



**UNIVERSIDAD DE JAÉN**

*Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas*

# **ODOO (ANTIGUO OPENERP) Y LA WEB. INTEGRACIÓN DE UN ERP EN LA WEB**

**Alumno: Xiaoyan Wang**

**Julio, 2015**

## RESUMEN

Los avances tecnológicos de hoy en día, se han convertido en el motor principal de la expansión empresarial de muchas empresas a realizar sus negocios en internet. Por este motivo nuestro trabajo fin de grado se ha dedicado al estudio y manejo de los módulos de *Odoo* orientados a la web.

En este trabajo vamos a elaborar tres áreas principales, en la primera parte realizaremos un estudio sobre qué es un sistema *ERP*, la segunda parte consiste en realizar un estudio de forma teórica sobre el negocio electrónico y por ultimo veremos el manejo de los módulos de *Odoo* que están dedicados al comercio electrónico y al sitio web.

Palabras claves: Odoo, comercio electrónico, sitio web.

## ABSTRACT

Nowadays, the technological advances have become the main driving force of the business expansion of many companies which do business on the Internet. For this reason, our aim in this dissertation is to study the Odoo modules that are oriented to the World Wide Web.

In this paper, we will develop three main areas, in the first part, we will make a study of what an ERP system is, in the second part, we will review some of the main concepts of e-business and finally, we will analyze the Odoo management modules dedicated to the development of a website and e-commerce.

Keywords: Odoo, e-commerce, website.

## Contenido

1.	INTRODUCCIÓN .....	5
1.1.	Propósito y objetivos del trabajo fin de grado.....	5
1.2.	Estructura del trabajo fin de grado .....	6
2.	CARACTERÍSTICAS DE UN SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN (ERP).....	7
2.1.	Antecedentes de <i>ERP</i> .....	7
2.2.	¿Qué es un sistema ERP? .....	7
2.3.	Características comunes de un ERP .....	8
2.4.	Estructura de un ERP .....	10
2.5.	Funcionalidades adicionales de un sistema ERP.....	12
2.6.	Ventajas y desventajas de los sistemas ERP .....	13
3.	LA GESTIÓN ELECTRÓNICA DE NEGOCIO .....	14
3.1.	Sitio web empresarial .....	14
3.3.	Marketing en la web .....	16
3.4.	El comercio electrónico.....	17
4.	MÓDULOS DE ODOO .....	24
4.1	Sitio web empresarial .....	24
4.2.	Marketing en la web .....	32
4.3.	Comercio Electrónico.....	36
5.	CONCLUSIONES .....	56
6.	BIBLIOGRAFÍA .....	57

## Índice de figuras

Figura 1. Interfaz de usuario .....	9
Figura 2. Módulos de un ERP .....	10
Figura 3. Instalación de aplicaciones.....	25
Figura 4 Figura 04. Opciones de diseño .....	25
Figura 5. Opciones de diseño .....	25
Figura 6. Opciones de diseño .....	26
Figura 7. Opciones de diseño .....	26
Figura 8. Opciones de diseño .....	26
Figura 9. Opciones de diseño .....	26
Figura 10. Opciones de diseño .....	27
Figura 11. Opciones de diseño .....	27
Figura 12. Opciones de diseño .....	27
Figura 13. Opciones de diseño .....	28
Figura 14. Opciones de diseño .....	28
Figura 15. Opciones de diseño .....	28
Figura 16. Página Web .....	29
Figura 17. Opciones de diseño .....	29
Figura 18 Figura 18. Versión móvil.....	30
Figura 19. Opciones de diseño .....	30
Figura 20. Nueva página .....	30
Figura 21 Figura 21. Edición menú pagina.....	31
Figura 22 Figura 22. Opciones de diseño .....	31
Figura 23. Menú personalizar .....	31
Figura 24. Opciones para publicitar la página web.....	32
Figura 25. Opciones de publicitar la página web en las redes sociales.....	33
Figura 26. Opciones de traducir a otro idioma.....	34
Figura 27. Opciones para añadir idioma .....	34
Figura 28. Instalación de aplicaciones .....	35
Figura 29. Chat online.....	35
Figura 30. Opción de mensajería .....	35
Figura 31. Instalación de aplicaciones .....	37
Figura 32. Opciones de diseño .....	37

Figura 33. Creación de productos .....	38
Figura 34. Creación de productos .....	38
Figura 35. Creación de productos .....	39
Figura 36. Opciones de diseño .....	39
Figura 37. Menú atributo.....	40
Figura 38. Opciones de diseño .....	40
Figura 39. Menú atributo.....	41
Figura 40. Opciones de diseño .....	41
Figura 41. Opciones de diseño .....	41
Figura 42. Opciones de diseño .....	42
Figura 43. Editar foto .....	42
Figura 44. Opciones de diseño .....	43
Figura 45 Figura 45. Opción de añadir categoría de productos .....	44
Figura 46 Figura 46. Menú contenido.....	44
Figura 47 Figura 47. Listado de categorías de los productos.....	45
Figura 48 Figura 48. Añadir carro de compra.....	45
Figura 49 Figura 49. Opciones de diseño .....	45
Figura 50 Figura 50. Opciones de diseño .....	46
Figura 51 Figura 51. Productos en la tienda online .....	46
Figura 52 Figura 52. Añadir productos accesorios .....	47
Figura 53 Figura 53. Producto con sus productos accesorios .....	48
Figura 54. Instalación de aplicaciones .....	48
Figura 55. Añadir producto opcional .....	49
Figura 56. Producto con sus productos opcionales .....	49
Figura 57. Compras online.....	49
Figura 58. Formulario .....	50
Figura 59. Confirmación de pedido .....	50
Figura 60. Opción de pago .....	51
Figura 61. Instalación de aplicaciones .....	51
Figura 62. Opciones de configuración .....	52
Figura 63. Métodos de pago.....	52
Figura 64. Opciones de configuración .....	53
Figura 65. Menú personalizar .....	53

Figura 66. Opciones de configuración .....	54
Figura 67. Inicio de sección para clientes .....	54
Figura 68. Análisis de las ventas.....	55

## 1. INTRODUCCIÓN

Como sabemos, hoy en día la evolución de las tecnologías y la comunicación han provocado que las empresas desarrollen nuevas maneras de realizar sus negocios para adaptarse a una sociedad ampliamente digitalizada.

En este trabajo hemos realizado un estudio sobre el uso del software de gestión empresarial *Odoo* centrándonos en las herramientas relacionadas con la creación de un sitio web empresarial y las herramientas de gestión de comercio electrónico. Hemos elegido desarrollar este aspecto de *Odoo*, ya que hoy en día la dimensión digital de las empresas juega un aspecto muy importante en el éxito de éstas. Para asegurar este éxito es muy importante realizar un estudio detallado sobre el sitio web empresarial, sobre las estrategias comerciales que pueden usar las empresas en este ámbito para obtener beneficios y sobre el comercio electrónico y sus características.

En este trabajo, hemos decidido utilizar *Odoo* en primer lugar porque es un software libre, y en segundo lugar, porque estos módulos son de nueva creación y bastante interesantes para el desarrollo de la dimensión electrónica de una empresa.

Además, nos hemos encontrado con el reto de averiguar y documentar el funcionamiento de estos módulos, muchas veces por prueba y error y de forma empírica, ya que debido a la novedad de estos, apenas existe documentación que explique su funcionamiento.

### 1.1. Propósito y objetivos del trabajo fin de grado

El propósito de este trabajo es conocer las partes del sistema de gestión *Odoo* orientadas a las empresas que desean expandir sus procesos de negocio en internet.

Los objetivos de este trabajo fin de grado son:

- Explicar qué es un sistema de gestión *ERP*.
- Estudiar los puntos más importantes de la gestión electrónica de un negocio.
- Documentar las herramientas más importantes que proporciona *Odoo* para la gestión de procesos de negocio en Internet, la creación de un sitio web empresarial, etc.
- Crear un sitio web en donde puedan verse reflejadas todas las funcionalidades de las herramientas proporcionadas por *Odoo* para la gestión de procesos de negocio en internet, la creación de un sitio web empresarial, etc.

## 1.2. Estructura del trabajo fin de grado

Para desarrollar los objetivos expuestos en la sección anterior, hemos estructurado el trabajo con las siguientes secciones:

- En la sección 2, veremos las características de un sistema integrado de gestión (*ERP*), estudiaremos sus funcionalidades, su estructura y las ventajas y desventajas de los sistemas *ERP*.
- En la sección 3, definiré que es un sitio web empresarial, la importancia que tienen las redes sociales en el negocio electrónico, el comercio electrónico, el efecto del comercio electrónico en los clientes, los tipos de comercio electrónico y la seguridad en el negocio electrónico.
- En la última sección, describiré el manejo de las herramientas de gestión del sistema *Odoo* dedicados a la creación de un sitio web empresarial, el marketing en la web y la gestión del comercio electrónico.

