



FUTURE e-COMMERCE

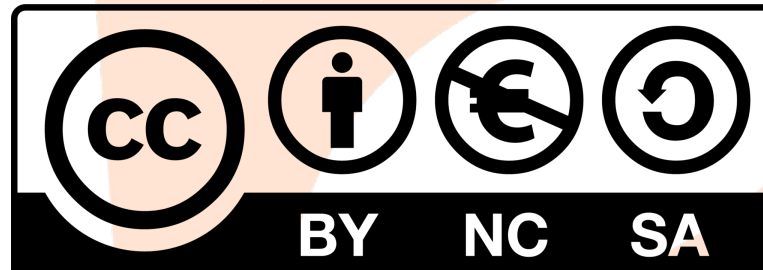
2022-1-R001-KA220-VET-000088579

*Recomendaciones e información útil para
Propietarios de Pequeñas Empresas y
Artesanos*

This Project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which be made of the information contained therein.



Co-funded by
the European Union



Este documento puede ser copiado, reproducido o modificado de acuerdo con las reglas anteriores. Además, se debe hacer una referencia clara a un reconocimiento de los autores del documento y a todas las partes aplicables del aviso de derechos de autor.

Todos los derechos reservados.

© Copyright 2023 Comercio electrónico del futuro

ÍNDICE

CAPÍTULO 1 *Recomendaciones para artesanos que operan en el comercio electrónico*

CAPÍTULO 1.1 *Selección del producto adecuado*

CAPÍTULO 1.2 *Visualización del producto en la tienda virtual*

CAPÍTULO 1.3 *Precio adecuado del producto*

CAPÍTULO 1.4 *Aumento de la satisfacción y la lealtad del cliente*

CAPÍTULO 1.5 *Selección de marcas y logotipos*

CAPÍTULO 2 *Información útil para los artesanos que operan en el comercio electrónico*

CAPÍTULO 2.1 *Apoyo gubernamental a quienes realizan comercio electrónico*

CAPÍTULO 1

Recomendaciones para artesanos que operan en el comercio electrónico





CAPÍTULO 1.1

Selección del producto adecuado



Para los artesanos que operan en el comercio electrónico y desean seleccionar el producto adecuado, he aquí algunas recomendaciones:

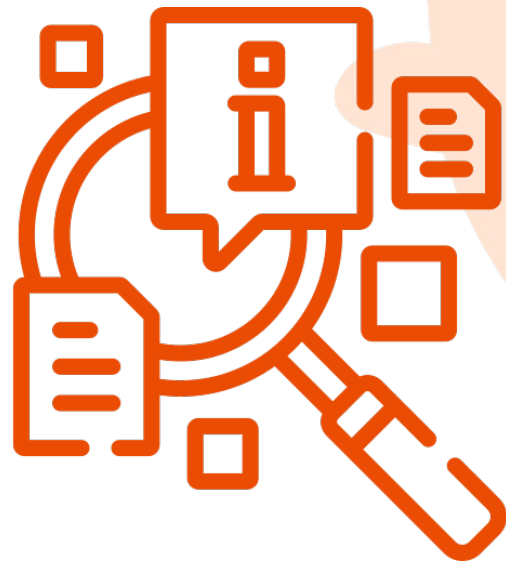
- **PRODUCTOS ÚNICOS Y AUTÉNTICOS:** Enfaticé la singularidad y autenticidad de sus productos. Los comercios electrónicos ofrecen una amplia gama de opciones, por lo que centrarse en ofrecer distintos artículos hechos a mano o artesanales le ayudará a diferenciarse de la competencia. Destaca la artesanía, la atención al detalle y la historia que hay detrás de cada producto para atraer a clientes que aprecien el valor de los productos hechos a mano.
- **INVESTIGACIÓN DE LA DEMANDA DEL MERCADO:** Realice una investigación de mercado exhaustiva para identificar las tendencias populares, las preferencias de los clientes y los nichos emergentes. Analice qué tipos de productos hechos a mano o artesanales tienen una gran demanda y alinee su selección de productos en consecuencia. Esta investigación te ayudará a identificar posibles brechas en el mercado que puedes llenar con tus ofertas únicas.
- **CALIDAD Y DURABILIDAD:** Asegúrese de que los productos que seleccione cumplan con los estándares de alta calidad. La artesanía y la atención al detalle deben reflejarse en la durabilidad y longevidad de sus productos. Los clientes aprecian los artículos bien hechos que pueden soportar un uso regular, y esto contribuirá a construir una reputación positiva para su marca.
- **ESTRATEGIA DE PRECIOS:** Desarrolle una estrategia de precios que tenga en cuenta el coste de los materiales, el tiempo de producción, los gastos generales y un margen de beneficio razonable. Investigue los precios de la competencia para asegurarse de que sus precios sean competitivos y, al mismo tiempo, reflejen el valor de su artesanía. Sea transparente sobre los precios y cualquier coste adicional, como tarifas de envío o personalización, para evitar sorpresas para los clientes.

Para los artesanos que operan en el comercio electrónico y desean seleccionar el producto adecuado, he aquí algunas recomendaciones:

- **DIFERENCIACIÓN DE PRODUCTOS:** Diferencie sus productos ofreciendo opciones de personalización o toques personalizados. Esto puede incluir permitir a los clientes elegir variaciones de color, agregar monogramas o grabados, o proporcionar servicios a medida. Las opciones de personalización mejoran el valor percibido de sus productos y brindan a los clientes un sentido de propiedad y singularidad.
- **IMÁGENES DE PRODUCTOS DE ALTA CALIDAD:** Invierta en fotografías de productos de alta calidad que capturen con precisión los detalles, las texturas y los colores de sus productos. Las imágenes claras y visualmente atractivas desempeñan un papel crucial para atraer clientes y transmitir la calidad y la artesanía de sus ofertas. Incluye múltiples ángulos, primeros planos y fotos de estilo de vida para mostrar el producto en diversos contextos.
- **OPINIONES Y TESTIMONIOS DE CLIENTES:** Anime a los clientes satisfechos a proporcionar reseñas y testimonios sobre sus productos. Los comentarios positivos de compradores anteriores generan confianza y credibilidad para los clientes potenciales. Muestre estas reseñas de forma destacada en su tienda o sitio web de mercado electrónico para mostrar la satisfacción de los clientes anteriores.
- **DESCRIPCIONES CLARAS DE LOS PRODUCTOS:** Elabore descripciones detalladas y precisas de los productos que destaquen las características clave, los materiales utilizados, las dimensiones y las instrucciones de cuidado especiales. Incluye información sobre tu proceso artístico, inspiración y la historia detrás de cada producto. Las descripciones transparentes e informativas ayudan a los clientes a tomar decisiones informadas de compra.

