



CREACIÓ D'UNA BOTIGA VIRTUAL

Treball de Recerca de Batxillerat

Autora Balbina Virgili i Rocosa

Tutora Anna Planas

Escola Vedruna-Gràcia

Curs 2011-2012

Data Desembre de 2011

Índex

1. <u>Introducció</u>	3
1.1 Justificació del treball.....	3
1.2 Objectius i preguntes de la recerca	4
2. <u>Part teòrica</u>	5
2.1 Tendes online	5
2.1.1 Característiques	5
2.2 Creació de la tenda online.....	8
2.2.2 Creació de la web	13
2.3 Avantatges i inconvenients de vendre per internet	28
2.3.1. Avantatges	28
2.3.2. Inconvenients.....	30
3. <u>Part pràctica</u>	31
3.1 Visites i formació realitzades	31
3.1.1. Seminari “com vendre on line”	31
3.1.2. Visita al Congrés e-commerceretail.....	31
3.1.3. Visita a la O.G.E (Oficina de Gestió Empresarial)	33
3.1.4. Visita a Barcelona Activa.....	33
3.1.5. Oficines Nacex, Mail boxes i MRW.....	34
3.1.6. Entrevista amb una assessora per la creació d’empreses.....	35
3.2. Creació de l’empresa.....	35
3.2.1. El Pla d’Empresa	35
3.2.2 Creació de la web	40
3. <u>Conclusions</u>	55
Vocabulari	57
Bibliografia	59
Annexes.....	63

1. Introducció

1.1 Justificació del treball

Tot va començar durant una tarda d'estiu a casa dels meus avis. Si no recordo malament, devien ser aproximadament les cinc de la tarda i estava ajaguda al sofà quan, de sobte, la meva àvia em va cridar: - Corre, vine al garatge!

Tot i el crit, no em vaig alarmar, era una frase que feia servir quasi cada dia: - Mira quines arracades acabo de dissenyar!

I, efectivament, aquell dia no podria ser menys. Vaig incorporar-me i vaig caminar fins el garatge on ella havia creat el seu propi taller durant l'època d'estiu.

Només veurem ja em va fer emprovar les arracades que acabava de fer, utilitzant la tècnica del ganxet, per veure quin efecte feien posades en una altre persona. Però llavors va començar a buscar entre caixes i caixes una polsera que anés a conjunt i, més tard, també un collaret.

Quan ja estava tota guarnida, va treure el cap per la porta la veïna del davant. Com sempre, la porta que donava al carrer estava oberta, a través d'ella veia passar veïns, estrangers, amics que passejaven i els saludava amablement i, fins i tot, els convidava a entrar. Jo podia observar com li agradava explicar com feia aquells objectes, quines tècniques utilitzava, no li importava si parlaven idiomes diferents, de fet, encara s'ho passava millor intentant parlar amb ells.

La veïna del davant va entrar perquè li portava pastanagues del seu hort, la meva àvia tota entusiasmada li va donar les gràcies alegrement i sense perdre aquest entusiasme li van ensenyar les noves arracades que havia fet, que encara penjaven de les meves orelles.

Ella li va preguntar: - No et canses de treballar tant?

La meva àvia sorpresa li va contestar: - El que jo considero feina és, per exemple, haver de netejar la casa, això no és feina per mi, em diverteixo molt fent-ho, faig servir la imaginació.

I era veritat, se la veia contenta i se li passaven tots els mals quan passava hores i hores seguides allà, però havia arribat un moment que la quantitat de material que ja havia realitzat ja no sabia on guardar-lo.

Va ser en aquell moment quan se'm va acudir la idea d'intentar crear una empresa per tal de poder vendre els seus productes a qui ho desitgés.

A mesura que s'anava acostant el dia que havia de confirmar el títol del meu treball de recerca, aquesta idea s'anava quedant una mica enrere, ja que no estava segura de poder-la realitzar doncs els meus coneixements sobre el tema era gairebé nuls, perquè estic cursant el batxillerat tecnològic en el qual no s'estudia cap assignatura relacionada amb el món de l'empresa. Però llavors se'm va acudir la idea de poder fer una tenda online. Aquesta idea sí que em va acabar



d'enganxar del tot, ja que sempre m'han agradat molt els temes relacionats amb el món dels ordinadors i de la publicitat.

1.2 Objectius i preguntes de la recerca

Així doncs a partir de la idea inicial de crear una botiga virtual amb les “joies” de l'àvia, els objectius d'aquest treball de recerca són:

- Estudiar la viabilitat de crear l'empresa i els passos que s'han de seguir per constituir-la.
- Veure quins components i funcionalitats ha de tenir una botiga virtual.
- Dissenyar la botiga virtual, seleccionant prèviament el software necessari.

Les preguntes que m'he plantejat en aquesta recerca han estat:

- Què s'ha de fer per muntar una tenda online?
- Quin capital és necessari invertir-hi?
- Realment és rendible crear una tenda online?
- Com ha de ser una tenda virtual i quines eines es necessiten per crear-la?
- Què no li pot faltar a una tenda virtual?



2. Part teòrica

2.1 Tendes online

Una tenda o botiga en línia, també coneguda com a tenda online, tenda virtual o tenda electrònica, té el mateix objectiu que un tenda convencional, la compra i venda de productes o serveis, amb la diferència que la tenda en línia fa servir un lloc web d'internet com a mitjà principal per a realitzar les seves activitats.

Els venedors de productes i/o serveis posen els seus productes a disposició dels seus clients en un lloc web, en el qual es poden observar les seves imatges, llegir les seves característiques i, finalment, si ho desitgen, adquirir-los. Aquest tipus de botiga li dona al client la possibilitat de fer-ho des de qualsevol lloc i en el moment que ho desitgi, sense necessitat de moure's i rebent la mercaderia directament allà on li convé.

Per tant, el concepte "tenda virtual" representa la possibilitat de traslladar l'operativa comercial habitual d'un comerç tradicional a internet, augmentant el nombre de possibles clients a clients de tot el món.

2.1.1 Característiques

Les "tendes virtuals" tenen les característiques següents:

- **El local**

El local el formen el conjunt de pàgines web que estan a la disposició del públic des del nostre servidor web. Equival al local físic.

És l'encarregat de mostrar als compradors el nostre comerç i, per tant, s'ha de trobar en les millors condicions. Aquest suposa escollir estratègicament on ubicar el nostre servidor web, és a dir ha de ser fàcilment accessible des dels cercadors i ràpid al navegar i accedir a les funcionalitats

- **L'aparador**

La primera pàgina a l'entrar a la web fa d'aparador de la botiga virtual i les correlatives equivalen als prestatges dels productes. És per això que és tant important aquesta pàgina inicial de la web, ja que és la primera impressió que s'emporten els possibles compradors de



l'empresa i, per tant, ha d'estar acord amb la imatge que es vol donar. Els colors i els elements gràfics poden ajudar als clients a la compra de productes tenint en compte en tot moment que no han de perjudicar la velocitat de navegació. La resta de pàgines han d'estar en sintonia amb la pàgina inicial.

- **Els productes**

Una de les característiques de les tendes virtuals és que els clients no poden palpar ni tocar els productes abans d'adquirir-los, per això és indispensable posar a la disposició del client el màxim de característiques i/ o imatges de qualitat per tal de que aquest es pugui imaginar de la manera més precisa possible el producte que vol adquirir.

- **El carro de la compra**

És una funcionalitat que permet al client "agafar" i "deixar" objectes de les prestatges de la web en un espai apart, mostrant el conjunt d'objectes que es van seleccionant mentre es calcula l'import final. És un dels conceptes claus, juntament amb la presentació dels productes, que han d'estar dissenyats de cara a facilitar i agilitzar una venda a la nostra tenda online, ja que el client està a només un "click" d'abandonar la tenda sense adquirir cap producte.

- **Els mitjans de pagament**

Quan el client es decideix a adquirir els productes prèviament seleccionats ha de pagar-los. En una tenda convencional només ha de passar per caixa i efectuar el pagament amb efectiu o amb targeta. Per internet, el fet de no veure a la persona que es troba a l'altre banda de l'ordinador, crea problemes de fiabilitat i seguretat en la majoria de clients. És per això que és important al dissenyar la botiga estudiar detalladament la forma en que es cobrarà al client però, sobretot, garantir en tot moment, de cara al client una imatge de fiabilitat i seguretat en tot el procés.

Existeixen diferents formes de pagament per internet. Les més utilitzades són: contrareemborsament, transferència bancària, tarja de crèdit i la tarja Paypal.

- **El servei de la tenda**

En algun moment és probable que el client es plantegi algun dubte o vulgui fer alguna pregunta. En un comerç tradicional simplement li caldria apropar-se al mostrador. En una tenda virtual hi ha d'haver la possibilitat que el client estigui atès el màxim d'hores possible per intentar solventar els problemes amb la màxima rapidesa possible. Cal facilitar un número de una adreça de correu electrònic o un número de telèfon per a què el client se senti més proper. També cal facilitar una bústia de suggerències (també pot ser un correu)



que ajudarà a veure els punts més dèbils de la teva web per intentar-los adaptar millor a allò que volen els clients. Comprendre les diferents necessitats dels nostres clients és fonamental per l'èxit d'una tenda virtual.

- **El lliurament del material**

El què en una tenda convencional és tan fàcil com omplir una bossa i entregar-la al client, en una tenda online es converteix en fer arribar la compra allà on indiqui el client en perfectes condicions i fer-ho el més ràpid possible.

Un petit retard en el lliurament del material pot significar pel client quelcom molt desagradable fet que podria significar la pèrdua d'aquell client en futures compres.

El servei d'entrega dels materials es fa normalment amb terceres empreses especialitzades en transports. Depenent del preu del nostre producte, Això provoca, a vegades, el cost del transport pot ser més gran que el de la pròpia compra.

Característiques	Tenda convencional	Tenda virtual
Local	Físic	Web
Aparador	Vidre el qual el client pot veure sense necessitat d'entrar dins del local	Primera pàgina de la web
Productes	Físics i reals (poden palpar-los i agafar-los abans d'adquirir-los)	Virtuals, cal detallar bé les característiques ben i oferir imatges de qualitat (no es poden tocar abans d'adquirir-los)
Procés de venda	"Humanitzat", tractament personal	"No humanitzat"
Carro de la compra	Col·lecció d'objectes que es volen adquirir	Col·lecció fictícia dels objectes de compra
Mitjans de pagament	Efectiu, targeta, xec...	Contrareemborsament, targeta, transferència bancària, Paypal
Serveis de la tenda	"Humanitzat"	Telèfon, correu electrònic, chats...
Recepció del material	Del venedor al client (és ell mateix qui s'endú allò que ha adquirit)	De la tenda a una empresa tercera que fa el lliurament (No hi ha relació directa venedor-client)



2.2 Creació de la tenda online

Per a la creació de la tenda online s'han de considerar dos grans blocs d'activitats: la creació de l'empresa i, per altre, el desenvolupament de la web.

2.2.1 Creació de l'empresa

Obrir un negoci no és cosa d'un sol dia sinó que requereix: una idea, una preparació, un capital i un conscienciament i motivació, abans i després de la seva posada en marxa, ja que un negoci no prospera per si sol, necessita un esforç no menor. Analitzar bé tot aquest conjunt d'activitats a dur a terme abans de la seva posada en marxa és un dels punts clau per el seu èxit i progrés. Des que es té una idea de negoci fins arribar a aconseguir la llicència per a poder vendre un producte amb una marca determinada és essencial considerar els punts següents:

- **La idea de negoci**

Per voler posar en marxa una empresa, primer de tot ha d'existir una idea de negoci, és a dir, s'ha de tenir com a mínim un producte o servei per vendre a altres de manera continuada. Aquest és el punt de d'inici sobre el qual es començarà a desenvolupar l'empresa.

Aquesta idea ha de ser innovadora, atractiva, diferenciadora de cara als clients per tal d'aconseguir més fàcilment les vendes desitjades.

- **El pla d'empresa**

El següent pas que és necessari fer una vegada establerta la idea de negoci és confeccionar un pla d'empresa el qual ens permetrà encaminar el tipus d'empresa que necessitem, les característiques que ha de tenir, els seus punts forts i febles, etc. i, sobretot, ens conduirà a calcular el rendiment aproximat que tindrà l'empresa.

El pla d'empresa és un document escrit en el que s'explica i es detalla el projecte d'una nova empresa, tenint en compte tots els elements rellevants, recursos necessaris i accions que cal dur a terme per a la posada en marxa del nou projecte empresarial, per determinar si el projecte és lo suficientment sòlid per crear l'empresa o si és necessari reconduir algun aspecte comercial, productiu, organitzatiu o financer, abans de la seva creació.

El pla d'empresa és de gran utilitat tant per a la persona emprenedora per què:

- Ajuda a ordenar idees
- Planifica i fa pensar anticipadament en el nou negoci i permet preveure algun dels problemes amb els que la empresa es pot trobar i, així, tenir preparades alternatives.



- Dóna una visió global del projecte i serveix de guia per a cada fase del procés de creació
- Redueix considerablement el risc de fracàs
- Permet determinar quines són les oportunitats de negoci i els mercats d'interès més prometedors per a l'empresa
- Crea consciència dels obstacles que s'han de superar
- Crea un marc de comunicació i venda
- Permet analitzar els costos i la rendibilitat
- Pot ajudar a trobar finançament de terceres persones

És per això que és necessari confeccionar-lo detingudament. Els elements essencials d'un pla d'empresa són:

○ Definició del negoci

Primer de tot és important exposar detalladament la idea de negoci que es vol desenvolupar. Precisant d'on va sorgir la idea del negoci, quin producte o servei s'ofereix, quines necessitats cobreix, a quin sector s'inscriu l'activitat, en què s'especialitza el negoci i a quins clients va dirigit.

○ Forma jurídica

Una altra de les decisions que porta més mal de cap als emprenedors és escollir la forma jurídica idònia per a la seva empresa i tota la "paperassa" que aquesta comporta. Tot i que, realment, la forma jurídica és el menys determinant per l'èxit o el fracàs del negoci ja que és molt poc probable que una empresa hagi de tancat per una elecció incorrecte d'aquesta.

No hi ha formes jurídiques millors o pitjors que altres però si és cert que cada projecte tindrà una forma jurídica que se li adaptarà millor.

Les principals diferències de les formes jurídiques amb ànim de lucre són:

- Empreses personalistes

L'empresa és la persona física, és a dir, no existeix una separació entre el patrimoni de l'empresa i el patrimoni personal.

Té responsabilitat il·limitada, és a dir, que és el mateix autònom el que s'endeuta.

No existeix un capital límit ni mínim.

Impostos sobre la renda de beneficis (IRPF).

Règim d'autònoms (aprox. 238 €/mes de la Seguretat Social).



