


## RESUMEN PARA PRENSA

 Los puntos más relevantes  
de cada capítulo

Una modesta guía elaborada  
con la intención de **facilitar**  
la labor de los medios de  
**comunicación**

## ENTREVISTA CON EL AUTOR

VÍDEO Y ESCRITA



SOLICITA  
TU EJEMPLAR  
639 149 886

ALMUZARA  
EDITORIAL

ALMUZARA  
EDITORIAL

*Por qué fracasan tantos negocios **online**  
y qué hacer para que el tuyo tenga **éxito***

---

# Introducción

---

Siempre me ha llamado la atención la gran distancia que se para la percepción popular de los negocios Online, en Internet, y la realidad de los mismos.

Un negocio Online implica contar con los conocimientos necesarios para poner en marcha un proyecto cualquiera, más **un conocimiento del medio Online, Internet y la cultura de compra en este medio.**

Si te estás planteando poner en marcha un negocio Online y no cuentas con la experiencia y los conocimientos básicos para la puesta en marcha de un negocio, deberás trabajar muy duro para preparar el proyecto antes de empezar, un buen plan de negocio y un pormenorizado estudio de mercado.

Si no tienes experiencia en el mundo Online o no eres un cliente habitual de este canal, adquiere cuanto antes los hábitos y la experiencia en el mismo, busca y compra en Internet los productos que consumes habitualmente, empápate de la cultura de compra Online que tan importante será para tu proyecto.

Si no eres un especialista en marketing online busca una empresa que te asesore y te ayude con el arranque de tu proyecto. Un negocio Online no funciona sin MARKETING, sin campañas de publicidad.

**Recuerda:** borra de tu mente los mitos sobre los negocios Online. No son sencillos ni baratos, requieren cualidades y conocimientos muy específicos que deberás adquirir lo antes posible, además de un fondo de capital suficiente para poder mantener el negocio activo hasta conseguir llegar a la rentabilidad del mismo.

Este libro, escrito desde la experiencia, quiere hacerte reflexionar sobre aspectos importantes en la planificación de tu proyecto Online, desmontando mitos generalizados para este tipo de negocio y ofreciéndote las herramientas necesarias para que, con trabajo y esfuerzo, puedas tener éxito en la aventura de emprender.

*“Empieza pequeño, piensa grande, y crece rápido”*

Borja Pascual

---

## Sobre el autor

---

**Borja Pascual Iribarren**, Navarra (España) 1974.

Aunque informático de profesión siempre ha estado dedicado a la puesta en marcha y gestión de proyectos empresariales.

Actualmente es el Director general de Gruporum, grupo de empresas que engloba a más de 15 sociedades dedicadas a ofrecer servicios para empresas y profesionales.

Presidente de **ANELCE**, Asociación Española de Empresas Low Cost, de **ANAGAP**, Asociación Nacional de Asesorías, Gestorías, Administraciones de fincas y Despachos profesionales.

Preside también la recién estrenada asociación **ANEREA**, Asociación Nacional de Nuevas Empresas, Roamers, Emprendedores y Autónomos. Un nuevo modelo de asociación, con el que atender y dar respuesta a las necesidades específicas de los emprendedores.

### ▼ OTROS LIBROS

“**Ahorra o Nunca**” Los Libros del Olivo (2013) un manual para las finanzas personales.

“**Empresario o Emperdedor**” Los Libros del Olivo (2014) una guía fundamental para emprendedores.

*Ambas obras reeditadas en 2017 Editorial Editatum*

---

## Desmontando mitos

---

Es muy frecuente escuchar lo sencillo que es crear un negocio en Internet, la poca inversión que requiere y la gran rentabilidad que genera. Nada más lejos de la realidad.

1. Cualquiera puede montarlo...
2. Mi primo es informático y me hace la web
3. No requiere mucha inversión
4. Lo importante es tener una web bonita
5. Lo pongo en marcha y ya irán llegando los clientes
6. No tengo que darme de alta
7. Sólo con mis amigos de Facebook ya tengo suficiente
8. Dedicándole unas horas libres es suficiente

**Recuerda:** Son solo mitos...

---

## Negocio Online ¿Puro o mixto?

---

Si ya tienes tu negocio tradicional y estás pensando en ofrecer también tus productos o servicios por internet, tienes una parte importante del negocio hecha.