## 2. CARACTERÍSTICAS DE UN SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN (ERP)

En esta sección estudiaremos los antecedentes de *ERP*, definiremos que es un ERP, sus características comunes, la estructura de un ERP, las funcionalidades adicionales de un sistema *ERP* y por último las ventajas y desventajas de los sistemas *ERP*.

### 2.1. Antecedentes de *ERP*

Durante la época de la Segunda Guerra Mundial se creó un sistema *software* llamado *Material Requirements Planning Systems (MRP)* <sup>1</sup> para la planificación y gestión de recursos militares. Las empresas privadas observaron que también podía servir para gestionar los inventarios y las materias primas. Los primeros en usar este sistema fueron las empresas de EEUU concretamente las del sector secundario. A lo largo de los años 80 estos sistemas fueron evolucionando para dirigir los negocios de las empresas y paso a llamarse *Manufacturing Resource Planning (MRP II)*.

Las empresas de los años 90 eran más complejas y tenían más áreas de trabajo para expandir sus negocios, por lo tanto, estos sistemas de gestión y planificación continuaron evolucionando para adaptarse a los nuevos cambios.

Con los avances de las tecnologías y la comunicación en esta década nace *Enterprise Resource Planning (ERP)*, que son los sistemas con los que trabajamos hoy en día. ERP va mejorando cada vez más para adaptarse mejor a las necesidades de las empresas con el fin de ofrecer un mejor servicio a cada área de trabajo de las empresas.

### 2.2. ¿Qué es un sistema ERP?

El *ERP* <sup>2</sup> es un software integrado para la gestión de empresas que está formado por varios módulos funcionales para los distintos departamentos de la empresa (recursos humanos, contabilidad, marketing, compras... etc.). Su finalidad es facilitar la funcionalidad de las áreas de trabajos de la empresa.

---

<sup>1</sup> Jiménez Partearroyo M (2011). “*La gestión informática de la empresa: nuevos modelos de negocio*”. Madrid. Ra-Ma Empresa, pp. 26-31.

Gómez Vieites A. y Suárez Rey C. (2011). “*Sistemas de Información. Herramientas prácticas para la gestión empresarial.*” Madrid. Ra-Ma Empresa, pp. 57-58.

Freemática. Blog de gestión empresarial en la nube (2013). “*¿Qué es un ERP? Origen y Evolución*”. Consultado el 27 de abril de 2015. Disponible online: <http://blog.freemática.es/que-es-un-erp-origen-y-evolucion/>

<sup>2</sup> Gómez Vieites A. y Suárez Rey C. (2011). “*Sistemas de Información. Herramientas prácticas para la gestión empresarial.*” Madrid. Ra-Ma Empresa, pp.63-64.

*ERP* es un sistema que unifica e integra toda la información de la empresa en un solo lugar, de esta forma las empresas no tienen que volver a meter la información de sus diferentes áreas funcionales. Además de esta forma ayuda a la empresa a tomar decisiones de forma más rápida y segura.

### 2.3. Características comunes de un ERP

Las características generales de un sistema *ERP* son las siguientes<sup>3</sup>: capacidad de parametrización, interfaz de usuario avanzada y flexible, capacidad de acceso a información, integración con otras aplicaciones y otras características. A continuación se explicará de forma más detallada.

#### Capacidad de parametrización.

La parametrización es una característica de *ERP* que permite que ajustemos el sistema a las necesidades de cada empresa, de esta forma la empresa puede añadir módulos específicos para el funcionamiento de la empresa.

La parametrización del *ERP* requiere un estudio en el que se identifiquen las necesidades de la empresa. La complejidad del *ERP* está claramente relacionada con la parametrización. Hay varios tipos de procesos para personalizar *ERP* a través de la parametrización que son los siguientes:

- Se puede definir la configuración fiscal de la empresa o grupo de empresas introduciendo la estructura de impuestos, el tipo de sociedad, etc.
- Se puede adaptar según las características de cada país para configurar los tipos de monedas, los impuestos y los idiomas utilizados en el programa.
- Nos permite configurar las guías de negocio, es decir políticas de precio, de distribución, de organización y configuración física de los distintos departamentos de trabajo de la empresa desde la producción hasta la venta del producto.
- Nos permite gestionar los sistemas de organización y funcionamiento: donde podemos detallar los tipos de usuarios, perfiles, puestos de acceso, nivel de seguridad en la información, etc.
- Nos permite monitorizar la circulación, mecanización de trabajos y la gestión de avisos.

---

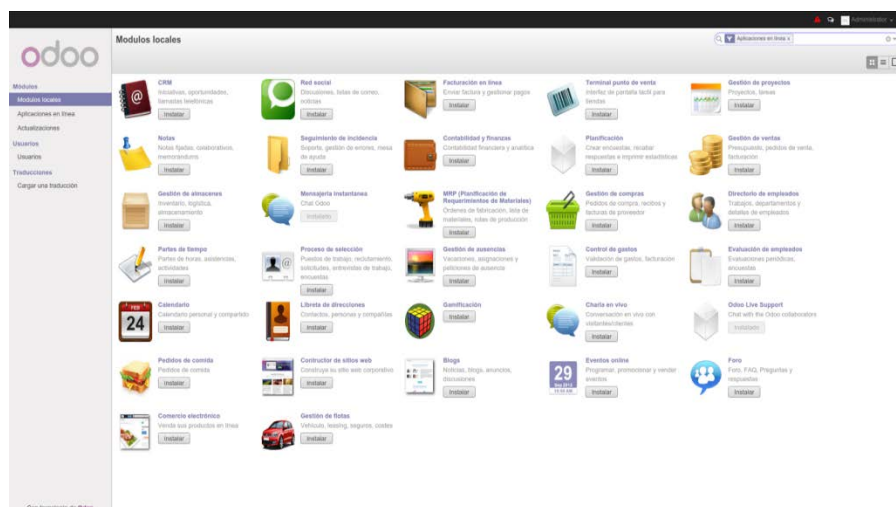
<sup>3</sup> Gómez Vieites A. y Suárez Rey C. (2011). “*Sistemas de Información. Herramientas prácticas para la gestión empresarial.*” Madrid. Ra-Ma Empresa, pp.73-75.

## Interfaz de usuario avanzada y flexible

La interfaz de usuario es la conexión entre el usuario con el programa teniendo en cuenta su estatus en la empresa o el nivel de accesibilidad.

Además facilita el uso del programa mediante una interfaz de usuario intuitiva y permite al usuario personalizar dicha interfaz permitiéndole añadir accesos rápidos a las partes del programa más utilizadas, o permitiéndole configurar *widget* en el escritorio para informarle de los datos más importantes.

Figura 1. Interfaz de usuario



Fuente: [http://drivemeca.blogspot.com.es/2014\\_12\\_01\\_archive.html](http://drivemeca.blogspot.com.es/2014_12_01_archive.html)

## Capacidad de acceso a la información

El sistema *ERP* contienen muchas herramientas que facilitan las salidas y entradas de información hacia otros programas predefinidos como por ejemplo: OLAP, aplicación ofimáticas, herramientas de *Business Intelligence* y generadores de informes.

## Integración con otras aplicaciones

Hoy en día los sistemas *ERP* tiene la posibilidad de trabajar conjuntamente con otros programas con el objetivo de:

- Facilitar la interacción con otras aplicaciones para permitir la recogida de datos de las distintas áreas de trabajo con el fin de mejorar la capacidad de controlar informaciones.
- Permitir la comunicación con otros interfaces de *ERP* para entradas y salidas de datos.

- Facilitar el uso de diferentes formatos estándares del sistema como por ejemplo la factura electrónica, XML, EDI.

#### Otras características

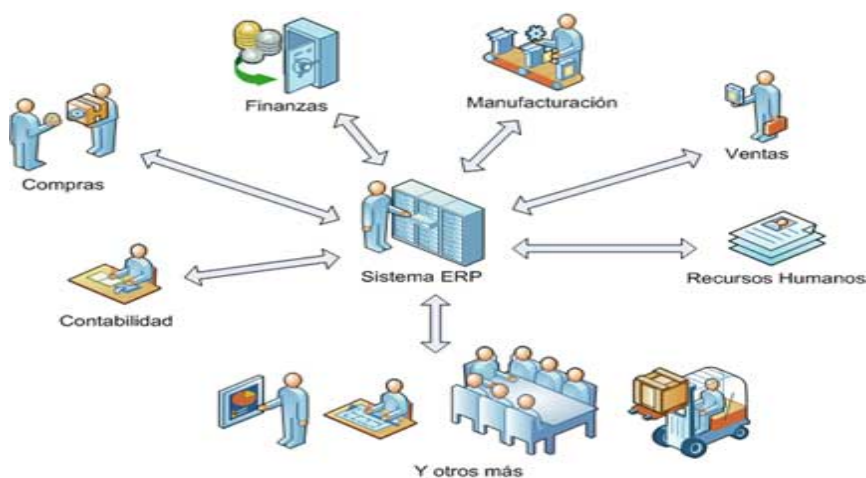
Otras características adicionales que podemos encontrar en un *ERP* son: las ayudas en líneas y las herramientas de seguridad.