Hi ha dos tipus d'empreses personalistes:

- *Empresari individual (EI)*, també conegut com autònom, és una persona física que realitza una activitat econòmica organitzada i continuada.
- *Societat civil privada (SCP)*, també conegut com a grup d'autònoms, en el qual dues o més persones posen en comú els factors següents: diners, béns i/o treball.

- Empreses no personalistes

L'empresa és una forma jurídica.

Té responsabilitat "limitada" amb el capital invertit, és a dir, la responsabilitat dels socis davant les obligacions contretes per la societat es limita al capital aportat a la companyia i per tant, no responen amb el seu patrimoni personal dels deutes socials.

Hi ha un capital límit i mínim.

Impostos de societats (IS) pagament d'impostos a la declaració de la renda.

Es poden crear els següents tipus d'empreses no personalistes:

- *Societat limitada (SL)* és una forma jurídica mercantil amb personalitat jurídica pròpia independent de la dels seus socis. El capital social es divideix en accions. El capital social mínim és de 3.005,06 euros.
- *Societat anònima (SA)* és una societat mercantil de tipus capitalista en la qual els socis posen recursos en comú per desenvolupar una activitat de tipus empresarial amb l'objectiu d'aconseguir uns guanys. El capital social es divideix també en accions. El capital social mínim és de 60.101,21 euros.
- *Cooperativa (SCC)* és una societat que associa tres o més persones amb el fi de produir béns o prestar serveis a terceres persones aportant, bàsicament, el seu treball. Té com a principis fonamentals la gestió democràtica, la voluntat de millorar les relacions humanes i la idea que els interessos col·lectius estan per sobre de qualsevol benefici particular. El capital social mínim és de 3.000 euros.
- *Societat limitada laboral (SLL)* és la resposta a la necessitat d'una societat entre la cooperativa i la societat de responsabilitat limitada amb un capital mínim menor, de 3.005,06 euros, per expandir la figura laboral en les microempreses. Requereix un mínim de tres socis en el moment de la seva construcció.
- *Societat anònima laboral (SAL)* és una societat mercantil situada entre la cooperativa i la societat anònima. El seu capital social està dividit en accions però la majoria d'aquests han de pertànyer als treballadors de la societat. Requereix



d'un mínim de tres socis i un capital mínim de 60.101,21 euros en la seva construcció.

Característiques	Empreses Personalistes	Empreses no personalistes
Responsabilitat Patrimonial	Il·limitada	Limitada
Senzillesa	Formulari d'Hisenda i de la seguretat social	Registre mercantil, capital en el banc...
Temps de posada en marxa	Poques hores (no més d'un matí)	Un mes
Cost	6 €	Entre 500 -600 €
Impostos	IRPF	Impostos de societat (I.S) i seguiment de comptabilitat
Imatge de la empresa (davant dels consumidors)	Més petites	Més serioses
Fiscal	Augment dels beneficis fins un 43% a llarg termini	És fàcil guanyar molts diners al principi però l'augment dels beneficis és d'entre un 25-30%

Tipologia	Nombre mínim socis	Resp.	Imposició	Seguretat Social dels socis	Capital
Empresari individual	1	Il·limitada	IRPF	Autònoms	No mínim
SCP	2	Il·limitada	IRPF	Autònoms	No mínim
SRL	1	Limitada	Impost de Societats	Socis majoritaris o administrador a règim autònoms	3.005,06€
SA	1	Limitada	Impost de societats	Socis majoritaris o administrador a règim autònoms	60.101'21€
SCC	3	Limitada	Impost de Societats (tipus reduït)	Tots règim general o tots a règim d'autònoms	3.000€
SAL	3 (2 emple.)	Limitada	Impost de Societats	Tots règim general	60.101'21€



Una vegada escollida la forma jurídica idònia per l'empresa, s'ha de tenir en compte els permisos, llicències i obligacions periòdiques fiscals i laborals que aquesta implica.

- **Estructura de l'empresa i característiques dels seus empleats**

En el pla d'empresa és important posar èmfasi en l'experiència i les qualitats dels socis i treballadors de l'empresa per tal de tenir clar quina serà l'aportació, la funció i la retribució que rebrà cadascú dins de l'empresa.

També és un punt important de cara a trobar possibles finançadors del nostre projecte. Per tant, és indispensable adjuntar el currículum vitae de cada treballador.

- **Productes o serveis que s'ofereixen**

Un altre apartat d'aquest pla d'empresa és la descripció detallada del producte posant èmfasi en les seves característiques principals, comunes i diferents, la seva qualitat, les necessitats que cobreix i el preu mitjà final amb el qual es comercialitzarà.

La descripció de l'elaboració del producte i del moviment d'estoc són punts claus per justificar la qualitat dels productes.

- **Informació sobre el mercat**

Abans d'obrir una empresa cal fixar-se en la possible competència que et pots trobar, analitzant els seus preus i els seus punts forts i febles, per tal de mirarà millorar-los i aconseguir que la teva empresa sigui el més atractiva i rendible possible.

La clau de l'èxit de la teva empresa és oferir un producte que ningú més ofereix o, si més no, aconseguir trobar una característica diferencial de la resta d'empreses competidores.

A més, d'assegurar-se de vendre productes de millor qualitat, més econòmics, més duraders, menys fràgils i més innovadors que la competència.

Fer un bon estudi de mercat és important per aconseguir una empresa competent en el mercat, ja des del segon zero de la seva creació.

- **Finançament**

El finançament és tot el conjunt d'ajudes econòmiques que es poden rebre per a obtenir el capital necessari per a dur a terme l'empresa. Es poden rebre en forma de préstecs o subvencions.

- **Confirmació de la viabilitat de l'empresa**

Són càlculs amb valor estimat relatius als guanys, beneficis i rendibilitat de l'empresa. Es tracta d'una aproximació ja que és impossible saber amb exactitud el que realment passarà



amb els nostres guanys o pèrdues fins que no s'hagi obert l'empresa i es vagi fent el seu seguiment.

- **Consell expert**

En determinats àmbits de l'empresa, a vegades es necessita recórrer a la contractació de serveis especialitzat en determinats àmbits en el que no es té el coneixement.

- **Màrqueting**

El màrqueting és el conjunt d'activitats planificades destinades a aconseguir la satisfacció del consumidor, augmentant, al mateix temps, el rendiment de les vendes de l'empresa.

En funció de la tipologia d'empresa a crear caldran uns determinats passos o altres a seguir. En la part pràctica d'aquesta recerca es detallaran els tràmits adequats de la tipologia d'empresa finalment seleccionada.

2.2.2 Creació de la web

Adicionalment a les gestions per la creació d'una empresa, el que cal és fixar-se en la creació de la web, que és el que realment servirà perquè tot el que hem suposat anteriorment es faci realitat. Una bona creació de la web, una bona expansió del mateixa i el seu seguiment seran la clau per l'èxit o el fracàs de la nostre empresa.

Com passa en les tendes convencionals cada empresari ha de decidir com vol que sigui la seva botiga: grandària, decoració, presentació dels productes, manera de donar-se a conèixer...

Els aspectes més importants a l'hora de confeccionar la web en la que s'establirà la botiga són els següents:

- **Seleccionar el tipus botiga**

En primer lloc, s'ha de concretar quina es vol que sigui la "forma" de la botiga, el que seria en una tenda convencional la grandària i les característiques del local en el qual s'establirà la botiga; més gran o més petita, situada en un centre comercial, en un carrer molt transitat o en un altre de més tranquil ...



Les definicions més comunes de tenda virtual són:

- Tenda virtual

És la manera més comuna de vendre per internet, la qual consisteix en una pàgina web on el venedor exposa els seus productes perquè els compradors els puguin comprar a través del pagament amb targeta de crèdit.

Un disseny professional, una forma atractiva de mostrar els productes, alternatives de pagament i transmetre confiança i seguretat als clients són algunes de les claus per el bon funcionament de l'empresa virtual.

- Tenda virtual-aparador

Consisteix també en crear una pàgina web per ensenyar els productes als possibles compradors però amb la diferència que aquests no poden adquirir el producte directament, la pàgina web és de caràcter informatiu. Si el comprador està, finalment, interessat en adquirir el producte haurà de posar-se en contacte amb el venedor, dirigir-se a la tenda virtual que es troba en una altre direcció o anar fins al local físic.

Les pàgines webs serveixen com a publicitat d'un producte o d'una marca per tal de donar-se a conèixer i generar confiança als possibles nous clients.

- Tendes virtuals multimarques

Consisteix en vendre els productes en pàgines de tercers, que necessita crear previament un sistema que permeti a altres persones vendre els productes i rebre a canvi d'ells una determinada comissió. Es necessita un producte de bona qualitat perquè d'altres el vulguin vendre a les seves tendes .

- "Marketplaces"

Són botigues online les quals comercialitzen una gran varietat de productes de diferents marques. Els "marketplaces" donen la possibilitat de promocionar i vendre productes de qualsevol empresa en el seu lloc web, a canvi d'una petita comissió per cada venda que s'arribi a efectuar o d'un preu fix al mes. Utilitzant els "Marketplaces" no es necessita una pàgina web pròpia i ens donen l'oportunitat de crear el nostre catàleg virtual. L'"ebay" i "Mercado Libre" són exemples d'aquests.

- Email marketing

És una tècnica de venda que consisteix en enviar emails on s'ofereixen els nostres productes. Per al bon funcionament d'aquest, es necessita un bolletí electrònic, en el que els clients s'han de subscriure prèviament o es poden enviar correus electrònics, però sense abusar perquè poden ser considerats "spam".



- **Obtenir el domini i l'allotjament web**

Un domini és el nom que identifica de manera inequívoca una empresa, persona o organització a Internet. Aquest domini es compon principalment de dos parts separades per un punt. La primera part és el nom amb el que el propietari ha volgut identificar la web, mentre que la segona és una sigla que indica el tipus d'activitat que desenvolupa o l'àrea geogràfica en que es dona l'activitat.

Els principals dominis genèrics són:

- .cat -Per a la llengua i la cultura catalanes
- .com - Organitzacions comercials
- .net - Estructures de la xarxa Internet
- .org - Organitzacions d'una altra mena (sovint sense ànim de lucre o religioses)
- .edu - Educació
- .info - Agències d'informació
- .int - Organitzacions internacionals (e.g. ONU)
- .biz - Negocis
- .mil - Militar

Alguns exemples de dominis territorials són:

- .es - Espanya
- .it - Itàlia
- .fr - França
- .de - Alemanya
- .nl - Països Baixos
- .jp - Japó
- .au - Austràlia
- .tr - Turquia

Mentre que l'allotjament web, popularment més conegut com hosting, és el servei que permet als usuaris d'Internet tenir un sistema per poder emmagatzemar informació, imatges, vídeos o qualsevol altre contingut accessible a la web.

- Allotjament gratuït

El hosting gratuït és extremadament limitat pel nombre de dades a emmagatzemar quan se'l compara amb el hosting de pagament. Aquests serveis normalment agreguen publicitat als llocs i tenen un espai i tràfic molt limitat.



- Allotjament compartit

En aquest tipus de servei s'allotgen clients de diferents empreses en un mateix servidor. És una solució molt bona pels petits i mitjans clients ja que el cost s'embarateix al estar repartit.

- Allotjament al núvol (cloud hosting)

Aquest hosting està inspirat en les tecnologies més innovadores que permeten a una gran número de màquines actuar com un únic sistema. La seva seguretat està garantida per més d'un servidor i no per un de sol.

- **Seleccionar el software o programari**

El software o programari és el conjunt de programes d'un sistema informàtic, és a dir, és el conjunt de components lògics necessaris que fan possible la realització de tasques específiques.

Els components lògics inclouen les aplicacions informàtiques; com poden ser el processador de text, el software de sistema; com el sistema operatiu que permet als programes funcionar adequadament, facilitant també la interacció entre els components físics i la resta d'aplicacions.

Per la creació de tendes online hi ha diversos softwares gratuïts disponibles molt potents. Els tres amb més renom són OsCommerce, Prestashop i Magento.

A continuació es detallen les característiques principals de cadascun d'ells:

- OsCommerce

Possiblement hagi estat el millor gestor per a tendes online, ara bé, a dia d'avui, s'ha quedat enrere i més, veient lo fort que vénen els seus competidors. Si una cosa cal destacar del "rei", fins ara del comerç electrònic és la seva estabilitat i potència, contra el disseny de pantalla és més complicat.

Aquest gestor de tendes va aparèixer al març de l'any 2000 i va arribar a aconseguir 14.000 projectes online l'any 2008, encara que a l'any següent aquesta xifra va decaure fins a les 12.000 tendes online.

La versió 3 va sortir recentment, però ha quedat com un projecte inacabat i amb la intenció que sigui la comunitat open source qui continuï el projecte. Oscommerce està desactualitzat.



Els seus punts forts són:

- Permet integrar diversos idiomes.
- Gran comunitat de desenvolupadors
- Gran quantitat de mòduls desenvolupats pel que s'abarateixen costos.
- Gestió de multitud de mòduls de pagament.
- Gestió d'enviaments, ja siguin per zones, trams de pes, etc....
- Desenvolupar amb Oscommerce és econòmic i senzill.
- Instal·lació molt senzilla.

Els seus punts dèbils són:

- La instal·lació inicial és molt bàsica, requereixen de molts mòduls per començar a semblar una tenda.
- Modificar pantalles és farragós ja que no s'utilitzen plantilles
- Projecte estancat a la versió 3
- Molt laboriós, qualsevol petita modificació requereix grans coneixements del llenguatge PHP.
- No són accessibles (mapes del lloc, url amigables, meta-tags, títols dinàmics,etc...) per part dels cercadors si no implantem un gran nombre de mòduls.
- Errors de seguretat.

○ Prestashop

Aquest és un dels gestors més nous, però encara que és jove és un dels més preferits. Té un aspecte molt actual, fàcil de canviar i personalitzar.

El projecte es va crear a França, però disposa de suport en anglès, i també en espanyol, tot i que la comunitat espanyola no és tan gran, creix a bona marxa. L'aplicació pesa molt poc i s'instal·la amb un facilitat sorprenent.

Es recomana la seva instal·lació a petites o mitges empreses que necessitin una eina ràpida i que busquin un posicionament natural. Actualment, compta amb una comunitat de més de 50.000 usuaris i segueix creixent molt ràpid. A dia d'avui es dupliquen els usuaris en prou feines 4 mesos. Ultimament, les millores són constants i la solució als errors que van apareixent pràcticament es van resolent setmanalment.

En aquests moments és el rei del comerç electrònic , va començar a poc a poc però disposar d'una tenda realitzada en Prestashop és garantir-se un bon desenvolupament.



