



Guía rápida para vender con tienda online

Notas para crear tu tienda online en España.
más información en www.gravityestudio.com

Copyright ©2014 Gravity Estudio.

info@gravityestudio.com



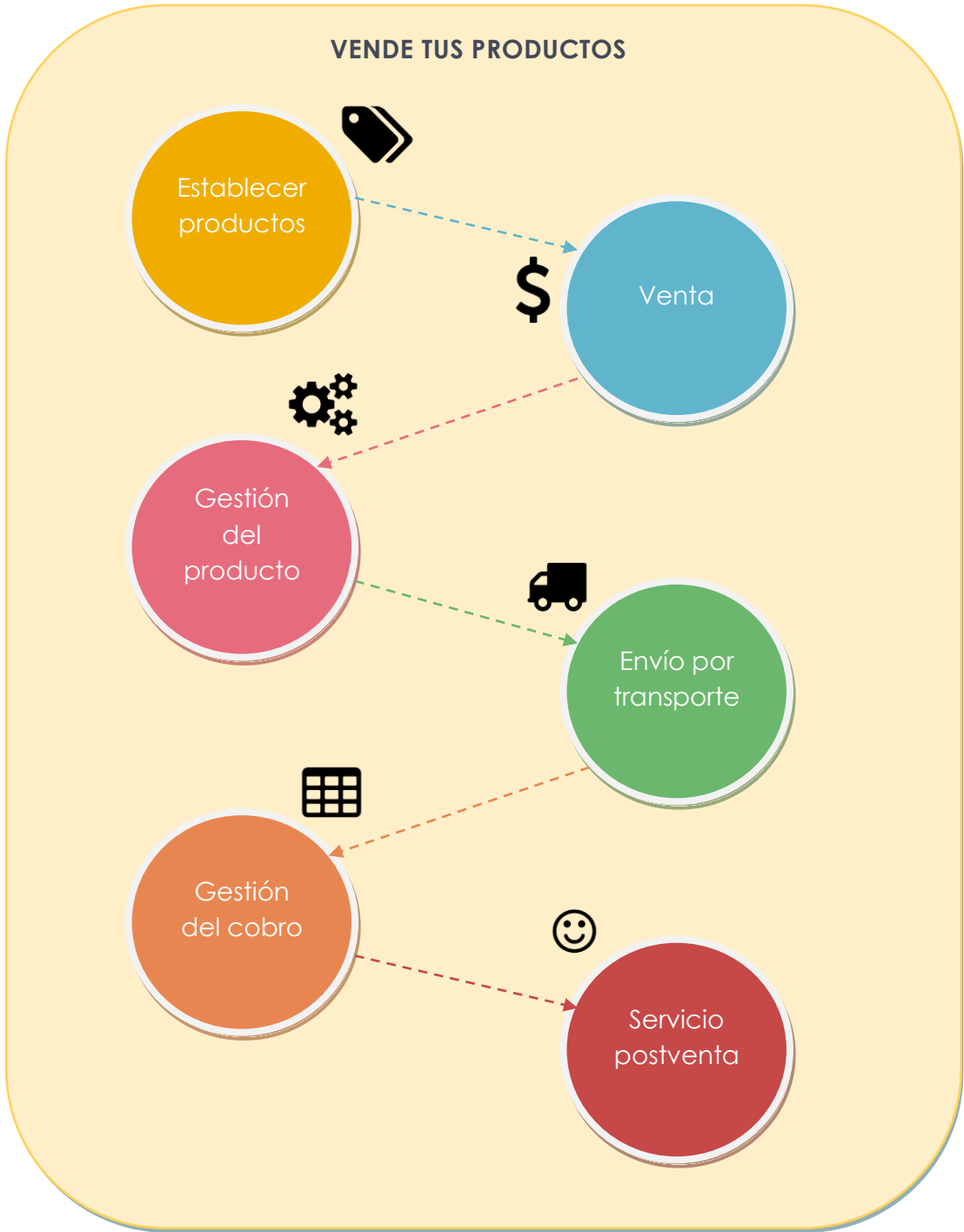
Guía rápida para vender con tienda online by Gravity Estudio is licensed under a [Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).

