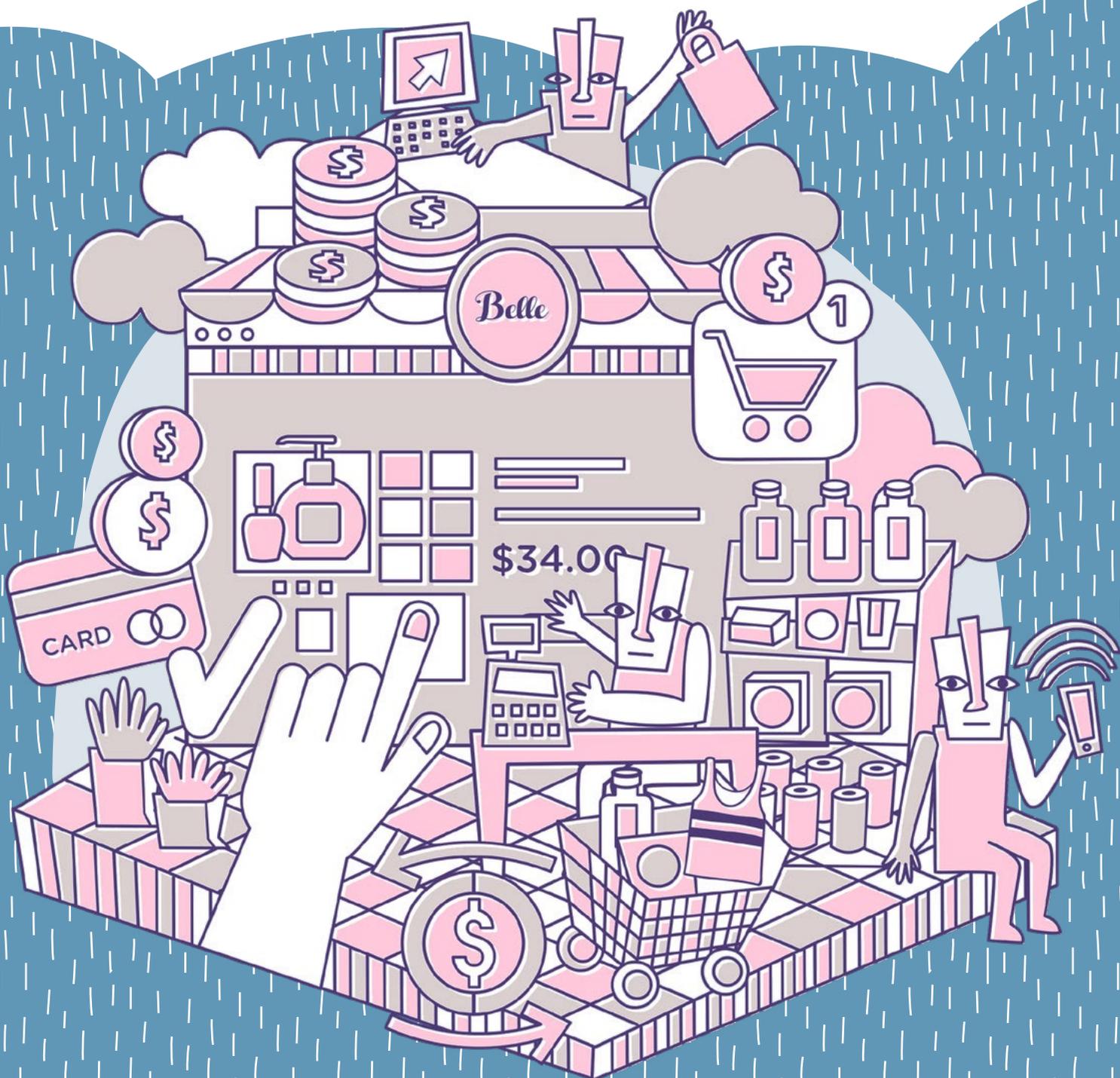


# ¿CÓMO VENDER EN LÍNEA?



## Índice



5

**PASO 1**  
Acta  
Constitutiva



8

**PASO 2**  
Registro  
de marca



10

**PASO 3**  
Plataformas  
para venta  
en línea



14

**PASO 4**  
Logística



16

**PASO 5**  
Seguridad  
especializada



19

**ELEGIR  
LA MEJOR  
ESTRATEGIA**

### Aviso de Responsabilidad

A pesar del esfuerzo hecho para asegurar que los lineamientos contenidos en este documento sean correctos, GS1 México y cualquier otra entidad involucrada en la creación del mismo, declara que este documento es provisto sin garantía alguna, implícita o expresa, considerando, pero no limitando la exactitud, comercialización o idoneidad para cualquier propósito particular, y esta sección deslinda de toda responsabilidad directa o indirecta, por cualquier daño o pérdida en relación al uso del documento. El documento puede ser modificado, sujeto a desarrollos tecnológicos, cambios en los estándares o nuevos requisitos legales. Este documento no representa un estándar ni modelo de operación. GS1 es una marca registrada ante AISBL GS1.

Las marcas nombres comerciales, patentes, o cualquier otro derecho de propiedad industrial y/o intelectual que forme parte de la Información contenida en este documento, son propiedad de sus titulares y sólo son mencionadas con el objeto de ofrecer un servicio de GS1 México.

GS1 México no otorga garantía de la veracidad, utilidad, fiabilidad, licitud e integridad de la Información proporcionada con respecto a servicios prestados por terceros, ni la compatibilidad de estos con los estándares GS1.



## Introducción

Las ventas por internet son una gran oportunidad de negocio para las pequeñas y medianas empresas por la disponibilidad y acceso a sus productos en cualquier momento y en cualquier lugar. Sin embargo, no hay que perder de vista que cada canal de venta requiere de distintas estrategias de operación donde se deben tomar en cuenta aspectos como la tecnología, logística, mercadotecnia, etcétera.

