

# Es el comercio electrónico (e-commerce) adecuado para mi negocio?



**Alianza Comunitaria con  
Agricultores Familiares**

# “ Es el comercio electrónico (e-commerce) adecuado para mi negocio?”

El comercio electrónico está de moda y, según sus proyecciones de crecimiento, parece que llegó para quedarse. Las empresas agrícolas se diferencian de muchas otras empresas que utilizan el comercio electrónico: la mayoría de los productos son perecederos y la mayoría de los agricultores prestan servicios a una comunidad regional y, por lo general, operan con presupuestos ajustados y tiempos de venta limitados.

Entonces, ¿es el comercio electrónico adecuado para su granja? CAFF creó esta guía para ayudarlo a pensar en esa decisión y seleccionar una plataforma que sea adecuada para su negocio.

Haga click abajo para responder el cuestionario, vaya a la pagina 6 para aprender sobre distintas opciones y elabore un plan!

PASO

1

Llena el cuestionario y descubrelo!



Cuestionario:

<https://caff.org/is-e-commerce-right-for-my-farm>

*Nota: Esta guía no lo abarca todo (hay libros escritos sobre el tema y estaremos encantados de hacer una recomendación!). Es probable que este recurso quede obsoleto pronto, a medida que evolucionen las plataformas sugeridas: por ejemplo, un sitio ya no es gratuito u otro sitio ha aumentado drásticamente sus capacidades, etc.*

# Ventas en línea: factores para tener en cuenta



## Precio y envíos

- Precio unitario o por libra?
- Pesos variables?
- Plug-ins de envío



## Muestra de productos

- Visualización/fotografías
- Actualizar productos



## Manejo de inventario y cumplimiento de órdenes

- Actualizar el inventario
- Seguimiento de órdenes (tracking)
- Envío por delivery o recojo en tienda
- Etiquetas de envío



## Página web

- Alojamiento web
- Dominio
- Creador de sitios web

*(Muchos alojamientos web también son creadores de sitios web y registran dominios)*



## Compatibilidad con celulares

*(También llamado capacidad de respuesta, generalmente está integrado en las plataformas que crean sitios web)*



## Herramientas de Marketing

- Optimización de motores de búsqueda (SEO)
- Formularios de contacto
- Servicios de marketing por correo electrónico (ejemplo: Mailchimp, Squarespace, ConvertKit, MailerLite)



## Herramientas administrativas

- Análisis web
- Integraciones (ejemplo: Quickbooks)



## Métodos de pago y Seguridad

- Tasas por uso de tarjeta de crédito
- Certificado SSL
- Procesadores externos e integración (ejemplos: paypal, stripe, square)



## Funcionalidad de carrito de compras

- Integración con métodos de pago
- Cálculo de impuestos



## Tienda en línea

- Mismo dominio o página externa

# Tips para principiantes

- **No se pueden evitar las tarifas de procesamiento de tarjetas de crédito.** Planifique que las tarifas sumen aproximadamente el 3% de sus ventas, pero no tenga miedo de pedirles a sus clientes que contribuyan a estas tarifas cuando pagan con tarjeta de crédito, especialmente a sus clientes habituales a quienes les encanta apoyarlo.
- **Cada vez es más difícil utilizar aplicaciones de pago de forma gratuita para la venta de bienes y servicios,** por ejemplo Venmo permite transacciones gratuitas entre familiares y amigos, pero deben reportar al IRS las ventas de más de \$20,000 durante el año calendario. Estaba previsto implementar un nuevo requisito que cambiaría el límite a \$600 dólares para 2023, pero no se concluyó.
- **Curva de aprendizaje:** Mantenga expectativas realistas al adoptar un nuevo sistema, especialmente uno virtual! Le tomará más tiempo en la computadora; espere fallos y tenga paciencia con la curva de aprendizaje.
- **Vender online no significa menos tiempo con los clientes.** Probablemente será más tiempo porque usted está en un mercado virtual mucho más grande y las personas pueden comunicarse con usted más fácilmente para hacerle preguntas (y tal vez también quejas!) y pueden tener expectativas más altas sobre las respuestas.
- **Pruebe antes de promocionar su tienda virtual.** Antes de lanzar tu tienda, pide a tus amigos que hagan pedidos de prueba para asegurarse de que todo funcione correctamente.



