



La generalización del comercio electrónico ofrece numerosas posibilidades de crear un negocio virtual

Innovación

Crear un negocio en Internet

Darse a conocer de forma fácil y barata a clientes de todo el mundo o ahorrarse los costes de una red de oficinas son algunas de las ventajas de las empresas «online»

Internet ha pasado de ser un nicho tecnológico a convertirse en un canal de ventas con miles de oportunidades para los emprendedores. Las cifras lo demuestran: más del 85% de los internautas de todo el mundo que utilizan la Red la ha empleado para comprar, lo que supone un incremento del 40%

en los dos últimos años, según el último estudio sobre hábitos de consumo «Nielsen Global Online Survey». Los compradores de películas y billetes de avión son los que más han aumentado, con un incremento de entre dos y tres puntos porcentuales en los dos últimos años. En España, el 88% de los internautas declara haber realizado alguna compra por este canal, lo que significa que existen numerosas posibilidades de montar un negocio «online».

Al principio, se pensaba que en Internet cualquier producto era vendible, pero el tiempo ha demostrado que no era así. De-

terminados artículos encuentran poco mercado en la Red: los que necesitan ser probados (ropa o calzado), los que dependen mucho del canal de distribución tradicional (los seguros), los que implican un alto coste de transporte o los excesivamente caros.

Sectores con futuro

Los que sí encuentran un hueco muy favorable actualmente son, entre muchos otros, el turismo, el entretenimiento, la formación «online» y los productos de lujo a bajo coste.

El sector viajes ha encontrado un filón en Internet y el co-

mercio electrónico. Tanto es así que, según la consultora DBK, la venta «online» de viajes facturó el año pasado 5.200 millones de euros, un 40% más que en 2006. Y es que en España lo que más se compra por la Red son billetes y reservas de avión seguido de la compra de viajes, reservas de hotel y entradas a eventos. Por ello, aunque el turismo sea uno de los sectores más maduros en Internet, las agencias virtuales tienen ahora mismo un hueco claro en el mercado, tanto adoptando las fórmulas de bajo coste como apostando por una especialización en su oferta. Todo lo que esté relacionado con la información turística y las opiniones sobre destinos turísticos tienen también claras oportunidades de negocio.

En el apartado de entretenimiento, la Red se ha convertido en una nueva forma de pasar el tiempo, con una multitud de ofertas en la que son los consumidores los que eligen qué, cuándo, dónde y cómo. La televisión se está dando cuenta que puede dirigirse a otros públicos y la radio «online» tiene aún un potencial de penetración mayor. Las cifras hablan por sí solas: YouTube es visitado por más de 25 millones de internautas al día y MySpace genera unos

Renovarse, estar al tanto de las nuevas tendencias, es una necesidad mayor en este tipo de negocio al utilizar una herramienta tan dinámica con Internet



Jesús Encinar, creador de Idealista.com



Johanna von Müller-Klingspor, de Bagdelux.com



Reparto de Floresfrescas.com

El turismo, el entretenimiento, la formación virtual y el lujo a bajo coste, sectores con futuro

El 88% de los internautas españoles compran «online»

ingresos publicitarios mensuales de 13 millones de dólares.

Además de servir de elemento dinamizador y de expansión para los centros de formación académicos, la formación «online» (también llamada «e-learning») se está convirtiendo en una función imprescindible en las empresas, tanto para las grandes corporaciones mundiales como para pequeñas empresas locales, como parte integral de la formación y comunicación de empleados, distribuidores y comerciales. En España, el «e-learning» mueve en torno a los 400 millones de euros y el crecimiento constante que ha experimentado en la oferta formativa del mercado corporativo ha sido corroborado por

diferentes estudios y análisis. IDC sitúa al mercado español como uno de los que más rápidamente crece de Europa, con una tasa interanual superior al 30%, mientras que otras estimaciones la sitúan más cercana al 40%. La comodidad y el ahorro de costes que ofrece son sólo dos de las razones de su auge.