RESUMEN

CREA TU EMPRESA

CUMPLE LAS LEYES DE COMERCIO ELECTRÓNICO

MONTA TU WEB





CREA TU EMPRESA

En esencia vender online es lo mismo que vender en una tienda física, sólo que cambian algunos matices. El fundamento para ambos es el mismo: Una empresa, con la diferencia de trámites necesarios para abrir una tienda física.

Darse de alta

Si ya tenemos una empresa tenemos que asegurarnos que nuestra alta en el IAE nos permita la comercialización a distancia ([modelo 036](#)).

Podemos **darnos de alta como autónomo o crear una sociedad** (de hecho o anónima). Ambos casos conllevan hacer el impuesto de la renta IRPF (obligaciones fiscales), además de otras gestiones.

Para darnos de **alta como sociedad**, tendremos que acudir al [registro mercantil](#) de nuestra localidad.

Si queremos realizar una actividad en la que nos lucremos, tenemos que **darnos de alta en la Seguridad Social**. Para autónomos, darnos de alta con el [régimen especial de autónomos](#).

Antes de soportar las cuotas del **IVA** que se pretendan deducir con anterioridad al inicio de las operaciones. Además, siendo una sociedad, debemos **pedir el CIF** en un plazo de 30 días desde que se constituyó la sociedad en una [oficina de Hacienda](#).

Una vez seamos autónomos o bien tengamos una sociedad, tenemos una serie de obligaciones legales que nuestra tienda online tiene que cumplir las cuales repasaremos en la siguiente sección.

Para más detalles y una mejor gestión en el proceso de creación de tu empresa te recomendamos **ponerte en contacto con asesores profesionales** o gestores que puedan llevar correctamente y de la forma más ágil todo el proceso antes citado, además de aconsejaros en las mejores soluciones legales según las características de vuestro negocio para obtener la mayor cantidad de ventajas vinculadas a vuestro proceso de desarrollo y la ubicación donde vais a ejercerlo.

Naming e imagen corporativa

Con el tiempo podrás darte cuenta de lo importante que es la imagen de tu empresa de cara al público. Crear una empresa tiene un proceso legal necesario e importante, sin embargo más importante es aún la forma en que la presentes ante tus futuros y presentes clientes.

El **Naming** es el proceso de creación del nombre de una marca, empresa o identidad corporativa. No es siempre fácil ni intuitivo dar un nombre a una empresa o marca, especialmente si el modelo de negocio está ya bastante asentado en el mercado. Además siempre queremos que el nombre refleje una parte importante de la empresa, ya sea bien la actividad que vamos a desarrollar o la filosofía de trabajo que queremos tener. Fusionar estos elementos en un nombre original, creativo y donde subsisten las ideas de tu negocio requiere la mano de un profesional cualificado.

La **imagen corporativa** es el conjunto de elementos visuales que conforman la identidad de tu empresa. Es todo aquello que está de cara al cliente, desde tu logotipo o tarjeta de presentación hasta los colores de tu web. Definir claramente estos elementos permite distinguirse ante la competencia y destacarte ante los clientes, bien sea por un slogan atractivo o por una marca llamativa. Está demostrado que una marca bien definida en la totalidad de su producto genera confianza en el cliente, incluso si supone un incremento en el precio final de los mismos. Conseguir esta aceptación y confianza en el cliente comienza por la imagen.

Te recomendamos que contactes con profesionales que te guíen en el desarrollo de la imagen de tu empresa. No dudes en ponerte en contacto con nuestro director de diseño creativo para asesorarte y llevar a cabo tu imagen corporativa: Javier@gravityestudio.com, *Director de diseño creativo*.

2

CUMPLE LAS LEYES DE COMERCIO ELECTRÓNICO

A la hora de crear tu Tienda Online, debes tener en cuenta la normativa vigente. Algunas de las normas aplicables son:

- ✓ **Ley 34/2002**, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico (LSSICE).
- ✓ **Ley Orgánica 15/1999**, de 13 de diciembre, de protección de datos de carácter personal (LOPD) y su Reglamento de desarrollo.
- ✓ **Real Decreto Legislativo 1/2007**, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General de Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias.
- ✓ **Ley 7/1996**, de 15 de enero, de Ordenación del comercio minorista.
- ✓ **Real Decreto Legislativo 1/1996**, de 12 de abril, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley de Propiedad Intelectual.
- ✓ **Ley 17/2001**, de 7 de diciembre, de Marcas.