## Buenos recursos para agricultores

- Calificaciones de los agricultores de las plataformas de comercio electrónico más utilizadas: <https://www.csinnovationnetwork.org/ecommerce-report> [solo en inglés]
- Centro de Tecnología para Pequeñas Granjas de CAFF: [www.caff.org/TechHub](http://www.caff.org/TechHub)
- Ayuda para negocios de la SBA (Administración para Pequeños Negocios) con tutoriales en línea (como ponerle precio a sus productos, como solicitar un EIN, etc) <https://ociesmallbusiness.org/programs/ca-shop-small/>

# Ruta típica del comercio electrónico para pequeñas granjas

1.

**Adopte un sistema de punto de venta (POS) que sus clientes confíen**

---

2.

**Expanda a pedidos con recojo en persona o delivery local**

---

3.

**Añada la opción de envío a mediana y larga distancia**

*Nota: el peso, el precio por unidad, las zonas de envío regionales y el carácter perecedero de los productos son factores importantes a considerar antes de adoptar el envío a mediana y larga distancia.*

PASO

2

# Escoja el tipo de comercio electrónico adecuado para usted

## 1 MINIMALISTA

Espere para construir su propia tienda por ahora y trabaje con otro proveedor.

### Options:

- Considere vender a través de un tercero que agregue productos de otros productores.

*Ejemplos:* **Gather Flora**, **Harvestly**, un centro de comida (food hub) local o un productor más grande en su comunidad,

- Asíciense con otra granja que tenga una tienda en línea: vea si pueden agregarlo como proveedor y vender sus productos en su nombre por una pequeña comisión de las ventas.
- Siga educándose. Consulte con su biblioteca local, el Capítulo de la Asociación de Pequeñas Empresas (**CalOSBA**) o la escuela comunitaria sobre clases gratuitas o baratas relacionadas con la gestión empresarial, por ejemplo: Clases en línea de **Udemy**, Excel para principiantes, cómo usar las redes sociales, cómo crear sitios web, etc.



El **Centro de Tecnología para Pequeñas Granjas de CAFF** brinda soporte personalizado gratuito para los productores de California que buscan acceder o ampliar su uso de tecnologías basadas en la web, incluido el comercio electrónico, las redes sociales, el marketing y más. ¡Desde plataformas de comercio electrónico hasta sistemas de punto de venta y consejos básicos de marketing online, lo tenemos cubierto!

Explore nuestra colección de recursos para agricultores, mercados y otros profesionales locales. También puede conectarse con otras personas a través de grupos interactivos en línea y obtener conocimientos de la comunidad agrícola.

## 2 USE SITIOS WEB GRATUITOS O REDES SOCIALES

La opción más sencilla para los agricultores que buscan tener presencia en línea. Proporcione a los clientes una forma de conocer su negocio y comunicarse con usted para realizar pedidos.

**¿Para quién es?:** Granjas con tiempo y dinero limitados para pagar servicios en línea y plataformas virtuales. Esta es una excelente manera de comenzar una presencia en línea para encontrar nuevos clientes o establecer relaciones con los clientes existentes.

### Ejemplos y opciones:

- **Redes sociales:** Cree un perfil gratuito a través de Facebook, Instagram, NextDoor, etc. Centrarse en una plataforma que atraiga a más clientes es una buena estrategia. Instagram se usa más entre los millennials, Facebook se usa más entre la Generación X y NextDoor es una plataforma ultralocal que funciona por vecindarios y códigos postales.