Recuerde supervisar continuamente los comentarios de los clientes, adaptar su selección de productos en función de las tendencias del mercado y mantener una comunicación abierta con ellos para conocer sus necesidades y preferencias.

Si ofrece constantemente productos de alta calidad, únicos y bien presentados, podrá establecer una presencia sólida en el comercio electrónico y atraer a clientes fieles a su marca artesanal.



Ver más:

<https://www.ecommercenext.org/18-best-marketplaces-for-handmade-goods/>

A large, stylized orange shopping cart icon is centered in the background. It features a circular basket with a handle on the left and two circular wheels at the bottom.

CAPÍTULO 1.2

Visualización del producto en la tienda virtual



Hay muchos métodos utilizados para esto hoy en día. Métodos simples y rápidos que se pueden recomendar para los comerciantes:

FOTOGRAFÍA DEL PRODUCTO:

- **CALIDAD:** Utiliza una cámara de buena calidad o contrata a un fotógrafo profesional.
- **CONSISTENCIA:** Mantén un estilo coherente en todas las fotos para conseguir un aspecto profesional.
- **DETALLES:** Incluya fotos de detalles o características especiales del producto.

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO:

- **BENEFICIOS:** Concéntrese en los beneficios del producto, no solo en las características.
- **CLARIDAD:** Evite la jerga técnica compleja que pueda confundir al cliente.
- **SEO:** Incorpore palabras clave relevantes para mejorar la clasificación en los motores de búsqueda.

VISUALIZACIÓN 3D:

- **HERRAMIENTAS:** Utilice un software especializado para crear modelos 3D de alta calidad.
- **INTERACTIVIDAD:** Permita que los usuarios interactúen con el modelo 3D para una experiencia más enriquecedora.

Hay muchos métodos utilizados para esto hoy en día. Métodos simples y rápidos que se pueden recomendar a los comerciantes:

VIDEOS DE PRODUCTOS:

- **PROFESIONAL:** Considere la posibilidad de contratar a un camarógrafo para garantizar la calidad.
- **TESTIMONIOS:** Incluya testimonios de clientes o demostraciones del producto en acción.

INTERACCIÓN CON EL USUARIO:

- **PERSONALIZACIÓN:** Ofrezca opciones de personalización del producto si es posible.
- **FACILIDAD DE USO:** Asegúrese de que las herramientas interactivas sean fáciles de usar y entender.

REALIDAD VIRTUAL (RV):

- **INMERSIÓN:** Ofrece una experiencia inmersiva que pueda diferenciar tu producto de la competencia.
- **ACCESIBILIDAD:** Asegúrese de que la experiencia de realidad virtual no requiera un hardware que los usuarios no puedan tener.

Hay muchos métodos utilizados para esto hoy en día. Métodos simples y rápidos que se pueden recomendar a los comerciantes:

REALIDAD AUMENTADA (RA):

- **INTEGRACIÓN:** Integre fácilmente la RA en la experiencia de compra.
- **INSTRUCCIONES:** Proporcione instrucciones claras sobre cómo usar las funciones de realidad aumentada.

RESEÑAS Y VALORACIONES:

- **AUTENTICIDAD:** Asegúrate de que las reseñas sean auténticas para generar confianza.
- **RESPUESTAS:** Responde a las reseñas, tanto positivas como negativas.

LLAMADA A LA ACCIÓN (LALA):

- **VISIBILIDAD:** Los botones de llamada a la acción deben ser visibles y fáciles de encontrar.
- **URGENCIA:** Utiliza un texto que cree una sensación de urgencia o escasez.

Hay muchos métodos utilizados para esto hoy en día. Métodos simples y rápidos que se pueden recomendar a los comerciantes:

OPTIMIZACIÓN MÓVIL:

- **RESPONSABLE:** Diseña tu tienda para que se adapte a diferentes tamaños de pantalla.
- **VELOCIDAD:** Asegúrese de que la tienda se cargue rápidamente en dispositivos móviles.

TIEMPOS DE CARGA:

- **OPTIMISATION:** Comprime imágenes y videos sin sacrificar demasiada calidad.
- **INFRAESTRUCTURA:** Utilice una buena red de alojamiento y entrega de contenido (EC).

OPTIMIZACIÓN SEO:

- **DESCRIPCIONES META:** Escribe descripciones meta atractivas para las páginas de productos.
- **ESTRUCTURA DEL SITIO:** Organice la tienda de forma lógica para que sea fácil de navegar.

Para implementar estas estrategias, puede ser útil utilizar plataformas de comercio electrónico que ya tengan muchas de estas funciones integradas, como Shopify, Magento o WooCommerce. Estas plataformas simplifican el proceso de visualización de productos y, a menudo, ofrecen complementos o extensiones para funciones adicionales, como AR/VR y personalizaciones avanzadas.

Mantenerse al día con las tendencias tecnológicas y las expectativas de los clientes también es crucial para garantizar que su tienda en línea sea atractiva y competitiva.



shopify



Magento®



COMMERCE



CHAPTER 1.3

Precio adecuado del producto



El precio adecuado de los productos en el comercio electrónico es crucial para el éxito de su negocio online. Requiere un enfoque estratégico que tenga en cuenta varios factores, incluidos los costes, la competencia, el mercado objetivo y el valor percibido. Estos son algunos pasos que te ayudarán a determinar la estrategia de precios adecuada para tus productos de comercio electrónico:

