

Ejemplo de proyecto de comercio electrónico

Aragourmet.com : Aragón para Gourmets en Internet

Antonio Sanz
ansanz@unizar.es

Rafael del Hoyo
rdelhoyo@ita.es

Presentación

Aragourmet.com nace bajo la idea de proporcionar productos de Aragón de alta calidad a consumidores tanto de España como del resto del mundo. La idea base parte de seleccionar un pequeño conjunto de productos con amplio reconocimiento, pudiendo ampliarse dicha lista a medida que vaya creciendo la empresa.

Los productos de lanzamiento de Aragourmet.com son los siguientes:

- Jamón serrano de Teruel.
- Vinos del Somontano y de Cariñena.
- Aceite de oliva del Bajo Aragón.

Otros productos a considerar pueden ser:

- Melocotones de Calanda.
- Trenzadas de Almudévar.
- Longaniza de Graus.

El proyecto se encara definitivamente bajo el sector alimenticio, estando fuertemente orientado a la exportación de productos fuera de España.

Dado que el público objetivo del proyecto es el consumidor final, la estructura de comercio electrónico a seguir será la de B2C (Business to Consumer). No se descarta sin embargo el establecimiento de relaciones comerciales con cadenas alimenticias o agentes comerciales en los países destino, reorientando el negocio a una estructura de B2B (Business to Business). Es posible también plantear la consecución de ambas iniciativas de forma simultánea (siempre y cuando los recursos lo permitan).

Cualidades del producto

Los productos alimenticios seleccionados cumplen con las siguientes características:

- **Calidad:** La calidad de los productos seleccionados es elevada, siendo en algunos casos referente tanto a nivel nacional como extranjero. Dicha calidad está amparada en todos los casos por las correspondientes denominaciones de origen, que apoyan y justifican la alta calidad de los mismos.
- **Individualidad:** Al estar localizados en una zona geográfica, es prácticamente imposible el vender los mismos productos fuera de la zona. Es posible encontrar productos similares fuera de nuestra zona de influencia, pero con características diferentes (se plantea una intensa campaña de promoción).
- **Carácter regional :** Al estar todos los productos englobados dentro de una comunidad autónoma, se espera un fuerte apoyo tanto de la misma comunidad económica como de las distintas comarcas poseedoras de las denominaciones de origen. Esto se espera que se traduzca en un apoyo tanto directo (de forma económica mediante la concesión de ayudas) como indirecto (publicidad y difusión).

- **Perdurabilidad:** Aun perteneciendo al sector alimenticio, todos los productos señalados pueden conservarse durante un largo espacio de tiempo sin perder sus cualidades, siendo una importante ventaja a la hora de realizar transportes y/o almacenar mercancías.
- **Alto margen de beneficios :** Dado que los productos con los que vamos a trabajar tienen un lugar de fabricación escaso, y teniendo en cuenta la alta calidad de los mismos, se puede fijar un precio de venta mayor al que se ofrece en España, pudiendo obtener unos mayores beneficios.

Como desventajas, podríamos citar las siguientes:

- **Desconocimiento del producto:** Algunos de los productos que se ofrecen pueden ser poco conocidos fuera del ámbito nacional, por lo que será necesario un cierto impulso publicitario para su promoción.
- **Posibles problemas de importación :** Será necesario estudiar los países destinatarios de nuestros productos para verificar si su exportación reporta problemas (el jamón serrano no puede exportarse a EEUU, por ejemplo).
- **Factores culturales:** Algunas de las culturas pueden reaccionar de forma contraria a la venta de nuestros productos. Por ejemplo, no se espera una fuerte penetración en el mercado islámico ...

Nombre del sitio web

Se plantea denominar al sitio web de la misma forma que a la empresa, para poder así aprovechar y reforzar la imagen de marca. Realizando una consulta en la base de datos de Network Solutions, encontramos que los siguientes dominios están disponibles:

www.aragourmet.com
www.aragourmet.net
www.aragourmet.org

Accediendo a la base de datos del NIC, verificamos que www.aragourmet.es también está disponible.

