

## Tema 4. Comercio electrónico.

4.1. Tienda virtual.

4.2. Firma digital y e-factura.

4.3. Seguridad técnica de e-pagos.

**4.4. Internacionalización (soporte de múltiples lenguajes).**



4.5. Herramientas para la creación de tiendas virtuales.

4.6. Marco legal del comercio electrónico.

## Internacionalización (1)

(<http://www.genteecommerce.com/como-internacionalizar-tu-tienda-online/>)

Para hacer una tienda online realmente internacional y salir a vender a otros países hemos de conocer, por un lado, los consejos para internacionalizar cualquier negocio, y por otro las necesidades particulares de vender online en el extranjero.

Según la consultora de marketing online [Thatzad](#), hay varios puntos que debe plantearse toda empresa (de internet o no) antes de lanzarse a conquistar el mundo:

- Analizar el potencial exportador de tu empresa.
- Conocer el mercado.
- Analizar a la competencia.
- Adaptar el producto o servicio a la demanda de cada mercado.
- Definir una estrategia de entrada en el país.
- Planificar tus recursos humanos.

Referencia: <http://www.genteecommerce.com/como-internacionalizar-tu-tienda-online/>

## Internacionalización (2)

(<http://www.genteecommerce.com/como-internacionalizar-tu-tienda-online/>)

**Analizar el potencial exportador de tu empresa.-** Debemos valorar nuestro potencial en el exterior. Identificar los puntos fuertes y débiles de nuestro producto en los nuevos mercados. Es importante saber y definir los recursos de los que disponemos para internacionalizarnos.

**Conocer el mercado.-** Difícilmente podemos abarcar de salida todo el mundo, ni debemos elegir los países donde implantarnos sin la información precisa. Hemos de analizar los gustos y necesidades de cada país, sus canales de comercialización más habituales así como los datos históricos y las tendencias de futuro. Es clave conocer los documentos comerciales, de transporte, seguros, trámites aduaneros y tributarios, así como el marco legal y normativo. Piensa que no todos los productos se pueden vender igual en todos los países.

**Analizar a la competencia.-** Es fundamental saber con quién tendrá que competir nuestro producto, si es un sector consolidado deberemos plantear muy bien nuestro hecho diferencial y si es un sector virgen deberemos pensar en hacer un proceso de evangelización. Antes de entrar en un país hemos de valorar si hay hueco para nuestro producto y qué nivel de esfuerzo requerirá (económico y humano) para luchar por él.

Referencia: <http://www.genteecommerce.com/como-internacionalizar-tu-tienda-online/>

## Internacionalización (3)

(<http://www.genteecommerce.com/como-internacionalizar-tu-tienda-online/>)

**Adaptar el producto o servicio a la demanda de cada mercado.-** Quizás en ciertos países tenemos mucha competencia para ciertos productos pero muy poca para otros, quizás simplemente hay productos que no tenga sentido vender porque no los necesitan y no hay demanda o porque logísticamente es más complicado. Debemos centrar los esfuerzos en aquellos productos o servicios que creamos que pueden tener mayor acogida e ir ampliando poco a poco.

**Definir una estrategia de entrada en el país.-** Existen muchas formas de desembarcar en un país: buscar un socio local y crear una *joint venture*, buscar uno o varios distribuidores de tu sector, aliarse con prescriptores, participar en licitaciones internacionales o vender directamente. Sin duda, Internet te ayuda en cualquiera de esas estrategias pero además te brinda la posibilidad de vender online con muy bajos costes y con altos márgenes.

**Planificar tus recursos humanos.-** Hay proyectos que necesitarán tener un equipo dedicado a la internacionalización; es importante que hablen bien el idioma del país donde nos queremos implantar. Pero a medio plazo siempre es necesario buscar socios o desarrollar talento en el país de destino. También es importante rodearte de expertos que puedan asesorarte en diferentes ámbitos como el legal, fiscal, de marketing online o asociaciones empresariales para la exportación.

## Internacionalización (4)

(<http://www.genteecommerce.com/como-internacionalizar-tu-tienda-online/>)

A parte de estas valoraciones generales, cuando tenemos claro que nuestra estrategia pasa por Internet y pretendemos entrar en ciertos países mediante una tienda online o una web de servicios, hemos de tener en cuenta algunos detalles extra específicos del marketing online:

- Una traducción impecable.
- Comprar dominios locales.
- Crear contenidos específicos para cada país.
- Adaptarnos a la moneda y formas de pago.
- Crear un plan de marketing online para cada país.
- Medir y adaptarse a los resultados.
- Hacer test.