Lujo al alcance de la mano

Son como las aerolíneas de bajo coste o los bancos sin oficinas. Varios jóvenes empresarios han conseguido a través de Internet ahorrar en costos y ofrecer productos y servicios generalmente onerosos a buenos precios.

Viendo los elevados importes

que exigen las floristerías tradicionales, a Ignacio Gutiérrez se le ocurrió vender, únicamente por Internet, flores de alta gama, desde 16 euros el ramo. Y es que al comprar directamente de origen y ahorrarse el alquiler de una tienda en una zona comercial cara Floresfrescas.com reduce radicalmente el coste de la flor, consiguiendo también que llegue recién cortada a casa del consumidor y florezca allí mismo. Así, en octubre del 2004, este emprendedor empezó a distribuir el género sólo entre sus amigos y hoy ya llega a clientes de toda España. «Aunque tenemos acuerdos con varias empresas de Internet para te-

mas de marketing, lo que mejor funciona es el sistema de «boca a oreja»» explica Gutiérrez. Si bien muchos hacen pedidos individuales, la mayoría de los clientes están suscritos para recibir de forma periódica flores en casa o en la oficina; alrededor de un 80% son particulares y un 20%, empresas.

Bagdelux.com es otro portal que permite al consumidor adquirir productos costosos –en este caso bolsos de lujo–, sin tener que gastarse el sueldo completo del mes. La astucia consiste en alquilarlos en vez de comprarlos, lo que permite dar una buena imagen con un toque exclusivo en una fiesta,

una boda o cualquier presentación pública, sin empeñarse hasta las cejas. «Tomamos como referencia a dos grandes empresas norteamericanas que tienen un enorme éxito desde hace tres años en Estados Unidos, pero introduciendo otros servicios para que nuestro portal sea único», explica Johanna von Müller-Klingspor, una de las fundadoras de la empresa. Entre otras opciones, la usuaria tiene la posibilidad de poner su propio bolso (si es de lujo) en venta, de comprar accesorios únicos de diseñadores internacionales o de disfrutar de promociones y de un espacio «outlet» con bolsos de «stock».

¿Qué nombre de dominio elegir y dónde registrarlo?

Antes de elegir ningún nombre de dominio, es necesario verificar que no coincide con ningún otro, para que no sea acusado de competencia desleal. Si la empresa es del tipo S.L. o S.A., hay que dejar constancia en el Registro Mercantil de la existencia del nombre de dominio. Los trabajadores autónomos no están obligados.

Desde noviembre de 2005 no existen requisitos especiales para registrar una extensión «.es».

Esta terminación es fácil de recordar por los usuarios. El dominio «.com» es el más habitual. Los dominios «.biz» (diminutivo de «business», negocio en inglés) están pensados especialmente para empresas, comercios y negocios y los «.info» los usan quienes desean ofrecer información sobre sí mismos. También se permiten dominios de tercer grado: «.com.es», por ejemplo.

Ya se pueden registrar dominios con caracteres multilingües (acentos, eñes y cedillas), pero sólo son operativos con las últimas versiones de los navegadores (Internet Explorer 7, Ópera 9 o Mozilla Firefox 2).

Red de emprendedores

Jesús Encinar, abulense de 37 años, es el único empresario español elegido Joven Líder Global (Young Global Leader) 2008 por el World Economic Forum, organización independiente sin ánimo de lucro con sede en Ginebra (Suiza) y financiada por mil de las corporaciones más importantes del mundo. Y lo ha conseguido gracias a Idealista.com, el portal inmobiliario líder en España, empresa que fundó en el año 2000 cuando aún no

(Pasa a la página siguiente)



Los autónomos también tienen un lugar en la Red

(Viene de la página 11)

había cumplido treinta años. A día de hoy, Idealista es el tercer portal inmobiliario europeo y la única página web inmobiliaria europea que ya cuenta con operaciones en otro país distinto al de su fundación, tras el lanzamiento en Italia en primavera de 2007 de Idealista.it

Además, Jesús Encinar fundó www.floresfrescas.com, en 2004, y 11870.com, en 2007, un proyecto de web 2.0 innovador en España. También es accionista y participa activamente en la expansión de Toprural.com.

