interbook (www.interbook.net) los gastos de envío son gratuitos, si a esto le sumamos un pequeño descuento del 5%, entonces nos beneficiamos de un número mayor de ventajas: comodidad, ahorro de tiempo y ahorro de dinero. Otras librerías ofrecen gastos de envío gratuitos, pero bajo una serie de condiciones.

Por ejemplo Soriano Librerías (www.interlinb.net/soriano) no cobra gastos de envío si el pedido se hace en Valencia, El Buscón pone como condiciones que el pedido supere las 5.000 ptas y la Casa del Libro exige que, como mínimo, se compren dos libros. Pero lo normal es que los gastos de envío suelen ser de unas 500 o 600 pesetas aproximadamente.

5. – **Búsquedas**

Si al consumidor le interesa un libro concreto y conoce por ejemplo solamente el título, podrá averiguar más datos del libro que le interesa introduciendo el título en el apartado de búsquedas, del que disponen todas las librerías on-line, y pulsando la tecla *Intro*. Esta operación llevará a una lista en la que aparecen los resultados obtenidos y el consumidor podrá seleccionar la edición que le interesa del libro en cuestión. Sin embargo, algunos sistemas de búsqueda son un poco *caprichosos*. Por ejemplo, el de Soriano Librerías solamente reconoce la búsqueda por autor, este hecho obliga a perder tiempo dinero, pues la conexión es más larga, haciendo pruebas hartas que por fin se deduce que sólo acepta datos de autores. Los sistemas de búsquedas finalmente llevarán hasta una ficha en la que *normalmente* aparecen todos los datos del libro (título, autor, ISBN, editorial, precio, fecha de publicación, número de páginas, formato, etc.).

Sin embargo, se han detectado en algunos casos los datos que recogen las fichas son muy *pobres*. Por ejemplo, en las fichas de los libros de la librería on-line Ojanrugen (www.ojanrugen.com) no aparece el nombre de la editorial ni el ISBN, por tanto no tenemos forma de saber que el libro que aparece en esa ficha es el que realmente ha buscado el consumidor.

6. – **Cómo pagar**

Casi todas las librerías virtuales admiten pagos a través de tarjeta de crédito, transferencia bancaria, cheque bancario o giro postal. Si el comprador opta por la compra a través de tarjeta de crédito (normalmente se aceptan Visa y Mastercard) tendrá que introducir en el formulario de pedido el número de la tarjeta de crédito y la fecha de caducidad. En la actualidad casi todos los servicios de comercio electrónico disponen de un servidor seguro que garantiza al usuario que sus datos privados entran en una zona segura y protegida. Sin embargo, algunas librerías on-line no disponen de servidor seguro (SoloLibros, Cervantes, Ojanguren, Soriano Librerías y Libronet). En estos casos, lo recomendable es elegir otra vía para formalizar el pago (transferencia, giro postal, etc.) que no sea la tarjeta de crédito. Las Librerías Ojanrugen no disponen de servidor seguro, así que los autores de este trabajo nos pusimos en contacto con ellos, vía e-mail, para ver que otras alternativas nos daban. Para nuestra sorpresa nos contestaron que resulta más fácil localizar y grabar una llamada de teléfono que identificar la numeración de una tarjeta de crédito a través de Internet.

7. – **Confirmación en la recepción del pedido**

Cuando se realiza los pedidos de los libros, en algunos casos se envía un correo electrónico (*e-mail*) confirmando que han recibido el pedido. No todos envían esta confirmación, y en algunos casos la envían, cuando en realidad han tenido problemas en la recepción de nuestros datos. Por ejemplo, en la falta de datos en los formularios de solicitud de pedidos, bien puede tratarse de un error de diseño o de la aplicación de la base de datos encargada de extraer la información que envía el comprador. También puede deberse a que el

comprador no ha enviado datos importantes como la población, el país, forma de pago u otro dato importante para la librería.

8. – Si no se encuentra el pedido

La gran mayoría de las veces, las búsquedas de los libros en las librerías on-line suelen fructificar. Aunque muy pocas disponen de todos los libros que le interesan al consumidor electrónico, ya que el mercado potencial de Internet es muy grande. Casi todas las librerías on-line disponen de una opción a la que los usuarios pueden recurrir para solicitar información sobre los libros que no encuentran.