Referencia: <http://www.genteecommerce.com/como-internacionalizar-tu-tienda-online/>

## Internacionalización (5)

(<http://www.genteecommerce.com/como-internacionalizar-tu-tienda-online/>)

**Una traducción impecable.**- La clave para que un visitante saque la tarjeta de crédito y nos compre es Generar Confianza. Una web que no esté perfectamente traducida, y no sólo académicamente, sino con el lenguaje publicitario que cualquier acción de marketing necesita, es una barrera en la generación de confianza.

**Comprar dominios locales.**- Cuando realmente queremos desembarcar en un país hemos de mostrarnos muy próximos a nuestros usuarios, una buena forma es trabajar con un dominio local (también puede ser interesante un hosting local). Además eso nos ayudará de cara al posicionamiento en Google y a otras estrategias de marketing online.

**Crear contenidos específicos para cada país.**- Y ya que tenemos un dominio del país separado de nuestra web principal por qué no dotarlo de contenidos específicos e interesantes para ese país. Priorizar los productos de éxito de ese mercado, hacer promociones adaptadas a ese público, escribir contenidos y noticias locales... Sin duda, todo esto, además de generar confianza y acercarnos al público del país, ayudará al posicionamiento en los buscadores.

Referencia: <http://www.genteecommerce.com/como-internacionalizar-tu-tienda-online/>

## Internacionalización (6)

(<http://www.genteecommerce.com/como-internacionalizar-tu-tienda-online/>)

**Adaptarnos a la moneda y formas de pago.**- No es imprescindible, pero si queremos tener una tienda online fuerte en un país debemos facilitar el pago a nuestros posibles compradores. Lo primero es mostrar el precio en la moneda local y lo segundo adaptarnos a las formas de pago más usuales. Saber si pagan con tarjeta de crédito, si es sencillo hacer una transferencia desde ese país a España o debemos tener una cuenta bancaria local, si utilizan Paypal o están más implantadas otras pasarelas de pago,... Por ejemplo, en Rusia no suelen utilizar ninguna de estas tres opciones habituales para nosotros, confían mucho más en el ingreso bancario, así que debemos tenerlo en cuenta.

**Crear un plan de marketing online para cada país.**- Para conseguir los objetivos que planteemos en los diferentes países harán falta estrategias locales. Debemos pensar en todo el plan de marketing, sea más o menos complejo. Bases de datos, blog marketing, campañas SEO, display, social media,... Una forma muy efectiva y que se puede empezar con poco presupuesto son las campañas de Adwords. Sin duda es nuestra recomendación estrella para dar los primeros pasos.

Referencia: <http://www.genteecommerce.com/como-internacionalizar-tu-tienda-online/>

## Internacionalización (7)

(<http://www.genteecommerce.com/como-internacionalizar-tu-tienda-online/>)

**Medir y adaptarse a los resultados.-** No se puede gestionar un plan de marketing sin medir muy bien el retorno económico que tienen cada una de las acciones que hacemos. Cuando empezamos en un mercado que desconocemos y donde no tenemos un histórico que nos sirva de referencia, hemos de medir todo lo que pasa en nuestra web para acelerar el proceso de aprendizaje y poder tomar decisiones. ¿Dónde invertir? ¿Qué campañas son rentables? ¿Qué productos se venden más? ¿Qué les interesa de nuestra web? ¿Hay páginas que provocan abandono?

**Hacer test.-** Podemos hacer todas las previsiones y estudios que queramos, pero hasta que no nos lancemos no sabemos seguro los resultados de nuestras decisiones. Por eso proponemos hacer test, probar las acciones antes de invertir demasiado en grandes lanzamientos. Existen interesantes herramientas para poder empezar un proceso de internacionalización sin grandes costes y con esos primeros datos decidir qué países son los más rentables.

Referencia: <http://www.genteecommerce.com/como-internacionalizar-tu-tienda-online/>



## Internacionalización (8)

(<http://www.genteecommerce.com/como-internacionalizar-tu-tienda-online/>)

El Instituto Español de Comercio Exterior [ICEX](#), dependiente del Ministerio de Economía, ofrece ayudas económicas y de asesoría a las empresas que inicien este proceso de exportación. Recomendamos entrar en la web y ver todos los servicios que ofrecen. Además dispone de más de 100 delegaciones y oficinas comerciales en todo el mundo para ayudarte en la implantación local en cada país.

También puedes encontrar diversos programas de ayuda a la internacionalización en las cámaras de comercio de las principales ciudades, la de Madrid con el [programa PYMEXT](#), o la de Barcelona con el [programa ACC10](#) por poner sólo dos ejemplos.

Referencia: <http://www.genteecommerce.com/como-internacionalizar-tu-tienda-online/>