### 2.4. Estructura de un ERP

El sistema básico de un *ERP* es una plataforma que controla todo el sistema con una base de datos que constituye el núcleo del producto y conjunto de aplicaciones técnicas para dar soporte a las necesidades de la empresa.

Casi todos los *ERP* están integrados por un tipo de estructura modular<sup>4</sup> que pueden soportar todas las actividades de una empresa como el módulo de gestión financiera, de aprovisionamiento, etc. Los cuales vamos a explicar más detalladamente a continuación. Es importante darse cuenta que todos los módulos están conectados y tiene una misma base de datos, de esta manera los datos que están en un módulo también están disponibles en cualquiera de los otros módulos.

Figura 2. Módulos de un ERP



Fuente: <http://www.fusiontc.es/imgs/ERP2.jpg>

<sup>4</sup> Gómez Vieites A. y Suárez Rey C. (2011).” *Sistemas de Información. Herramientas prácticas para la gestión empresarial.*” Madrid. Ra-Ma Empresa, pp.64-68.

Odoo (2015). “*Installing New Functionality*”. Consultado el 5 de mayo de 2015. Disponible online: [https://doc.odoo.com/book/1/1\\_2\\_Guided\\_Tour/1\\_2\\_Guided\\_Tour\\_install\\_functionality/](https://doc.odoo.com/book/1/1_2_Guided_Tour/1_2_Guided_Tour_install_functionality/)

### Módulo de aprovisionamiento

En este módulo se controla los stocks, los nuevos pedidos y la valoración de inventarios. En concreto en este módulo se guardan:

- Datos de materiales, donde se conoce la descripción, calidad, cantidad, tamaño, etc., de los productos que hay en la empresa.
- Datos de los proveedores, donde se puede obtener información sobre los proveedores que tienen la empresa y podemos conocer sus nombres, personal de ventas, precios, datos fiscales para la facturación, las condiciones de entrega de los productos, etc.

Una de las funciones más importantes de este módulo es proporcionar a la empresa la información necesaria para la toma de decisión sobre las compras como: la relación que tiene la empresa con sus proveedores, el sistema debe darle toda la información sobre los precios y la entrega de productos, el historial de compras, etc.,

### Módulo de producción

Este módulo se dedica a la gestión de materiales y la cadena de montaje y está relacionado con el módulo de aprovisionamiento ya que se dedica a la planificación de recursos y a la materia prima, y la gestión del sistema de montaje y la producción.

### Módulo de ventas

Este módulo se encarga de gestionar las tareas comerciales de la empresa con sus clientes, como los pedidos, las facturas, la entrega, etc.

### Módulo de finanzas

El módulo de finanzas se dedica a la contabilización, elaborar presupuestos, gestionar la tesorería, liquidación de impuestos, etc., que sirve para que la empresa pueda obtener informes detallados de cómo va la empresa como por ejemplo si genera beneficios o pérdidas.

### Módulo de recursos humanos

Este módulo permite a la empresa tener un control sobre sus empleados y la organización de la empresa como la planificación del personal, control los horarios, las vacaciones y las nóminas.

### Módulo de gestión de medios técnicos y mantenimiento

Este módulo se encarga del control de los materiales, del mantenimiento de las maquinarias y de los medios de transportes que necesita la empresa para su funcionamiento.

## 2.5. Funcionalidades adicionales de un sistema ERP

Actualmente los *ERP* tienen muchas funcionalidades adicionales. Nosotros solo vamos a comentar algunas funcionalidades que tienen gran valor de importancia para el sistema *ERP*.

### Customer relationship management (CRM)

El *CRM* es un modelo de gestión que se basa en la satisfacción con el cliente para ello *ERP* tiene que ofrecer aplicaciones como la segmentación de clientes, marketing y gestión de servicios post-venta.

### Portal Web

Hoy en día muchas empresas para expandir su actividad comercial necesitan adquirir un sistema de gestión para desarrollar su comercio electrónico e integrarse en las redes sociales para dar a conocer su empresa.

Esta función permite a la empresa tener un enlace directo desde el portal web a la aplicación por vía internet y por medio de servicios web, que pueden desarrollar aplicaciones desde el portal con el sistema de gestión.

### Gestión Documental

Es una herramienta de gestión que sirve para clasificar documentos. Algunas de sus funciones son: guardar los documentos de forma segura, permite buscar documentos por criterios como por ejemplo: según las áreas de trabajo, por fechas, etc., y también se puede digitalizar los documentos de papel para mejorar el acceso a los documentos sin tener que hacerlo físicamente.

### Generación de informes

Es una herramienta que tiene *ERP* que permite al usuario diseñar o editar la información en diferentes formatos.

### Movilidad

Es una opción del sistema *ERP* que permite a los usuarios manejar el sistema con los móviles, PDA o Tablet.

Existen tres tipos de funciones en movilidad que son: *off-line*, *on-line*, mixto que explicaremos a continuación:

- *Off-line*. Se puede manejar el sistema *ERP* sin conexión, cuando estén conectados a internet se sincroniza la información automáticamente.
- *On-line*. Se necesita conexión a internet para manejar el sistema.

- Mixto. Se puede usar algunas aplicaciones sin la necesidad de conexión a internet pero para usar la mayoría de las aplicaciones se necesitar tener una conexión en tiempo real.

#### Business Process Management (BPM)

Es una herramienta que sirve para diseñar, ejecutar y controlar los procesos de negocio de una empresa. Con esta función la empresa puede minimizar los errores, automatizar los flujos de trabajo y la mejorar de la comunicación entre los departamentos de la empresa.

### **2.6. Ventajas y desventajas de los sistemas ERP**

En este punto vamos a comentar algunas ventajas y desventajas generales que tienen los sistemas de *ERP*:<sup>5</sup>

#### Ventajas:

- Al tener una base de datos única facilita que haya mecanismos que aseguren que la información sea fiable y precisa
- Reducción del tiempo en los procesos de negocio de la empresa ya que todos los módulos de *ERP* están conectados entre sí.
- Evita la duplicación de datos, ya que los módulos de los sistemas *ERP* tiene acceso en tiempo real a la misma base de datos central

#### Desventajas:

- Altos costes de instalación y mantenimiento
- Los sistemas son complejos y pueden ser difíciles de gestionar.

---

<sup>5</sup> ERP- Planeación de recursos empresariales (24/09/2006). “*ERP, definición, ventajas y desventajas.*” Consultado el día 7 de mayo de 2015. Disponible online: <http://erp-peru.blogspot.mx/2006/09/erpdefinicion-ventajas-y-desventajas.html>

Yourerpsoftware. “*Ventajas e inconvenientes de los sistemas ERP*”. Consultado el día 7 de mayo de 2015. Disponible online : <http://www.yourerpsoftware.com/content/27-ventajas-e-inconvenientes-de-los-sistemas-erp>

### 3. LA GESTIÓN ELECTRÓNICA DE NEGOCIO

El uso de internet y el desarrollo de las tecnologías de información aplicada a las empresas ha evolucionado el mundo de los negocios. Las empresas pueden intercambiar sus datos entre ellas mismas, entre socios, proveedores y clientes. Para ello usan las nuevas tecnologías de la comunicación, de esta manera aparecen otros tipos de negocios que son diferentes al negocio tradicional.

Además, a causa del crecimiento de las tecnologías de la información y de las comunicaciones, ha surgido la aparición de la economía digital. La economía digital es un tipo nuevo de economía que interactúa entre empresas, organizaciones y particulares con carácter global, que utilizan las tecnologías de la información y de la comunicación (*TIC*).

Con el uso del comercio electrónico, las redes de telecomunicaciones e internet, aparece un entorno virtual más competitivo, donde los negocios se realizan a nivel mundial y las pequeñas y medianas empresas tienen una mayor presencia a un coste menor.

El uso del entorno virtual tiene menos costes que los sistemas tradicionales<sup>6</sup>: eliminan el coste de duplicar documentos o información comercial, el usuario puede obtener información de los productos o servicios de todo el mundo y disminuye el coste en comunicaciones.

#### 3.1. Sitio web empresarial

Internet se ha convertido en un canal donde las empresas se dan a conocer al mundo a través de su sitio web.

La expansión de las empresas por el canal de *World Wide Web* ha contribuido positivamente a conseguir unas series de ventajas competitivas<sup>7</sup>:

- Mejora la imagen corporativa.
- Sirve para posicionarse en los buscadores principales para atraer al público objetivo.