En algunas librerías, los responsables envían por vía e-mail al consumidor la disponibilidad y el precio de los libros que solicita y no ha encontrado. En otras, sin embargo, esta atención al cliente suele ser muy poca o nula.

Análisis de 18º Páginas Webs de Librerías en Internet

En este análisis vamos a calificar la calidad de las páginas web que aparecen en la red Internet sobre librerías on-line. La nota de calidad se refiere a los contenidos y a su actualización. También se indicará la dirección de la página web a la que se hace referencia.

1er Puesto

Amazon

Amazon es la pionera en el campo de las librerías por Internet, y esa veteranía y experiencia se nota. Al entrar en su página principal podremos ver los numerosos servicios que ofrece Amazon para los apasionados de la lectura y para otros clientes que pueden adquirir películas de vídeo u otros productos como juguetes o aparatos electrónicos. En la sección de libros podemos realizar búsquedas utilizando un sistema potente y fácil de usar en su inmensa base de datos. Las fichas de cada libro son muy completas con críticas de los lectores y consejos para la compra de libros similares. Podemos buscar libros en español y existe una ayuda en este idioma. Lástima que esté en inglés.

Calidad : Notable

Dirección on-line: www.amazon.com

2º Puesto

Interbook

La librería Interbook ofrece una buena selección de libros con fichas bastante completas y documentadas. Podemos examinar una lista de libros para oposiciones, de informática y de literatura en general. La página ofrece múltiples sugerencias y opciones para encontrar los libros que nos interesan. Además de un servicio de búsqueda, puede recibir consejo sobre mis lecturas mediante la opción tu librero en línea. En ella podremos buscar libros conociendo sólo algunos datos o podemos recibir recomendaciones seguir nuestros intereses y preferencias personales.

Calidad : Notable

Dirección on-line: librería.interbook.net

3er Puesto

El Corte Inglés

Dentro de su tienda virtual, el Corte Inglés nos ofrece una completa sección dedicada al mundo del libro. La experiencia de esta empresa en la venta a domicilio y en la venta por Internet, se refleja en estas páginas. En las características más destacadas están el eficaz sistema de búsqueda y las fichas de los libros, en las que podemos encontrar, además de la información habitual, está la sinopsis, opiniones de lectores y una lista de obras del autor. También existe la opción de acceder a una ficha sobre el escritor muy completa. Mención especial merece las ofertas y los regalos por realizar compras.

Calidad : Notable

Dirección on-line: libros.elcorteingles.es

4º Puesto

Barnes and Noble

Barnes and Noble es la principal competidora de Amazon en el mercado de librerías virtuales en Estados Unidos. Su diseño es algo más caótico que el de su rival y su motor de búsqueda no es tan potente, pero en otros apartados como el contenido de las fichas de los libros tiene poco que envidiar. Sin embargo, esta librería se queda atrás al tener menos títulos disponibles que su rival y al no ofrecer sistemas de ayuda en español, muy útil para una página en inglés. Tampoco se puede encontrar títulos en español mientras si que se puede encontrar en Amazon.

Calidad : Notable

Dirección on-line: www.barnesandnoble.com

5º Puesto

Casa del libro

La Casa del libro es otra de las grandes librerías tradicionales que ha decidido ofrecer sus servicios a través de la red Internet. En su página web es posible consultar el catálogo de esta librería utilizando distintos métodos. El más directo es acceder al directorio de temas de la página principal. También se puede realizar búsquedas por autor o títulos, ver una selección de libros recomendados o consultar las ofertas. El número de títulos disponibles no es demasiado grande y la ficha, francamente pobre. Sin embargo, se ofrece un chat sobre temas literarios, una lista de correo y una sección de noticias. Los responsables de la Casa del Libro nos ofrecen su propia selección de libros.