Avisos legales en tu Tienda Online

Cualquier empresa que tenga presencia en Internet, tanto si ofrece sus productos o servicios online como si simplemente ofrece información sobre los mismos a través de su web, debe mostrar en su página web una serie de información, conforme a lo establecido en la **LSSICE** y en el resto de la normativa vigente. Para ello, suele dedicarse una sección de la web a lo que se conoce como “*Avisos legales*”, donde se muestre la siguiente información:

- ✓ Nombre o denominación social.
- ✓ Domicilio social.
- ✓ Número de Identificación Fiscal de la empresa.
- ✓ Datos de inscripción en el Registro Mercantil en el que esté inscrita.
- ✓ Si la actividad a la que se dedica tu empresa estuviese sujeta a un régimen de autorización administrativa, los datos correspondientes a dicha autorización, así como las que identifiquen al órgano competente.
- ✓ Medios de contacto: número de teléfono y/o fax, dirección de email.

En el caso de que ejerzas una profesión regulada (abogado, arquitecto, psicólogo, etc.), será necesario indicar:

- Datos del Colegio profesional en el que estés inscrito y número de colegiado.
- Título académico o profesional con el que cuentes.
- El Estado de la Unión Europea o el Espacio Económico Europeo donde fue expedido dicho título y, en su caso, la correspondiente homologación o reconocimiento.
- Las normas profesionales que sean aplicables al ejercicio de la profesión y los medios a través de los que se puedan conocer.

Si haces **referencia a precios**, deberás facilitar información clara y exacta sobre los precios de los productos y servicios, indicando de forma expresa:

- Si los precios incluyen o no los impuestos que sean aplicables (como el IVA).
- En su caso, si se incluyen o no gastos de envío y el importe de los mismos.
- Aquello que dispongan las normas de las Comunidades Autónomas con competencias en la materia.

En el caso de que tu empresa esté **adherida a algún código de conducta**, deberás indicar a cuál y cómo consultarlo electrónicamente. En el caso de que utilices un rango de tarificación adicional asociado a un medio de comunicación a distancia, indicar el coste de utilización. También debe indicar:

- Actividad a la que se dedica la empresa.
- Política de protección de datos donde, en el caso de recoger datos de usuarios, informes a los afectados acerca de los términos establecidos en la LOPD (finalidad para la que se recogen sus datos, fichero en el que se almacenan, medios a través de los cuales pueden ejercer sus derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición, etc.).
- Política de uso de la web: donde informes de las restricciones de utilización de los productos o servicios ofrecidos bajo tu web, de las responsabilidades por la utilización de la misma, de los derechos de propiedad intelectual e industrial de su contenido, etc.
- Las condiciones aplicables a los productos o servicios ofrecidos a través de la web de tu empresa, en las que indiques las características principales de los mismos, precios aplicables, forma de pago, obligaciones y responsabilidades de las partes.

El texto que contenga las **condiciones aplicables a los productos** o servicios ofrecidos a través de tu página web debe incluir:

- Los datos de identificación de tu empresa (nombre o denominación social, domicilio social, número de identificación fiscal, etc.).
- Objeto del contrato o de las condiciones generales, donde se defina qué tipo de producto o servicio regulan y aparezca una breve descripción del mismo.
- Precio del producto o servicio (haciendo referencia a si el IVA o cualquier otro impuesto aplicable está incluido o no en dicho precio) y las formas de pago que tu empresa admite.
- Entrada en vigor y duración.
- Obligaciones y responsabilidades de las partes, como la obligación de tu empresa de ofrecer el producto o servicio en las condiciones pactadas, o la obligación del cliente de realizar el pago del mismo en la forma prevista, etc.
- Terminación del contrato o de las condiciones generales.
- Cláusula sobre protección de datos de carácter personal.
- Información sobre propiedad intelectual e industrial.
- Legislación aplicable.

La Propiedad Intelectual

A la hora de añadir en tu página web contenido como fotografías, dibujos, vídeos, música o cualquier otro material susceptible de derechos de propiedad intelectual, deberás tener en cuenta que dichos derechos pertenecen a su autor o a un tercero que los ostenta, por lo que deberás disponer de la autorización previa y suficiente de éste. Si las fuentes son de tu propiedad asegúrate de registrarlas si lo crees conveniente para que ningún tercero pueda utilizarla sin tu consentimiento.