Els seus punts forts són:

- Permet integrar diversos idiomes.
- Cost final de projecte econòmic (1000-4000€).
- Gestió de multitud mòduls de pagament.
- És senzill incorporar nous mòduls per ampliar la característiques de la tenda.
- Grups de clients integrat.
- Fàcil instal·lació.
- Permet definir productes físics o virtuals (descàrregues).
- Permet introduir codis de barres.
- És molt ràpid.
- Prestastore: Tenda de mòduls ja desenvolupats.
- Prestashop 1.5 disposarà de multitenda.
- La comunitat en espanyol està creixent molt ràpid.

Els seus punts dèbils són:

- Suport majoritàriament en francès o anglès.
- En la versió 4.1 els temes (formats de les pantalles) instal·lats per defecte són poc vistosos. Els temes més elegants són de pagament.

○ Magento

Magento va néixer l'any 2007 però ja ha guanyat el respecte de molts programadors, sent avui dia un dels sistemes més utilitzats.

Una de les dificultats d'aquest gestor és la seva instal·lació. Si no es té uns mínims coneixements informàtics és molt difícil treballar dia a dia amb ell.

Es recomana l'instal·lació de Magento per a grans empreses o grans projectes, ja que és on realment es veu el potencial de Magento i on majoritàriament treballen persones especialitzades en informàtica.

Tenen una versió gratuïta que cada vegada van limitant més i més i la versió de pagament gira al voltant de 10.000 euros l'any.

Magento és potent , és molt bo, però un bon desenvolupament amb aquesta eina és car i s'ha de disposar d'un servidor amb suficients recursos.



Els seus punts forts són:

- Molt potent, es pot realitzar gairebé tot.
- Permet multitiendes.
- Sistema de cerca potent i vistós.
- Permet una personalització completa de la web.
- El panell d'administració és el més complet de les 3 eines.

Els seus punts dèbils són:

- Comunitat petita, poc suport, gairebé tot en anglès.
- Costos finals alts (des de 3000€).
- Instal·lació i personalització complicada.
- Mòduls desenvolupats o temes escassos.
- Panell d'administració complicat, més encara per a empreses sense coneixements informàtics.
- Consumeix molts recursos.
- La grandària de l'arxiu d'instal·lació és molt gran.
- Característiques del servidor bastant exigents.
- Molts mòduls de pagament.

- **Disseny web**

El disseny web es podria comparar amb la decoració de les tendes convecionals. La presentació dels productes i de la botiga són importants en el moment en que un client va a comprar. Si els productes estan ben presentats en un ambient agradable li serà més fàcil decidir-se a comprar que no pas en una tenda on tot està brut i desordenat.

En les tendes online això és encara més important, amb el gran tràfic de visites que hi ha per internet, una persona amb un simple clic al ratolí pot decidir entrar a la web, però igualment, amb un altre, sortir-ne. És aquí quan entra el disseny web i, sobretot, el portal de la botiga, ja que tenen la clau per atreure la curiositat del client per saber més d'aquella tenda o si prefereix abandonar-la i seguir buscant per altres camins.

En el que el client es fixa al entrar a la web és:

- Fotografies
- Titulars
- Peus de foto
- Textos destacats
- Fixa del producte que li ha cridat l'atenció



El primer pas que s'ha de fer per poder dissenyar bé una web és tenir molt clar el que es vol comunicar i, per tant, és indispensable pensar a qui va dirigit aquests productes.

En segon lloc, s'ha de tenir clar que als clients no els interessa l'empresa, ni l'esforç que es fa per servir-lo; ells el que busquen són solucions als seus problemes i, per tant, el que els interessa és saber els avantatges que el producte li procura.

El tercer pas és definir l'estructura que es voldrà que adquireixi la web. S'ha de tenir en compte que ha de transmetre transparència i claredat, les webs sobrecarregades d'informació i imprecises causen menys impacte al client.

Per tant, els elements en els que s'ha de tenir cura en seu disseny són els següents:

- Fotografies

És el primer element que entra pels ulls i, per tant, és important que hi sigui i que transmeti el missatge que al venedor li interessa.

Una bona fotografia incrementa el record en un 26% sobre el dibuix, per tant, també cal tenir en compte que una imatge en color es recorda el doble que una fotografia en blanc i negre.

- L'eslògan

Ha de ser directe i impactant a cop d'ull, ha de reunir en poques paraules el missatge que es vol emetre ja que és un reclam que fa que el client segueixi llegint i no s'abandoni la web.

- El text

La informació ha de ser curta i enriquidora, com més llarga és, el consumidor tendeix a llegir-se-la menys. Com diu la dita castellana "lo bueno si breve, dos veces bueno". El text ha de ser clar i s'ha de poder llegir còmodament (mides entre 10 i 12 i lletres sense elements decoratius).

- El nom comercial i l'adreça de l'empresa

Si s'ha captat l'atenció i l'interès dels clients, miraran d'obtenir-los, però cada vegada els clients desconfien més de les tendes online. Així doncs, hem de proporcionar als clients confiança i seguretat.

Adjuntant informació verídica que marca la Llei de Serveis de la Societat d'informació i del comerç electrònic (LSSI), elaborada per la Secretaria d'Estat de Telecomunicacions i per la Societat de la Informació del Ministeri d'Indústria, Turisme i Comerç.

Aquestes dades haurien de ser accessibles en diferents punts del teu lloc web, com



podrien ser la part inferior o peu de pàgina web o en l'apartat d'informació sobre l'empresa.

- Paraules clau

Hi ha paraules que afavoreixen a l'atenció i a la memorització, especialment les que tenen una forta tonalitat afectiva i emotiva. Mots com miracle, màgia, secret, confidència, veritat; nit, amor, desig, plaer, sexe, cor; vida, mort, aventura, història; nen, nena, nuvi, núvia, dona, marit; especial, excepcional, nou, descobriment; diners, or, milions, ric, selecte; garantia, economia, gratuït, tranquil·litat; felicitat, sort, èxit, triomf; aquí, ara, ràpid i fàcil.

- **Productes**

Malauradament, en les tendes online, els consumidors han d'adquirir el producte sense, anteriorment, haver-lo tocat o vist físicament. D'aquí prové la importància de crear una bona fitxa del producte en la qual no hi pot faltar:

- Fotografies de diferents vistes del producte

Tenint en compte que el client no pot tocar ni provar els seus productes és molt important que les fotos que apareguin en les fitxes del producte, mostrin el producte des de diferents angles per proporcionar al comprador una imatge del producte el més real possible.

- Zoom a les fotografies

Posar a la disposició del client una eina que permet fer zoom sobre el producte amb l'objectiu de mostrar fins el mínim detall del producte, com si pogués tocar-lo.

- Incorporar vídeos

Incorporar vídeos és una manera lúdica i bastant original de descobrir un producte que pot fer diferenciar-lo dels seus competidors.

Les presses per comprar fan que molts clients que no es parin a llegir un text escrit, però en canvi si que es paren a mirar un vídeo. Els vídeos són una manera d'atreure i de temptar al client per veure'l i interessar-se pel producte.

- Informació sobre el producte



En les fitxes dels productes és primordial transmetre la informació essencial sobre un producte, com són la grandària, el color, el material de fabricació i les seves funcionalitats.

La descripció s'ha d'escriure amb paraules senzilles i precises, no ha de ser massa llarga i el vocabulari que es faci servir no ha de ser massa tècnic, ja que llavors el client no es molestarà a llegir-lo i podria, fins i tot, abandonar la fitxa, en cas de no entendre-ho del tot.

També s'ha de deixar clar en tot moment la informació sobre el lliurament (temps i despeses d'enviament), la disponibilitat del producte (en estoc o no), els tipus de pagament que es poden utilitzar per adquirir-lo amb la seva seguretat corresponent, la garantia i el preu final del producte són de gran importància s'han de trobar totes en la fitxa del producte.

- **Pagament**

Un dels aspectes que fa desconfiar més als clients a l'hora de comprar per Internet és la manera en que realitzarà el pagament. És un lloc segur? Quina és la manera més segura per fer-ho?

Com a conseqüència d'aquesta desconfiança, avui en dia, existeixen varies maneres d'efectuar un cobrament de productes adquirits a través d'Internet. Les bones botigues online deixen en mans del consumidor, l'elecció del tipus de cobrament que utilitzarà.

Les formes de pagament més utilitzades són:

- Contra reemborsament

Consisteix en abonar el cost de la comanda online directament a la persona transportista que faci el lliurament al domicili, generalment en efectiu. Per tant, és el mètode de pagament menys arriscat pel comprador, ja que el pagament el realitza el comprador en el moment en que se li lliura la mercaderia. Encara que, la majoria de comerços cobren una comissió per utilitzar-lo.

- Targeta de crèdit (TPV virtual)

És el mètode de pagament electrònic més comú i acceptat avui en dia. Als consumidors no els hi costa res mentre que el comerciant ha de pagar una comissió a la entitat que ofereix el servei de TPV virtual d'entre el 0'5 i el 4'5% de l'import total de la comanda. Simplement es necessita sol·licitar a l'entitat bancària les contrasenyes i el software.

- Transferència bancària



El comerciant notifica al client una conta bancària on el client ha d'ingressar la quantitat necessària perquè se gestioni la comanda. El banc pot cobrar una comissió per cada transferència periòdica.

És una manera senzilla però a vegades es considera un medi lent ja que requereix que es realitzi primer la transferència i després s'informi a la tenda la seva realització. Afortunadament, s'ha creat una eina online que cada banc proporciona per fer més aquesta transferència de manera més ràpida.

- Domiciliació bancària

El client facilita a l'empresa un número de conta bancària perquè aquesta li cobri una quantitat determinada de manera periòdica. És un mètode poc freqüent en aquest tipus de tendes online i, a més, el banc pot cobrar una comissió per cada transferència periòdica.

- Paypal

Paypal és un dels mètodes de pagament més nous que pertany a l'empresa "ebay" i ha anat agafant molta popularitat en els darrers anys. És una forma ràpida i segura de pagar per Internet tant pel comprador com pel venedor, ja que el comerç no rep, en cap moment, la informació financera o de la targeta de crèdit del comprador. Per utilitzar-lo és indispensable registrar-se gratis a la seva web. Paypal permetrà fer cobraments amb targeta de crèdit, dèbit o per conta bancària.

Aquest mètode de pagament comportarà una comissió pel comerç de 3,4% + €0,35 EUR per transacció.

Existeixen més formes de pagament i altres companyies de pagament segur online semblants a Paypal.

- **Embalatges**

La presentació dels productes en el moment de lliurar-los al seu comprador pot ser una manera de transmetre seriositat i, al mateix temps, una altra manera de fer publicitat sobre l'empresa. A més, un bon embalatge permetrà que el producte arribi en perfectes condicions i no es malmeti durant el trajecte.

Aquest apartat, normalment, se li encarrega a una empresa tercera especialitzada en embalatges, la qual cosa suposa un altre valor econòmic a afegir en el preu total del producte.



- **Transport**

Com és obvi, els productes que els clients decideixen adquirir en una tenda online no arriben sols fins el client que ha decidit comprar-los. En el moment de la compra, el comprador adreça una adreça en la qual vol rebre el o els productes adquirits.

Hi ha empreses que tenen els seus propis magatzems i personal que s'encarrega de fer arribar els paquets a la seva destinació però, moltes altres, opten per la contractació d'una empresa tercera especialitzada en transports de mercaderies, reduint així costos i molèsties que els enviaments suposen. Gestionar i organitzar bé els enviaments proporciona a l'empresa uns estàndards de qualitat ja que és la imatge final que rebrà el client.

La majoria d'empreses transportistes demanen una taxa fixa per cada paquet enviat que variarà segons les zones on es realitzin, el pes i la quantitat d'enviaments realitzats per mes.

- **Gestió de devolucions**

Una altre manera d'atreure clients i generar confiança és oferint als clients la garantia de poder retornar el producte abans d'un nombre de dies establert, amb o sense les taxes pagades, considerant el motiu de la devolució. Alguns dels motius poden ser en cas de que aquest arribi al seu destí en mal estat o no es trobi dins dels requisits del client.

- **Registre de compres i devolucions**

És la relació del conjunt de compres i devolucions realitzades, és a dir, és el conjunt de transaccions realitzades per la botiga virtual que facilitarà la creació o la gestió dels llibres exigits pels organismes tributaris.

Fer un seguiment de les vendes també permetrà a l'empresari conèixer millor el tipus de clients que els compra, quins són els productes més venuts i, per contra, quins ho són menys i l'eficàcia de les campanyes publicitàries realitzades.

- **Seguretat i confiança de la web**

El lloc a on s'emmagatzema la web ha de garantir la protecció de la nostra web i les nostres dades, es a dir protegir en front a virus, a spyware (falsa publicitat), a atacs externs per a posar dades falses o extreure dades de la nostra web o també atacs per a deixar la nostra web inhabilitada.

A més el software escollit per a la creació de la tenda virtual, ha de tenir la certificació SSL, per a l'enviament segur de dades entre la web i el servidor. També els mòduls de pagament que es poden instal·lar han de tenir els certificats de seguretat corresponents.

Una manera de generar confiança al consumidor és fer de l'empresa i de la web un lloc reconegut i amb bona reputació. És per això que hi ha diverses garanties amb les quals els clients es fixen:



- Presència de Condicions d'ús i d'avís legal.
- Presència de la descripció de la Política de Privacitat que especifiqui com es gestionarà la informació que ens sigui facilitada al comprar i demani el consentiment dels usuaris pel seu ús amb finalitats comercials.
- Disposar d'algun segell de confiança reconegut per alguna entitat de confiança online o per la Federació Espanyola de Comerç Electrònic i Marqueting Directe (FECEMD).
- Presència de dades de contacte complets segons exigeix la Llei Orgànica de Protecció de Dades (LOPD).
- Disposar de Certificat de seguretat (SSL) per a la transmissió de dades personals
- Presència de l'empresa en llocs externs com foros, altres directoris de tendes...
- Premis online obtinguts per la web.
- Especificar el lloc dels Tribunals en cas de litigi

- **Millores web**

A part de tots els elements principals que no poden faltar en una tenda online per el seu bon funcionament, n'hi ha d'altres que també s'hi poden instal·lar per tal de fer la botiga més competidora de cara el públic ja que van dirigides a la satisfacció del consumidor.

Són les següents:

- Atenció al client

És imprescindible oferir una bona atenció al client per tal d'atendre el més ràpid possible i amb educació totes les consultes o queixes que puguin fer els clients.

- Correus electrònics
- Chats instantanis
- Telèfons ben atesos

- Possibilitat de subscripció

No s'ha de desapropitar la possibilitat de permetre als clients que puguin subscriure's a la tenda, de manera que rebin informació de nous productes, notícies sobre la tenda o tot el que l'empresa venedora consideri convenient, per tal de mantenir el contacte amb els clients.

- Traduccions

S'ha de donar la possibilitat al client de consultar la web en diversos idiomes per tal que ell esculli el prefereixi. És una altre manera d'atreure els clients i, a més, d' obrir el mercat de vendes a altres països.