Para este empresario, en Internet es fundamental saber renovarse continuamente. «Las novedades que hemos incorporado en Idealista siempre han sido asumidas rápidamente como estándares por el resto de portales inmobiliarios, lo que genera una necesidad constante de innovación en el portal. Por eso, por cada gestor comercial que contratamos debe entrar también un ingeniero informático», comenta.

Otro punto vital es encontrar un justo equilibrio entre lo que se puede ofrecer gratis y lo que hay que cobrar en la web. «Estoy convencido que cobrar por nuestros servicios fue una de las decisiones clave que nos ayudaron a salir adelante. En

Algunos requisitos legales a tener en cuenta para emprender un negocio en la Red

«Mi primer consejo a un emprendedor que quiera montar su negocio en Internet es que, una vez solucionado el tema de la financiación, se busque un buen abogado» afirma Ignacio Gutiérrez, director de FloresFrescas.com. Y no le falta razón, porque lanzar un negocio «online» implica realizar un serio estudio previo, dotarse de un respaldo económico para aguantar un par de años –según los expertos, la rentabilidad de los portales sólo se nota a partir del tercer año– y estar bien asesorado legalmente. Una tienda punto com debe cumplir los mismos requisitos legales que el comercio tradicional. Está regulada por la Ley de Servicios de la Sociedad de la Información

y Comercio Electrónico 34/2002 y la Ley Orgánica de Protección de Datos. La primera obliga a informar a los visitantes de la web de todos los datos registrales, incluido todo lo relativo a la propiedad intelectual, en lugar bien visible de la web. La segunda garantiza la privacidad y el buen uso de los usuarios. Los medios de pago deberán ser aquellos con aceptación y reconocimiento internacional, desde tarjetas bancarias de grandes redes como Visa o Mastercard a medios más innovadores como PayPal, Google Checkout o epagado. Para garantizar los derechos intelectuales del sitio web, hay que firmar un contrato con el diseñador que, una vez que termine el encargo, puede reclamar los derechos

sobre dicha obra. En el contrato se especifica que renuncia a cualquier tipo de derechos sobre el mismo, se indican los plazos de entrega, responsabilidades en caso de incumplimientos y otras cuestiones prácticas. En caso de que alguien registre el mismo nombre de dominio, sobre el que poseemos los derechos, existen dos posibilidades. La primera es acudir a la vía judicial, algo largo y costoso. La segunda, más rápida y barata, es utilizar el arbitraje de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. Este centro, con sede en Ginebra (Suiza), fue creado en 1994 para promover la solución de controversias en materia de propiedad intelectual por medio de métodos alternativos.

Internet, en la mayoría de los casos, dar tus servicios gratis al comienzo te condena a un desarrollo lento y, con suerte, a un momento traumático cuando llega el momento de empezar a cobrar», asegura. También está convencido de que limitarse a la audiencia hispanoparlante no tiene sentido hoy en día y han hecho un esfuerzo por tener la web disponible en ocho idiomas para cerrar acuerdos estratégicos con los principales portales inmobiliarios internacionales.

Internet también puede ser una salida profesional para los autónomos. Cristina Fernández García tiene desde 2006 en www.aleph-translations.es sus alas como traductora para llegar a todo el mundo, de Sydney a Tokio, Ginebra, París y Londres. «Es la forma más cómoda y amena de presentarse y de que el cliente acceda a la información necesaria. En breve incluiremos también videos en nuestra web.»

Entre las ventajas que esta traductora encuentra en Inter-

net, destaca que en sí misma también es una fuente de trabajo al necesitar las empresas o instituciones que se traduzcan los contenidos cada vez que actualizan su página web. Aunque cada vez es más fácil que una persona sin conocimientos avanzados mantenga un blog o una web, en Aleph Translations optaron por recurrir a profesionales informáticos y a un diseñador. Queríamos una web única y un resultado profesional. Es nuestra tarjeta de visita, añade.

Encontrar un justo equilibrio entre lo que se puede ofrecer gratis y lo que hay que cobrar en la web es una decisión inicial clave para sobrevivir