- **ANÁLISIS DE COSTES:** Calcule el coste total de producción o abastecimiento de sus productos. Esto debe incluir los costes de fabricación o venta al por mayor, las tarifas de envío, los costes de almacenamiento y cualquier otro gasto relacionado con la entrega del producto a sus clientes.
- **ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA:** Investigue las estrategias de precios de sus competidores. Comprenda cómo fijan los precios de productos similares y si ofrecen descuentos o promociones. Esta información puede ayudarle a posicionar sus precios de forma eficaz.
- **INVESTIGACIÓN DE MARCADORES:** Analice su mercado objetivo para determinar qué rango de precios están dispuestos a pagar por sus productos. Ten en cuenta factores como la demografía, los niveles de ingresos y el comportamiento de compra.
- **PROPUESTA DE VALOR:** Identifique los puntos de venta exclusivos de sus productos. Si tus productos ofrecen algo especial o tienen mayor calidad, puedes justificar un precio más alto.
- **ESTRATEGIAS DE PRECIOS:** Considere varias estrategias de precios, como el **precio de coste incrementado** (añada un margen a sus costes de producción), el **precio competitivo** (fije precios en línea con los de sus competidores o ligeramente por debajo), el **precio basado en el valor** (fije el precio de sus productos en función del valor percibido que ofrecen a los clientes) o el **precio dinámico** (ajuste los precios en tiempo real en función de la oferta y la demanda).
- **DESCUENTOS Y PROMOCIONES:** Planifique descuentos o promociones ocasionales para atraer clientes. Estos se pueden usar estratégicamente para impulsar las ventas durante períodos lentos o para ocasiones especiales.
- **PRUEBAS Y OPTIMIZACIÓN:** Comience con una estrategia de precios, pero esté dispuesto a ajustarla en función de los comentarios de los clientes y los datos de ventas. Las pruebas A/B de diferentes puntos de precio pueden ayudarte a encontrar el precio óptimo para tus productos.

El precio adecuado de los productos en el comercio electrónico es crucial para el éxito de tu negocio online. Requiere un enfoque estratégico que tenga en cuenta varios factores, incluidos los costes, la competencia, el mercado objetivo y el valor percibido. Estos son algunos pasos que te ayudarán a determinar la estrategia de precios adecuada para tus productos de comercio electrónico:

- **TENER EN CUENTA LOS MÁRGENES DE BENEFICIO:** Asegúrese de que su estrategia de precios le permite mantener unos márgenes de beneficio saludables sin dejar de ser competitivo. No fije precios tan bajos que no puedas cubrir tus costes y obtener beneficios.
- **TRANSPARENCIA:** Sea transparente con sus clientes sobre los precios. Las tarifas ocultas o los costes inesperados pueden provocar la insatisfacción del cliente..
- **CONTROL Y AJUSTE:** Supervise continuamente sus datos de ventas y las opiniones de los clientes. Si observa que sus precios no funcionan como esperaba, prepárese para hacer ajustes..
- **GASTOS DE ENVÍO:** Considere cómo afectarán los gastos de envío a su estrategia de precios. Puede ofrecer gastos de envío gratuitos e incluirlos en el precio del producto o cobrarlos aparte..
- **MONEDA Y FORMAS DE PAGO:** Si vende a nivel internacional, tenga en cuenta los tipos de cambio y ofrezca varias opciones de pago para adaptarse a una clientela internacional.
- **FUNDAMENTOS LEGALES:** Asegúrese de que sus precios cumplen todas las leyes y normativas pertinentes, incluidos los impuestos y las leyes de transparencia de precios de su región.

Recuerde que la fijación de precios no es una decisión única, sino un proceso continuo que debe evolucionar a medida que cambian las condiciones de su negocio y del mercado. Revise y ajuste regularmente su estrategia de precios para seguir siendo competitivo y rentable en el panorama del comercio electrónico.



CAPÍTULO 1.4

Aumento de la satisfacción y la lealtad del cliente



Aumentar la satisfacción y la lealtad del cliente en el comercio electrónico es esencial para el éxito a largo plazo. Los clientes satisfechos y leales no solo realizan compras repetidas, sino que también sirven como defensores de la marca, ayudando a atraer nuevos clientes a través del marketing de boca en boca. Aquí tiene algunas estrategias para ayudar a mejorar la satisfacción y la lealtad del cliente en su negocio de comercio electrónico:

BRINDAR UN EXCELENTE SERVICIO AL CLIENTE:

- Ofrezca un servicio de atención al cliente rápido y útil a través de varios canales, incluidos el chat, el correo electrónico y el teléfono.
- Capacite a su equipo de soporte para que esté bien informado y sea empático al abordar las inquietudes y consultas de los clientes.
- Utilice chatbots y herramientas impulsadas por IA para proporcionar soporte las 24 horas del día, los 7 días de la semana para consultas básicas.

PERSONALIZAR LA EXPERIENCIA DE COMPRA:

- Utilice el análisis de datos para recopilar información sobre las preferencias y los comportamientos de los clientes.
- Recomendar productos en función de su historial de navegación y compras.
- Diríjase a los clientes por su nombre en las comunicaciones para que se sientan valorados.

Aumentar la satisfacción y la lealtad del cliente en el comercio electrónico es esencial para el éxito a largo plazo. Los clientes satisfechos y leales no solo realizan compras repetidas, sino que también sirven como defensores de la marca, ayudando a atraer nuevos clientes a través del marketing de boca en boca. Aquí tiene algunas estrategias para ayudar a mejorar la satisfacción y la lealtad del cliente en su negocio de comercio electrónico:

OPTIMIZAR EL SITIO WEB Y LA EXPERIENCIA MÓVIL:

- Asegúrese de que su sitio web sea fácil de usar, se cargue rápidamente y responda a dispositivos móviles.
- Simplifique el proceso de pago, reduciendo la fricción y los carritos abandonados.
- Muestre reseñas y calificaciones de productos para generar confianza.

OFRECER PRECIOS COMPETITIVOS Y DESCUENTOS:

- Supervise los precios de sus competidores y ajuste los suyos en consecuencia.
- Ofrezca descuentos exclusivos o programas de fidelización para clientes habituales.
- Implemente estrategias de precios dinámicos basadas en la demanda y el inventario.

Aumentar la satisfacción y la lealtad del cliente en el comercio electrónico es esencial para el éxito a largo plazo. Los clientes satisfechos y leales no solo realizan compras repetidas, sino que también sirven como defensores de la marca, ayudando a atraer nuevos clientes a través del marketing de boca en boca. Aquí tiene algunas estrategias para ayudar a mejorar la satisfacción y la lealtad del cliente en su negocio de comercio electrónico :

TRANSPARENCIA Y FIABILIDAD:

- Comunique claramente los costos de envío, las políticas de devolución y los tiempos de entrega.
- Muestre señales de confianza, como certificados SSL y opciones de pago seguras.
- Comparta la historia y los valores de tu marca para construir una conexión emocional.

DESCRIPCIONES E IMÁGENES DE PRODUCTOS DE CALIDAD:

- Proporcione descripciones detalladas y precisas de los productos.
- Utilice imágenes y vídeos de alta calidad para mostrar los productos desde varios ángulos.
- Incluya contenido generado por el cliente, como reseñas e imágenes de los usuarios.