En la actualidad, la infraestructura de las telecomunicaciones y el acceso a internet son necesarios para desarrollar el comercio electrónico, por ello es importante que las PyMEs que decidan incursionar en las ventas en línea resuelvan qué van a vender, a quién se lo van a vender y en qué plataforma. Además, es necesario tener claro el ciclo de venta digital, desde cómo llegarán los usuarios al sitio, hasta los medios de pago y de envío.

Pero debido a las complicaciones que pueden aparecer en el camino y a una falta de conocimientos, actualmente solo una mínima parte de las PyMEs en México cuenta con un canal de venta directa en internet. Por ello, en este ebook te presentamos los requisitos y obligaciones recomendadas para abrir una tienda en línea en México de forma satisfactoria.

**Es importante que las PyMEs que decidan incursionar en las ventas en línea resuelvan qué van a vender, a quién se lo van a vender y en qué plataforma.**



## Acta constitutiva

Se denomina Acta constitutiva al instrumento legal de carácter obligatorio que se necesita para formar una sociedad u organización. Este documento debe incluir ciertos datos básicos de la entidad creada y tiene que contar con la firma de todos aquellos que integran la sociedad en cuestión.

Una empresa debe contar con un Acta Constitutiva para que su existencia sea legal, de lo contrario, se tratará de una sociedad de hecho no registrada.

Para una empresa nueva es necesario crear el Acta Constitutiva, pero en caso de que la tienda en línea ya sea de una empresa constituida este paso se omite y sólo se debe revisar que la redacción del Acta no presente ninguna limitación sobre las ventas en línea. Para este paso se necesita:

- Encontrar una denominación o nombre para la sociedad.
- Redactar el Acta constitutiva, es decir, el objeto social y los estatutos.
- Protocolizar el Acta constitutiva.
- Obtener el folio del registro público.
- Dar de alta a la empresa ante la SHCP y demás organismos necesarios de acuerdo al giro de la empresa.