- Opinions dels consumidors

Tenir un espai, en les fitxes dels diferents productes de la tenda, on els compradors deixen les seves opinions sobre aquests, ajuda a tranquil·litzar a possibles compradors i impulsar-los a adquirir un producte.

Proposa als clients que escriguin les seves opinions, positives i negatives, sobre els articles comprats.

Donant proves d'honestedat, els nous clients comprovaran la qualitat dels productes i s'atreviran a comprar el producte amb més facilitat.

A més a més, les opinions dels consumidors també poden ajudar als comerciants a veure i a millorar els seus punts dèbils.

Inventar-se opinions falses de consumidors és castigat per la Llei.

- **Tècniques per augmentar les vendes**

La clau de l'èxit d'una pàgina web és poder aconseguir el màxim número de visites possible. Com més gran és el número de persones que visiten una tenda online, més grans són les possibilitats d'aconseguir la venda dels productes que s'hi venen.

- Marqueting

El màrqueting, com s'ha esmentat anteriorment, és el conjunt d'activitats planificades destinades a aconseguir la satisfacció del consumidor, augmentant, al mateix temps, el rendiment de les vendes de l'empresa.

- Rebaixes i ofertes

Un client, a l'hora d'adquirir un producte, amb els primers que es fixarà serà amb aquells que se'ls hi aplica una oferta o una rebaixa. Sabent això, els venedors parteixen amb un petit avantatge respecte els compradors. Hi ha diverses maneres de cridar l'atenció del consumidor per tal d'incitar-lo a comprar més d'el que ell, a priori, tenia pensat:

- Rebaixa d'un % del preu final de la compra quan es supera una suma establerta.
- Regal d'un objecte als clients més fidels.
- Rebaixa per aniversari.
- Rebaixa a las X primeres compres.
- Rebaixa als productes amb menys sortida.

Cada tenda online ha de decidir quina rebaixa o oferta li interessa per fer més rentable la seva botiga, hi ha mil i una maneres de fer-ho.



- Publicitat

La publicitat és una forma de marketing que consisteix en intentar fomentar el consum d'un producte o servei a través dels mitjans de comunicació.

Algunes de les diverses maneres de publicitar-se són:

- Lloguer d'espais publicitaris

Col·locar anuncis textuais o gràfics a webs de tercers a canvi d'un pagament periòdic.

- Programes publicitaris

Una altre maneres d'atreure visites a un lloc web és col·locant anuncis textuais o gràfics a diferents llocs web relacionats amb la temàtica del nostre producte, servei o pàgina web, pagant només pel nombre de vegades que es fa clic sobre l'anunci. AdWords és un exemple d'aquests programes publicitaris.

- Enviar emails

També pot ajudar enviar anuncis o missatges publicitaris via correu electrònic com ara "fulletons" electrònics, cartes de presentació, informació sobre productes, etc. Encara que, s'ha de vigilar molt l'ús que s'en fa, ja que abusar-ne podria ser considerat *spam* i, per tant, acabaria a l'entrada de missatges no desitjats.

- Xarxes socials

Actualment, les xarxes socials estan de moda, la qual cosa significa que hi ha un trànsit molt gran de persones que hi naveguen cada dia. Donar-se a conèixer a partir les xarxes socials és una manera senzilla i molt econòmica de fer publicitat.

Facilitar als teus clients que puguin compartir la seva compra o que ofereixin els productes a qui ho desitgin a partir de les xarxes socials, com Twitter, Facebook, Google+ entre d'altres, és una de les millors maneres de començar la publicitat de la teva web a partir de 'boca a boca' de la gent.

- Participació en foros i blogs

Parlar sobre els propis productes o serveis a webs de tercers, sobretot a webs d'opinió com són els foros o els blogs, pot ajudar a donar a conèixer la web des d'un punt de vista més humà i més proper al consumidor.

- Publicitat fora d'Internet

Finalment, també es pot fer publicitat d'una web sense fer servir Internet. Anuncis a diaris, pàgines grogues, targetes de presentació o samarretes on hi aparegui la nostra marca i pàgina web són exemples de mitjans amb els quals també podem intentar atreure visites a la nostra web.



- Posicionament web

Consisteix en aconseguir una bona posició en els resultats de cerca dels cercadors més populars com Google, Yahoo o Bing.

Es pot aconseguir bàsicament fent un bon ús de paraules claus amb les quals es vol que la web sigui trobada, així com promoure que altres webs facin enllaços a la nostra web.

També hi ha la possibilitat de sortir en llocs destacats del resultat de la cerca pagant quotes a les empreses creadores dels cercadors.

- **Compliment de la LSSI i de la LOPD**

Per a complir la LSSI la web ha de contenir el següent:

- Denominació social, NIF, domicili i adreça de correu electrònic, telèfon o fax
- Dades d'inscripció al registre
- Codis de conducta als que s'està adherit
- Preu dels productes que s'ofereixen, amb el preu dels impostos i les despeses d'enviament.
- Dades relatives a l'autorització administrativa per a fer l'activitat
- Si es vol fer publicitat: anunciar que és publicitat i de qui prové, identificar les ofertes i les condicions per accedir-hi. Cal obtenir sol.licitud previa del destinatari i oferir oportunitat de refusar-la (necessari per a complir la LOPD).

2.3 Avantatges i inconvenients de vendre per internet

2.3.1. Avantatges

Els avantatges més significatius que podem trobar en la venda per internet són:

- **Costos baixos**

Els costos que implica obrir un negoci virtual són significativament menors que els d'obrir una botiga convencional. Es necessita només un ordinador, connexió a internet i una pàgina web on vendre els productes amb tot el manteniment que aquests necessiten. Aquest cost és mínim ja que no ens cal adquirir cap local ni haver-lo de mantenir amb personal, serveis...I per tant, les factures es redueixen. Obviament, aquest cost variarà segons el tipus de prestacions que es vulguin incloure a la web.



- **Varietat de productes**

Vendre per internet dona la possibilitat d'oferir una llarga gamma de productes perquè no és necessari que el venedor tingui tots els productes emmagatzemats, sinó que els pot demanar directament al proveïdor a mesura que els clients els vagi demanant. La qual cosa també ens permet afegir o suprimir productes d'acord amb els canvis o condicions del mercat.

- **Comoditat**

Es pot vendre per internet des de la comoditat de cada persona, no és necessari anar fins a un lloc determinat, només fa falta un ordinador i connexió a internet.

- **Mercat global**

El mercat no està limitat a una ciutat, regió o país sinó que amb internet el no mercat és tot el món. Internet dona la possibilitat d'arribar a milions i milions de clients potencials establerts a diferents parts del planeta.

- **Accesibilitat**

Vendre per internet dona la possibilitat de vendre els productes les 24 hores del dia, els 365 dies de l'any.

- **Rapidesa**

També dona la possibilitat de que cada client pugui informar-se amb rapidesa sobre els productes que desitja i realitzar les compres immediatament sense necessitat de sortir de casa.

- **Fàcil comunicació**

Internet també ens permet tenir una fàcil i ràpida comunicació amb el consumidor ja que aquests poden accedir ràpidament a tota la informació sobre l'empresa o el producte i al mateix temps comunicar-se immediatament amb els venedors. Internet també ajuda als venedors a obtenir una valuosa informació sobre els consumidors a través de l'ús d'enquestes online, via chat, entre d'altres.

- **Personalització**

Es poden arribar a conèixer i emmagatzemar els perfils i gustos dels compradors i suggerir productes, ofertes i condicions especials de manera individualitzada



2.3.2. Inconvenients

Els inconvenients més significatius que podem trobar en la venda per internet són:

- **Ausència de relació personal**

Es perd la referència personal i això pot fer tenir desconfiança als compradors i dificultar l'assessorament i la negociació.

- **Seguretat de les transaccions**

Cal garantir la seguretat de les transaccions i de les formes de pagament i així com tenir cura dels hackers i alhora com es tracta d'un mitjà nou i impersonal, cal invertir esforços en transmetre confiança.



3. Part pràctica

Per la realització de la part pràctica he realitzat les tasques següents, per una banda una sèrie de visites a llocs d'interès i seminaris de formació i per l'altre la creació de la pròpia web.

3.1 Visites i formació realitzades

3.1.1. Seminari “com vendre on line”

Expert: Roger Cases, director de nous medis de l'empresa Barrabés (dimarts 22 de febrer de 2011), durada: 2 hores, lloc: Cibernàrium de Barcelona

El passat 22 de febrer de 2011 vaig assistir a un seminari al Cibernàrium de Barcelona titulat *com vendre online*. Primerament, em pensava que s'explicaria quins eren els components i què es necessitava per poder vendre per internet, però al arribar allà vaig comprovar que realment el que s'explicaven eren diferents tècniques de màrqueting per donar a conèixer la teva empresa, tant podia ser online o física, a través de les noves xarxes socials, les quals estan de moda avui en dia.

Així doncs, vaig trobar aquest seminari molt interessant i vaig comprovar que el màrqueting i la publicitat és un món molt ampli i complexa, tant que només aquesta temàtica per si sola podria ser objecte d'un treball de recerca complet, però que, en el meu cas, s'allunyava una mica dels principals objectius del meu treball. Per això, del contingut tractat al seminari només n'he fet un molt breu i superficial resum, però l'informació completa està adjuntada a annexes.

3.1.2. Visita al Congrés e-commerceretail

2n Congrés Internacional de e-commerce i Negocis Online (dimecres 2 de març del 2011)

El Congrés e-commerceretail és un dels esdeveniments més importants per a les tendres online, ja que s'ajunten aproximadament 100 empreses relacionades amb el sector, en un sol recinte. En el qual durant dos dies es realitzen conferències i es poden visitar els estands dels expositors.

Durant els dos dies que va durar el congrés, vaig assistir a 5 conferències relacionades amb com utilitzar els diferents softwares més conegut per a configurar una web i també a alguna sobre el màrqueting online. També vaig visitar estands d'empreses relacionades amb productes i hostings, empreses transportistes, empreses d'embalatges i d'altres que et dissenyen la tenda online al teu gust.



Vaig poder visitar, també, l'estant de la Cambra de Comerç de Barcelona que em van aconsellar anar a l'oficina de gestió empresarial de la Generalitat (OGE).

En els annexes del treball hi he adjuntat informació útil que vaig recollir durant la visita.

Al sortir de la visita, tenia en ment que el software que havia d'utilitzar era Magento, ja que era gratuït i semblava molt fàcil de configurar segons les explicacions donades a les conferències, a diferència del Joomla i del Drupal. No vaig sentir a parlar en cap moment sobre el Prestashop ja que les seves conferències eren de pagament.

FIRA DE BARCELONA - Recinto Montjuïc - www.firabcn.es



Denominación: ECOMMretail - 2º Salón profesional de comercio electrónico y negocios online.

Fecha de celebración: 2 y 3 de Marzo de 2011

Horario: 10h00 a 19h00

Lugar: Fira de Barcelona - Recinto Montjuïc - (Plaza España, Barcelona)

Entrada: Gratuita, previo registro online.
Sin registro online, precio de entrada en taquilla el día del evento: 30 euros.

Carácter: Profesional



e-commretail
2º SALÓN DE MARKETING ONLINE Y COMERCIO ELECTRÓNICO

TODO LO QUE NECESITAS PARA HACER NEGOCIOS EN INTERNET

- e-commmarketing
- e-commretail
- e-commcloud
- e-comm social media
- e-comm social commerce
- e-commgambing
- e-comm talents
- e-commopen source
- e-comm mobile

2 y 3 MARZO 2011
FIRA DE BARCELONA

www.ecommretail.com

Google MRW theetailers emailvision ICEX



3.1.3. Visita a la O.G.E (Oficina de Gestió Empresarial)

Seguint les indicacions que m'havia facilitat la Cambra de Comerç, el dia 4 de març, vaig dirigir-me a l'oficina de la OGE situada al carrer de Barcelona.

Una vegada allà l'única informació que em van donar va ser que ells només tramitaven i creaven empreses en el moment en que aquesta tenia el pla d'empresa ja ben estructurat i havia confirmat la seva viabilitat.

Tot i que en aquell moment no van poder ajudar-me, em van recomanar que anés a Barcelona Activa on m'ajudarien a confeccionar aquest pla, que era el primer pas que havia de fer si volia crear una nova empresa.



3.1.4. Visita a Barcelona Activa

A Barcelona Activa em van aconsellar que m'apuntés a una sessió informativa per posteriorment accedir al seu assessorament.



- Sessió informativa (9 de juny del 2011)
Seguint el consell que m'havien donat a l'oficina de la O.G.E, vaig posar-me en contacte amb Barcelona Activa. El primer que et demanaven era que t'inscrivissis en una sessió informativa, així doncs el dia 9 de juny vaig assistir-hi. En aquella sessió informativa t'intridüien totes les ajudes que ells et facilitaven mitjantçant xarrades, seminaris i accedint a consells de tècnics especialitzats, per tal d'aconseguir configurar un bon pla d'empresa.
- Assessorament (7 de desembre del 2011)
Durant els següents mesos, vaig utilitzar el model de pla d'empresa que ells em facilitaven a través de la seva web. Una vegada vaig tenir el quasi tot escrit, el dia 7 de desembre, vaig decidir anar a visitar els tècnics per veure si em podien resoldre algun dubte que encara tenia.
En arribar allà vaig comprovar que ells el que feien era corregir i resoldre els teus dubtes una vegada havies confeccionat del tot el pla d'empresa i, a partir d'allà, et simplificaven la seva creació.

3.1.5. Oficines Nacex, Mail boxes i MRW

També vaig posar-me en contacte amb tres empreses transportistes perquè em facilitessin els costos i serveis que oferien per a empreses que treballaven de manera online. Durant una tarda vaig dedicar-me a anar d'una oficina a l'altre demanant els diferents pressupostos.

Oficina Nacex

Direcció: Carrer Muntaner, 473, 08021 BARCELONA.
Telèfon: 932419360



Oficina Mrw

Direcció: Ronda General Mitre, 147, 08022 Barcelona.
Telèfon: 934180101
Fax: 932124417



Oficina Mail Boxes

Direcció: Carrer Muntaner, 479, 08021 Barcelona
Telèfon: 932546100





3.1.6. Entrevista amb una assessora per la creació d'empreses

El passat 16 de desembre vaig concertar una cita amb l'Anna Rosell, economista de l'empresa IMB grup, per acabar de resoldre alguns dubtes que encara em quedaven sobre els tràmits i obligacions que la forma jurídica escollida comportava. A més a més vaig aprofitar per consultar els costos inicials de tramitació de posada en marxa d'una empresa i concretar els costos mensuals de gestió.

3.2. Creació de l'empresa

3.2.1. El Pla d'Empresa

Seguint el model que m'ha facilitat Barcelona activa he confeccionat el pla d'empresa següent:

- **Definició del negoci**

El nom de l'empresa és Balby craft.