Sin embargo, si tu negocio va a ser sólo en Internet y empieza de cero, deberás de conocer, además de las particularidades de la venta Online, todo lo referente al negocio que vas a emprender.

**Recuerda:** Analiza ventajas e inconvenientes.

---

# Peculiaridades negocio en Internet

---

- **Terminología de Internet**

Todas esas palabras propias del sector que debes conocer para moverte como pez en el agua.

- **El portal web: atractivo, confiable, usable.**

Programación, tecnología y código utilizado

- **HTML: Optimizado, Responsive, Compatible.**
- Hosting o alojamiento con garantía de **Disponibilidad, Velocidad, Redundancia.**
- Tecnología de gestión: **Gestionable, Escalable, Actualizable.**

- **Marketing Online (captación)**

Para elegir las mejores tácticas de marketing Online debemos tener en cuenta varios factores: **objetivo, coste de captación, tiempo de retorno, predictibilidad, recursos necesarios, segmentación.**

- **SEM (Search Engine Marketing)**
- **SEO (Search Engine Optimization)**
- **Campañas de display**
- **Generación de contenido**
- **Redes sociales**
- **Marketing de fidelización**

Debemos orientar nuestro proyecto y nuestra organización a hacer clientes y no tanto a conseguir ventas puntuales. Siempre saldrá más barato mantener un cliente ya captado que captar uno nuevo.

1. Emailing.
2. Programas de puntos o descuentos.
3. Servicios especiales, los clientes VIP.

## ● **Técnicas de usabilidad. CONVERSIÓN**

Dos clics, caminito de hormigas, llamadas a la acción, Facilidad para la conversión, tooltip y ayudas.

## **Normativa**

Como negocio has de cumplir con las leyes y reglamentos que aplican en tu país, provincia y hasta localidad, desde las leyes mercantiles a las leyes de comercio, pasando por la regulación laboral y los reglamentos de consumo.

- **LOPD, Ley de Protección de Datos.**
- **LSSI, Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y del Comercio Electrónico.**

---

# Estudia el mercado

---

Es necesario investigar tanto el mercado para nuestro negocio como el sector del mismo.

Recuerda: en Internet no estás sólo, la tuya no será la única frutería del barrio, seguro que hay cientos de propuestas, que además llevan ya un tiempo funcionando y cuentan con clientes fieles.

## **Las cinco fuerzas de Porter:**

- Amenaza de entrada de nuevos competidores.
- Poder de la negociación con proveedores.
- Poder de negociación con clientes.
- Amenaza de productos sustitutivos.
- Grado de competencia.

La entrada en el sector de nuevas empresas y nuevos productos suele depender de las barreras de entrada, que Porter agrupó en 6 fundamentales: La economía de escalas, La diferenciación del producto, Las inversiones de capital, Desventaja de costes, Acceso a los canales de distribución, Política Gubernamental.

- **Análisis de la competencia**
- **Definición del producto**
- **Definición del precio**
- **Comercialización del producto**
- **Condiciones del servicio**



.....

## Vender en Internet: 5 pasos para lograrlo

.....

Internet no es sólo un canal de comunicación, es también un canal de distribución de productos al cliente final y, si lo vamos a utilizar, debemos conocer las particularidades de este tipo de distribución.

- **Paso 1: Montar nuestra tienda**

- **Paso 2: Conseguir clientes**

- **Amigos y familia.** En un negocio tradicional esto equivaldría a la fiesta de inauguración, a la que invitaríamos a la familia y amigos a conocer el negocio y de paso, hacer alguna venta inicial de compromiso.
- **SEO. Aparecer en los resultados de búsqueda.**  
En un negocio tradicional equivaldría a construir las carreteras que nos unan con el centro de las ciudades y negociar la instalación de paradas de autobús y tren para llegar hasta nuestro negocio.
- **SEM.** Pagar por aparecer en los resultados de búsqueda. Esto equivaldría a contratar un autobús de turistas japoneses del aeropuerto a nuestro negocio.
- **DISPLAY. Anuncios en portales de Internet.**  
En un negocio tradicional equivaldría a anunciarse en vallas publicitarias o en revistas y periódicos.
- **EMAILING. Envío de correos electrónicos.**  
En un negocio tradicional equivaldría al buzoneo o al reparto de publicidad en la calle.