### Requisitos

De la redacción de las actas, en el caso de tratarse de una sociedad anónima, se encargará generalmente un notario, ante el cual se debe presentar la siguiente documentación:

- El domicilio, el nombre y la nacionalidad de todas aquellas personas que constituyan una sociedad.
- La razón social y el objeto que va a tener la sociedad, es decir, las actividades y objetivos que se planteará la sociedad en todo momento.
- La denominación de la sociedad y su duración.
- Las aportaciones de capital social que se han dado lugar.
- El nombramiento de todos los administradores y la designación de aquellos que puedan llevar la firma fiscal.
- La manera en que se va a administrar la sociedad y cuáles van a ser las facultades de los administradores.
- En caso de disolución, cuáles van a ser las bases que se plantearán para liquidar la sociedad mercantil.

### Detalles legales

Para una empresa nueva es necesario crear el Acta Constitutiva, pero en caso de que la tienda en línea ya sea de una empresa constituida este paso se omite y sólo se debe revisar que la redacción del Acta no presente ninguna limitación sobre las ventas en línea.



Estás aquí

**Paso 1**

Acta constitutiva

**Paso 2**

Registro de marca

**Paso 3**

Plataformas para venta en línea

**Paso 4**

Logística

**Paso 5**

Seguridad especializada



### Legalidad de las empresas

Una empresa debe contar con un Acta Constitutiva para que su existencia sea legal, de lo contrario, se tratará de una sociedad de hecho no registrada

¿Cuentas con un Acta Constitutiva?  SÍ  NO

## Registro de marca

Protege los derechos de uso de tu marca ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, que es un organismo público descentralizado con personalidad jurídica y autoridad legal para administrar el sistema de propiedad industrial en nuestro país.

Otro paso a seguir consiste en registrar todos los nombres, logos y cualquier símbolo o representación característica de la empresa ante el Instituto Mexicano de Propiedad Intelectual para asegurarse de que la empresa no será plagiada y así protegerse en caso de que esto pase. Para el futuro de la industria de comercio electrónico, una adecuada gestión de los derechos de propiedad intelectual y su protección son decisivos.



Para registrar tu marca necesitas:



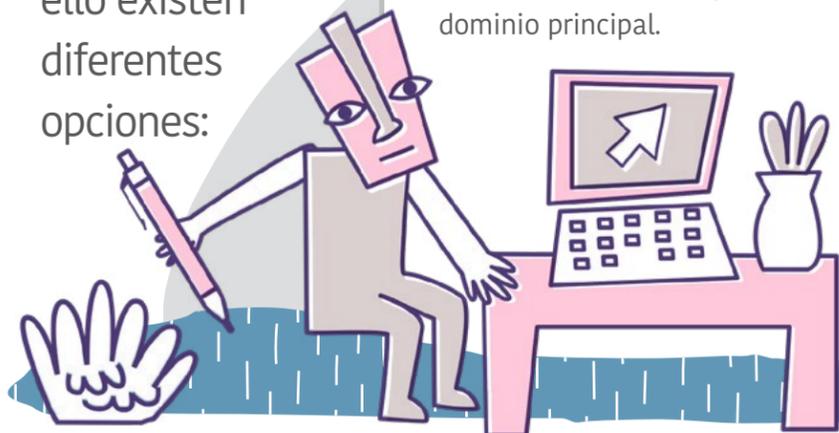
### Crea tu Marca Registrada

Iniciar una empresa sin contar con la certificación de Marca Registrada puede generarte sanciones y ponen en riesgo la vida de las empresas.

¿Ya registraste tu marca ante el IMPI?  SÍ  NO

## Plataformas para venta en línea

Una vez que cuentas con los documentos legales de tu empresa, debes seleccionar una plataforma en la que se establecerá tu tienda, ya que este paso es vital para el proyecto. Para ello existen diferentes opciones:



### 1. Plataforma propia

Las PyMEs deben decidir si su negocio será para venta exclusivamente en línea, para lo cual necesitarán construir un sitio con las siguientes características:

**Elegir y registrar un nombre de dominio para la dirección web.**

Es importante que el dominio sea propiedad de la empresa, de ser posible, debe llevar el nombre de la misma para mayor y mejor identificación por los clientes. Si no está disponible la extensión .com se puede probar otras extensiones tipo .org .net. Si es una marca reconocida lo mejor es registrar el dominio con un gran número de extensiones que posteriormente se redirijan al dominio principal.