*SUGERENCIA: Los sitios de redes sociales ofrecen opciones de comercio electrónico integradas, pero sus tarifas pueden ser más altas que las de otras plataformas, por ejemplo: Instagram cobra un 5% del precio por pedido enviado. Tenga siempre cuidado con los sitios web que le solicitan pagar por servicios.*

- **Enliste su negocio en Google Business con un perfil gratuito.** El motor de búsqueda de Google es una excelente manera de conectarse con clientes nuevos y actuales en línea. Asegúrese de que su información de contacto esté actualizada y sepa cómo iniciar sesión en su cuenta. Hay muchas personas en tu vecindario que podrían estar diciendo a su celular: “Hey Google, busca una granja cerca de mí”. Esta es una excelente manera de resaltar su granja en su comunidad.
- **Crea un sitio web sencillo y gratuito.** Los ejemplos incluyen **Google Sites**, **Carrd**, **Strikingly** y asegúrese de comunicar claramente cómo los clientes pueden ponerse en contacto con usted.

*SUGERENCIA: Ofrezca a los clientes instrucciones claras sobre cómo ponerse en contacto con usted para realizar un pedido y asegúrese de poder responderles fácilmente. Por ejemplo, si no revisa su correo electrónico con frecuencia pero lee mensajes de texto o de Instagram cada hora, su página web debería decir: “¡Envíeme un mensaje de texto para realizar un pedido!”.*

*SUGERENCIA: Si ya tiene una página web, busque la opción de comercio electrónico (ecommerce) que su plataforma ofrece. Es probable que combinen bien, especialmente si puede mantener sus “productos” de una forma simple y fácil para vender.*





### 3

## VENDA A TRAVÉS DE SU SITIO WEB CON UN SISTEMA DE PUNTO DE VENTA (POS)

**Como funciona:** Los clientes llaman o utilizan un formulario en su sitio web (se pueden agregar mediante Google Forms, un plug-in de Wordpress, etc.) para formular un pedido. Usted utiliza una opción de punto de venta (POS) para el pago.

**Que es el punto de venta POS?** Es un software de contabilidad y muchos bancos ofrecen opciones de punto de venta para sus clientes. Si eres nuevo en la venta online y crees que puedes gestionar los pedidos manualmente para cada uno de tus clientes, esta puede ser una buena forma de empezar! Si ya es cliente de estos bancos, tendrá menos cuentas que administrar y sus fondos se depositarán de inmediato.

### Ejemplos y opciones:

- **US Bank** utiliza talech Mobile para una de sus opciones de POS. Este POS tiene una tarifa de software de \$0, permite múltiples usuarios, permite hasta 100 productos y proporciona gestión básica de pedidos. También tienen disponible un lector de tarjetas y las tarifas que cobran por el procesamiento de tarjetas de crédito son competitivas.
- **Quickbooks** le permite enviar facturas a clientes que pueden pagar mediante **PayPal, Venmo, Apple Pay®, credito, debito, o pagos bancarios ACH.**
- Puede ser creativo con [Google forms](#) vinculados a su sitio web.

### 4

## Cree una “TIENDA” EN UNA PLATAFORMA EXTERNA

**Como funciona:** Creas una “tienda” en otra plataforma. Estas opciones permiten a los clientes comprar sus productos para recogerlos o enviarlos. Puede vincular su tienda a través de sus otros sitios o redes sociales. El envío añade capas adicionales de complejidad y requiere una consideración cuidadosa.

**¿Para quién es?:** Esta es una excelente opción para una granja que desea lanzar una tienda en línea rápidamente y ofrecer compras en línea a los clientes. Esta opción suele tardar menos en configurar en comparación con la creación de su propia tienda de comercio electrónico.

SUGERENCIA: Asegúrese de investigar el porcentaje de las tarifas de ventas (sales fees) y cómo se recaudan (o no se recaudan) los impuestos antes de decidir por un proveedor externo para su tienda. Conozca qué sistema de punto de venta (Square, Stripe, Paypal, etc.) utiliza la plataforma y si puede conectar su cuenta existente para recibir pagos.



**Ejemplos y opciones:** A continuación se muestran algunas plataformas de comercio electrónico sencillas, gratuitas o de bajo costo, que puede considerar.