Esto mismo se aplica para el caso de los logotipos u otras marcas que aparezcan en tu tienda online

La Protección de Datos de Carácter Personal

En los casos en los que a través de tu página web recojas datos de carácter personal de usuarios, deberás tener en cuenta lo establecido en la LOPD y su normativa de desarrollo.

Algunas de estas obligaciones son las siguientes:

- ✔ Antes de recoger datos de carácter personal es necesario que informes a los usuarios de la existencia de un fichero de datos personales, de la finalidad de dicho fichero y de la recogida de datos, así como de quiénes son los destinatarios de la información.
- ✔ Antes de crear un fichero donde almacenes información de carácter personal, tendrás que notificar a la Agencia Española de Protección de Datos la creación del mismo, procediendo a su registro. La notificación es gratuita y podrás realizarla online.

Puedes consultar la web de la [Agencia Española de Protección de Datos](#)

- ✔ Tras inscribir un fichero, deberás mantener actualizada en todo momento su inscripción, notificando a la Agencia Española de Protección de Datos cualquier modificación del mismo o su supresión.
- ✔ En el momento en que crees un fichero donde se almacenen los datos de carácter personal que recojas de los usuarios, te convertirás en el responsable del fichero, debiendo tratar dichos datos conforme a lo establecido en la LOPD.
- ✔ Uno de los requisitos para la recogida de datos de carácter personal, es el consentimiento inequívoco del afectado, una vez haya sido informado del fichero donde se almacenarán sus datos y de la finalidad para la que se recogen.
- ✔ Los datos deben ser recogidos y tratados para una finalidad en concreto, de la que previamente debe ser informado el afectado, no estando permitida la recogida de datos que no sean pertinentes o que sean excesivos y no pudiendo ser utilizados con una finalidad distinta de aquella para la que fueron recogidos.
- ✔ Deberás tener en cuenta el deber de secreto de los datos. El responsable del fichero y todos aquellos que intervengan en el tratamiento de los datos deberán guardar secreto profesional en relación a los mismos. Esta obligación se mantiene de forma indefinida, incluso una vez finalizada la relación con el titular o responsable del fichero.

- ✔ En aquellos casos en los que un tercero vaya a tener acceso al fichero donde guardas los datos de carácter personal de los afectados, deberás formalizar con él un contrato de tratamiento de datos.
- ✔ Puede ser el caso, por ejemplo, de una empresa informática a la que contratamos para que realice tareas de mantenimiento de nuestro sistema. Dicha empresa tendrá acceso al fichero y por ello será necesario suscribir con la misma un contrato de tratamiento de datos.
- ✔ El contenido que debe incluir dicho contrato de tratamiento aparece especificado en la LOPD y en su Reglamento, consistiendo básicamente en trasladar la obligación de tratar los datos conforme a las instrucciones del responsable del tratamiento, de no utilizarlos con un fin distinto al que se estipule en el propio contrato, etc.
- ✔ Tendrás que atender las solicitudes que los titulares de datos de carácter personal te realicen en relación a los derechos denominados “ARCO”: derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición.

El **derecho de acceso** consiste en que el titular de los datos puede contactar con quien los ha recogido con el fin de que se le informe sobre cuáles de sus datos de carácter personal tiene en su poder.

El **derecho de rectificación** consiste en que el titular de los datos puede solicitar a quien los ha recogido, que los modifique por ser estos incompletos, incorrectos, falsos o no encontrarse actualizados.

A través del **derecho de cancelación**, el titular de los datos puede solicitar que se supriman aquellos de sus datos que hayan sido recogidos y que se consideren inadecuados o excesivos.

Mediante el **derecho de oposición**, el titular de los datos puede solicitar que no se realice el tratamiento de sus datos o que se cese en el mismo, mediando causa justificada.

En el caso de que el titular de unos datos de carácter personal que hayas recogido te haga llegar cualquiera de estas solicitudes, deberás atenderla en el plazo máximo de diez días desde la recepción de la solicitud. Deberás adoptar las medidas de índole técnica y organizativa que garanticen la seguridad de los datos de carácter personal, con el fin de evitar su alteración, pérdida o tratamiento no autorizado.

Envío de información comercial

La legislación vigente prohíbe enviar comunicaciones publicitarias o promocionales a través de correo electrónico o de medio de comunicación electrónica equivalente a aquellos usuarios que previamente no hubieran solicitado recibir comunicaciones de dicho tipo o que no las hubieran autorizado de forma expresa.