**La PyME también debe decidir si quiere crear el sitio por su cuenta o si prefiere que algún profesional se haga cargo del desarrollo y diseño.** Hoy en día, la mayoría de las herramientas de creación de sitios están diseñadas para que los usuarios creen sus propias páginas web y no requieren habilidades de codificación o diseño. Lo digital debe formar parte de la cultura de la empresa y lo deseable es que el personal de la misma se implique en el sitio para mejorarlo, actualizarlo y desarrollar todo su potencial.

**Para los pagos es necesario adquirir terminales de punto de venta virtuales** con instituciones financieras para permitir recibir pagos en línea.

**El costo de la plataforma dependerá de la sofisticación del sitio.** De acuerdo con Mercado Libre, un sitio básico puede costar en un inicio entre 10 y 15 mil pesos para el armado y mil pesos anuales para hospedarlo, más mantenimientos eventuales para que siga operando correctamente.

**Para almacenar el sitio hay varias opciones:** utilizar el alojamiento (hosting) incluido en las herramientas de construcción de sitios web (basta con seguir las instrucciones y automáticamente pondrán el sitio en línea), o elegir primero a una empresa de alojamiento seleccionando alguna que ofrezca una herramienta o servicio de creación de sitios web.

**Buscar alianzas con portales horizontales o buscadores para establecer canales claros para enviar usuarios a la tienda virtual.** Los buscadores como Google y Yahoo tienen soluciones apropiadas para pymes donde el comercio puede “adquirir” palabras clave y de esa manera dirigir tráfico relevante a su tienda.

**Establecer procedimientos de empaque y envío de productos,** especificando claramente tiempos y costos de entrega en la tienda virtual.

**Al principio es mejor concebir las páginas web como algo dinámico** y que vayan evolucionando y perfeccionándose progresivamente a través de la retroalimentación de los clientes y de las buenas prácticas e ideas que va generando la red.

**Instaurar la parte de servicio al cliente,** ya que ésta adquiere mayor relevancia porque el vendedor no está presente físicamente, por lo que se deben ofrecer a los consumidores diferentes alternativas de contacto como un chat, un teléfono, una dirección, entre otros, para que estén satisfechos con la tienda en línea.

Entre las ventajas de este tipo de plataformas es que la marca puede crecer en un futuro con sus propios medios, además de que la inversión inicial es accesible y la línea de producto de las PyMEs está disponible en cualquier momento.



Estás aquí

**Paso 1**  
Acta constitutiva

**Paso 2**  
Registro de marca

**Paso 3**  
Plataformas para venta en línea

**Paso 4**  
Logística

**Paso 5**  
Seguridad especializada



### Define las formas de pago

Un detalle que la mayoría olvida al ingresar a eCommerce son las formas de pago. Tendrás mejores resultados si ofreces distintas opciones y facilidades.

¿Ya definiste tu esquema de pagos?