Aumentar la satisfacción y la lealtad del cliente en el comercio electrónico es esencial para el éxito a largo plazo. Los clientes satisfechos y leales no solo realizan compras repetidas, sino que también sirven como defensores de la marca, ayudando a atraer nuevos clientes a través del marketing de boca en boca. Aquí tiene algunas estrategias para ayudar a mejorar la satisfacción y la lealtad del cliente en su negocio de comercio electrónico :

COMENTARIOS Y RESEÑAS:

- Anime a los clientes a dejar comentarios y valoraciones.
- Responda a los comentarios positivos y negativos de manera rápida y profesional.
- Utilice los comentarios para realizar mejoras en sus productos y servicios.

E-MAIL MARKETING Y BOLETINES:

- Envíe recomendaciones y ofertas de productos personalizadas por correo electrónico.
- Segmente su lista de correo electrónico para enviar contenidos relevantes a distintos segmentos de clientes.
- Utilice la automatización del marketing por correo electrónico para nutrir a los clientes potenciales e interactuar con ellos..

Aumentar la satisfacción y la lealtad del cliente en el comercio electrónico es esencial para el éxito a largo plazo. Los clientes satisfechos y leales no solo realizan compras repetidas, sino que también sirven como defensores de la marca, ayudando a atraer nuevos clientes a través del marketing de boca en boca. Aquí tiene algunas estrategias para ayudar a mejorar la satisfacción y la lealtad del cliente en su negocio de comercio electrónico :

PARTICIPACIÓN EN LAS REDES SOCIALES:

- Mantenga una presencia activa en las plataformas de redes sociales.
- Interactúe con los clientes respondiendo a comentarios, mensajes y menciones.
- Comparta contenido generado por los usuarios y organiza concursos o sorteos en las redes sociales.

ENVÍOS RÁPIDOS Y FIABLES :

- Ofrece múltiples opciones de envío, incluido el envío acelerado y gratuito cuando sea posible.
- Proporcione información de seguimiento en tiempo real para que los clientes puedan monitorear sus pedidos.
- Establezca expectativas de entrega realistas y cúmplalas o supérelas.

Aumentar la satisfacción y la lealtad del cliente en el comercio electrónico es esencial para el éxito a largo plazo. Los clientes satisfechos y leales no solo realizan compras repetidas, sino que también sirven como defensores de la marca, ayudando a atraer nuevos clientes a través del marketing de boca en boca. Aquí tiene algunas estrategias para ayudar a mejorar la satisfacción y la lealtad del cliente en su negocio de comercio electrónico :

PROGRAMAS DE FIDELIZACIÓN:

- Implemente un programa de fidelización que recompense a los clientes por compras repetidas.
- Ofrezca puntos, descuentos o acceso exclusivo a contenido o productos premium.
- Facilite la comprensión del programa y la participación en él.

Al implementar estas estrategias y centrarse en mejorar la experiencia general del cliente, puede aumentar la satisfacción y la lealtad del cliente en su negocio de comercio electrónico, lo que conduce al crecimiento y al éxito a largo plazo.

MEJORA CONTINUA:

- Recopile regularmente los comentarios de los clientes y realice encuestas.
- Utilice la analítica para identificar áreas de mejora en la experiencia del cliente.
- Estar abierto a realizar cambios y adaptarse a la evolución de las necesidades y preferencias de los clientes.

CAPÍTULO 1.5

Selección de marcas y logotipos



La selección de una marca y un logotipo para una empresa es un proceso importante que requiere atención y cuidado. Hay dos palabras clave: investigación y comparación; a menudo acompañada de una tercera: la fantasía. Aquí tienes algunos consejos que te ayudarán a seleccionar tu marca y tu logotipo:

- **DEFINIR LA IDENTIDAD Y LOS VALORES DE LA EMPRESA:** Antes de seleccionar una marca y un logotipo, es fundamental comprender la identidad y los valores corporativos. Pregúntate cuáles son los objetivos, la misión y la personalidad de la empresa. Esta información le ayudará a crear una marca y un logotipo que representen mejor la imagen y los valores de la empresa.
- **INVESTIGAR EL MERCADO Y LOS COMPETIDORES:** Realice una investigación profunda del mercado y de la competencia para comprender cómo posicionar su marca de una manera única y diferenciada. Analice las marcas de la competencia para identificar elementos distintivos y encontrar ideas creativas para su marca y logotipo.
- **CREAR UNA MARCA Y UN LOGOTIPO DISTINTIVOS:** Intente crear una marca y un logotipo que sean únicos y distintivos. Elija colores, formas, tipografía y estilos que estén en consonancia con la imagen que desea comunicar y que destaquen entre la competencia. La sencillez puede ser un elemento importante para garantizar que su marca y su logotipo sean fácilmente reconocibles y memorables.
- **REFLEJAR LA PERSONALIDAD DE LA EMPRESA:** Asegúrese de que la marca y el logotipo reflejan la personalidad de la empresa. Si la empresa es formal y profesional, la marca y el logotipo deben ser coherentes con esta imagen. Por el contrario, si la empresa es joven e innovadora, la marca y el logotipo deben transmitir dinamismo y creatividad. Es importante que la marca y el logotipo estén en consonancia con la identidad de la empresa para crear una conexión emocional con el público objetivo.

La selección de una marca y un logotipo para una empresa es un proceso importante que requiere atención y cuidado. Hay dos palabras clave: investigación y comparación; a menudo acompañada de una tercera: la fantasía. Aquí tienes algunos consejos que te ayudarán a seleccionar tu marca y tu logotipo:

- **TENGA EN CUENTA LA ADAPTABILIDAD Y LA ESCALABILIDAD:** Asegúrese de que su marca y su logotipo son adaptables y escalables. Deben funcionar bien en diferentes plataformas, tanto online como no, y en diferentes medios de comunicación, como el sitio web, el membrete, las redes sociales, etc. Además, considere la posibilidad de ampliar o cambiar su negocio en el futuro, y asegúrese de que su marca y su logotipo tienen la flexibilidad necesaria para evolucionar con su empresa.
- **TRABAJE CON PROFESIONALES DEL DISEÑO:** Si tiene la oportunidad, trabaje con diseñadores profesionales o agencias de branding para crear su marca y su logotipo. Los profesionales tienen las habilidades y la experiencia necesarias para crear una marca de éxito y un logotipo llamativo que refleje la identidad y los valores de su empresa.
- **RECOPILE COMENTARIOS:** Pida comentarios y opiniones a personas de confianza, colegas o consultores externos. La opinión de otras personas puede ofrecer una perspectiva más amplia y ayudar a identificar cualquier problema o punto fuerte de la marca y el logotipo propuestos.