Calidad : Bien

Dirección on-line: www.casadellibro.com

6º Puesto

CCV

El Centro Comercial Virtual ofrece una serie de productos que podemos adquirir directamente desde Internet. Entre estas secciones, la de los libros está especialmente cuidada. En la página principal podemos acceder a distintas secciones como la de los libros de informática o publicaciones infantiles. También encontraremos una sección dedicada al mundo del cómic. Si buscamos un título concreto tenemos a nuestra disposición la

herramienta de búsqueda, aunque es difícil de usar y poco eficaz. La ficha de los libros es bastante completa e incluye el número de identificación ISBN y hasta el tamaño y tipo de encuadernación. También se puede ver los últimos libros publicados.

Calidad : Bien

Dirección on-line: www.ccv.es/ccvseguro/libros

7º Puesto

El Buscón

La del Buscón es una iniciativa única dentro de las librerías virtuales españolas que hemos visto. A través de unas condiciones especiales y haciéndonos socios por una pequeña cuota, podemos acceder a unos descuentos superiores a los habituales. La cantidad de títulos a disposición no es aun muy grande pero se actualiza continuamente con las últimas novedades. El sistema de búsqueda es bueno, aunque cuesta un poco encontrar los títulos. La información sobre los libros es muy completa y existe una sección de crítica, tanto de profesionales como de lectores.

Calidad : Bien

Dirección on-line: www.elbuscon.com

8º Puesto

Crisol

La librería virtual Crisol es una de las más veteranas en España con un año de presencia en la red. En sus páginas podemos encontrar buenas ofertas y mucha información sobre libros, con sinopsis y en algunos casos con una crítica. Desde la página principal se puede acceder a una selección de títulos realizada por los clientes de la tienda. Se pueden encontrar errores en fichas de libros con más de un autor y algunos problemas con la herramienta de búsqueda. Además, la disponibilidad de títulos no es demasiado amplia.

Calidad : Bien

Dirección on-line: www.crisol.es

9º Puesto

Aimara

Aimara es una librería virtual que agrupa todos sus servicios en una sola página. En ella se puede acceder a todas las secciones: buscar un libro, ver las ofertas, ver la lista de los más leídos y hacer pedidos especiales. La presentación y el diseño de las páginas de Aimara es uno de sus puntos fuertes. También podemos informarnos de la forma de pago. Los responsables de la librería presumen de disponer de más de 1.300.000 libros, aunque esto no se puede constatar. El sistema de búsqueda no es de los mejores y las fichas de los libros algo simples. Además, en alguna de ellas, falta el nombre del autor.

Calidad : Bien

Dirección on-line: www.aimara.com

10º Puesto

Los libros.com

Esta página web es un buen punto de información, para apasionados de la literatura. En ella se puede encontrar información de todo tipo sobre el mundo literario. Hay enlaces a lista de ventas, críticas de los periódicos y un boletín que se puede recibir por correo electrónico (e-mail). La página principal contiene una lista de novedades con comentarios bastante extensos sobre ellas. Lástima que luego, a la hora de consultar la ficha, nos encontremos con poca información. Sin embargo, el sistema de búsqueda es eficaz.

Calidad : Bien

Dirección on-line: www.loslibros.com

11er Puesto

Libroshop

Libroshop es una sencilla tienda on-line dedicada al mundo de los libros que ofrece casi todas sus funciones desde la página principal. Éstas no son muy abundantes, pero contienen los apartados habituales como el de búsqueda, las novedades, la lista de los más vendidos y una sección de opinión. El sistema de búsqueda es bastante completo, pudiendo acceder a la búsqueda es bastante completo, pudiendo acceder a la búsqueda avanzada. Si no encontraremos el libro que buscamos por título o por autor, pero puede dar problemas con obras de autor, pero puede dar problemas con obras de autor concreto. Sin embargo, la búsqueda por título es más eficaz. También se puede ver un resumen del argumento de las últimas novedades en libros.