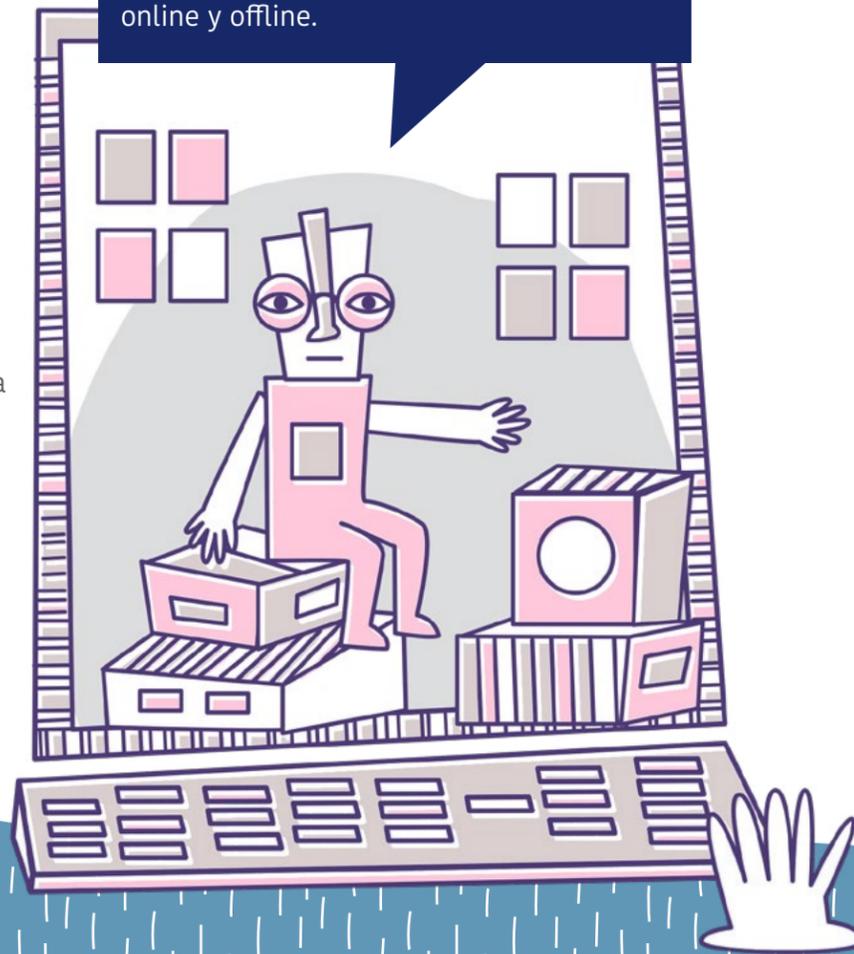
SÍ  NO

## 2. Extensión del negocio físico con un sitio en internet

Muchas empresas ya tienen un negocio consolidado con tiendas físicas, pero con el avance de las tecnologías y el auge del comercio electrónico, han decidido incluir la venta en línea en su estrategia de negocio. Para ello es necesario considerar los siguientes puntos.

- Establecer reglas claras para la división entre el sitio en línea y la presencia física**, esto con el fin de evitar conflictos entre distintas áreas comerciales, inventarios, procesos de empaque y distribución, cobranza, etcétera.
- El sitio en línea debe ser complemento del negocio tradicional**, por lo que se deberá mantener la consistencia de marca en el diseño y funcionalidades del sitio.
- Establecer procedimientos claros de asignación de inventario** entre los distintos canales para evitar conflictos entre el stock para la tienda física y la virtual y duplicar ventas del mismo artículo.
- Crear una unidad de negocios independiente a la presencia física** que tenga responsabilidad de ingresos y egresos claramente definidos.
- Ofrecer servicio al cliente por todos los medios** como teléfono, chat, correo electrónico y siempre manejar políticas de garantía y devoluciones.

Entre las ventajas de esta modalidad están que al ser una fuente adicional de ventas del canal tradicional, la presencia de usuarios será mayor porque la marca o empresa ya es conocida. Una vez montada en la plataforma, la tienda requerirá menos costos de operación al requerir poco personal. Sin embargo, el mantenimiento debe ser constante porque es crucial la adecuada y oportuna interacción entre el negocio online y offline.



## 3. Comercializar el producto a través de un portal

También resulta atractivo para las PyMEs la opción de rentar un espacio virtual en un portal que tenga sección de ventas para poder distribuir sus productos. Las características de esta modalidad son:

- Al tener la base de usuarios que el comerciante necesita, los portales normalmente tienen mejores condiciones para negociar tarifas o acuerdos con el comercio.** Es necesario tomar esto en cuenta al montar un negocio de este tipo.
- En un modelo así pueden existir varias tiendas que ofrezcan los mismos productos**, tal vez a mejor precio, por lo que será necesario establecer una estrategia clara de diferenciación.

Entre las ventajas están que el tráfico de usuarios es provisto por el portal, además de que las funcionalidades y navegación de la tienda están integradas en el portal horizontal. La inversión inicial depende del portal con que se negocie.