Recuerde que la marca y el logotipo representan la identidad visual de la empresa y estarán asociados a ella a largo plazo. Por lo tanto, es importante invertir tiempo y recursos para tomar una decisión informada y precisa que ayude a construir la reputación y el reconocimiento de su empresa a lo largo del tiempo.

En concreto, el naming, junto con un logotipo y una identidad visual, determina la base esencial de su marca, lista para ser comunicada externamente con estrategias adecuadas que le den resonancia y que puedan determinar su éxito.

Coca-Cola

PUMA

Lay's



Si es cierto que no hay una receta preparada y que, durante la investigación, las pautas se desvanecen en consideraciones contextuales y a veces personales, también es cierto que hay costumbres para elegir una marca que traen consigo mucho sentido común y que sería una tontería no aprovechar. Veamos algunas de ellas:

- **CUIDADO CON LOS ACRÓNIMOS:** Casi siempre son fríos e impersonales, ocultan el nombre real y probablemente se superponen con otras siglas existentes pero con significados diferentes; deben usarse con precaución y solo si realmente no hay alternativas válidas.
- **ELIJA UN NOMBRE EVOCADOR:** Las palabras tienen un gran poder, así que elija un nombre que exprese los valores y la imagen que quiere que se asocien a su empresa: su nombre debe ser capaz de hablar a sus clientes y a quienes te siguen.
- **EVITE LOS NOMBRES DEMASIADO LARGOS:** Nadie recuerda un nombre largo en su totalidad, tal vez compuesto por muchas palabras. Elija uno corto, mejor que una o tres palabras, y será más difícil que las personas lo olviden o lo corten mientras hablan de él, por conveniencia. Tome la regla como una pista y siempre aplica un juicio crítico para entender si puedes hacer una excepción a la regla.
- **NO ROBE LA IDENTIDAD DE OTRA PERSONA:** Si otra marca ya tiene ese nombre, especialmente si es conocida, histórica o si es adoptada por alguien que trabaja cerca de ti, olvídale. De nada sirve elegir un nombre cuando ya está ocupado en las principales redes sociales (Facebook, Instagram, etc.) y/o cuando su dominio, necesario para tener un sitio de Internet, ya es propiedad de alguien. De manera más general: no explotar la identidad de los demás. Además de los riesgos legales, ser el doble de otra persona significa no tener tu propia identidad, trabajar más duro para desarrollarla o incluso construir una mala reputación.
- **EVITA LAS PALABRAS DEMASIADO COMPLICADAS:** En primer lugar, pregúntese quién es el destinatario al que se va a dirigir y, a continuación, intente comprender si el nombre que ha elegido es adecuado o excesivamente complicado de pronunciar y escribir. Esto se aplica al uso de palabras extranjeras, pero no sólo.

Incluso tener un logotipo y saber utilizarlo es una de las soluciones más esenciales y efectivas para ser reconocido entre los competidores, es el elemento más pequeño y sintético de la imagen corporativa o de una actividad y constituye uno de los fundamentos esenciales sobre los que se asienta su identidad de marca.

Cada logotipo es diferente, se dirige a un público diferente y se mueve en un contexto geográfico y temporal diferente, a menudo irreplicable.

Por esta razón, no existen reglas estrictas que establezcan lo que debe representar un logotipo -y por lo tanto lo que debe comunicar-, aunque, en la mayoría de los sectores, se considera deseable que dependa de elementos visuales que resuenen de alguna manera en la mente de los clientes potenciales.

Sin embargo, aunque no existe un manual de logotipos perfecto, existen algunas precauciones y algunas pautas que los diseñadores profesionales saben explotar para crear logotipos cosidos a su cliente y que los distinguen del trabajo realizado por un aficionado improvisado.

En la base del diseño debe haber un método racional y la conciencia de que no estás haciendo un dibujito que responde solo al gusto estético de su dueño, sino que estás creando una herramienta comunicativa con objetivos precisos a seguir.

Teniendo en cuenta estos objetivos, un logotipo surge de la intersección de muchas restricciones de diseño que excluyen automáticamente todas las opciones inapropiadas, iluminando solo las pocas formas viables que quedan.

Existen necesidades de posicionamiento (coherencia con los objetivos corporativos y con el target de clientes), de reconocimiento (diversificación respecto a la competencia, coherencia con el sector de referencia), jurídicas (respeto de los derechos sobre las marcas ya registradas) y técnicas (armonía y legibilidad en pequeño tamaño). A estas y otras limitaciones se añaden a veces algunas condiciones arbitrarias, que a menudo se derivan de peticiones figurativas específicas del cliente a las que no desea renunciar.

CAPÍTULO 2

Información útil para los artesanos que operan en el comercio electrónico



- **REGISTRO DE EMPRESAS:** Asegúrese de estar debidamente registrado como entidad comercial. Dependiendo de la escala y la estructura de su negocio, puede optar por registrarse como empresa unipersonal, sociedad de responsabilidad limitada (SRL) u otra forma legal apropiada. La inscripción se puede realizar a través de la Oficina del Registro Mercantil.
- **TRIBUTACIÓN:** Familiarícese con las leyes y obligaciones fiscales nacionales. Tendrás que registrarte a efectos del IVA (Impuesto sobre el Valor Añadido) si tu facturación anual supera un determinado umbral. Mantener registros financieros precisos es crucial para el cumplimiento tributario.



- **MERCADOS ONLINE:** Si planeas vender tus artesanías en mercados online, como Etsy o eBay, revisa los términos y condiciones de estas plataformas. Cumplir con sus políticas con respecto a tarifas, envío, devoluciones y servicio al cliente.
- **PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR:** Como vendedor de comercio electrónico, debe cumplir con las leyes nacionales y de protección al consumidor de la UE. Esto incluye proporcionar información clara sobre los productos, cumplir con las políticas de devolución y garantía, y abordar las quejas de los clientes con prontitud.
- **PROCESAMIENTO DE PAGOS:** Configure opciones de procesamiento de pagos seguras y confiables para sus clientes. Las pasarelas de pago populares, como PayPal o Stripe, se utilizan comúnmente en el comercio electrónico.
- **PROPIEDAD INTELECTUAL:** Proteja sus derechos de propiedad intelectual, como marcas o derechos de autor, si procede. Tenga cuidado de no infringir los derechos de propiedad intelectual de otros en sus creaciones.
- **ENVÍOS Y LOGÍSTICA:** Elija un socio de envío y logística confiable para garantizar la entrega oportuna de sus productos. Familiarícese con las regulaciones y los costos de envío, tanto nacionales como para pedidos internacionales.
- **MARKETING ONLINE:** Desarrolle una estrategia de marketing online para promocionar su artesanía. Esto puede incluir la creación de un sitio web o el uso de plataformas de medios sociales para mostrar sus productos.