GENERAL/NO ESPECIFICO PARA GRANJAS

- [Etsy](#)
- [Ebay](#)
- [Fourthwall](#)
- [CA Shop Small](#)

ESPECIFICO PARA GRANJAS

- [EatFromFarms](#) - \$15/mes (use el alojamiento de su sitio web o integre la tienda en su sitio web)
- [GrownBy](#) - opciones de bajo costo, especialmente para CSAs. Creado por agricultores para agricultores.
- [AirMart](#) - gratuito o suscripción mensual.
- [Tend](#) - se conecta a SquareUp para que los clientes realicen pedidos

## 5 CREA TU PROPIO SITIO WEB DE COMERCIO ELECTRÓNICO

**Como funciona:** Tu sitio web tiene una tienda online integrada.

**Para quien es:** Esta es una buena opción si desea vender y administrar las ventas a través de su sitio web y tiene una comprensión clara de qué inventario desea vender en línea. Esta opción requerirá más tiempo para configurar su tienda en comparación con crear una tienda en una plataforma externa (opción mencionada anteriormente).

Si ya tienes un sitio web (ejemplo: ya usas Squarespace), te recomendamos considerar agregar comercio electrónico para mantener todos tus sistemas en un solo lugar.

**Ejemplos:**

Hay MUCHAS plataformas de comercio electrónico pagas. CAFF no recomienda ninguno de ellos en particular. De otros agricultores, hemos oído hablar más de estos:

- [Squarespace](#): Bonitos diseños, fáciles de usar. La venta de productos agrícolas generalmente requiere pensamiento creativo y soluciones alternativas.
- [Wordpress](#): Muchas opciones de plug-ins y plantillas. Un desarrollador web profesional puede personalizar su sitio exactamente como lo desee. WooCommerce es la plataforma de comercio electrónico que utiliza Wordpress. Es gratuito pero requiere trabajo o la contratación de un consultor. .
- [Shopify](#): Más avanzado que Squarespace con un montón de opciones de plug-ins e integraciones. No es tan atractivo visualmente. También se requiere pensamiento creativo para determinar qué complementos funcionarán mejor según sus necesidades. Tend 2.0 ha agregado una opción para conectar las ventas a una tienda Shopify.
- [Open Food Network](#): Una plataforma de comercio electrónico de código abierto y sin fines de lucro. Esta es una excelente opción para las empresas que buscan participar en la comunidad de código abierto.

## 6

## CREE UN SITIO DE COMERCIO ELECTRÓNICO AVANZADO

**Como funciona:** Su sitio web tiene su propia tienda en línea con muchas capacidades.

**Para quien es:** Su empresa tiene una gran cantidad de ventas constantes (+\$200 000 de ventas brutas anuales) o tiene muchos compradores únicos. Una plataforma que sea confiable para gestionar un gran volumen de pedidos y clientes es clave para evitar futuros dolores de cabeza relacionados con la consolidación de datos, la gestión de inventario o la pérdida de ventas. Estas plataformas son más caras, entre \$60 y \$400 por mes, pero pueden valer la pena para mantener las ventas en movimiento y los clientes contentos.

**Opciones:** Busque software de comercio electrónico especializado para su negocio. Considere contratar a un consultor si tiene los fondos y personal para ayudar a administrar la tienda en línea.

### Ejemplos:

- [Farmigo](#) para una gran cantidad de clientes de CSA.
- [LocalFoodMarketplace](#) para productores múltiples, por ejemplo: Centros de alimentos (food hubs), mercados de agricultores, agregador de granjas, etc.
- [LocalLine](#) ofrece una amplia gama de tarifas y planes para productores que planean expandirse. Utilizado por granjas CSA y granjas que agregan de otros productores.
- [GrazeCart](#) para productores de carne.
- Plataformas como **Shopify** y **Wordpress** pueden servir como opciones avanzadas, pero requieren la compra de complementos adicionales (plug-ins), la contratación de un desarrollador, etc.

---

“Definitivamente fue todo un proceso tener nuestra tienda de Shopify lista. Funciona bien, pero hay una curva de aprendizaje. Uno no se da cuenta de todos los detalles que existen para poner nuestros productos en línea: tener buenas fotos con descripciones, averiguar opciones de empaçado, etc. Pero estoy feliz con mi decisión. Es muy fácil de usar, especialmente después de que te sientes cómodo con el formato. Nos ha tomado al menos 80 horas en un periodo de dos años, pero hemos conseguido 100 clientes nuevos. Es un proceso y siempre hay algo en lo que trabajar. Nunca está completamente listo! Pero así es la vida también, verdad?”