## 4. Ventas directas a través de un mercado virtual

Crear el negocio en línea a partir de sitios especializados que han preparado una base con diversas categorías posibilita a los vendedores ofrecer múltiples productos. Permiten vender sin tener una página propia y una vez que se concreta la venta se cobra solo una comisión.

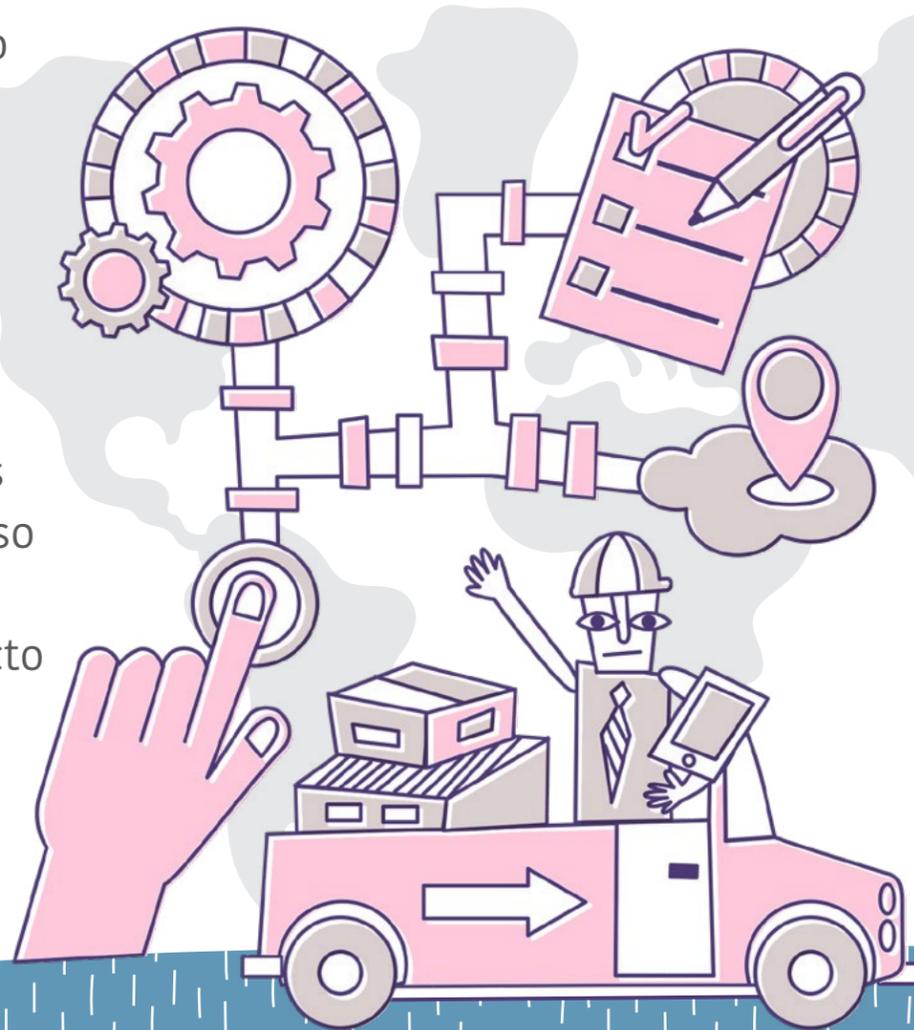
- En esta modalidad, al publicar artículos, se debe tener presente que es necesario mantener inventario suficiente para respaldar la cantidad de productos publicados.
- Contar con procedimientos claros de atención a clientes al momento de recibir ofertas, con el objetivo de automatizar respuestas manteniendo un servicio personal.
- Aprovechar los medios de pago que ofrece el mercado virtual, y explorar a medida que crecen las ventas, la posibilidad de adquirir una terminal de punto de venta virtual.
- Diferenciarse del resto de los usuarios por servicio, calidad, precio o producto, como ocurre en el comercio tradicional. Promocionar los productos mediante el uso de opciones de destaque como en un anuncio clasificado.