- **PROTECCIÓN DE DATOS:** Si recopila y procesa datos de clientes, debe cumplir con las leyes de protección de datos, como el Reglamento General de Protección de Datos (RGPD). Proteja la información del cliente y busque asesoramiento legal si es necesario.
- **SERVICIO AL CLIENTE:** Ofrezca un excelente servicio de atención al cliente. Responda rápidamente a las preguntas de los clientes y resuelva cualquier problema o duda. Las reseñas positivas y las recomendaciones de boca en boca pueden contribuir al crecimiento de su negocio en Internet..



- **CUMPLIMIENTO LEGAL:** Manténgase informado sobre los cambios en las regulaciones nacionales y de la UE sobre comercio electrónico. Revise y actualice regularmente sus términos y condiciones, política de privacidad y otros documentos legales para garantizar el cumplimiento.
- **GESTIÓN FINANCIERA:** Administre sus finanzas sabiamente. Lleve un registro de sus ingresos y gastos, y considere buscar asesoramiento financiero o servicios de contabilidad para garantizar la estabilidad financiera.
- **GESTIÓN DE REDES:** Únase a comunidades de artesanos locales y online. El trabajo en red puede proporcionar un valioso apoyo, asesoramiento y oportunidades de colaboración.
- **CALIDAD Y PRODUCTOS ÚNICOS:** Concéntrese en crear productos únicos y de alta calidad que lo diferencien de la competencia. Su artesanía y la singularidad de sus ofertas pueden ser un punto de venta importante.
- **RETROALIMENTACIÓN Y ADAPTACIÓN:** Preste atención a los comentarios de los clientes y a las tendencias del mercado. Adapte sus ofertas de productos y estrategias comerciales en consecuencia.

CAPÍTULO 2.1

Apoyo gubernamental a quienes realizan comercio electrónico



ITALIA

En Italia, el gobierno ofrece diferentes tipos de apoyo a quienes realizan comercio electrónico. Algunos ejemplos de apoyo gubernamental incluyen:

- **EXENCIONES FISCALES:** El gobierno italiano ofrece exenciones fiscales específicas para las empresas de comercio electrónico. Por ejemplo, las empresas pueden beneficiarse de exenciones fiscales para inversiones en tecnologías digitales, la compra de software y hardware, así como para gastos de formación y consultoría.
- **FINANCIACIÓN E INCENTIVOS:** Los programas de incentivos y financiación del gobierno están disponibles para las empresas que realizan actividades de comercio electrónico. Esto puede incluir subvenciones, préstamos blandos o subvenciones para promover el desarrollo y la innovación en el sector del comercio electrónico. Por ejemplo, en el contexto del Plan Nacional de Recuperación y Resiliencia italiano, el desarrollo del comercio electrónico de las PYME en países extranjeros constituye uno de los títulos de los instrumentos financieros previstos por el Plan, con subvenciones no reembolsables de hasta el 40% para el desarrollo de plataformas de comercio electrónico y marketing web.
- **APOYO A LA EXPORTACIÓN:** El gobierno italiano brinda apoyo específico a las empresas que buscan expandir sus negocios de comercio electrónico a nivel internacional. Esto puede incluir servicios de consultoría, exenciones fiscales a la exportación y apoyo en la asistencia a ferias comerciales internacionales.
- **FORMACIÓN Y CONSULTORÍA:** Los programas de capacitación y consultoría están disponibles para ayudar a los empresarios a comprender mejor la dinámica del comercio electrónico y desarrollar habilidades específicas de la industria. Esto se puede brindar a través de cursos, talleres, webinars o a través de la asistencia de profesionales especializados.
- **NORMATIVA Y PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR:** El gobierno italiano ha establecido regulaciones específicas para regular el comercio electrónico y proteger a los consumidores. Esto incluye las leyes de privacidad y protección de datos personales, las normas sobre el derecho de desistimiento y las garantías de los productos comprados en línea. La Autoridad para la Protección de Datos Personales es el organismo gubernamental responsable de la protección de datos personales en Italia.

ITALIA



Es importante tener en cuenta que las políticas de apoyo del gobierno pueden variar con el tiempo y pueden estar sujetas a cambios. Por lo tanto, es recomendable consultar las fuentes oficiales del gobierno italiano y las organizaciones pertinentes para obtener información actualizada sobre las oportunidades de apoyo disponibles para las empresas de comercio electrónico en Italia.



Ver más:

<https://www.agenziaentrate.gov.it/portale/impres/agevolazioni>

<https://www.mimit.gov.it/index.php/it/incntivi-mise>

<https://www.invitalia.it/>

<https://www.simest.it/per-le-impres/finanziamenti-agevolati-pnrr/sviluppo-ecommerce-pmi-estero/>

<https://export.gov.it/> | <https://www.sostegnoexport.it/>

<https://www.anpal.gov.it/formazione> | <https://www.garanteprivacy.it/>

ESPAÑA

El gobierno español proporciona diversas formas de apoyo e iniciativas a las personas y empresas que realizan comercio electrónico. Estos son algunos ejemplos del soporte disponible:

- **PROGRAMAS DE ASISTENCIA FINANCIERA:** El gobierno español ofrece programas de apoyo financiero, subvenciones y préstamos para fomentar el crecimiento del comercio electrónico. Estos programas tienen como objetivo ayudar a las empresas a cubrir los costes relacionados con el desarrollo de sitios web, el marketing online, la transformación digital y la infraestructura de comercio electrónico.
- **FORMACIÓN Y EDUCACIÓN:** El gobierno ofrece programas de capacitación y talleres para mejorar las habilidades y conocimientos digitales de las personas y empresas involucradas en el comercio electrónico. Estas iniciativas tienen como objetivo mejorar las prácticas de comercio electrónico, las estrategias de marketing digital, la seguridad online y la participación del cliente.
- **TRANSFORMACIÓN DIGITAL E INNOVACIÓN:** El gobierno español promueve la transformación digital y la innovación apoyando iniciativas que fomenten los avances tecnológicos y la adopción de soluciones digitales. Esto incluye asistencia en la implementación de plataformas de comercio electrónico, la integración de sistemas de pago digital y el aprovechamiento de tecnologías emergentes como la inteligencia artificial o blockchain para fines de comercio electrónico.
- **-APOYO REGLAMENTARIO:** El gobierno trabaja en la creación de un entorno regulatorio favorable para el comercio electrónico. Establece leyes y regulaciones que protegen a los consumidores, garantizan la competencia leal y promueven transacciones seguras en línea. Al proporcionar directrices y marcos legales claros, el gobierno ayuda a las empresas a navegar por las complejidades del comercio electrónico mientras mantiene el cumplimiento.