L'activitat a realitzar consisteix en la venda al menor de productes de bijuteria de manera online, elaborades a mà, peça per peça, i dissenyades per la Sra. Balbina Alsina Miquel. Aquest negoci consistirà en vendre penjolls, arrecades, polseres, anells entre altres objectes fets amb pedres d'Swarovski i d'altres antigues utilitzant tècniques com ara la mitja, el ganxet i el frivolité.

Són productes artesanal amb dissenys originals i elaborats amb qualitat.

- **Forma jurídica**

La forma jurídica que adoptarà l'empresa serà la d'empresari individual perquè entenc que és la forma que més s'adapta a les meves necessitats per la seva simplicitat de constitució i gestió.

- **Estructura de l'empresa i característiques dels seus empleats**

L'única empresària i treballadora de l'empresa és la Balbina Alsina Miquel, la qual dissenya, també, tots els productes. Ha estat sempre dona de casa, però ha fet algunes exposicions de macramé al llarg dels anys i ha tingut la carta d'artesana de la Generalitat de Catalunya, així que té experiència en el món de la creació de productes amb idees molt innovadores que atreuen al públic.

- **Productes o serveis que s'ofereixen**

Per començar, s'oferiran 43 tipus de productes tots relacionats amb la bijuteria; 12 models de collarets, 9 de braçalets, 12 d'anells i 10 d'arracades. Tots fets a mà utilitzant diverses



pedres i tècniques per crear-les, com ara el ganxet, la mitja o el frivolit  amb pedres de Swarovski, de plata o pedres úniques provinents de França. Moltes d'elles són peces úniques creades per la dissenyadora que no trobar s enlloc m s que en la aquesta botiga.

CODI	PRODUCTE	TIPUS	COST	PREU DE VENDA
1001	Bola 30 ("Dormil�n")	Arrecades	14,40 �	24,00 �
1002	Bola 30 ("Gancho")	Arrecades	14,40 �	24,00 �
1003	Bola Petita ("Dormil�n")	Arrecades	9,00 �	15,00 �
1004	Quatre Flors SWK	Arrecades	10,80 �	18,00 �
1005	Mitja Bola ("Gancho")	Arrecades	10,80 �	18,00 �
1006	Mitja Bola (Bot�)	Arrecades	10,80 �	18,00 �
1007	Pedres Antiques Negres Llargues	Arrecades	12,00 �	20,00 �
1008	Tres Flors SWK	Arrecades	8,40 �	14,00 �
1009	Flor Fribolit�	Arrecades	10,80 �	18,00 �
1010	Flor Macram�	Arrecades	9,00 �	15,00 �
2001	Fribolit�	Bra�alets	16,20 �	27,00 �
2002	Fribolit� amb pedres antigues	Bra�alets	18,00 �	30,00 �
2003	Mitja Met�l.lic	Bra�alets	18,00 �	30,00 �
2004	Ganxet amb SWK	Bra�alets	15,00 �	25,00 �
2005	Met�l.lic amb perles	Bra�alets	21,00 �	35,00 �
2006	Ll�grimes amb fil de plata	Bra�alets	18,00 �	30,00 �
2007	Tires SWK	Bra�alets	10,20 �	17,00 �
2008	Llunes amb perles antigues	Bra�alets	8,40 �	14,00 �
2009	Lliga cames	Bra�alets	3,60 �	6,00 �
3001	Puntxes (verd i nedre)	Collarets	21,00 �	35,00 �
3002	Flors macram�	Collarets	28,80 �	48,00 �
3003	Boles (cadena de plata)	Collarets	12,00 �	20,00 �
3004	Boles	Collarets	7,20 �	12,00 �
3005	Boletes	Collarets	13,20 �	22,00 �
3006	Creus	Collarets	9,00 �	15,00 �
3007	Estrella (verda)	Collarets	21,00 �	35,00 �
3008	Estrella (marr�)	Collarets	21,00 �	35,00 �
3009	Gargantilla fribolit� (llarga)	Collarets	22,20 �	37,00 �
3010	Gargantilla fribolit� (curta)	Collarets	21,00 �	35,00 �
3011	Formes SWK	Collarets	10,80 �	18,00 �
3012	Flor Fribolit�	Collarets	9,00 �	15,00 �
4001	60 peces	Anells	15,00 �	25,00 �
4002	SWK i plata	Anells	14,40 �	24,00 �
4003	1 boleta	Anells	7,20 �	12,00 �
4004	2 boletes	Anells	14,40 �	24,00 �
4005	3 boletes	Anells	21,60 �	36,00 �
4006	Floretes (plata i SWK)	Anells	24,00 �	40,00 �
4007	12 floretes SWK	Anells	18,00 �	30,00 �
4008	6 floretes SWK	Anells	10,80 �	18,00 �
4009	9 floretes SWK	Anells	14,40 �	24,00 �
4010	Flors macram�	Anells	12,00 �	20,00 �
4011	Anells petits negres	Anells	3,00 �	5,00 �
4012	Lliga cames	Anells	1,80 �	3,00 �



- **Informació sobre el mercat**

Els productes estan dirigits majoritàriament a noies i dones de qualsevol edat que els hi agradi anar ben guarnides, ja sigui durant el dia a dia com en ocasions especials.

Al ser una tenda exclusivament online fa que poguem arribar a qualsevol persona de qualsevol part del món, però també és més difícil que ens coneguin o que confiïn comprant per internet, degut a la gran varietat de tendes i productes que hi ha establertes, i de frauds que s'hi poden trobar. Això pot provocar una desconfiança del client a l'hora de comprar i es podria acabar decantant més per una tenda física. Encara que les tendes online cada vegada estan agafant més terreny.

Com que són productes gairebé exclusius, no hi ha tendes que venguin productes iguals als nostres, fet que afavoreix a la nostra expansió de mercat ja que no ens trobem a la sombra de cap altre botiga o multinacional. Si és cert, que hi ha botigues molt semblants a les nostres, tot i que no venen els mateixos productes si que són similars. Com són:

- www.art-bisuteria.com
- www.pepitapulgarcita.net

Comparant-los amb el dels competidors, el preu de cada producte de l'empresa variarà segons el cost del material utilitzat, sumant-li sobretot la dedicació i el temps emprat per a la seva creació.

Així doncs, els preus del collarets poden oscil·lar entre els 12 i els 48 euros , el dels braçalets entre els 6 i els 30, el de les arrecades entre els 14 i els 25, i, finalment el de les anells entre els 5 i els 36 euros (vegin taula de la pàgina anterior).

Com he dit anteriorment, la nostra empresa consistirà en una empresa de venda exclusivament per internet, així que el transport fins el client es farà amb la contractació d'una empresa transportista tercera que farà arribar els productes allà on el client ho desitgi.

- **Finançament**

Com que l'empresa ja conta amb un stock de producció feta i el capital inicial per configurar l'empresa és baix, no necessitem finançament.

- **Confirmació de la viabilitat de l'empresa**

Considerant els guanys, despeses i impostos que l'empresa tindrà i, per altre banda, haurà de pagar, comprovem que el possible rendiment de la nostra empresa és de:



Resultats anuals	PRIMER EXERCICI		SEGON EXERCICI		TERCER EXERCICI	
	IMPORT	%	IMPO RT	%	IMPO RT	%
INGRESSOS						
Vendes/Prestació de serveis	18.159,02	100,0%	19.607,28	100,0%	19.607,28	100,0%
Subvencions a l'explotació	0,00	0,0%	0,00	0,0%	0,00	0,0%
TOTAL INGRESSOS	18.159,02	100,0%	19.607,28	100,0%	19.607,28	100,0%
DESPESES						
Compres/Treballs d'altres empreses	9.079,51	50,0%	9.803,64	50,0%	9.803,64	50,0%
Variació d'existències	0,00	0,0%	0,00	0,0%	0,00	0,0%
MARGE DE CONTRIBUTIÓ	9.079,51	50,0%	9.803,64	50,0%	9.803,64	50,0%
Serveis externs	1.746,77	9,6%	2.480,36	12,7%	2.480,36	12,7%
Despeses de personal	2.958,00	16,3%	2.958,00	15,1%	2.958,00	15,1%
EBITDA	4.374,74	24,1%	4.365,28	22,3%	4.365,28	22,3%
Amortitzacions	211,86	1,2%	243,64	1,2%	275,42	1,4%
Provisions	0,00	0,0%	0,00	0,0%	0,00	0,0%
RESULTAT D'EXPLOTACIÓ	4.162,87	22,9%	4.121,63	21,0%	4.089,85	20,9%
Despeses financeres	0,00	0,0%	0,00	0,0%	0,00	0,0%
RESULTAT ABANS IMPOSTOS	4.162,87	22,9%	4.121,63	21,0%	4.089,85	20,9%
Tributs	832,57	4,6%	824,33	4,2%	817,97	4,2%
RESULTAT	3.330,30	18,3%	3.297,31	16,8%	3.271,88	16,7%

És important recordar que aquestes dades són només referències, el rendiment real d'una empresa no es podrà calcular mai fins el moment de la seva obertura i posada en marxa. Tots els càlculs i dades utilitzats per arribar a aquestes afirmacions s'adjunten a annexes.

- **Consell expert**

He considerat la possibilitat de contractar una gestoria perquè m'ajudi a realitzar el seguiment de comptes mensuals, trimestrals i anuals. Com són l'IRPF i la gestió de l'IVA. El preu d'aquests serveis oscil·la al voltant de 50 euros al mes.

- **Màrqueting**

La publicitat de qualsevol empresa és molt costosa i m'agradaria reduir al màxim el cost inicial de l'empresa. Així que per començar simplement utilitzaríem les xarxes socials per iniciar el boca orella a través de les persones.

Més endavant, veient la resposta de la gent envers els nostres productes i del capital que disposem, ja es podria anar ampliant aquest aspecte.



- **Passos a seguir per montar una empresa**

- Declaració censal d'Agència Tributària.

És la identificació de l'empresa a efectes fiscals. En aquest tràmit s'ha d'escollir, si l'activitat ho permet, entre els diferents règims de IRPF i d'IVA.

A més, existeix l'obligació de donar-se d'alta de l'IAE. No obstant, les persones físiques o autònoms que realitzin activitats econòmiques estan exempts del pagament d'aquest impost.

Documentació: Fotocòpia del DNI i model 036 en el cas de la declaració censal i fotocòpia del DNI i model oficial 840 en el cas de l'IAE.

- Preu: Gratuït en el cas de declaració censal.
- Durada: 1 dia

- Compra del llibre de visites

- Lloc: S'ha d'adquirir a qualsevol papereria especialitzada. Seguidament s'ha de portar a segellar a Inspecció de Treball. Travessera de Gràcia, 303 Barcelona. Tel. 93 401 30 00
- Preu: Aproximadament 6 €

- Alta a la Seguretat Social

- Alta de l'Empresa a la Tresoreria de la Seguretat Social.

- Alta en el règim especial d'Autònoms de la Seguretat Social

- Documentació: Original i fotocòpia de declaració censal, DNI i NIF, Cartilla de Seguretat Social si es té i model TA.0521
- Preu: El tràmit és gratuït, però implica el pagament mensual de la quota d'autònoms. La mínima per al 2.007 sense I.T. és de 212,34 € i amb I.T és de 238,79 €.
- Preu: Gratuït
- Durada: 1 dia

- Fulls de reclamació/denúncia

Totes les persones físiques o jurídiques que comercialitzin béns o prestin serveis directament en l'àmbit territorial de Catalunya, hauran de disposar de fulls de reclamació/denúncia oficial.

Queden exclosos els professionals liberals col·legiats a un Col·legi Professional legalment reconegut, els serveis públics prestats directament per l'Administració, els centres que imparteixen ensenyaments reglats i totes aquelles activitats que tenen



normativa específica en matèria de fulls de reclamació o denúncia.

3.2.2 Creació de la web

Una vegada confeccionat el pla d'empresa i havent considerat els punts forts i febles de la nostra empresa, ha arribat el moment de posar forma a la tenda virtual, tot recollit en una web, que a l'hora de la veritat serà qui representarà l'empresa davant dels possibles compradors. És per això que sempre es vol crear la millor web amb les millors prestacions, però com quasi totes les coses, tot té les seves limitacions.

En aquest cas, disposem d'un capital màxim de sortida de 350 euros per confeccionar totes les coses relacionades amb els components de la web, ja que des de l'inici no em vull arriscar a perdre masses diners per si el negoci no sortís bé. Una altre limitació amb la que em trobo és la falta de coneixement de programació informàtica.

Ha arribat l'hora de començar a confeccionar la web, sempre movent-me entre les meves possibilitats:

- **Tipus de botiga**

Analitzant les diferents possibilitats que es poden escollir per realitzar una web, segons els tipus de botiga esmentats a la part teòrica, l'escollida en el meu cas ha sigut la tenda virtual pròpia.

Des d'un principi tinc clar que haig de descartar l'email màrqueting i la tenda virtual aparador perquè no lliguen amb la idea que m'interessa per la meva empresa que es desenvoluparà exclusivament de manera online i, per tant, tot el seu treball s'ha desenvolupar a la xarxa. Així doncs, entre els que resten, el que s'ajusta més amb la meva idea és la tenda virtual pròpia ja que és la manera més segura i independent i, al mateix temps, més econòmica, ja que el seu cost de desenvolupament pot ser mínim i no com en els altres casos que s'ha de pagar un lloguer al mes perquè estem al servei d'altres empreses.

- **Domini/ allotjament web/ software**

El següent pas a realitzar és buscar un nom pel domini d'acord amb les característiques de la web, que sobretot, la representi i també escollir la sigla més idònia per a la nostra web. A més a més, és important pensar possibles alternatives per si el domini elegit ja estigués ocupat.

Per altra banda, també he comparat els tres softwares, esmentats i explicats en l'apartat 2.2.1 de la part teòrica, per decidir quin s'adequa més a les meves característiques i no em



suposa tants problemes per la meua falta de coneixement a l'hora de programar, donant per fet que els tres són de programari lliure, es a dir ni tenen cost de llicència.

És per això que el software que he escollit ha sigut Prestashop. Aparentment, és el software més complet i gratuït que, alhora, és més senzill d'utilitzar i no necessita gaire coneixement de programació informàtica perquè la majoria de funcionalitats estan ja programades mitjançant mòduls, els quals necessiten ser activats i modificats per configurar la web al gust del venedor, pensant en el tipus de consumidor al qual va dirigit. Aquests mòduls poden ser gratuïts o de pagament.

Decidit doncs, he buscat un domini i un hosting compatibles amb el software Prestashop. Prestashop et permet baixar una prova de 15 dies (en el meu cas han sigut fins a 4 mesos), en la qual pots començar a montar la teua web i veure tot el funcionament que aquest et proporciona.