---

<sup>6</sup> Jiménez Partearroyo M (2011). “*La gestión informática de la empresa: nuevos modelos de negocio*”. Madrid. Ra-Ma Empresa, pp. 82-83.

<sup>7</sup> Gómez Vieites A. y Suárez Rey C. (2011).” *Sistemas de Información. Herramientas prácticas para la gestión empresarial.*” Madrid. Ra-Ma Empresa, pp.160-162.

- Actúa como una herramienta moderna para la comunicación y coordinación entre los empleados de una empresa.
- Y actúa como soporte de los procesos de negocios.

Las partes del sitio web empresarial o portal empresarial son las siguientes<sup>8</sup>:

- Una parte del sitio web dedicado al público: en esta sección no hace falta una contraseña para entrar al sitio web y además contiene aplicaciones y contenidos que van dirigidos al público en general. Desde esta parte la empresa muestra al público su imagen corporativa y ofrece al público sus productos y servicios.
- Una parte privada del sitio web (*Intranet*): la mayoría de las empresas disponen de secciones reservadas solo para el personal de la empresa.
- La *Extranet*: en esta sección solo tienen acceso los clientes, socios, distribuidores, proveedores etc., que tengan vínculo con la empresa.

Para llevar a cabo un proyecto de un sitio web empresarial se deben seguir los siguientes pasos<sup>9</sup>:

- Tener claro el tipo de sitio web que se quiere crear y los objetivos que se quieren conseguir como: crear campañas publicitarias, dar a conocer la empresa, crear catálogos electrónicos de los productos o servicios, informar de nuevos productos, ofrecer ventas online a través del sitio web, etc.
- Diseñar y crear las páginas web y las bases de datos o información necesarias para el sitio web.
- Poner en funcionamiento un sitio web en internet: se puede usar un servidor propio con una conexión fija a la red o usar un servicio externo a través del *hosting* (alojamiento de páginas web) o del *housing* (disposición de un servidor propio de la empresa en las instalaciones de un proveedor de acceso a internet).
- Publicar el sitio web: es en esta etapa donde la empresa da a conocer sus actividades empresariales a través del sitio web, para ello se debe

---

<sup>8</sup> Gómez Vieites A. y Suárez Rey C. (2011).” *Sistemas de Información. Herramientas prácticas para la gestión empresarial.*” Madrid. Ra-Ma Empresa, p161.

<sup>9</sup> Gómez Vieites A. y Suárez Rey C. (2011).” *Sistemas de Información. Herramientas prácticas para la gestión empresarial.*” Madrid. Ra-Ma Empresa, pp.161-162.

recurrir al marketing mediante posicionamiento en la web, anuncios en internet, publicitarse en las redes sociales, etc.

- Evaluar de los resultados: control de las visitas en el sitio web, comprobación de la eficacia del marketing en internet.
- Conservar y actualizar el sitio web.

Las constantes actualizaciones que se llevan a cabo en las páginas web, han promocionado el uso de herramientas dirigidas a la gestión del sitio web, ya que facilitan la creación del sitio web y el mantenimiento del mismo.

### 3.3. Marketing en la web

Las redes sociales se han convertido en una herramienta muy importante en los procesos de negocio de las empresas. A continuación vamos explicar las principales ventajas del uso de las redes sociales en las empresas<sup>10</sup>:

- Generar visitas en el sitio web de la empresa. El objetivo principal del marketing en las redes sociales, es animar al usuario a visitar el sitio web.
- Estar presente en las redes sociales puede mejorar la imagen de la empresa, pero hay que mantener actualizado el perfil en las redes sociales como en Facebook, Twitter, etc., de lo contrario si lo dejamos abandonado puede dar una mala impresión de la empresa.
- Comunicarse con los clientes, a través de las redes sociales. Las empresas pueden interactuar con los clientes de forma más rápida, con el fin de fidelizar a los clientes.
- Localizar y solucionar problemas a los clientes insatisfechos.
- Emplear las redes sociales para que los clientes den a conocer sus opiniones y comentarios sobre los productos o servicios que comercializa nuestra empresa y también pueden permitir a los clientes

---

<sup>10</sup> Oscar Grau (2013). “*La importancia de las redes sociales en el comercio electrónico*”. Consultado el día 9 de junio de 2015. Disponible online: <http://blog.trilogi.com/redes-sociales-comercio-electronico/>

Visa red de empresario visa (2014). “*Guía práctica para el desarrollo de plataformas de comercio electrónico en México*”. Consultado el día 9 de junio de 2015. Disponible online: <http://www.redempresariosvisa.com/Ecommerce/Article/retos-del-marketing-en-redes-sociales>

compartir con sus contactos el sitio web de la empresa y así de esta forma aumentar las ventas y conseguir nuevos clientes.

### 3.4. El comercio electrónico

El comercio electrónico es un medio electrónico donde se compran o se venden productos o servicios y que usa internet como plataforma tecnológica con el objetivo de que los clientes de todo el mundo puedan acceder a ella.

En el comercio electrónico actúan los siguientes agentes<sup>11</sup>:

- Clientes.
- Empresas que distribuye sus productos.
- Compañías financieras que facilitan los medios de pagos.
- Autoridad de certificación. Sirven para identificar compradores y vendedores tanto particular es como empresas.

Las empresas que usan el comercio electrónico obtienen las siguientes ventajas:

- Aumentan su cartera de clientes al estar en un mercado global.
- Su horario de ventas es de 24 horas al día, 7días a la semana y 365 días al año.
- Establece una ventaja competitiva.
- Reduce los costes.
- Facilita la comunicación con los clientes.
- Presenta campañas publicitarias.

En los últimos años el comercio electrónico ha aumentado de manera considerable debido a estas ventajas anteriormente nombradas y proporciona unas ventajas que generan un valor añadido a las empresas. Las principales causas que aporta el comercio electrónico para añadir valor son las siguientes<sup>12</sup>:

- Una nueva forma de promocionar los productos: Internet actúa como un medio para presentar información sobre los productos de la empresa a los clientes objetivos.
- Nuevo canal de ventas: para las empresas Internet es un canal de ventas de productos o servicios.

---

<sup>11</sup> Gómez Vieites A. y Suárez Rey C. (2011).” *Sistemas de Información. Herramientas prácticas para la gestión empresarial.*” Madrid. Ra-Ma Empresa, pp.162-164.

<sup>12</sup> Jiménez Partearroyo M.(2011). “La gestión informática de la empresa: nuevos modelos de negocio”. Madrid. Ra-Ma Empresa, pp.87-90.

- Disminución de costes: Las empresas que usan la web reducen sus costes en personal, en emitir facturas en papel...etc.
- Reducción del tiempo: Ahorra tiempo en la producción y en la distribución del producto o servicio.
- Atención al cliente: Permiten otra forma de atender las quejas, reclamaciones y dudas de los clientes estableciendo una comunicación, que si es adecuada, facilita la fidelización de los mismos.
- Imagen empresarial: Internet puede ser usado como un medio de comunicación para dar a conocer a la empresa.
- Transformación organizativa: El crecimiento del comercio electrónico obliga a las empresas a crear nuevos productos o servicios y a cambiar sus procesos de negocios.
- Comunicación con el público: Las tecnologías que existen hoy en día permiten a las empresas mejorar la comunicación con los clientes de forma personalizada, como enviar correos electrónicos automáticos personalizados para ofrecer productos nuevos o informarles sobre las ofertas que pueden interesar a cada cliente, etc.
- Nuevos tipos de negocios: A través del comercio electrónico las empresas emplean nuevas formas de negocio diferente al negocio tradicional.

Otro aspecto importante a estudiar, es el impacto del comercio electrónico en los consumidores, ya que la expansión del comercio electrónico ha traído varios beneficios a los consumidores que vamos a comentar a continuación<sup>13</sup>:

- Menos tiempo y más comodidad: Para comprar online los clientes no tienen la necesidad de ir fuera de sus casas, tampoco hace falta hacer colas como en las tiendas físicas. Las tiendas online están abiertas las 24 horas del día y siempre está al servicio del cliente. Esto es considerado por determinados expertos como la principal ventaja del comercio electrónico.
- Los clientes pueden recorrer miles de tiendas online a nivel mundial, comparar precios y la calidad de los productos o servicios y decidir qué tipo de producto comprar y pueden hacerlo sin moverse de casa.

---

<sup>13</sup> Gómez Vieites A. y Suárez Rey C. (2011).” *Sistemas de Información. Herramientas prácticas para la gestión empresarial.*” Madrid. Ra-Ma Empresa, pp.168-173.