Para enviar este tipo de comunicaciones a cualquiera de tus clientes, de los usuarios registrados en tu Tienda Online, etc. deberás haber obtenido para ello su consentimiento previo.

Además, deberás tener en cuenta que los usuarios pueden revocar en cualquier momento su consentimiento, bastando simplemente con notificártelo.

Cualquier comunicación con información comercial o promocional que envíes a tus clientes deberá ir identificada como tal (por ejemplo, añadiendo el texto “Información comercial”)¹.

¹ Los usuarios de esta guía deberán tener en cuenta las circunstancias legales aplicables a su caso concreto, así como la actualización de la normativa vigente. Este documento carece del carácter de consejo legal, siendo únicamente un listado de sugerencias cuya responsabilidad final es del propio usuario.

3

MONTA TU WEB

Cuando tenemos todo lo necesario a nivel legal y de empresa ya estamos listos para llevarlo a la web. Habitualmente es esta parte la que suele ser más difícil para el empresario debido a su carácter técnico. Sin embargo os recomendamos poneros en contacto con especialistas web, tales como [Gravity Estudio](#), que os asesoren y os ayuden en esta etapa de vuestro negocio.

Para lanzar tu tienda online a internet son necesarios 3 elementos imprescindibles:

- ✔ **Dominio:** El dominio es tu dirección pública en internet a través de la cual los clientes pueden acceder a todo el contenido que les ofreces en internet. El dominio normalmente está directamente relacionado con el nombre de tu empresa o marca o con un eslogan publicitario que te defina. Registrar un dominio requiere de una entidad registrante certificada, por ejemplo [ICCAN](#), o una empresa a su vez acreditada por esta para realizar registros de dominios a nivel público en internet. Estos registros tienen unos costes de carácter periódico, normalmente anuales, que son necesarios pagar para mantener tu dirección web en activo.

- ✔ **Hosting:** Cuando un cliente accede a tu web puede visualizar todo el contenido que ofreces. Este contenido está virtualmente en la web, pero toda la información necesariamente tiene que estar alojada en un soporte físico. Este soporte físico es el hosting. Ahí podrás almacenar tu web, su contenido tales como fotografías, datos de clientes, mails, etc. Habitualmente las empresas que ofertan servicios web ofrecen el dominio y el hosting ya que ambos van ligado de forma natural. Además del almacenamiento en sí el servicio de hosting viene acompañado de otros servicios, algunos incluidos y otros requieren un pago adicional:
 - Buzón de correo (incluido normalmente)
 - Certificado SSL (requiere pago adicional)
 - Correo Exchange (requiere pago adicional)

- ✔ **Diseño de tu página web:** Desarrollar una tienda online requiere de conocimientos importantes en tecnología web y programación, así como del desarrollo a llevar a cabo en todo el proceso. No dudes en ponerte en contacto con nuestro jefe de proyectos web y llevar a cabo tu tienda online corporativa: Alberto@gravityestudio.com, *Jefe de proyectos web*.

4

VENDE TUS PRODUCTOS

Establecer productos

- ✔ **Crea un inventario de todos tus productos.**
- ✔ **Asígnales un precio base competitivo según tu modelo de negocio,** pero ten en cuenta que a éste deberemos añadirle un extra de los elementos de comisión (los veremos más adelante), tales como:
 - Cobro de gestión del banco
 - Servicio de transporte
 - Comisión por cobro de servicio de terceros (paypal, etc.)
- ✔ Según tu modelo de negocio **obtén fotografías de sugerencia para la presentación de tus productos** en la red.
Ten en cuenta que ya que el cliente no puede ver físicamente el objeto la forma en que éste se presente influye esencialmente en la actitud que consigamos obtener del comprador.
- ✔ **Separa tus productos en categorías** simples según el tipo al que correspondan, luego puedes hacer categorías más específicas, llamadas subcategorías, y separar aún más.
- ✔ **Establece las principales características** y posibles palabras claves **en tus productos** para poder publicarlos.
- ✔ **Crea políticas de descuentos y ofertas** asociadas a tus productos, ya sea de forma puntual, estacional o temporal y siguiendo la norma que tú pongas.
- ✔ **Enlaza o habla de tus productos en las redes sociales.** La visibilidad es clave en internet, cuantas más vías publicitarias tengas mejor.