ESPAÑA

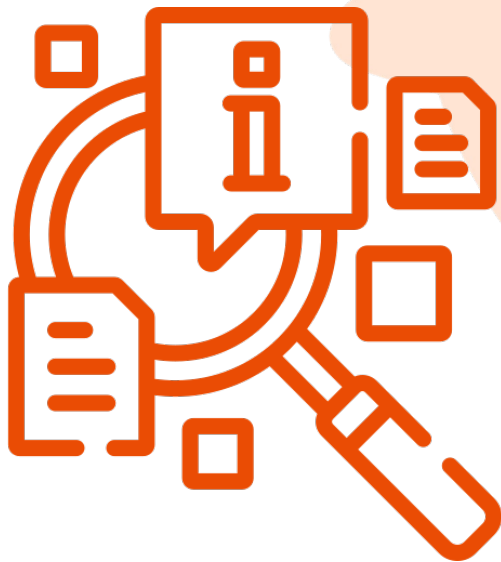
El gobierno español proporciona diversas formas de apoyo e iniciativas a las personas y empresas que realizan comercio electrónico. Estos son algunos ejemplos del soporte disponible:

- **APOYO REGLAMENTARIO:** El gobierno trabaja en la creación de un entorno regulatorio favorable para el comercio electrónico. Establece leyes y regulaciones que protegen a los consumidores, garantizan la competencia leal y promueven transacciones seguras online. Al proporcionar directrices y marcos legales claros, el gobierno ayuda a las empresas a navegar por las complejidades del comercio electrónico mientras mantiene el cumplimiento.
- **INTERNACIONALIZACIÓN Y APOYO A LA EXPORTACIÓN:** El gobierno español anima a las empresas dedicadas al comercio electrónico a ampliar su alcance más allá de las fronteras nacionales. Los programas de apoyo facilitan la investigación de mercados, la promoción internacional, la participación en ferias y exposiciones comerciales y el acceso a redes y recursos de exportación.
- **REDES Y PLATAFORMAS COLABORATIVAS:** El gobierno facilita el establecimiento de redes y plataformas de colaboración donde las empresas de comercio electrónico pueden compartir conocimientos, intercambiar experiencias y colaborar en proyectos. Estas redes proporcionan un entorno de apoyo para que las empresas crezcan y aprendan unas de otras.
- **FINANCIACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN Y EL DESARROLLO:** El gobierno español financia proyectos de investigación y desarrollo relacionados con el comercio electrónico. Esto ayuda a las empresas a innovar, desarrollar nuevas tecnologías y mejorar su competitividad en el mercado digital.

ESPAÑA



Es importante que las personas y las empresas que realizan comercio electrónico en España que se mantengan actualizadas sobre los diversos programas e iniciativas de apoyo disponibles. Los sitios web gubernamentales, las agencias de desarrollo empresarial y las asociaciones de la industria son recursos valiosos para acceder a información sobre programas de apoyo específicos y criterios de elegibilidad. Comprometerse con estos recursos puede ayudar a los emprendedores y las empresas a aprovechar el apoyo proporcionado por el gobierno español para mejorar sus operaciones de comercio electrónico e impulsar el crecimiento.



Ver más:

<https://comercio.gob.es/es-es/prtr-comercio/Paginas/Plan-de-Recuperacion-Comercio.aspx>

<https://planderecuperacion.gob.es/noticias/el-gobierno-lanza-la-primera-convocatoria-de-ayudas-del-programa-kit-digital>

<https://comercio.gob.es/ComercioInterior/Observatorio/Paginas/default.aspx>

<https://www.youtube.com/watch?v=QtZVtM-HVU0>

RUMANÍA

El apoyo gubernamental a las personas y empresas que realizan comercio electrónico en Rumania puede adoptar diversas formas, incluidos incentivos financieros, programas de capacitación y marcos regulatorios:

- **INCENTIVOS FINANCIEROS:** El gobierno rumano, a través de varios programas, puede proporcionar incentivos financieros y subvenciones para apoyar el desarrollo de negocios de comercio electrónico. Estos incentivos pueden incluir subvenciones para la digitalización, la adopción de tecnología y la promoción de las exportaciones.
- **PLATAFORMAS DE COMERCIO ELECTRÓNICO Y MERCADOS:** El gobierno puede apoyar el desarrollo de plataformas de comercio electrónico y mercados, lo que facilita a las empresas establecer una presencia online. Estas plataformas pueden ofrecer soluciones rentables para las pequeñas empresas y los artesanos.
- **FORMACIÓN Y EDUCACIÓN:** Los programas de formación y los talleres destinados a mejorar la alfabetización digital y las habilidades de comercio electrónico suelen estar disponibles para los emprendedores y las empresas. Estos programas ayudan a particulares y empresas a adaptarse a la economía digital.
- **PROMOCIÓN DE LAS EXPORTACIONES:** Las agencias gubernamentales pueden ayudar a las empresas de comercio electrónico a expandir su alcance de mercado a nivel internacional. Este apoyo puede incluir misiones comerciales, estudios de mercado y asistencia con la documentación de exportación.
- **ACCESO A LA FINANCIACIÓN:** El gobierno puede colaborar con las instituciones financieras para proporcionar préstamos asequibles y facilidades de crédito a las empresas de comercio electrónico, especialmente a las nuevas empresas y las PYMES.