Calidad : Bien

Dirección on-line: www.libroshop.com

12º Puesto

Ojanguren

Las librerías más tradicionales y añejas también se atreven a asomarse a Internet. Este es el caso de la librería Ojanguren, fundada allá por el año 1855 en Oviedo, que ofrece catálogo de libros a través de la red Internet. Aunque el diseño es sencillo y con pocas pretensiones, en sus páginas se puede encontrar las funciones básicas de una librería virtual. Tiene un extenso catálogo de títulos disponibles y la facilidad para realizar búsquedas es muy buena. No tiene servicios como sección de noticias o de chat y las fichas de los libros no son muy completas y, lo que es más importante, no posee un servidor seguro para las compras

Calidad : Bien

Dirección on-line: www.ojanrugen.com

13er Puesto

Librería Cervantes

La librería Cervantes es otra librería virtual ovetense, que ofrece servicios de venta por Internet de su extenso catálogo de títulos. Los servicios de la Librería Cervantes son accesibles desde la página principal. La base de datos de la librería es muy amplia, pero la información que proporciona de cada libro es muy escasa y hasta se

pueden encontrar algunos errores en las fichas. Entre las secciones interesantes se puede encontrar una de noticias, además de una lista de los más vendidos. Una laguna muy importante es que no ofrece servidor seguro.

Calidad : Bien

Dirección on-line: www.las.es/Cervantes/

14° Puesto

Libronet

La página web de Libronet está dedicada al mundo del libro. Parte de ella ofrece información actualizada de los acontecimientos editoriales con entrevistas a autores y reseñas. Accediendo a la revista desde la página principal, se puede incluso escuchar declaraciones y entrevistas. La parte de la venta de libros está algo más descuidada. Los títulos son algo escasos y el contenido de las fichas de cada libro no es muy completo. Las búsquedas tampoco son muy eficaces y fallen en numerosas ocasiones.

Calidad : Bien

Dirección on-line: www.libronet.es

15° Puesto

La Central

La Central también ha decidido ir más allá de las estanterías y ofrecer por Internet los libros que tiene en sus almacenes. El diseño de la página, que puede verse en castellano, catalán o inglés, es realmente sencillo ofreciendo los servicios habituales en una librería virtual, aunque con menos eficacia que otras páginas. Existen serias lagunas en su catálogo, sobre todo en lo que se refiere a literatura extranjera y ofrece una escueta ficha sobre los libros que están en su base de datos. Las búsquedas son sencillas de realizar pero poco eficaces.

Calidad : Bien

Dirección on-line: www.lacentral.com

16° Puesto

Soriano Librerías

Esta cadena de librerías valencianas ofrece una pagina web que pretende meternos dentro de la literatura. No en vano, al abrir la página principal, se puede ver una selección de portadas de libros que recomiendan los responsables de la librería. Esta página web ofrece bastante información sobre cada libro, proporcionando una ficha con una buena cantidad de datos útiles. Sin embargo, las búsquedas o el sistema de pedido no están a la altura con respecto a otras páginas.

Calidad : Suficiente

Dirección on-line: www.interlib.net/soriano

17° Puesto

Sololibros

Sololibros es una librería virtual con ambiciones, pero que, le falta todavía bastante camino por recorrer. La presentación de la página es impecable, en su página principal presentan un servicio de ayuda interesante para el usuario que explica cómo realizar la compra y otro sobre cómo encontrar el libro que nos interesa tratar. También se puede ver una lista de recomendaciones con una pequeña ficha. Sin embargo, se puede encontrar problemas a la hora de realizar las búsquedas. En cuanto a los títulos disponibles, fallan sobre todo en lo que se refiere a los autores extranjeros modernos.

Calidad : Suficiente

Dirección on-line: www.sololibros.com

18º Puesto

Novelae

En esta página, disponible también en inglés, se puede acceder a un catálogo de libros que contiene, según sus responsables, más de 150.000 libros. Entre ellos hay una interesante colección de facsímiles para coleccionistas con diversas reproducciones de mapas y publicaciones antiguas. También se puede encontrar una sección con las últimas ofertas. En cuanto a literatura moderna, tienen pocos títulos. El sistema de búsqueda es eficaz pero es demasiado limitado. Sólo se puede buscar por título, autor o editorial. No tiene una clasificación por temas y las fichas de los libros no son muy completas.

Calidad : Suficiente

Dirección on-line: www.novelae.com