Venta

- ✔ **Asegúrate de que la forma de acceso al producto es clara y sencilla.** Si intentar comprar un producto resulta demasiado lioso y no podemos añadirlo al carrito con un solo *click* llamativo alejamos al cliente de poder comprarnos.
- ✔ **El carrito siempre visible.** Tu carrito siempre debe estar localizado para el cliente, si es así vas por buen camino.
- ✔ **Establece métodos de pago seguros.** Obtén certificados que verifiquen tu tienda online como sitio seguro tales como el certificado SSL que certifica a tu empresa como propietaria de la tienda online y de sus gestiones. Esto es básico para garantizar la seguridad en las transacciones que se realicen en tu dominio así como para ofrecer un elemento de confianza a tus clientes.
- ✔ **Date de alta en la Agencia de Protección de datos.** La ley obliga a todas las empresas que dispongan de archivos de carácter personal, a darse de alta ante la *Agencia de Protección de Datos*. Además tendrás que establecer tu propia LOPD.
- ✔ **Informa al cliente de todos los pasos y las consecuencias de los mismos.** En la gestión de un pedido, así como de los posibles productos que ofrezcas debes informar al cliente de todos los detalles relacionados con la compra del mismo.
- ✔ **Gama amplia de métodos de pago.** Es esencial que determines de qué manera podrán comprar los clientes. Hay que tener en cuenta:
 - Posibles tarjetas con las que puede pagar el cliente
 - TPV (terminal de pago virtual). Esto requiere una asociación con tu banco donde cobrarás tus productos el cuál debe proporcionarte los datos necesarios para ponerlo en marcha.
 - Servicios externos muy extendidos en internet tales como paypal. No considerar esta opción puede dejarte sin muchos clientes, así que piénsalo bien.

Cada uno de estos métodos posiblemente requiera del pago de una comisión por el uso de sus servicios, queda bajo tu elección utilizar los que creas conveniente.

- ✔ **Guía al usuario en el proceso de compra.** Actualmente todas las plataformas online de compra realizan un proceso de compra cuando un cliente quiere finalizar su compra. Los pasos son bien claros:

- **Identificación:** El cliente debe dar cierta información sobre sí mismo para poder llevar a cabo el proceso de compra, normalmente no es necesario que se registre, basta con datos del nombre y dirección para el envío del producto.
 - **Facturación:** Existe la posibilidad de que te soliciten factura por la compra, como buen vendedor debes de establecer un paso donde se configuren los datos de facturación del cliente.
 - **Envío:** Si existen varias modalidades de envío se deben ofrecer al cliente, así como el coste que resulta cada una de ellas y que se añadirá al precio total de los productos que desea comprar.
 - **Información de cobro:** Paso de pasarela de pagos. Aquí es donde el cliente introducirá sus datos para realizar el pago. cuanto más amplia sea la aceptación de cobros en diferentes modalidades, más facilidades le daremos al comprador y por tanto más clientes tendremos.
 - **Confirmación de compra:** Antes del botón final, mostramos de nuevo al cliente un resumen de los pasos que acaba de realizar, de manera que tenga la opción de verificar que todos los datos están correctos.
- ✔ **Enviar un correo de confirmación de compra** a cliente donde se le recuerden los elementos más importantes de su compra, tales como un desglose de los artículos que ha comprado, los datos de envío y facturación e información adicional que pueda consultar en la página web.

Gestión del producto

- ✔ **Controla el stock de tus productos.** En caso de que haya algún tipo de incidencia deberás avisar al cliente, tanto por correo o directamente en la web.
- ✔ **Sigue un proceso de pedido interno.** Cuando un cliente realice una compra debes activar un proceso de creación de pedido, donde puedas:
 - Localizar el producto comprado por el cliente.
 - Determinar las opciones de envío, así como el tiempo en llevarlo a cabo.
 - Generar un albarán de salida de almacén.
 - Confirmar el pago del producto por parte del cliente en transacciones en las que sea requerido (tales como transferencia bancaria, cheque, etc.).
 - Avisar al cliente de que su producto está siendo gestionado y ya se ha procesado.
 - Confirma la coherencia de los datos en tu sistema después de sacar el producto. Normalmente esto es automático, pero si

generas la salida manualmente tendrás que comprobarlo, especialmente el estado del pedido que estás procesando.