- A través de este medio pueden llegar a informaciones más completas, actualizadas y más rápidas.
- Aumenta de forma considerable de su poder de negociación, al disponer de una mayor capacidad de elección e información específica sobre los productos y la verosimilitud de contar con el juicio de personas cualificadas.
- Precios más bajos causados por la reducción de costes en distribución y por el incremento de la competencia en los sectores.
- Los clientes que dejan sus comentarios positivos de sus compras atraen nuevos clientes.
- El cliente puede elegir aquellos productos que desea comprar sin tener encima a un vendedor que le incite a comprar más.
- En muchos de los comercios electrónicos existen catálogos de productos que permiten a los clientes diseñar sus propios productos.
- Dentro del sistema del sitio web existen una sección donde los clientes pueden crear sus propias cuentas personales.
- Las empresas pueden anticiparse a las necesidades de los clientes, investigan los acontecimientos importantes de la vida de los clientes como: la fecha de su cumpleaños, eventos importantes, viajes...etc.

Existen otros elementos a considerar en la satisfacción de los clientes como el servicio de post-venta y el soporte técnico.

A través del sitio web las empresas obtienen mejor relación con el cliente, poniendo a disposición de este, servicios de asistencias para atender las quejas y los problemas que puedan surgir. Además las empresas se benefician de este servicio en la reducción de los costes como en teléfono, cartas, y en el personal de la empresa.

También debemos saber que existen impedimentos en el avance del comercio electrónico, que mencionamos a continuación<sup>14</sup>:

- El escaso contacto social o la falta de confianza en internet, son algunos de los motivos por lo que los consumidores rechazan el comercio electrónico.

---

<sup>14</sup> Gómez Vieites A. y Suárez Rey C. (2011).” *Sistemas de Información. Herramientas prácticas para la gestión empresarial.*” Madrid. Ra-Ma Empresa, pp.168-173.

- Los productos que se venden en internet no pueden ser probados antes de ser comprados y esta es una característica que limita la comercialización de algunos productos en internet.
- Inseguridad en las transacciones por medio electrónico.
- Abundancia de engaños y fraudes en la red.
- Preocupación en temas relacionados con la privacidad y la protección de datos personales.
- En el ámbito jurídico, algunos países no cuentan con suficiente regulación en materia de comercio electrónico.
- Existen problemas en el plazo de entrega y la tarifa del transporte.

La aparición del comercio electrónico también ha propiciado la aparición de nuevos tipos de negocios entre las empresas, los consumidores e incluso el gobierno.

Estos tipos de negocios son<sup>15 16 17 18</sup>

- El comercio electrónico B2C (*Business-to-Customer*) es un tipo de negocio que las empresas comercializan con el cliente final.

En este tipo de negocio se realizan las ventas directamente o con intermediarios para llegar al consumidor final.

Muchas empresas que tienen establecimientos físicos amplían su negocio a través de internet para ofrecer sus productos o servicios.

---

<sup>15</sup> Jiménez Partearroyo M. (2011). “La gestión informática de la empresa: nuevos modelos de negocio”. Madrid. Ra-Ma Empresa, pp.98-108.

<sup>16</sup> Joan Lozoya (15 julio 2013). *Clases de comercio electrónico: B2B, B2C, B2A, B2E, C2C, C2G, B2G*. Consultado el día 23 de mayo de 2015. Disponible online: [http://suite101.net/article/clases-de-comercio-electronico-b2b-b2c-b2a-b2e-c2c-c2g-b2g-a26589#.VXcRj\\_wcTIV](http://suite101.net/article/clases-de-comercio-electronico-b2b-b2c-b2a-b2e-c2c-c2g-b2g-a26589#.VXcRj_wcTIV)

<sup>17</sup> Nueva tecnología, nuevas formas de hacer negocios. “*Customer to customer*”. Consultado el día 23 de mayo de 2015. Disponible online: <http://gestionegrp101.weebly.com/c2c-consumer-to-consumer.html>

<sup>18</sup> Red de empresario visa (2014) *Guía Práctica para el Desarrollo de Plataformas de Comercio Electrónico en México*. Consultado el día 18 de marzo de 2015. Disponible online: <http://www.redempresariosvisa.com/Ecommerce/Article/que-es-e-commerce-o-comercio-electronico>

También existen empresas que abren sus negocios virtuales sin tiendas físicas.

- El comercio electrónico B2B (*Business-to-Business*) es un tipo de negocio que las empresas realizan negociaciones comerciales entre ellas, como proveedores, socios, acreedores, etc.

En este tipo de negocio, las empresas negocian operaciones comerciales a través de internet porque las transacciones son más rápidas y los costes son menores. El uso del comercio electrónico entre las empresas aporta seguridad y eficacia en las transacciones y además ahorran los costes de las visitas de los agentes comerciales a las empresas.

- El comercio electrónico B2G (*Business-to-Government*) es un tipo de negocio en donde las empresas comercializan con las empresas del gobierno.

Solo pueden suministrar a la administración pública aquellas empresas especializadas con portales web. La administración pública es la que puede ponerse en contacto con las empresas para congregar las ofertas o servicios.

- El comercio electrónico C2C (*Customer-to-Customer*) es un tipo de negocio que tienen los consumidores para comercializar entre ellos. Existen una plataforma en la web donde los usuarios pueden comercializar entre ellos y está plataforma se lleva una comisión por las ventas que realicen. Normalmente son tiendas de segunda mano virtuales donde los usuarios pueden negociar entre ellos, los precios de los productos que se vendan.

En este tipo de negocio el usuario final puede actuar tanto de comprador como de vendedor.

Otro aspecto muy importante en el desarrollo del comercio electrónico, han sido los mecanismos de seguridad.

La seguridad de un sistema de información consiste en la protección del sistema informático y los datos contenidos en él. Las obligaciones esenciales de

seguridad que se necesitan para impulsar la economía de la información deben estar basadas en los siguientes principios<sup>19</sup>:

- Confidencialidad: La información no puede estar en mano de otras personas que no están autorizadas.
- Integridad: La información tiene que estar protegida ante una posibilidad de ser modificado o borrado sin permiso.
- Disponibilidad: Las personas autorizadas deben tener acceso a la información de manera fácil y evitar fallos técnicos en el sistema.

La seguridad en las redes mundiales a veces ha sido atacada por programas informáticos o *crackers*. A raíz de eso, las empresas de *software* han creado tecnologías de encriptación. Un sistema criptográfico es un grupo de funciones que tiene una base de *software*, que se usan para proteger la seguridad de los datos mediante el uso de claves secretas. Existen dos tipos de criptografía:

- Clave única. Sólo tiene una única clave para codificar y descodificar la información.
- Clave pública. Es la que tienen dos claves, una pública y otra privada. Con la clave pública envían mensajes encriptados a un mismo receptor y con la privada el receptor puede desencriptar los mensajes.

Últimamente la criptografía de clave pública está relacionada con las firmas digitales o electrónicas. Las firmas digitales se usan para comprobar la autenticidad de los datos, del usuario y también sirve para proteger el derecho de la propiedad intelectual.

La firma electrónica vale igual que la firma manuscrita, también se conoce como la firma digital. Sus funciones son:

- Identificar al firmante.
- Asegurar que el documento firmado no ha sido modificado.

Para poder firmar digitalmente se debe obtener un certificado electrónico que tiene que ser expedido por una entidad certificadora reconocida oficialmente, que valida y certifica una firma electrónica que contiene los datos que identifica a una persona u entidad.

---

<sup>19</sup> Jiménez Partearroyo M. (2011), “*La gestión informática de la empresa: nuevos modelos de negocio*”, Madrid, Ra-Ma Empresa, pp.143-146.

Las formas de pagos virtuales de los comercios electrónicos han causado muchos problemas de seguridad, es decir, los consumidores rechazan este tipo de pago digital porque creen que pueden surgir problemas de seguridad. Gracias al uso de la criptografía en internet existen tres tipos de básicos de pago:

- Sistemas de pago con tarjetas de crédito, con los números de la tarjeta de crédito se encripta y se confirma fuera de la red o se traslada por la red abierta.
- Sistemas digitales de control, donde los cheques electrónicos se transmite por internet y se abonan fuera de la red.
- Dinero digital, es un sistema de pago que sustituye los billetes y las monedas reales por bits digitales como ejemplo de dinero digital podemos considerar *Bitcoins*, donde se transfiere y se abona en la red en el momento de la transacción.

## 4. MÓDULOS DE ODOO

Odoo es un tipo de sistema *ERP* antiguamente llamado *OpenERP*. Para este trabajo vamos a estudiar los módulos de sitios web y la tienda online de este sistema *ERP*. Para explicar el funcionamiento de estos módulos, crearemos una página web sencilla de una empresa.

Para ellos hemos decidido estudiar 3 áreas importantes en la creación de páginas web y las herramientas que *Odoo* aporta para su desarrollo. En concreto las áreas que vamos a examinar son:

- Sitios web.
- Marketing en la web.
- Comercio electrónico.

### 4.1 Sitio web empresarial

“*El constructor de sitio web*” es una herramienta revolucionaria que permite crear un sitio web sin la necesidad de tener conocimientos técnicos.