Afortunadament, durant la instal·lació d'aquesta prova, Prestashop et dona la possibilitat de crear amb FactoriaDigital.com un domini per a la teua pàgina web. El preu varia segons la sigla que t'interessa que constitueixi el teu domini.

En el meu cas he concretat que el domini per a la meua web és el següent:

- Nom del domini: balbycraft (nom de l'empresa)
- Sigla: .com (fa referència a organitzacions comercials).

No m'ha calgut pensar cap alternativa per al nom del domini ja que el desitjat estava lliure.

El preu final del domini és de 9€ sense IVA durant un any, el pagament del qual s'ha realitzat amb targeta de crèdit.

Estimado Balbina Virgili Rocosa (balbina virgili rocosa),

Esta es la confirmación de que su solicitud de registro de dominio ha tenido éxito. Aquí tiene los detalles:

Fecha de registro: 09/08/2011
Dominio: balbycraft.com
Periodo de registro: 1 Año(s)
Cantidad: 9,00€
Próxima fecha de renovación: 09/08/2012

Estimado Balbina Virgili Rocosa (balbina virgili rocosa),

Le notificamos que hemos recibido correctamente el pago de la siguiente factura, agradecemos su confianza en nosotros.

NUMERO DE FACTURA	1194-2011
FECHA DE FACTURA	09/08/2011
TOTAL A DEBER	10,62€
PAGAR ANTES DE	11/08/2011

Registro Dominio - balbycraft.com - 1 Año(s) (09/08/2011 - 08/08/2012) 9,00€

Subtotal: 9,00€
18.00% IVA: 1,62€
Crédito: 0,00€
Total: 10,62€

Un cop instal·lat el Prestashop l'aspecte de la pàgina web, per començar a modificar-la al gust de cadascú, en aquest moment és:



Així doncs, passats aquests dies de prova és necessari contractar els serveis pagats que t'ofereix Prestashop, el qual inclou el hosting de pagament i et permet la utilització del prestashop, per 9'99€ al mes o 99'50€ l'any (IVA no inclòs).

FICHA TÉCNICA

 DOMINIO GRATIS	 CONEXIÓN DESDE ESPAÑA	 SOPORTE TÉCNICO CON LLAMADA GRATUITA	 ANTIVIRUS Y ANTISPAM	 GARANTÍA POR CONTRATO 99,9% Y 15 DIAS DE PRUEBA
 INSTALADOR DE APLICACIONES WEB (175)	 CONEXIÓN DESDE ESPAÑA	 SOPORTE TÉCNICO CON LLAMADA GRATUITA	 ANTIVIRUS Y ANTISPAM	 GARANTÍA POR CONTRATO 99,9% Y 15 DIAS DE PRUEBA

HOSTING PRESTASHOP
Un buen comienzo.

4 GB DE ESPACIO EN DISCO	60 GB TRANSFERENCIA MENSUAL
100 BUZONES DE CORREO	∞ BASES DE DATOS

 **DOMINIO GRATIS**





 **+ INFO**

Precio **9,95€/mes o 99,5€/año + IVA**



Les característiques d'aquest hosting són les següents:

Juntament, com he fet amb el domini, he contractat la tarifa d'un any sencer de hosting de Prestashop. Adquirint aquest servei, Prestashop m'ha permès continuar la web des d'on l'havia deixat durant els dies de prova i no he necessitat començar-la de zero una altra vegada.

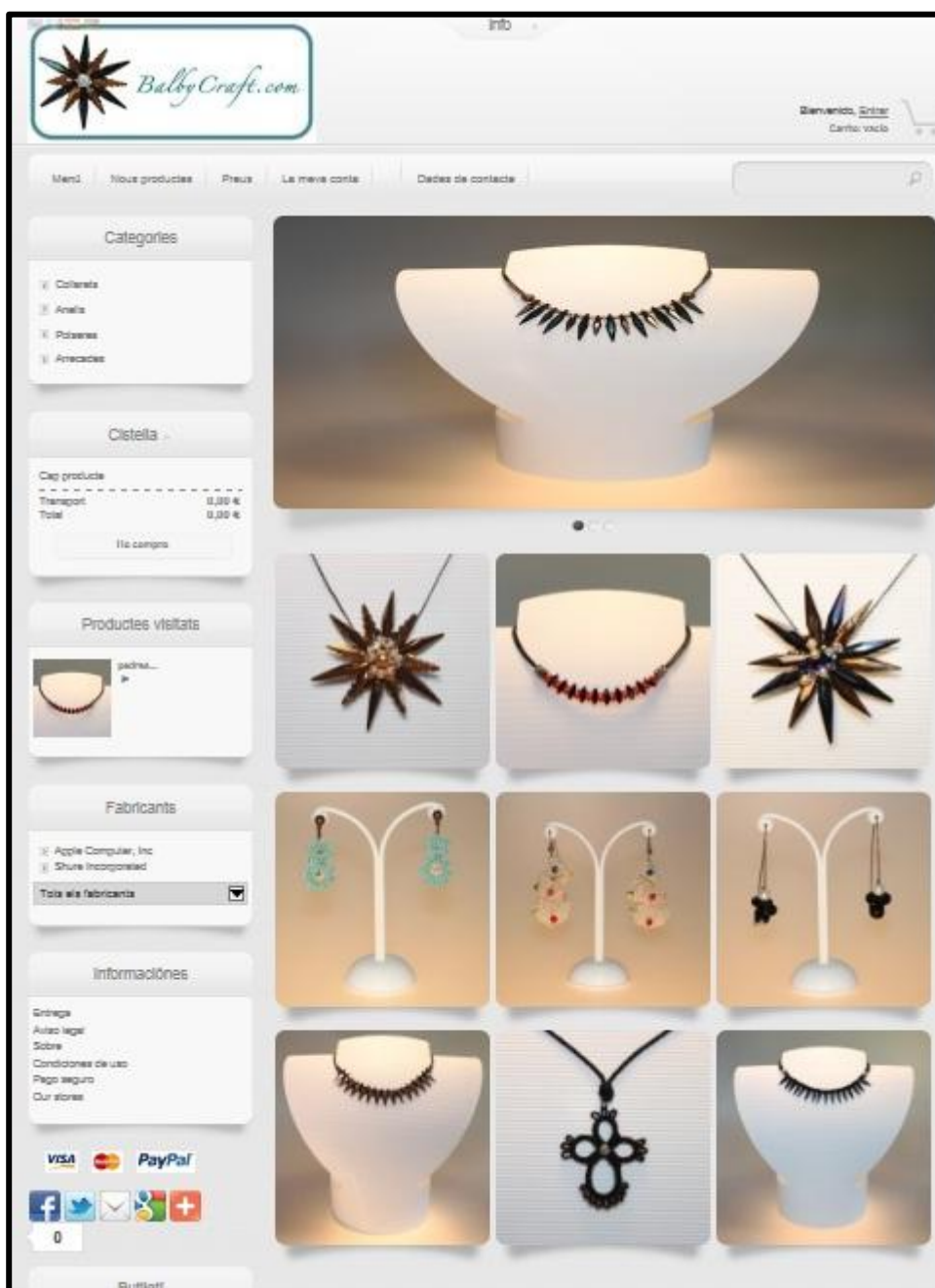
Estimado Balbina Virgili Rocosa (balbina virgili rocosa),	
Le notificamos que se acaba de generar una nueva factura proforma por los servicios que tiene con FactoriaDigital.com. Aquí puede encontrar los detalles:	
NUMERO DE FACTURA	8233
FECHA DE FACTURA	11/12/2011
TOTAL A DEBER	117,41€
PAGAR ANTES DE	13/12/2011
Contratar plan de hosting superior: PRUEBA PRESTASHOP PLUS GRATIS - balbycraft.com PRUEBA PRESTASHOP PLUS GRATIS => TIENDA PRESTASHOP LISTA PARA USAR (11/12/2011 - 00/00/0000) 99,50€	
<hr/>	
Subtotal: 99,50€	
18.00% IVA: 17,91€	
Crédito: 0,00€	
Total: 117,41€	

- **Disseny web**

Una vegada aconseguits els elements anteriors per a la nostra web, ha arribat el moment de començar-la a modificar al gust del venedor per fer-la més vistosa i atraient al consumidor que es passejarà per la seva web.

Per modificar el disseny web, Prestashop et proporciona unes plantilles ja programades anomenades "themes", les quals poden ser gratuïtes o de pagament, que permeten el canvi radical o parcial dels aspectes bàsics de la web.

En el meu cas he escollit el theme anomenat Deco Evo, descarregable a la pàgina web per un valor de 70,56 € amb IVA inclòs.

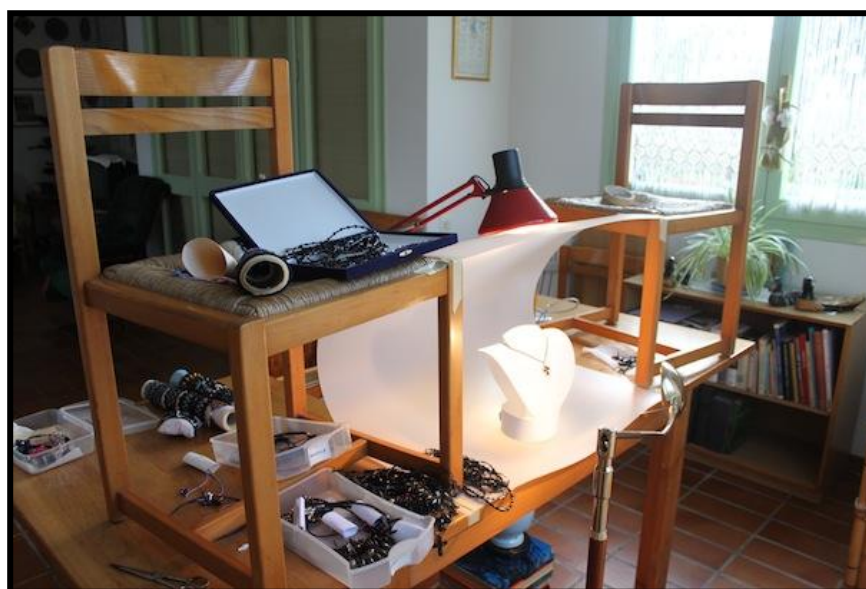




- **Productes**

Com s'ha esmentat a la part teòrica, en la primera cosa que es fixen els possibles clients a l'entrar en una pàgina web són les fotografies. És per això que en la meua web he donat molt d'èmfasi en aquest aspecte.

Vaig tenir la oportunitat de parlar amb un fotògraf, el qual em va aconsellar una tècnica perquè les fotografies per a la meua web tinguessin un aire més professional. Vaig comprar una fulla de metracrilat, translúcida que juntament amb un montatge de llums, van aconseguir el resultat final de les fotografies. A continuació s'inclouen unes fotografies amb el montatge:






Considerant tot el que ha de tenir una bona fitxa de producte, a la meua web es veuen:

Inici > Collarets > Flors de macramé

> **FLORS DE MACRAMÉ**



Collaret fet delicadament a mà per la nostra dissenyadora Balbina Rocosa Alzina.
Flors fetes mitjantçant macramé i decorades amb pedres antigues.
És una peça única, no la deixi's escapar!

56,64 € IVA inclòs


Referencia: 3002

Cantidad:






1 artículo disponible

Advertencia: ¡Últimos artículos en stock!

[Añadir a la carrito](#)



Send to a friend

Imprimir

Ampliar



- **Pagament**

Tot i el gran ventall d'empreses i maneres que hi ha per cobrar un producte a través d'Internet, en la meua botiga he decidit només utilitzar targeta de crèdit i Paypal, ja que són les maneres més utilitzades i més conegudes pels consumidors i, alhora, són també les més ràpides i còmodes tant pel venedor com pel consumidor, ja que el venedor reb la factura abans d'enviar el paquet i no ha de tenir cap problema amb la seguretat de les dades personals del client perquè a ell ja no li arriben mai, i per altre banda, el consumidor no necessita anar fins al banc per a realitzar el pagament, sinó que des de casa mateix el pot verificar.



Prestashop ja té instal·lat un mòdul amb aquests tipus de pagaments. L'única cosa que s'ha de fer és crear-se una compte Paypal específica, per a que tots els pagaments del client es gestionin per aquesta compte.

- **Embalatges**

Tot i que és amb la primera impressió amb la qual es troba el consumidor al rebre el producte després d'adquirir-lo, no entra dins del meu pressupost inicial contractar una empresa tercera per a que realitzi aquesta feina. Això sí, tindrè molt en compte l'utilització de material propi per a empaquetar els productes de manera segura i una mica vistosa per al consumidor que ho rebí, adjuntant, també, una targeta amb informació sobre la meua botiga online.

Mentre no tingui el capital suficient per a poder contractar una empresa d'embalatges, seré jo la que empaquetaré els productes abans d'enviar-los, comprant el material a un majorista i utilitzant-lo, aconseguint una imatge vistosa i seriosa del producte a vendre, per tal de que el comprador se'l miri amb bons ulls en el moment de rebre'l i no es malmeti durant el trajecte.

- **Transport**

Hi ha un gran ventall d'empreses transportistes, que les empreses online poden recórrer i contractar el seus serveis perquè realitzin els enviaments dels seus productes fins al consumidor que l'ha comprat, de manera ràpida i eficaç.

Per la meua empresa, he intentat posar-me en contacte amb tres empreses transportistes diferents: Nacex, MRW i Mail Boxes



(S'inclouen els pressupostos de Mail Boxes i MRW a annexes, amb Nacex no hi va haver manera de posar-se en contacte perquè la oficina estava tancada i m'ha estat impossible contactar per telèfon).

Tenint en compte l'informació i el tracte rebut de cada una de les empreses transportistes, he decidit contractar MRW perquè enviïn els meus productes amb les condicions i tarifes següents:

- Preu per paquet de fins a 150 cm, sumant els tres costats. Si el paquet no supera els 200 cm hi ha un recàrrec de 2€.
- Entrega el dia laborable següent al de la recollida abans de les 19 hores.
- Entregues en dissabte de 9 a 13 hores amb un recàrrec de 3€. IVA no inclòs.
- Internacional Zona 1: Alemanya, Àustria, Bèlgica, Dinamarca, França, Holanda, Itàlia, Luxemburg, Polònia, República Txeca i Anglaterra.
- Internacional Zona 2: Eslovàquia, Eslovènia, Estònia, Finlàndia, Hungria, Irlanda, Letònia, Lituània, Rumania i Suècia.
- Reemborsaments: 3% de comissió.
- Per serveis internacionals, Illes, Ceuta i Melilla s'utilitzarà el pes volumètric si és superior al real.
- Limitacions de pes i mesures: fins a 25 kg i 200 cm per paquet.
- Tot enviament a Andorra, les illes Canàries, Gibraltar, Ceuta i Melilla tenen control d'aduana.
- És necessari acompanyar el paquet amb la documentació necessària i vigilant els seus tràmits de gestió d'aduana i els recàrrecs addicionals.