### ● Paso 3: Que los clientes compren

Nuestro objetivo es vender y no tanto tener la tienda llena

- **El diseño de nuestro portal Online: el escaparate**
- **Usabilidad de nuestro portal Online: distribución de tienda**

En los negocios tradicionales estas técnicas se usan desde hace décadas, el emplazamiento de la caja, los estantes con baldas a diferentes alturas, la localización de los productos cebo, la configuración de los pasillos, las puertas, las ventanas, la iluminación, los colores, la temperatura, etc.,

- **Llamadas a la acción: etiquetado y posición de productos.**
- **Atención al cliente: dependientes y vendedores.**

### ● Paso 4: Servicios adicionales

#### • **Envío a domicilio**

Asumir el envío en su totalidad, en parte por volumen de compra o repercutirlo entero al cliente.

#### • **Facilidades de pago**

Tarjeta de crédito, contra reembolso, pago por transferencia, o cesión del cobro a una plataforma de terceros, como pueda ser Paypal o Amazon y algún otro sistema novedoso, que te permite pagar las compras hasta 7 días después de haberlas recibido.

- Condiciones de devolución
- Envolver para regalo
- Ticket regalo

### ● Paso 5: Que los clientes repitan

Para garantizar nuestro proyecto a corto y medio plazo debemos hacernos con una cartera de clientes.

Cuidar al cliente + mantener contacto + trabajo y esfuerzo

**Satisfacción con compra y proceso. Se resume en dos puntos:**

1. Ofrecer un buen producto.
2. Ofrecer un mejor servicio de preventa, venta y postventa.

---

## Plan de negocios

---

Antes de empezar a gastar tu primer euro en el negocio, hay mucho trabajo por hacer: **10+1 pasos para elaborar tu plan de negocio**

Toma una hoja de cálculo:

1. Piensa en todos los gastos que va a tener que asumir tu negocio; inversiones que debes hacer y por otro los costes mensuales, y, si puedes, agrúpalos todos según las partidas.
2. Gastos e inversiones iniciales: **Gastos de constitución, Gastos de infraestructura inicial, Stock inicial, Dominio y Portal web.**

**RECUERDA;** no sólo es el dinero el recurso a medir en nuestro plan de negocios, también son los tiempos, lo que vamos a necesitar para ir cubriendo etapas.

3. Diferenciar gastos corrientes y los gastos e inversiones mensuales que deberás hacer para que tu negocio funcione, Alquiler y suministros, Hosting, Personal, Gastos de captación, Gastos de administración...
4. Simulemos los ingresos, no sólo la cuantía, sino también el momento en el cual se van a producir.
  - Con esta herramienta que nos hemos fabricado, no olvides ligar el gasto en publicidad a los ingresos. Con ella podemos estudiar diferentes escenarios: **Aumento y disminución de gastos, Aumento y disminución de ingresos, Retrasos en la puesta en marcha, crecimiento en ventas...**
5. **Hosting: el alquiler de nuestra tienda Online**  
Características a tener en cuenta: **Panel de control, Sistema operativo, Instalación de CMS, Servicio técnico, Condiciones de servicio, Espacio en disco, Transferencia mensual, Seguridad, Escalabilidad, Redundancia, Backups.**

## 6. **WEB-tienda Online: la reforma del local**

Como en un negocio tradicional, al alquilar un local comercial para nuestro negocio, seguramente tengamos que hacer una pequeña obra o decoración y dejarlo listo para recibir a los primeros clientes.