Se deberá proceder entonces al registro de todos los dominios arriba citados (se descartan los .biz y .info por no ser de gran utilidad).

Análisis del mercado

Se plantea en un primer lugar que la venta de productos alimenticios es un sector que no está debidamente explotado, y menos aún en el subsector destinado a productos de consumo de alta calidad (lo que se podría denominar “para gourmets”).

Se realiza un análisis del mercado tanto a nivel internacional como a nivel nacional, empleando tanto Alexa como el Google a nivel nacional (búsquedas solo en español, descartando resultados fuera de España). Se obtienen los siguientes resultados:

Vinos

- Bodegas Torres (<http://www.torres.es/esp/asp/index.asp>): Venden vinos del Penedés. Página web fácil y rápida. En inglés, catalán y sueco. Tienen club de clientes aficionados al vino. No realizan venta por Internet. Posibles competidores tanto directos como indirectos.
- Bodegas Garvey (<http://www.grupogarvey.com>) : Venden vinos de Jerez de la Frontera. Página lenta y en Flash. En inglés. Venden en Internet tanto en B2C como en B2B. Posibles competidores.

Aceites de Oliva

- The Oil Shop: (<http://www.bbandb.net/theoilshop/>): Venden aceite de oliva de todo el mundo. Diseño poco trabajado. Poco focalizados en el producto. Página únicamente en inglés.
- Food From Spain: (<http://www.foodfromspain.com/>): Venden productos de España en el extranjero. COMPETENCIA DIRECTA (¡tienen nuestra misma idea!). Afortunadamente, su página web no está muy bien construida (fallan muchos de los enlaces, y no parece que ofrezca la posibilidad real de comprar). Deberán ser vigilados de cerca.

Jamón Serrano

- Tienda.com (<http://www.tienda.com/food/jamon.html>) : Vende productos “typical spanish” a extranjeros. Tiene tienda virtual, y un catálogo amplio de productos. Ofrecen servicios de valor añadido, aunque no tienen club de consumidores. En inglés únicamente.
- JamónyVino.com (<http://www.jamonyvino.com/index.php>) : Vende jamón y vino, además de otros productos. Catálogo escaso en productos. Únicamente es español.

Realizamos a su vez una búsqueda de posibles empresas del sector que hayan quebrado para obtener conclusiones:

- **Food.com** : www.food.com : Vendían comida de restaurantes a domicilio. Ampliaron su negocio a muchos tipos de comida, y no pudieron mantener la calidad de servicio, por lo que perdieron su base de clientes y quebraron. **Conclusión:** Avanzar de forma escalable en función de los recursos disponibles, y manteniendo la calidad de servicio.
- **Wine.com** : www.wine.com : Tenían como inversión inicial 100 millones de dólares. Realizaron una serie de gastos absurdos (compraron un competidor por 25 millones), y se encontraron con problemas legales de dicha compra y similares (no poder vender alcohol con libertad de un estado a otro). Al final fueron comprados por eVineyard.com (al que dicho sea de paso, tampoco parece que le vaya bien la cosa). **Conclusión:** Política de gastos razonada y moderada en función de lo que sea necesario.

Por lo que se ha podido ver del mercado, establecemos las siguientes conclusiones:

- El mercado del vino está ampliamente tratado tanto a nivel nacional como internacional. A nivel nacional existen empresas que se dedican al negocio, pero con las que se puede competir libremente. A nivel internacional nos encontramos con otros vinos del mundo, por lo que la competencia es más cerrada.
- El mercado del aceite de oliva es más cerrado (limitado a una serie de países). Sin embargo, es menos conocido, por lo que existe más capacidad de expansión, pero un mercado menos “conocedor” del producto.
- El mercado del jamón serrano está prácticamente sin explotar. Será necesario realizar las verificaciones necesarias para las exportaciones a según qué países, pero es una de nuestras mejores bazas.

En los tres casos se observa que puede conseguirse un hueco en el mercado si se realiza una estructura de comercio electrónico eficaz y de calidad, con una fuerte orientación tanto al cliente como al producto.