TARIFA START UP (DE 1 A 100 ENVIOS MES)			
PROVINCIAL		PENINSULAR, PORTUGAL, ANDORRA Y GIBRALTAR	
Peso	PVP sin IVA	Peso	PVP sin IVA
De 0 a 2	4,52 €	De 0 a 2	6,52 €
de 2 a 5	6,02 €	de 2 a 5	8,52 €
de 5 a 10	7,54 €	de 5 a 10	10,54 €
de 10 a 15	9,06 €	de 10 a 15	12,56 €
de 15 a 20	10,33 €	de 15 a 20	14,58 €
de 20 a 25	12,10 €	de 20 a 25	18,10 €

INTERNACIONAL		ISLAS CANARIAS	
Peso	PVP sin IVA	Peso	PVP sin IVA
De 0 a 2	22,00 €	1er. Kg.	13,50 €
de 2 a 5	37,00 €	Kg. Adicional	4,20 €
de 5 a 10	43,00 €		
de 10 a 15	50,00 €		
de 15 a 20	57,00 €		
de 20 a 25	63,00 €		

ZONA 1	Peso	PVP sin IVA	Peso	PVP sin IVA	GRAN CANARIA Y TENERIFE
	De 0 a 2	31,00 €	1er. Kg.	14,20 €	
	de 2 a 5	59,00 €	Kg. Adicional	5,00 €	
	de 5 a 10	65,00 €			
	de 10 a 15	72,00 €			
	de 15 a 20	79,00 €			
	de 20 a 25	85,00 €			

CEUTA		BALEARES	
Peso	PVP sin IVA	Peso	PVP sin IVA
2 Kg.	18,63 €	1er. Kg.	12,01 €
Cada 2 Kg adic.	18,63 €	Kg. Adicional	3,05 €

MELILLA	
Peso	PVP sin IVA
1er. Kg.	13,39 €
Kg. Adicional	4,24 €

Crec que per començar la tarifa de més de 100 enviaments seria massa arriscada per la meva empresa, més val ser prudents per no emportar-se problemes més tard. Si al cap d'uns mesos valorés que aquesta tarifa se'ns queda petita, ja la modificariem.

A part, una de les coses que he trobat més interessants sobre MRW és que no necessito cap mòdul ni instal·lació a la meva web perquè puguin controlar les meves comandes. Contractant-los, et faciliten una bosses on diposites els productes que necessites enviar i



escrius l'adreça a la qual vols enviar aquest producte, ells passen a buscar-les diàriament a la teva sucursal.

- **Gestió de devolucions**

És molt important deixar constància en un lloc visible de la web quina és la política de devolucions de la teva empresa, per tal d'evitar problemes més endavant. Els clients han de poder llegir aquesta política abans d'adquirir qualsevol producte i estar-hi d'acord.

Pot ser una altra manera d'atreure clients a la web, donant-els-hi facilitats a l'hora de retornar productes en cas d'haver-hi desperfectes en el producte o de no agradar al veure'l físicament.

Aquesta política de devolucions a la meua web es trobarà a l'esquerra de la pàgina inicial, per tal que els clients tinguin una fàcil accessibilitat per trobar-les.

- **Registre de compres i devolucions**

És necessari portar un seguiment de les vendes realitzades i saber si han arribat al client en perfectes condicions i ha satisfet les seves necessitats o si, contràriament, ha decidit tornar-lo. Aquest seguiment, permet a l'empresa saber molta informació sobre l'empresa; quins productes tenen més sortida, quins menys, quins són els mesos punters de vendes, quins els que menys...

Prestashop porta integrat un mòdul que fa el registre i calcula, fent estadístiques, el rendiment de la web.

Aquest mòdul no el poden veure els clients, sinó que és un mòdul que pertany al back office (mòdul d'administració de la web), i que, per tant, només el poden veure els membres de l'empresa autoritzats.

- **Seguretat i confiança de la web**

La seguretat web és molt important per donar confiança als clients i és un tema el qual totes les empreses han de fixar-se i treballar-hi molt.

A la meua web, Prestashop ja aplica el protocol de seguretat SSL per a la transmissió de dades i això ja garanteix que les dades es transmetin de manera segura. A més a més, tots els aspectes relatius a la llei de protecció de dades (LOPD) i la llei de comerç segur (LSSI) es podran trobar fàcilment a l'apartat d'avís legal a la pàgina inicial de la nostra web.



El text de l'avís legal serà:

1. Dades identificatives

L'empresa titular de www.balbycraft.com és NOM i COGNOMS, amb domicili social a Adreça XXXXX, amb CIF XXXXXXXX
Correu electrònic: contact@balbycraft.com.

2. Propietat intel·lectual de la web

Tots els drets de propietat intel·lectual del contingut d'aquesta pàgina web, són titularitat exclusiva de BALBYCRAFT.COM, corresponent-nos l'exercici exclusiu dels drets d'explotació dels mateixos.

Per tant queda prohibida la seva reproducció, distribució, comunicació pública i transformació, total o parcial, sense l'autorització expressa de NOM I COGNOMS. (Igualment, tots els noms comercials, marques o signes diferents de qualsevol classe continguts en aquest web site estan protegits per llei).

3. Contingut de la web i enllaços

NOM I COGNOMS no es responsabilitza del mal ús que es realitzi dels continguts de la nostra pàgina web, sent exclusiva responsabilitat de la persona que accedeix a ells o els utilitza.

Tampoc assumeix cap responsabilitat per la informació continguda a les pàgines web de tercers a les quals es pugui accedir per enllaços o cercadors des de la pàgina web balbycraft.com.

4. Intercanvi o difusió d'informació

NOM I COGNOMS declina tota responsabilitat que es derivi de l'intercanvi d'informació entre usuaris a través de la seva pàgina web. Especialment no ens fem responsables de l'ús que els menors puguin fer de la mateixa en cas que els continguts al fet que s'accedeixi puguin ferir la sensibilitat dels mateixos.

5. Actualització i modificació de la pàgina web

BALBYCRAFT.COM es reserva el dret a actualitzar, modificar o eliminar la informació continguda en el seu web site, i la configuració o presentació del mateix, en qualsevol moment, sense previ avís, i sense assumir responsabilitat alguna per això

6. Indicacions sobre aspectes tècnics

NOM I COGNOMS no assumeix cap responsabilitat que es pugui derivar de problemes tècnics o fallades en els equips informàtics, no imputables a la nostra Societat, que es produeixin durant la connexió a la xarxa d'Internet, així com de danys que poguessin ser causats per terceres persones mitjançant intromissions il·legítimes fos del control de BALBYCRAFT.COM.

També queda exonerat de tota responsabilitat davant possibles danys o perjudicis que pugui sofrir l'usuari a conseqüència d'errors, defectes o omissions en la informació que facilitem quan escaigui de fonts alienes a nosaltres.

7. Tractament de dades de l'usuari

En compliment de l'establert en la Llei Orgànica 15/1999, de 13 de desembre, de Protecció de Dades de Caràcter Personal, BALBYCRAFT.COM, informa als seus clients que quants dades personals li facilitin seran inclosos en un fitxer automatitzat de dades de caràcter personal, creat i mantingut sota la responsabilitat de NOM I COGNOMS.

La finalitat d'aquest fitxer és facilitar la tramitació de les comandes i enviar ofertes comercials en el futur sobre productes i serveis que puguin resultar d'interès als nostres clients.

BALBYCRAFT.COM garanteix la seguretat i confidencialitat de les dades facilitades. D'aquesta manera, es compromet al compliment de la seva obligació de secret de les dades de caràcter personal i del seu deure guardar-los i adoptar totes les mesures necessàries per evitar la seva alteració, pèrdua, tractament o ús no autoritzat. Per tant, tota la informació sobre els nostres clients no serà utilitzada amb propòsits comercials ni serà cedida a tercers.

Els clients de BALBYCRAFT.COM podran en tot moment exercitar els drets d'accés, rectificació, cancel·lació i oposició, comunicant-ho per escrit a la nostra adreça de correu electrònic contact@balbycraft.com.

8. Seguretat

L'accés a les pàgines a través de les quals el client de BALBYCRAFT.COM consulti dades personals, sol·liciti informació complementària o contracti algun dels productes que oferim es realitza a través de connexió segura.

9. Legislació i jurisdicció aplicables

Amb caràcter general, les relacions amb els nostres clients, que es derivin de la prestació dels serveis continguts en la nostra web, estan sotmeses a la legislació i la jurisdicció espanyola.

Els usuaris de la nostra web són conscients de tot l'exposat i ho accepten voluntàriament.

Si vols fer algun comentari o suggeriment, pots utilitzar el nostre correu contact@balbycraft.com

També hi ha la possibilitat de demanar un certificat de confiança per la web a entitats certificadores especialitzades. En el nostre cas el demanarem més endavant quan poguem analitzar el rendiment real de la nostra empresa.

• **Millores web**

Tot i que els mòduls ja instal·lats en la versió bàsica permeten realitzar les gestions mínimes que necessita una botiga per a vendre els seus productes, existeixen molts mòduls de pagament per millorar el format i les funcionalitats.



En la meva web he instal·lat els següents:

- Atenció al client

A través de la web, els consumidors es poden posar en contacte amb nosaltres a partir d'un correu electrònic, un telèfon o, la novetat més important, a través d'un xat de missatgeria instantània que els permet posar-se en contacte amb nosaltres quasi bé les 24 hores del dia.

A la meva web he facilitat una direcció de correu electrònic i un telèfon fix a la part superior de la pàgina inicial, perquè qui ho desitgi es pugui posar en contacte amb l'empresa per qualsevol dubte que se'ls hi pugui ocórrer. A més a més, també he instal·lat un xat de missatgeria instantània a partir d'un mòdul gratuït, que a pareix a la part inferior dreta de la pàgina web.

- Possibilitat de subscripció

Donar la possibilitat, als nostres clients, de subscriure's a la nostra empresa és una manera de fidelitzar-los i de mantenir-nos en contacte amb ells, per tal que sense entrar a la nostra pàgina web rebin informació sobre els nostres productes i, s'hi ho desitgen, entrin a la nostra pàgina web i adquireixin els nostres productes.

Prestashop t'ofereix un mòdul gratuït i ja instal·lat per oferir als nostres clients la possibilitat de subscriure's a la web.

- Traduccions

La possibilitat de traduir la web en diferents idiomes ajuda a la web a trobar mercats i poder vendre més fàcilment per arreu del món, ja que fa que més persones puguin entendre el contingut de la web.

Els idiomes instal·lats per defecte amb Prestashop són el francès i l'anglès, però també s'hi poden instal·lar una gran varietat d'altres idiomes.

En el meu cas, he traduït la web en tres idiomes; català, castellà i anglès. En la traducció de l'anglès només m'ha calgut traduir les noves paraules introduïdes per mi, ja que tot el suport tècnic ja vé traduït correctament. Mentre que pel castellà i el català em vaig instal·lar les traduccions experimentals baixades prèviament d'Internet. En el cas del català, la versió instal·lada estava mal traduïda i la majoria de paraules i frases eren en castellà, així que també he hagut de traduir tot el suport tècnic.

- Opinions dels consumidors

Saber què pensen els clients sobre els productes és bo per generar confiança i guanyar altres clients i, a més, també ho és per l'empresa ja que ajuda a conèixer una mica més



els pensaments dels consumidors i, a partir d'aquí, pots començar a jugar amb els seus gustos.

Per això he instal·lat un mòdul que permet als clients, que ho desitgin, escriure un comentari sobre els productes que han adquirit. Aquests comentaris es poden llegir a la fitxa de cada producte.

- **Tècniques per augmentar les vendes**

Entre les diferents tècniques en el nostre cas aplicarem d'entrada les següents:

- Rebaixes i ofertes

Quan sobre una botiga i es vol que aquesta prosperi, es necessita clientela. Els clients quan compren es fixen en els preus baixos o descomptes que poden aconseguir. Per això, una bona manera d'aconseguir nous clients o que els ja fidels comprin més és aplicant descomptes o ofertes.

A la meua web, per començar, aplicaré dos ofertes:

- Rebaixa d'un 20% a la cinquena compra que superi els 60 euros.
- Rebaixa d'un 10% a les compres que superin els 150 euros.

En el cas d'efectuar el pagament amb altres monedes, primer s'aplicarà el percentatge de descompte amb euros i després es convertirà la xifra donada en la moneda establerta.

Passats sis mesos, una vegada comprovat la sortida que té cada producte, també li aplicaré una oferta a aquells productes menys venuts.

- Publicitat

Hi ha moltes maneres de fer publicitat d'una empresa, però també n'hi ha algunes, normalment les més efectives, que requereixen aplicar una suma de diners bastant elevada.

En la meua empresa, durant el primer any no hi ha previst gastar-se una gran quantitat de diners en publicitat. Nomès he comprat un mòdul de pagament el qual permet donar a conèixer la pàgina web o un producte a qualsevol xarxa social amb un sol clic al ratolí. A més a més, enviaré emails a persones conegudes perquè visitin la web i en parlin a altres amics seus i així successivament.

Després del primer any, analitzant els beneficis reals de l'empresa, es destinarà una quantitat de diners a millorar la publicitat d'aquesta.



Així doncs, he aconseguit crear una web sense fer servir casi programació informàtica i amb un cost total d'aproximadament 300 euros durant el primer any.

Per consultar el resultat final de la web i si vol, a partir de la seva obertura, adquirir algun producte, només cal donar-se d'alta com a client, entrant i visitant www.balbycraft.com .



3. Conclusions

Una vegada acabada la realització del treball, ha arribat el moment de valorar els resultats obtinguts de la recerca i de totes les coses apreses durant aquest temps.

En un primer moment, pensava enfocar aquest treball molt més de cara a la creació de la web i dels components que necessita una tenda online per poder funcionar correctament, comparant les diferències que l'allunya d'una tenda física. Però poc a poc, vaig anar comprovant la gran dependència que aquesta tenia sobre la creació de l'empresa, ja que una sense l'altre no podia funcionar.

A més a més, m'he trobat amb el problema de no tenir gaire coneixement sobre la creació d'empreses i tots els processos periòdics que aquesta comporta. Això ha fet que hagi dedicat molt més temps del que esperava en la part de constitució de l'empresa, ja que era tot un món desconegut per mi, en el qual qualsevol detall podria fer canviar el resultat final de l'empresa a constituir. Cal afegir, que la majoria d'empreses paguen un servei especialitzat perquè els ajudin en aquest procés de constitució i tota la paperassa que aquesta comporta.

Calculant el rendiment de l'empresa, m'he adonat com de difícil és obtenir beneficis d'una empresa pròpia i l'importància que té realitzar un bon pla d'empresa abans de posar-lo en marxa, perquè serveix per no tenir falses expectatives i aconseguir un millor rendiment de l'empresa potenciant els punts forts i millorant els punts més dèbils ja que els has analitzar i detectat prèviament.