RUMANÍA

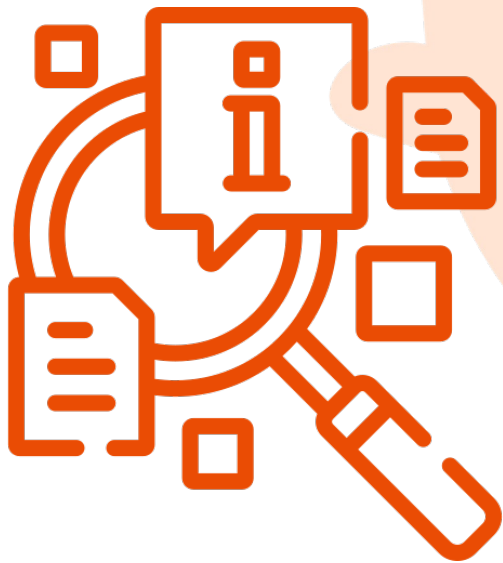
El apoyo gubernamental a las personas y empresas que realizan comercio electrónico en Rumania puede adoptar diversas formas, incluidos incentivos financieros, programas de capacitación y marcos regulatorios:

- **APOYO REGLAMENTARIO:** Es crucial establecer marcos reguladores claros y favorables para el comercio electrónico. El gobierno puede trabajar para simplificar los procedimientos burocráticos, reducir la burocracia y garantizar que las empresas de comercio electrónico puedan operar sin problemas dentro del marco legal.
- **PROTECCIÓN DE LOS CONSUMIDORES Y RESOLUCIÓN DE LITIGIOS:** Las agencias gubernamentales como la Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor (ANPC) pueden proporcionar orientación y apoyo a las empresas de comercio electrónico para garantizar el cumplimiento de las regulaciones de protección al consumidor. También pueden ayudar a resolver disputas de consumidores a través de la mediación y el arbitraje.
- **INFRAESTRUCTURA DIGITAL:** El gobierno puede invertir en infraestructura digital, incluida la conectividad de banda ancha, para garantizar que las empresas de comercio electrónico tengan acceso a Internet confiable y de alta velocidad.
- **APOYO A LA INNOVACIÓN Y LA ADOPCIÓN DE TECNOLOGÍA:** Las iniciativas que alienten a las empresas a adoptar tecnologías innovadoras y herramientas digitales pueden recibir apoyo gubernamental. Esto puede incluir subsidios para la adopción de software y herramientas de comercio electrónico.
- **AGENCIAS DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES:** Organizaciones como la Autoridad de Promoción del Comercio de Rumania (Agenția Română de Promovare a Exportului) pueden proporcionar asistencia, información y apoyo a las empresas que buscan expandir sus actividades de comercio electrónico a nivel internacional.

RUMANÍA



Es importante tener en cuenta que las políticas de apoyo del gobierno pueden variar con el tiempo y pueden estar sujetas a cambios. Por lo tanto, es aconsejable consultar las fuentes oficiales del gobierno rumano y las organizaciones pertinentes para obtener información actualizada sobre las oportunidades de apoyo disponibles para las empresas de comercio electrónico en Rumanía.



Ver más:

<https://www.economie.gov.ro/> | <https://www.anpc.gov.ro/>

<https://www.arpexport.ro/>

TURQUÍA

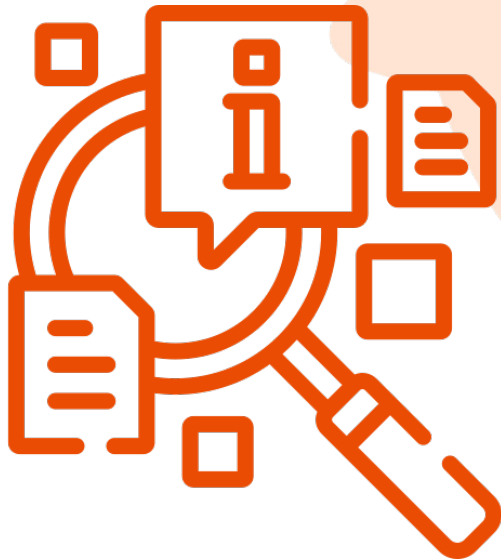
El gobierno turco ofrece diversas formas de apoyo e iniciativas a las personas y empresas que realizan comercio electrónico. Estos son algunos ejemplos del soporte disponible:

- **ADMINISTRACIÓN DE APOYO Y DESARROLLO DE PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS (KOSGEB):** KOSGEB ofrece apoyo financiero y servicios de consultoría a pequeñas y medianas empresas, incluidas las empresas de comercio electrónico.
- **APOYO DEL MINISTERIO DE COMERCIO:** El Ministerio de Comercio ofrece diversos incentivos a las empresas con el fin de aumentar las exportaciones. Las empresas de comercio electrónico pueden utilizar estos soportes para competir en los mercados internacionales.
- **APOYO A LA DIGITALIZACIÓN:** Hay varios proyectos y programas en Turquía destinados a promover la digitalización. Estos programas pueden ayudar a las empresas de comercio electrónico a mejorar su presencia en línea y mejorar sus habilidades de marketing digital.
- **DESCUENTOS Y EXENCIONES FISCALES:** Las empresas de comercio electrónico pueden beneficiarse de descuentos o exenciones fiscales cuando cumplen determinadas condiciones. En particular, la exención de impuestos del gobierno se aplica a aquellos que operan negocios de comercio electrónico desde casa y están sujetos a ciertas regulaciones. Esta exención cubre a los empresarios que realizan actividades comerciales sin abrir una ubicación comercial separada o utilizar maquinaria automatizada para la producción en masa.
- **SOPORTES DE EXPORTACIÓN ELECTRÓNICA:** Las empresas de comercio electrónico en Turquía pueden aprovechar varios apoyos y programas de exportación electrónica para expandirse a los mercados internacionales y vender sus productos en el extranjero.

TURQUÍA



Los detalles, las condiciones de solicitud y los procesos de las ayudas públicas en Turquía se actualizan con frecuencia. Por lo tanto, es importante que los empresarios y artesanos visiten los sitios web oficiales de las instituciones pertinentes para acceder a información actualizada sobre las ayudas que se ajustan a sus necesidades y cualificaciones. Además, los asesores o expertos financieros pueden ayudar a los empresarios y artesanos a identificar las ayudas públicas más adecuadas.



Ver más:

<https://www.kosgeb.gov.tr>

<https://ticaret.gov.tr/destekler/ihracat-destekleri/pazara-giriste-dijital-faaliyetlerin-desteklenmesi>

<https://geka.gov.tr/tr/sayfa/geka-imalat-sanayide-kurumsallasma-ve-dijital-donusum>

<https://ticaret.gov.tr/destekler/e-ihracat-destekleri>



FUTURE e-COMMERCE

2022-1-R001-KA220-VET-000088579

This Project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which be made of the information contained therein.



Co-funded by
the European Union