Este módulo nos permite gestionar el sitio web, promocionar el sitio web en las páginas de búsqueda y también nos permite comunicarnos con los visitantes que podemos tener en el sitio web.

En esta sección veremos con detalles estos puntos:

1. Diseñar páginas web.
2. Ver versión de móvil.
3. Añadir páginas web nuevas.
4. Elegir su tema preferido para el sitio web.

#### 1. Diseñar página web

Con el módulo “Constructor de sitios web” no hace falta ser un técnico experto para crear una página web.

En primer lugar tenemos que instalar el módulo “constructor de sitios web” que se encuentra en la pestaña configuración.

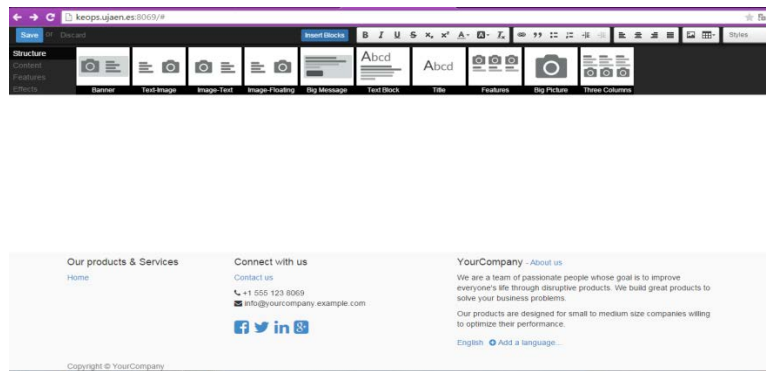
Figura 3. Instalación de aplicaciones



Fuente: Imagen del programa Odoo

El primer paso para crear la página web es irnos al botón “Editar” y luego le damos *click* en “Insert Blocks”. Una vez hecho esto veremos una pantalla como ésta:

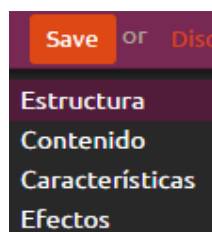
Figura 4 Opciones de diseño



Fuente: Impresión pantalla programa Odoo

En esta ventana podemos ver que en la parte superior izquierda por debajo de “save”(guardar) tenemos un menú con las opciones “Estructura”, “Contenido”, “Características” y “Efectos” estos son los tipos de bloque que podemos insertar para la crear nuestra página web.

Figura 5. Opciones de diseño

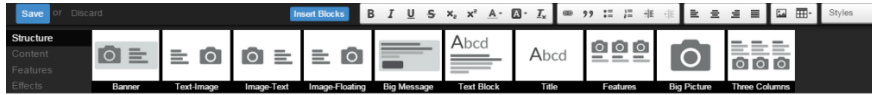


Fuente: Imagen del programa Odoo

A continuación describiremos estas opciones detalladamente:

- En la opción de “estructura” nos salen varios modelos de estructura que nos sirve para construir el sitio web y podemos escoger cualquiera de ellos dependiendo de la apariencia que queramos que tenga nuestra página web.

Figura 6. Opciones de diseño



Fuente: Imagen del programa Odoo

- En la opción “contenido” veremos los tipos de contenidos que queremos añadir al sitio web.

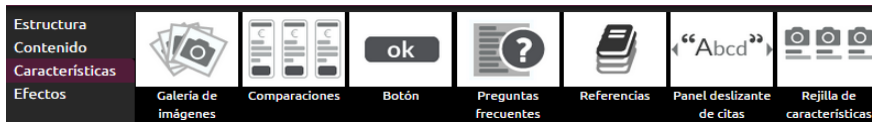
Figura 7. Opciones de diseño



Fuente: Imagen del programa Odoo

- En la opción de “características” nos encontramos con bloques predefinidos que podemos utilizar en la creación de nuestro sitio web.

Figura 8. Opciones de diseño



Fuente: Imagen del programa Odoo

- En la opción de “efectos” nos vienen efectos que podemos añadir al el diseño de la página.

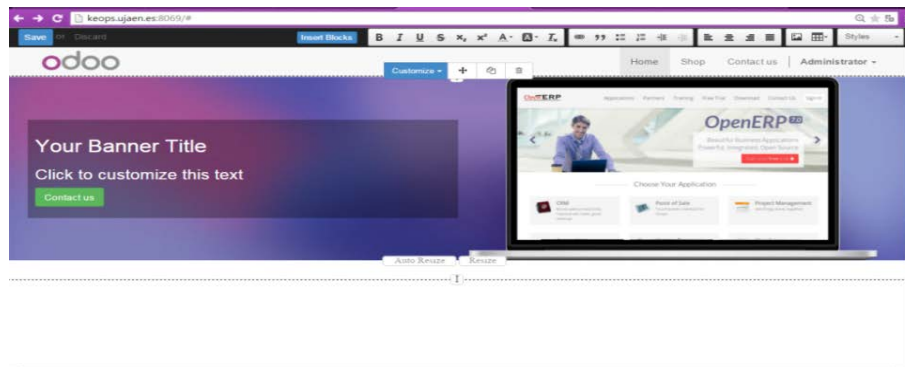
Figura 9. Opciones de diseño



Fuente: Imagen del programa Odoo

A continuación elegimos un tipo de modelo de sitio web en la opción de “estructura” que será el que usaremos para la creación de la página web, solo hay que arrastrar el cuadradito y colocarlo en el sitio del *banner*. Por ejemplo nosotros escogemos como bloque de la estructura el primer bloque *banner* y se nos quedaría así la página.

Figura 10. Opciones de diseño

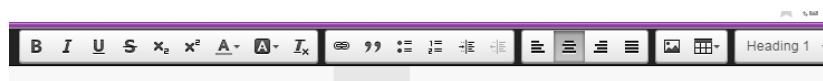


Fuente: Imagen del programa Odoo

En la parte donde pone “*your banner title*”: allí pondremos el eslogan de la empresa que debe ser una descripción atractiva para llamar la atención del cliente.

Una vez escrito el eslogan de la empresa podemos cambiar el tipo de letra y el tamaño en la parte superior del cuadro.

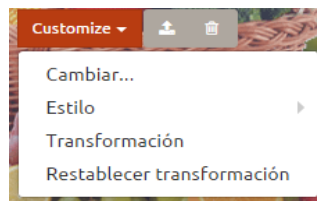
Figura 11. Opciones de diseño



Fuente: Imagen del programa Odoo

En la parte donde está la foto pondremos una foto que represente a nuestra empresa. Otra opción, sería seleccionar una que represente el tipo de productos que vendemos o servicios que proporciona nuestra empresa. Para cambiar la foto solo tenemos que seleccionar el menú “Personalizar” (*customize*) que aparece en la foto. Este menú sirve para cambiar las fotos, el color y el diseño, etc.

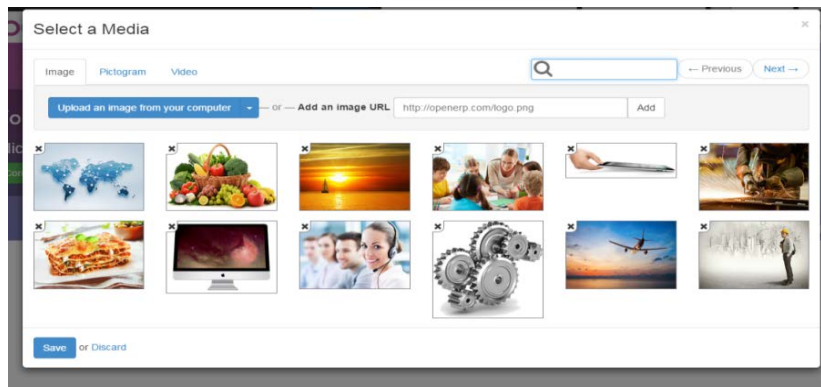
Figura 12. Opciones de diseño



Fuente: Imagen del programa Odoo

Para cambiar la foto solo hace falta darle *click* a la palabra cambiar y nos aparece otro cuadro en la pantalla:

Figura 13. Opciones de diseño



Fuente: Imagen programa Odoo

Dentro del cuadro nos aparecen ya unas cuantas imágenes predeterminadas pero podemos cambiarlo en donde pone “upload an image from your computer” (subir una imagen desde tu ordenador) le damos *click* allí y podemos escoger una imagen de nuestra empresa que esté en nuestro ordenador y después la seleccionamos y le damos a “guardar” (*save*) para guardar la imagen y al final nos aparece en la parte del banner de nuestra página web.

Figura 14. Opciones de diseño



Fuente: Imagen del programa Odoo

Como el fondo de atrás está en blanco podemos cambiarlo de color o subir una foto para mejorar el aspecto de nuestra página web. Para ello, utilizaremos el menú “personalizar” (*customize*) que se encuentra encima la foto.