Envío por transporte

- ✔ **Packagging.** No sólo tu marca online da importancia y prestigio a tu marca. La forma de presentación y entrega de un producto al cliente influye mucho en la opinión del mismo hacia la empresa, por 2 principales razones:
 - Cuidar el empaquetado asegura que el producto llega intacto y en perfecto estado al cliente.
 - Unifica la imagen corporativa de la empresa hasta el destino final del producto: el cliente.

- ✔ **Determinar zonas de envío de productos.** Antes que nada debes tener claro cuál será el rango de trabajo de tu empresa, esto te llevará a tratar con una compañía de transportes u otra.

- ✔ **Genera tasas de envío según zonas y peso.** Podrás comprobar en las tasas de las compañías de transporte que no cuesta lo mismo enviar a un determinado sitio o si la carga a transportar es más o menos pesada. Ellos definen unas tarifas en función a estos dos parámetros que debemos tener muy en cuenta a la hora de establecer las tarifas que aparecerán en el proceso de compra de un cliente.

- ✔ **Fijar método de recogida de mercancía.** Tendrás que gestionar con el transportista que elijas de qué manera recogerá la mercancía que deseas enviar. Lo más normal es que acuda al almacén a realizar los avisos, pero es necesario marcar unas pautas bien sea por horarios de recogida o mediante aviso inmediato de salida de un pedido.

Gestión del cobro

- ✔ **Genera factura cuando el cliente abone una compra.** Puedes mandársela automáticamente por correo o bien guardarla para cuando el cliente la solicite.

- ✔ **Crea estadísticas de compras de tu tienda.** Las aplicaciones más modernas cuentan con opciones de seguimiento y estadística de tu tienda online, de manera que puedes revisar tus cuentas, las compras conseguidas así como los clientes fidelizados.

- ✔ **Revisa la contabilidad.** Tu empresa vende por internet, pero las gestiones burocráticas debes seguir controlándolas manualmente. Tus datos de facturación y demás puedes obtenerlos directamente de tu tienda online, sin embargo las gestiones administrativas tendrás que seguir teniéndolas en cuenta como empresa.
- ✔ **Revisa y controla los problemas de pago.** si utilizas métodos contrarrembolso, transferencia u otro método de confirmación no automática debes gestionar la lista de clientes que deben el pago de su pedido, de forma que puedas reclamárselo si se incumple con la normativa de compra que hayas establecido en tu web.

Servicio postventa

- ✔ **Ofrece garantía en los productos a tus clientes.**
- ✔ **Establece un medio de atención al consumidor**, ya sea vía telefónica o mediante un correo de contacto para atender las demandas de tus clientes.
- ✔ **Ofrece la posibilidad de retractarse en su pedido a un cliente**, con devolución de la cuantía asociada. Gracias a que la transacción de un pedido solicitado no se realiza de manera inmediata, siempre se puede dar un tiempo prudente a que el cliente pueda retractarse de su decisión de realizar la compra. Éste tiempo puede indicarse al hacer el pedido y habitualmente es el tiempo que tarda en gestionar el pedido. Una vez listo para el envío el pedido está procesado y se realizará el cobro, haciendo que cualquier otro requerimiento por parte del cliente se tramite como un trato postventa.
- ✔ **Garantiza la devolución de un producto.** si un producto no es lo que deseaba el cliente, siempre existe la posibilidad de descambiarlo o devolverlo. Esta opción debe de seguir siendo factible cuando la tienda es online, de manera que se debe facilitar una dirección para este fin y poder abonar la devolución al cliente, ya bien sea como vale para nuestra tienda o como la cuantía total del pedido exceptuando los portes de envío.

Links interesantes.

- <http://www.emprendedores.es/ideas-de-negocio/online>
- <http://unimooc.com/ideas-para-emprender-en-internet/>
- <http://www.20minutos.es/noticia/2047654/0/requisitos-pasos/legales-montar/tienda-online-internet/>
- <http://www.infoautonomos.com/informacion-al-dia/el-autonomo-y-las-tic/requisitos-legales-para-una-tienda-online/>
- <http://www.humanlevel.com/articulos/comercio-electronico/plan-de-marketing-para-una-tienda-online.html>



www.gravityestudio.com
info@gravityestudio.com

(+34) 663 057 482 · dirección creativa
(+34) 697 807 683 · ingeniería web & apps