Las ventajas de esta opción radican en que la inversión inicial es baja, pues se cobra un porcentaje de las ventas realizadas. Se tiene acceso a un gran mercado, y no es necesario invertir grandes cantidades para aumentar el tráfico. No obstante una de las desventajas de esta modalidad son los competidores que llegan a erosionar los precios reales.

## Logística

Las pequeñas y medianas empresas se lanzan al comercio electrónico enfocándose en el diseño de su sitio web y de promociones atractivas, sin embargo, desde el inicio también deben tomar en cuenta la dificultades que surgen después del clic, como es la logística para el proceso de entrega de producto, ya que es el único contacto real que se tendrá con el cliente y de esto dependerá la experiencia de compra.

Para ello, se recomienda buscar a una empresa de paquetería o mensajería con el fin de lograr acuerdos con dicha compañía de manera que no incremente sus gastos o encarezca el producto.



Al reto logístico que presenta el comercio electrónico se le suman las exigencias del nuevo consumidor, que pide aspectos como la posibilidad de un seguimiento de su pedido en tiempo real, amplios horarios y personalización del servicio de entrega, una gestión eficaz y efectiva de las devoluciones, un buen servicio post venta, etcétera. Por ello, las PyMEs que decidan vender en línea, deben considerar tres partes fundamentales de la logística:

01

### Almacenamiento

Esta parte del proceso debe contemplar sistemas de preparación de picking enfocados a pedidos pequeños; la capacidad de gestionar de manera ágil el stock; disponer de un empaque de calidad; contar con sistemas de preparación, expedición, control y seguimiento en tiempo real fiables y efectivos; etcétera.



02

### Distribución

Hablamos en esta parte de la trazabilidad del proceso de distribución; la flexibilidad y la calidad en la entrega del producto; el poder ofrecer un alcance internacional; servicios urgentes, entre otros.



03

### Sistemas de información

Contar con una gestión precisa y fiable de los inventarios; planear de manera eficiente los plazos de entrega; disponer de sistemas de gestión avanzados (seguimiento en tiempo real por radiofrecuencia, planificación y optimización de rutas, tracking de mercancías, atención al cliente, etc.); la integración de sistemas de información logísticos en la tienda online; etcétera.



Estás aquí

Paso 1

Acta constitutiva

Paso 2

Registro de marca

Paso 3

Plataformas para venta en línea

Paso 4

Logística

Paso 5

Seguridad especializada



### Logística y distribución

Toma en cuenta que en eCommerce tendrás pedidos en tiempo real, por lo que debes contar con una gestión eficaz y efectiva de las devoluciones, un buen servicio post venta, etcétera.

¿Tienes la infraestructura para entrega de mercancía?  SÍ  NO

## Seguridad especializada

Con una tienda en línea, debes considerar que los temas relacionados con la seguridad de tu negocio son algo serio e importante.

Las empresas que utilizan Internet como plataforma de venta deben estar conscientes de que también enfrentan ciertos riesgos. Por ello, como dueño de una tienda en línea, debes considerar que los temas relacionados con la seguridad de tu negocio son algo serio e importante, no solo por el bienestar financiero de la empresa, sino también por el de tus clientes.

**Permitir que los datos que se comparten en tu página web para realizar una compra caigan en manos de personas erróneas puede causar serios problemas a la reputación de tu marca.**

Para evitar este tipo de situaciones, se debe contar con medidas de seguridad para todas las transacciones, así como con un antivirus especializado que proteja los datos de la empresa y de los clientes. Contratar firmas que hacen transferencias electrónicas de dinero exime a los comercios en línea de varios conflictos, porque ya no son las PyMEs quienes tienen los datos de terceras personas.

Asimismo, es necesario contar con términos y condiciones claramente señalados, a los que el usuario acceda al momento de inscribirse, que detallen políticas de privacidad, políticas de entrega y devoluciones. Implementar certificados de seguridad y zonas del sitio seguras (https) en secciones donde se manejen datos sensibles como información personal y de tarjeta de crédito.