— Maurie Hobbs, French Ranch Farms





PASO

3

# Crea tu estrategia de negocio de comercio electrónico

## **Conozca sus objetivos y motivaciones, y cree un plan.**

¿Por qué estás agregando el comercio electrónico? ¿Tiene clientes existentes y al agregar la tienda les resultará más fácil pagarle, o desea encontrar nuevos clientes y ampliar su alcance? ¿Está ansioso por combinar datos de ventas e inventario? Crea un plan de comercio electrónico sencillo. **El Centro de Tecnología de CAFF tiene recursos para ayudar!**

## **Comprenda a su audiencia.**

Los clientes en línea pueden tener preferencias y expectativas diferentes a las de sus clientes existentes. Define quién es tu público objetivo para conectar mejor con ellos.

**Haz un plan de marketing.** Agregar una opción de comercio electrónico no necesariamente genera más ventas. Necesitará promocionar su tienda en línea para aprovecharla al máximo.

- Comuníquese periódicamente con los clientes (1-2 veces al mes) para mantener y aumentar las ventas.
- Consulte con el proveedor de alojamiento de su sitio web y/o de comercio electrónico para ver si se incluye el marketing por correo electrónico. Muchos proveedores ahora ofrecen este servicio por un pequeño cargo adicional y es una de las estrategias de marketing más importantes para un agricultor.
- Aprenda estrategias para las redes sociales, aumentar el promedio de pedidos de clientes, retención de clientes, etc.
- Considere agregar descuentos y códigos promocionales para nuevos clientes o referencias de clientes existentes.

**Revise y responda a cómo compran sus clientes:** Las tiendas en línea brindan una valiosa oportunidad para realizar un seguimiento de análisis web: quién visita qué sitios, qué productos tienen más visitas, etc. Utilice esto para informar las decisiones de marketing e inventario.

**Evalúa los resultados:** Escribe tus expectativas sobre cómo la tienda online te ayudará con tu negocio y revísalas de vez en cuando. ¿El comercio electrónico le ayuda a mantenerse mejor o menos organizado? ¿Le ha ahorrado tiempo o le ha añadido una carga inesperada? ¿Han aumentado sus ventas? ¿Ha ganado nuevos clientes que siguen regresando? ¿En qué momento estaría dispuesto a abandonar una tienda online si no ve resultados?



**“ Añadir una tienda en línea nos dio mucho mas potencial para hacer marketing y legitimidad con nuestros clientes. Un beneficio secundario que no fue intencional, fue simplificar algunas tareas de gestión empresarial, como enviar recordatorios por correo electrónico a nuestros clientes para que recojan su CSA y recopilar automáticamente la información de contacto de todos. Pero agregar una tienda en línea no necesariamente nos ha ahorrado tiempo. ¡A nuestros clientes todavía les gusta llamarnos con muchas preguntas y actualizaciones!**

Alyssa Brodsky, Ranchito Milky Way

---

## Alianza Comunitaria con Agricultores Familiares

Nuestra misión es construir sistemas alimentarios y agrícolas sostenibles a través de la promoción de políticas y programas que creen granjas familiares, comunidades y ecosistemas más resilientes.

Este recurso fue creado por el Centro de Tecnología para Pequeñas Granjas de la Alianza Comunitaria para Agricultores Familiares (CAFF). Visite [www.caff.org/Tech-Hub](http://www.caff.org/Tech-Hub) para mas informacion y para acceder a recursos adicionales.

El financiamiento para este recurso, Arbol de Decision para Comercio Electronico, fue posible gracias al Servicio de Marketing Agrícola del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA por sus siglas en ingles) a traves de la subvencion 21FMPPCA1007. Su contenido es responsabilidad unica de los autores y no necesariamente representan las posturas oficiales de USDA.