Figura 15. Opciones de diseño



Fuente: Imagen del programa Odoo

Como vemos en esta ventana podemos: cambiar de color, foto de personas, paisajes y otros tipos de color además debajo podemos subir una foto desde nuestro ordenador o usar el que nos viene predeterminado. De esta forma podemos cambiar la imagen que mejor se adapte para publicitar la empresa.

Con esto ya hemos terminado el bloque de diseño de la página web y podemos crearla y modificarla todas las veces que queramos usando el botón “editar”.

A continuación mostraremos como nos ha quedado la página al final.

Figura 16. Página Web



Fuente: Imagen del programa Odoo

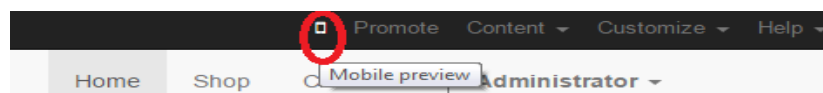
Una vez realizado los cambios, lo guardamos dando al botón “Save” (guardar).

## 2. Versión móvil

Odoo también nos ofrece la posibilidad de ver cómo quedaría nuestra página web en un dispositivo móvil o Tablet.

Para activar esta opción, solo hay que dar *click* a este icono para verlo en versión para el móvil.

Figura 17. Opciones de diseño



Fuente: Imagen del programa Odoo

Y así se quedaría nuestra página web desde el punto de vista del móvil.

Figura 18 Figura 18. Versión móvil

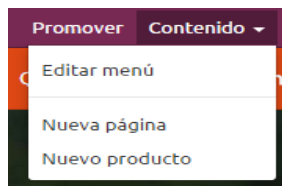


Fuente: Imagen del programa Odoo.

### 3. Añadir páginas web nuevas

Para crear más páginas desde la misma página podemos ir al menú “Contenido” y nos da la opción de crear “nueva página”.

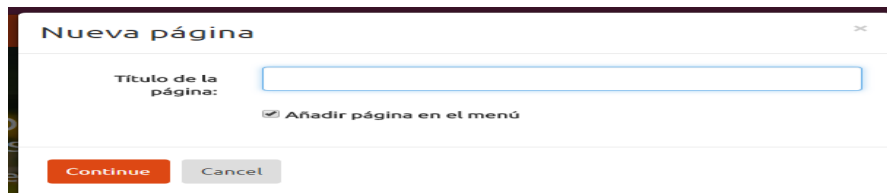
Figura 19. Opciones de diseño



Fuente: Imagen del programa Odoo

En “Nueva página” creamos otra página nueva y nos sale este cuadro.

Figura 20. Nueva página



Fuente: Imagen del programa Odoo

En el título de la nueva página ponemos el título de la página que queremos crear como por ejemplo: “quienes somos”. Y luego de damos el botón “continuar” y ya podemos crear otra página como la que hemos creado antes dándole al botón. Una vez hecho, podemos comenzar el diseño de la nueva página

En el Menú “Editar” tenemos dos posibilidades:

- cambiar el orden de los elementos del menú solo con arrastrarlo y también se puede cambiar el nombre de la página dándole al icono azul y borrar la página dándole al icono rojo de la papelera.

Figura 21 Figura 21. Edición menú pagina



Fuente: Imagen del programa Odoo

- crear una página introduciendo la URL de la página y poner el nombre de la página. Primero entramos en el menú “Editar” y pulsamos sobre la opción “Add Menu Entry”, que se encuentra en la parte inferior, para crear una nueva página.

Figura 22 Figura 22. Opciones de diseño

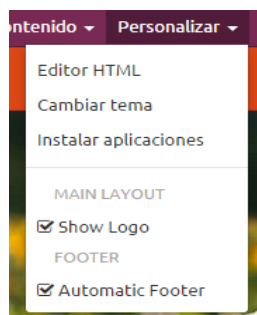


Fuente: Imagen del programa Odoo

#### 4. Elige su tema preferido para el sitio web

Odoo da la oportunidad de elegir entre varios temas para su página web.

Figura 23. Menú personalizar



Fuente: Imagen del programa Odoo

En el menú “Personalizar” de la parte superior de la barra de edición, haz clic en “Cambiar tema” y selecciona el tema que os guste.

Desde el menú “Instalar Aplicaciones” se puede instalar otras aplicaciones para el diseño. Las aplicaciones tienen que ser específicas para cada tipo de página como la página estándar, página de productos, página de contacto...etc.

## 4.2. Marketing en la web

Hoy en día las empresas utilizan internet como medio de comunicación para promocionar sus productos y servicios con el fin de llegar a los consumidores.

*Odoo* nos ofrece unas series de herramientas para gestionar la publicidad de nuestras páginas web en internet. A continuación vamos a ver con detalles estas herramientas:

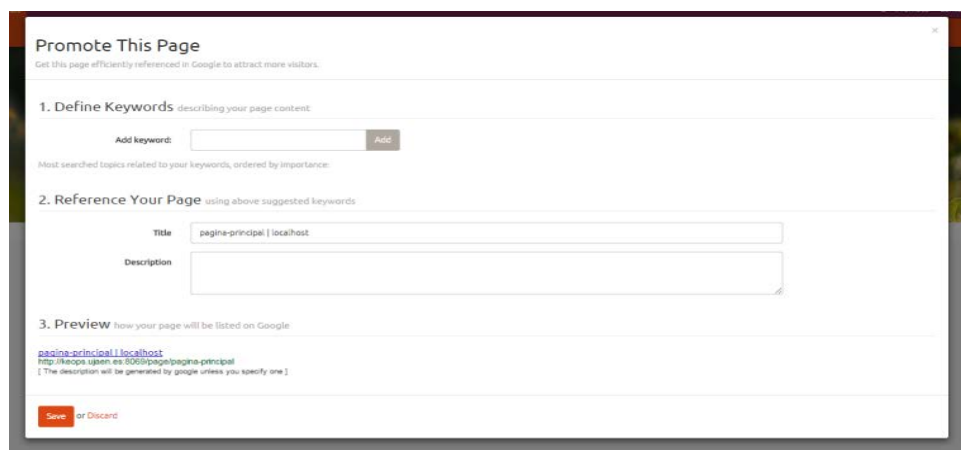
- Promocionar sitio web.
- Animar a los visitantes compartir en las redes sociales el sitio web.
- Traduce el sitio web en otros idiomas.
- Soporte chat online.

### 1. Promocionar sitio web

*Odoo* nos ofrece una herramienta para promocionar el sitio web, esta técnica de marketing se llama “posicionamiento en buscadores”.<sup>20</sup>

Posicionamiento en buscadores es un conjunto de técnicas que tiene como objetivo hacer nuestro sitio web aparezca en las primeras posiciones de los resultados de los buscadores como Google, Yahoo, etc., cuando un usuario escriba frases o palabras que tenga que ver con el sitio web.

**Figura 24. Opciones para publicitar la página web**



*Fuente: Imagen del programa Odoo*

<sup>20</sup> Rafael Muñiz (2015). *CEF-Marketing XXI*. Consultado el 25 de mayo de 2015. Disponible online: <http://www.marketing-xxi.com/seo.html>

La herramienta “*Promover (SEO)*” que ofrece *Odoo*, recomienda poner palabras claves que describan el contenido de la página web y que sean los términos frecuentes en las búsquedas de google con el fin de optimizar la referenciación de esta página web en los buscadores. Para configurar herramienta “*Promover*” debemos seguir los siguientes pasos:

- Desde la página principal, hacemos *clic* en “*promover*”.
- Añadimos las palabras claves relacionadas con el contenido de su página web con el fin de obtener los temas más buscados y ponerlo por orden de importancia.
- Añadir los temas de búsqueda que estén relacionados con las palabras claves que están en los contenidos de su página principal.
- De forma automática, la herramienta “*Promote*” resaltará de color azul claro las palabras que se encuentre en el contenido de la página y en azul oscuro las palabras que estén en el título de la página.
- Puede añadir hasta 10 palabras claves.

A continuación puedes personalizar el título de la página y la descripción que se mostrará en google con las palabras claves y éste se actualizará cada vez que cambies de diseño.

## 2. Animar a los visitantes a compartir en las redes sociales el sitio web

Como vimos en la parte teórica de la sección 3.3, hoy en día las redes sociales juegan un papel fundamental en el éxito de la empresa en sus negocios de comercio electrónico. Es por ello que *Odoo* permite integrar las redes sociales en sus páginas web. Gracias a esto, *Odoo* les permite a los visitantes pulsar sobre los iconos de las redes sociales para que éstos puedan compartir nuestra página web en sus redes sociales.