Estás aquí

**Paso 1**

Acta constitutiva

**Paso 2**

Registro de marca

**Paso 3**

Plataformas para venta en línea

**Paso 4**

Logística

**Paso 5**

Seguridad especializada



### Define tu marketplace

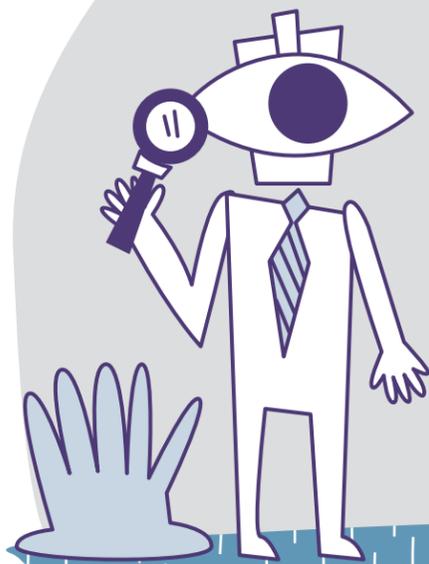
Existen tiendas online consagradas en el eCommerce y también plataformas para crear tu propia tienda online.

¿Ya decidiste qué opción es mejor para tu empresa?  SÍ  NO



### El Sello de Confianza para comercio electrónico únicamente será otorgado al sitio que venda productos o servicios en línea

y su costo varía según la vigencia por la que se contrate, que puede ser de uno a tres años.



De igual forma, para que el consumidor tenga la certeza de que la tienda en línea donde está comprando cuenta con las medidas de seguridad pertinentes, se pueden obtener sellos de confianza como el que otorga la Asociación de Internet MX.

Para solicitar el Sello de Confianza en la Asociación de Internet MX se requiere:

#### Persona Física

- Copia de identificación oficial (credencial de elector, pasaporte, cartilla)
- Copia de Cédula del Registro Federal de Causantes.
- Copia de comprobante de domicilio (recibo de luz, agua, teléfono, estado de cuenta bancario), con una antigüedad no mayor a dos meses a partir de la fecha de la solicitud.

#### Persona Moral

- Copia de Acta Constitutiva y Poderes del representante legal
- Copia de identificación oficial del representante legal (credencial de elector, pasaporte, cartilla)
- Copia de Inscripción al Registro Público de Comercio
- Copia de comprobante de domicilio (recibo de luz, agua, teléfono, estado de cuenta bancario), con una antigüedad no mayor a dos meses a partir de la fecha de la solicitud.
- Copia de Cédula del Registro Federal de Contribuyentes

#### Sitio web en operación que cuente con lo siguiente:

- Domicilio físico
- Número telefónico fijo
- Descripción detallada de bienes y / o servicios
- Costos totales e impuestos
- Informar sobre las formas de pago
- Condiciones de envío o entrega
- Condiciones de cancelación, devolución o cambio
- Términos y condiciones de uso o Aviso Legal
- SSL activado en todo el sitio
- Redes sociales
- Aviso de privacidad



## Elegir la mejor estrategia

La evolución de los mercados, del marketing, en conjunto con el ahorro de costos y la posibilidad del estudio de la información, son algunas de las razones por las que las pymes deben considerar dar el salto a las ventas en línea.

Además, el crecimiento de este tipo de comercio elimina las limitaciones geográficas, ya que supone una ventaja para los negocios expandir su mercado hacia otras regiones, además de que su producto estará visible todo el tiempo.

No se trata únicamente de decidirse a abrir un punto de venta en línea y listo, sino que esto implica realizar distintas acciones para dar a los futuros clientes el mejor servicio posible. Es por ello que, al momento de abrir tu tienda en línea, debes de tener un inventario de productos suficiente para satisfacer la demanda de los clientes; asegurarte de que, si prometes entregar tus productos en determinado tiempo, en verdad va a suceder en ese periodo de horas o días, además de garantizar la seguridad de las transacciones financieras, ya que los consumidores confían en tu negocio y de esto dependerá el éxito del mismo.

**Cuanto menos se tarden las PyMEs en incursionar en las ventas en línea, menos trabajo les costará ponerse a la altura de la competencia,** así como estudiar a sus clientes asiduos y potenciales para crear una tienda de confianza.