Per altre banda, la creació d'una botiga online comporta un gran avanç per a una emprenedor, ja que els costos mínims amb els quals es pot crear una botiga online no són comparables amb els que costen adquirir o llogar un local físic actualment, a més d'obrir un mercat molt més ampli per a la seva empresa.

De cara a la construcció de la web, tot i que hi ha programes gratuïts que només els seus elements bàsics ja et permeten comercialitzar productes o serveis de manera virtual, la majoria d'empreses obtén per contractar una tercera empresa perquè s'encarregui del disseny i del desenvolupament de la seva web.

Tot i la meva manca de coneixement de programació informàtica, el disseny de la web m'ha resultat assequible però, a la vegada, molt laboriós, perquè Prestashop porta instal·lats un conjunt de components ja definits però que cal saber personalitzar i completar amb dades adequadament.



Durant tota la realització del treball, me n'he adonat, que tot i la falta de molta informació, hi ha una gran comunitat darrera de les pàgines web, en les quals t'ajuda els uns als altres per intentar solucionar els obstacles i problemes amb els quals es troben. És per això, que els foros i blogs m'han sigut de gran utilitat a l'hora de confeccionar el meu treball, tant en la part teòrica com en la part pràctica.

En definitiva, estic satisfeta del resultat final de la meua recerca, tant a nivell teòric com de pràctic i sobretot, tinc la satisfacció d'haver fet contenta a la meua àvia ja que ara té tots els elements per acabar decidint si realment muntarà l'empresa.

Tot i que el treball s'acaba aquí, si realment el projecte d'obrir l'empresa segueix endavant, com sembla, la confecció de la pàgina web no ha fet més que començar ...



Vocabulari

L'IAE

L'Impost sobre Activitats Econòmiques (IAE) és gestionat pels ajuntaments. Grava de forma directa la realització de qualsevol tipus d'activitat econòmica, tant persones físiques com jurídiques. L'IAE es merita pel simple exercici de l'activitat professional, econòmica o artística, s'exerceixi o no en un local determinat. No es consideren tals les activitats agrícoles, les ramaderes dependents, les forestals i les pesqueres.

A diferència d'altres impostos, el seu import és constant independentment del balanç de l'activitat. És un impost directe, obligatori, proporcional, real i de gestió compartida a partir del segona any de l'inici de l'activitat i si el rendiment anual de l'empresa és superior als 60.000 euros.

L'IVA

L'impost sobre el valor afegit (IVA) és un impost indirecte, obligatori, que grava el consum. Al ser indirecte, no depèn del volum d'ingressos del contribuent.

Els consumidors finals tenen l'obligació de pagar l'IVA sense dret a reemborsament, la qual cosa és controlada pel fisc, que obliga l'empresa a lliurar justificants de venda al consumidor final i integrar còpies d'aquestes vendes en la comptabilitat de l'empresa.

L'IVA s'ha de cobrar per les empreses, obligatòriament, en el moment de qualsevol venda de productes. Les empreses tenen el dret de fer-se reemborsar l'IVA que hagin pagat a altres empreses en compres efectuades; en canvi de factures (crèdit fiscal), restant-lo de la suma de l'IVA cobrat als seus clients (dèbit fiscal), i n'han de lliurar la diferència al fisc.

L'IRPF

L'Impost sobre la Renda de les Persones Físiques (IRPF) és un impost personal, progressiu i directe que grava la renda obtinguda en un any natural per les persones físiques residents a Espanya.

Retencions IRPF dels autònoms

Es tracta d'uns diners que l'Agència Tributària 'retira' de la nòmina dels assalariats i de les factures emeses pels autònoms en previsió del que després hauran d'abonar a la declaració de la renda. De manera que, si les retencions han estat massa altes, el resultat de la declaració serà a retornar i si han estat baixes a ingressar o pagar.



El percentatge de retenció d'IRPF s'estableix per llei, tant en el cas dels treballadors per compte d'altri com per compte propi.

LOPD

És la Llei Orgànica de protecció de Dades que regula el tractament de dades personals per tal de no vulnerar els drets a la intimitat de les persones i altres drets fonamentals.

LSSI

És la Llei que regula els serveis de la societat de la informació i del comerç electrònic dictant les normatves que han de complir els prestadors de serveis per Internet.

Opensource o Programari Lliure

És programari pot ser usat, estudiat i modificat sense restriccions, i que pot ser copiat i redistribuït. És gratuït o té un cost molt baix.

SSL (Security Socket Layer)

És un protocol de seguretat utilitzat per la majoria d'empreses de comerç per internet. Permet accedir als servidors de manera segura mitjançant encriptació, es a dir transformant les dades de manera que no siguin comprensibles sinó es té la clau que les decodifica, aquesta clau només la tenen l'emisor i el receptor de les dades.



Bibliografia

Creació d'empreses

Nous emprenedors

- http://folcomuns.firabcn.es/S098010/doc/doc_dossier_prensa_ca.pdf
- <http://www20.gencat.cat/docs/Joventut/Documents/Arxiu/EMPRESARI%20INDIVIDUAL.pdf>
- <http://www20.gencat.cat/portal/site/Joventut/menuitem.cdbc7cbd8182c114f538d610b0c0e1a0/?vgnnextoid=93a515cfebc3b010VgnVCM1000000b0c1e0aRCRD&vgnnextchannel=93a515cfebc3b010VgnVCM1000000b0c1e0aRCRD&vgnnextfmt=detall&contentid=c1ddf3a3c400c010VgnVCM1000000b0c1e0aRCRD>
- http://empresa.lacaixa.es/seguros/segurcaixarcautonomos_ca.html
- https://www.bancsabadell.com/cs/Satellite/SabAtl/Proteccion_Responsabilidad_Civil/1191332202498/ca/

Definició de Plans d'Empresa

- <http://servicios.ipyme.org/planempresa/>
- <http://inicia.gencat.cat/inicia/es/plaEmpresa.do>
- <http://www.plannegocios.com/>

Creació empreses

- http://www.gencat.cat/treball/doc/doc_11848548_1.pdf
- http://nevada.ual.es/fmediterranea/cve/agenda/guia_creacion_empresas.pdf
- <http://www.iniciativeseconomicas.com/emprenedors/index.asp?w=pg&s=15&a=69>
- http://inicia.gencat.cat/inicia/images/cat/Pla%20d'Empresa%20Montakit_tcm124-51433.pdf
- <http://www.imet.cat/flaixemprendre/?p=1024>
- http://www.urv.cat/media/upload/arxius/catedra_emp/guia_pla_empresa_inicia.pdf
- http://www.agenciatributaria.es/AEAT.internet/ca_es/Inicio_ca_ES/La_Agencia_Tributaria/Companas/Renta_2010/Renta_2010.shtml
- http://ftp.santquirzedelvalles.cat/pub/web/empresa/Empresari_Individual.pdf
- <http://www.zeniting.com/player.php?id=228>
- http://www.asociaciones.org/index.php?option=com_content&task=view&id=492&Itemid=58
- http://www.seg-social.es/Internet_1/Trabajadores/CotizacionRecaudaci10777/Basesytiposdecotiza36537/index.htm
- <http://www.irpf.es/>
- <http://gestionpyme.com/retenciones-irpf-de-los-autonomos/>

Tendes on-line

Assessorament crear botiga on-line

- <http://www.logitienda.com/?gclid=CMjmmrn8tKkCFYIKfAodDBNmMA>
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Merchandising>
- http://www.tatum.es/intranet/tatum2003/fotos/pub_fichero110.pdf
- <http://www.crecenegocios.com/como-vender-por-internet/>
- <http://www.monografias.com/trabajos901/tiendas-online-desarrollo-estrategico-comunicacional/tiendas-online-desarrollo-estrategico-comunicacional.shtml>
- <http://www.crear-negocios-en-linea.com/definicion-de-comercio-electronico.html>
- http://www.emprenedores.es/crear_una_empresa/negocios_on_line/como_crear_un_comercio_online
- <http://www.forosdelweb.com/f10/como-hacer-tienda-virtual-111910/>



- <http://www.gorile.com/node/add/solicitud-compra>
- <http://www.pixelpro.es/>

Características de la tienda online

- http://api.ning.com/files/DeYKCaZTjKIJzibVqZX8mCK2YSThkQPJXaPEol27UAWP*fQREms4uh7*K1V6Ds2rptO*ON5owdGVcrKhx5IF4cQRCEaQ4rX6/Dossier_castella.pdf
- <http://www.ar.mundofranquicia.com/articulos/desarrollo.php?id=61>
- <http://www.redtienda.com/resumen.htm>
- <http://www.webtaller.com/maletin/articulos/que-es-una-tienda-virtual.php>
- <http://www.josecriado.com/tiendas-virtuales-online/5-preguntas-que-debes-hacerte-antes-de-montar-tu-tienda-virtua/>
- <http://seindor.com/maacera.com/blog/2010/10/27/5-cosas-que-no-pueden-faltar-en-tu-tienda-online/>
- <http://www.mityc.es/dgdsi/lssi/Documents/ltriptico.pdf>
- <http://www.archivospc.com/c/725/p1/Tiendas+Online.php>
- http://www.emprendedores.es/crear_una_empresa/negocios_on_line/como_crear_un_comercio_online
- <http://www.websparaprofesionales.com/caracteristicas-tienda-online>

Comparativa botiga presencial i online

- http://www.iadis.net/dl/final_uploads/200713r058.pdf

Foros tiendas online

- http://www.ciao.es/Tiendas_on_line_30063_3

Botigues on-line premiades

- <http://www.bupucu.es>
- <http://www.enepe.com>
- <http://www.lamariposamagica.com>
- <http://www.bichillos.es>
- <http://www.latiendadedomotica.com>
- <http://www.stoksdidactic.com>
- <http://www.elcompas.com>
- <http://www.pefumesclub.com>
- <http://www.teleadhesivo.com>

Botigues de la competència

- <http://www.unode50.com/>
- <http://www.bijoubook.com/>
- <http://www.bisuteriaweb.com/conjuntos-swarovski.php>
- <http://www.bisuteriaconestilo.com/>
- <http://www.art-bisuteria.com/>
- <http://www.pepitapulgarcita.net/>

Creació tenda on-line

Comparativa software comerç on-line

- <http://www.4webs.es/blog/analisis-tiendas-online-2010-prestashop-oscommerce-magento>
- <http://www.e-global.es/tienda-virtual/software-para-tiendas-virtuales-31-programas-para-elegir.html>



Manuais Prestahop

- <http://doc.prestashop.com/dashboard.action>
- <http://www.prestashop.com/es/>
- <http://www.eplantillas.com/plantillas-prestashop/>
- <http://catalogo-onlinersi.com.ar/en/chat-communication-prestashop-modules/294-social-zoom-prestashop-module.html>
- <http://foroprestashop.mervir.com/index.php>
- <http://foroprestashop.mervir.com/>
- <http://todoprestashop.com/>
- <http://www.prestalook.com/temas/>
- <http://todoprestashop.com/foro/viewtopic.php?f=12&t=2981>
- <http://www.prestashop.com/forums/topic/121110-hosting-gratuito-publicidad-2gb-espacio-y-5gb-transferencia-mensual/>

Magento

- http://www.homocreativus.es/creamos-tu-tienda-online-magento/?_kk=magento&_kt=9362614a-d1e3-487c-8d73-be9db61b5e4c&gclid=CODK6uCp0agCFcUMfAodo0A0iw

Dominis i Hosting

- http://www.nexohosting.es/hosting_compartido_usa.html
- <http://www.hostgator.com/shared.shtml>
- <http://www.webhostingtalk.com/showthread.php?t=993642>
- <http://www.ecarty.com/info>
- <http://www.urbecom.com/index.html>
- <http://www.singularweb.com/dominio/dominio.php>
- <http://www.nominalia.com/>
- http://promotions.nominalia.com/index_es071c.html?PR=EG0&BID=000&LPAG=es071c
- <http://www.internetmasters.com/preguntas.php#1>
- https://www.centrored.com/registro-dominios/registro_de_dominios1.php
- <http://www.foro.lospillaos.es/diferencias-entre-hostings-webs-vt8288.html>
- <http://www.internetmasters.com/preguntas.php#1>

Tipus de pagament

- <http://www.webtaller.com/maletin/articulos/metodos-pago-internet.php>
- <http://www.slideshare.net/aecem/medios-de-pago-online-fernando-aporicio-director-general-de-paypal-espaa>
- <http://www.consumoteca.com/economia-familiar/medios-de-pago/medios-de-pago-por-internet%3A-cuales-son-ventajas-e-inconvenientes>
- <http://txtplano.blogspot.com/2011/07/formas-de-pago-de-prestashop-tienda.html>
- https://www.paypal.com/es/cgi-bin/webscr?cmd=_home-general&nav=0
- http://www.elotrolado.net/hilo_duda-sobre-pago-contrareembolso_1402701
- <http://www.wordreference.com/definicion/reembolso>
- <http://www.tpvvirtual.net/pasarelas-de-pago/modulos-de-pago-online/modulo-de-pago-prestashop-para-tpv-virtual>
- <http://www.2byte.es/tubyte.es/index.php/component/content/article?id=158>

Promoció de la botiga

- <http://www.promocionatuweb.com/articulos/que-es-SEO.php>
- <http://www.canalmail.com/>
- <http://ciberconta.unizar.es/LECCION/marketing/100.HTM>

Tractament de fotos

- <http://www.youtube.com/watch?v=xJoVtYktYfM&feature=related>



Seguretat i protecció de dades

- <http://www.lopd-proteccion-datos.com/ley-proteccion-datos.php>
- http://es.wikipedia.org/wiki/Ley_Org%C3%A1nica_de_Protecci%C3%B3n_de_Datos_de_Car%C3%A1cter_Personal_de_Espa%C3%B1a
- <http://www.webtaller.com/maletin/articulos/seguridad-web.php>
- <http://www.verisign.es/>
- <http://www.monografias.com/trabajos-pdf/seguridad-e-comerce/seguridad-e-comerce.pdf>

Paqueteria

- http://paqueteria.correos.es/exportacion_servicios.html?gclid=CMrE1bLb_qoCFcoXzQodJllo0Q
- http://www.themalogistics.com/servicios_transporte_urgente

Devolucions

- <http://www.upct.es/~gio/logicel-53.pdf>



Annexes

1. Annex 1: Mapa Mental
2. Annex 2: Pla economico-financer
3. Annex 3: Documentació del Seminari: “Com vendre online”
4. Annex 4: Tríptic LSSI
5. Annex 5: Condicions i tarifes MRW
6. Annex 6: Llista de mòduls Prestashop
7. Annex 7: Components Prestashop
8. Annex 8: Documentació creació