## 7. **Almacén: la gestión logística**

Si necesitas almacenar y enviar tu producto hasta el cliente final, la gestión logística de tu negocio será uno de los puntos claves para dirimir el éxito o fracaso de tu proyecto Online.

## 8. **Envíos: volumen-peso-velocidad**

El envío de nuestro producto genera unos gastos que encarecerán el precio de nuestra oferta. Recuerda; el coste del envío no se limita al precio de la paquetería, debemos contar con el proceso de manipulación y preparación y con todas las gestiones necesarias.

- Las políticas de envío más habituales son las siguientes: **Coste para el cliente, Costes de envío subvencionados para el cliente, Sin coste para el cliente por volumen de pedido, Envío incluido en el precio, Programas fidelización con envío gratuito.**

## 9. **Gastos de cobro: cobrar también cuesta dinero**

Un negocio Online puro tiene muy complicado el cobro en efectivo, cada cobro que realicemos nos va a costar dinero.

- Modalidades ya interiorizadas en la cultura de compra Online, **Pago con tarjeta de crédito, Pago por transferencia, Pago contra reembolso, Plataforma de pago de terceros, Otros sistemas de cobro.**

## 10. Atención al cliente: marca la diferencia

Preventa, Venta, Posventa te recomiendo que inviertas en la atención al cliente, ofreciendo el mejor servicio posible en cada etapa del proceso.

## 11. La captación: invertir en crecer

Reduce tus gastos al máximo, reserva todo el capital posible para la primera fase del negocio, invierte, aprende, mide, mejora, invierte... y así hasta que des con la fórmula de tu proyecto.

**Recuerda:** Dedicar tiempo a tu plan de negocio, a estudiar los diferentes escenarios, esto te ayudará a tener previstas muchas de las situaciones que puedes tener en los primeros meses de tu proyecto.

**NO OLVIDES:** *Empieza pequeño, piensa grande, y crece rápido. Eso es todo.*

---

# La forma jurídica

---

Para elegir la forma jurídica correcta debemos tener en cuenta los siguientes aspectos: **tiempo y coste del alta, gastos de gestión, fiscalidad: los impuestos a pagar, responsabilidad por la actividad, leyes de protección del cliente y la imagen frente a terceros.**

# Índice

Agradecimientos.....	11
Introducción.....	11
Desmontando los mitos de los negocios online.....	13
Cualquiera puede montarlo.....	13
Mi primo es informático y me hace la web.....	14
No requiere mucha inversión.....	16
Lo importante es tener una web bonita.....	17
Lo pongo en marcha y ya irán llegando los clientes.....	18
No tengo que darme de alta.....	19
Sólo con mis amigos de Facebook ya tengo suficiente.....	20
Dedicándole unas horas libres es suficiente.....	21
Negocio online puro o mixto.....	23
Peculiaridades de un negocio en Internet.....	26
Terminología de Internet.....	26
El portal web.....	30
El marketing online (captación).....	32
El marketing de fidelización.....	42
Estudia el mercado. No reinventes la rueda.....	53
El mercado para nuestro negocio.....	54
El sector de nuestro negocio.....	56
El análisis de la competencia.....	64
Vender en Internet.....	72
Paso 1: montar nuestra tienda.....	74
Paso 2: conseguir clientes.....	78
Paso 3: que los clientes compren.....	89
Paso 4: los servicios adicionales.....	98
Paso 5: que los clientes repitan.....	105
Plan de negocio.....	114
El hosting: el alquiler de nuestra tienda online.....	118
La web-tienda online: la reforma del local.....	120
El almacén: la gestión logística.....	122
Los envíos: volumen-peso-velocidad.....	124
Los gastos de cobro: cobrar también cuesta dinero.....	127
La atención al cliente: marca la diferencia.....	129
La captación: invertir en crecer.....	132
La forma Jurídica.....	135
El tiempo y coste del alta.....	135
Los gastos de gestión.....	136
La fiscalidad: los impuestos a pagar.....	137
La responsabilidad por la actividad.....	138
Las leyes de protección del cliente.....	138
La imagen frente a terceros.....	139
Conclusiones.....	141
Bibliografía.....	143