Para habilitar esta posibilidad tenemos que realizar dos pasos que describiremos a continuación:

Figura 25. Opciones de publicitar la página web en las redes sociales



*Fuente: Imagen del programa Odoo*

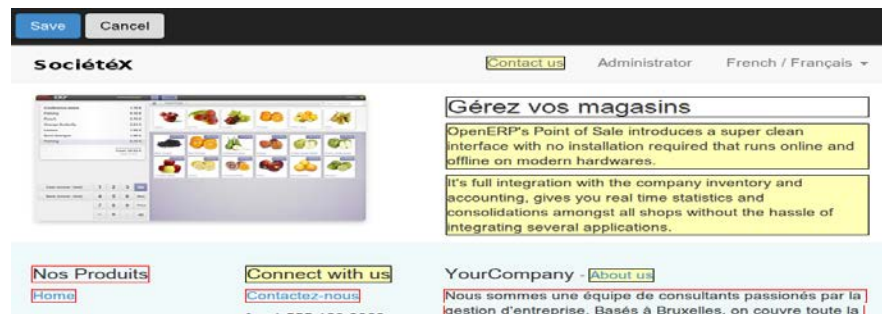
- Para añadir los iconos de redes sociales en la página principal solo hay que ir a “*Insert Blocks*” ⇒ “*Content*” ⇒ “*Share*”

- Una vez hecho esto, los visitantes tendrán la posibilidad de hacer clic en el icono pequeño para compartir esta página en las redes sociales como Twitter o Facebook.

### 3. Traduce el sitio web en otros idiomas

La traducción de página web tradicionalmente tardaba mucho tiempo pero ahora con *Odoo* puede hacerse en cuestión de segundos.

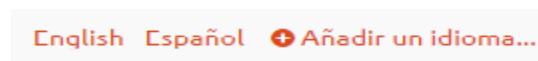
Figura 26. Opciones de traducir a otro idioma



Fuente: Imagen del programa Odoo

En la parte baja de la página principal del sitio web está el botón “Añadir un idioma”. Hacemos clic en ese botón para instalar un nuevo idioma de tu sistema *Odoo*.

Figura 27. Opciones para añadir idioma



Fuente: Imagen del programa Odoo

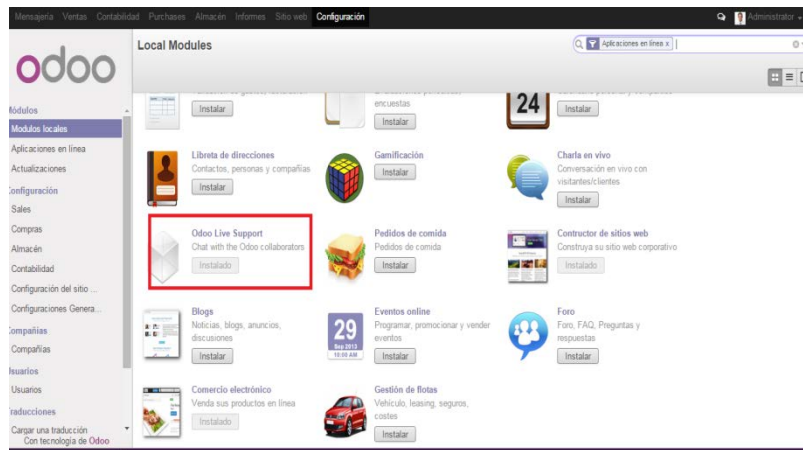
Una vez instalado el nuevo idioma, volvemos a la página y tendremos la oportunidad de traducir directamente el contenido *Odoo* para ayudarnos resaltaré automáticamente en amarillo el contenido restante.

### 4. Soporte chat online

*Odoo* ofrece una herramienta para chatear *online* con los clientes y visitantes de página web en tiempo real. No hace falta un servidor de chat especial, se puede chatear directamente desde el sitio web de la empresa. Para ello, *Odoo* añade en el sitio web un chat emergente para permitirles a los usuarios contactar con la empresa. De esta forma podemos ofrecerles a los visitantes información de manera sencilla y rápida.

Para ello, hay que instalar el módulo “*Odoo Live Support*” que se encuentra en la pestaña de “configuración”.

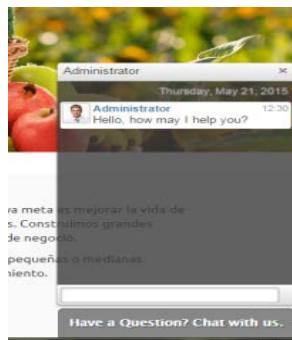
Figura 28. Instalación de aplicaciones



Fuente: Imagen del programa Odoo

Una vez que tengamos el chat en directo instalado, los visitantes que se conecten a nuestra página web podrán ver que en la parte inferior derecha les aparece una burbuja que pone “¿Tienes algunas preguntas?” que les permitirá chatear con el personal de la empresa.

Figura 29. Chat online



Fuente: Imagen del programa Odoo

Para que los empleados de Odoo puedan responder a los visitantes de la página web, tenemos que ir a “Mensajería” luego a la subsección “Charla en vivo” y luego a “Canales”.

Figura 30. Opción de mensajería



Fuente: Imagen del programa Odoo

Y dentro de esta pestaña nos unimos a “*YourWebsiteWithOdoo.com*” donde podemos responder a los usuarios que se ponga en contacto con nosotros desde la página web.

### 4.3. Comercio Electrónico

Hoy en día las ventas online son muy populares. Esta es la oportunidad de impulsar nuestro negocio en internet. Con la aplicación de *Odoo e-Commerce* podemos iniciar nuestro negocio en internet. Podemos conseguir hacer un catálogo extraordinario de los productos en páginas online. Este módulo tiene un sistema de gestión personalizable y fácil de usar.

La aplicación del “Comercio Electrónico” permite:

- Mejorar la visibilidad de la página de la tienda online.
- Facilitar y aumentar sus ventas online solo con un *click*.
- Beneficiar a otras herramientas de *Odoo* para hacer un seguimiento de ventas *online* (mensajería, entregas, pago, etc.).
- Controlar las ventas y la tesorería en tiempo real.
- Usar informes de ventas para agilizar la toma de decisiones.

En esta sección veremos con detalles los siguientes puntos que nos ofrece el módulo de *Odoo e-Commerce*:

1. Diseñar la tienda online.
2. Crear productos para la venta online.
3. Establecer los atributos del producto y gestionar variantes.
4. Detallar el catálogo de nuestros productos.
5. Personalizar la tienda online para maximizar las ventas.
6. Realizar compras online.
7. Agregar métodos de pago.
8. Ofrecer a los usuarios su propia cuenta.
9. Compartir códigos promocionales para atraer nuevos clientes.
10. Analizar las ventas online.

#### 1. Diseñar la tienda online

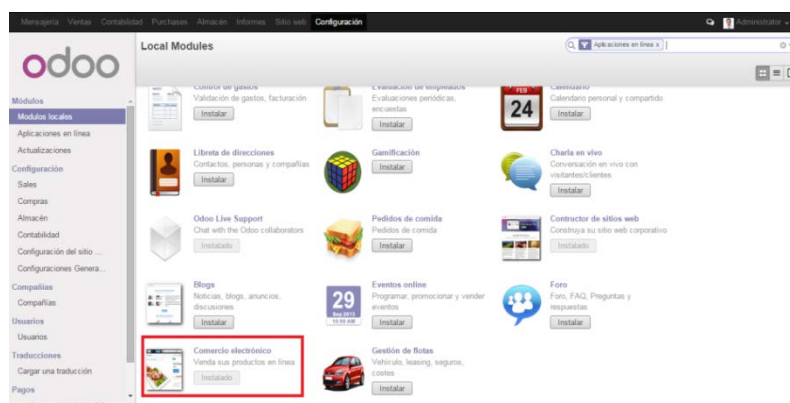
El módulo de “comercio electrónico” tiene la opción de edición en línea y bloques de construcción que facilita la creación de páginas de productos

sorprendentemente fácil. Así podemos obtener un impresionante catálogo de productos.

Todas las funciones que integra este módulo son personalizables y además se sincroniza entre diferentes módulos como facturación y contabilidad.

Para instalar el módulo de “comercio electrónico” nos vamos a la pestaña “configuración” y buscamos el icono y de damos a “instalar”.

Figura 31. Instalación de aplicaciones



Fuente: Imagen del programa Odoo

Una vez instalado el módulo, nos iremos a “Sitio web” y en la barra de herramientas nos aparece “Tienda” que es nuestra página de venta online.

Figura 32. Opciones de diseño



Fuente: Imagen del programa Odoo

Cuando tengamos la página de la tienda online creada, el segundo paso es meter los productos para la venta en línea.

## 2. Crear productos para la venta en línea.

Para crear un producto es necesario fijar un precio y añadir una buena foto de nuestro producto. A continuación vamos a explicar algunas de las tácticas para fijar un precio<sup>21</sup>. Que son los siguientes:

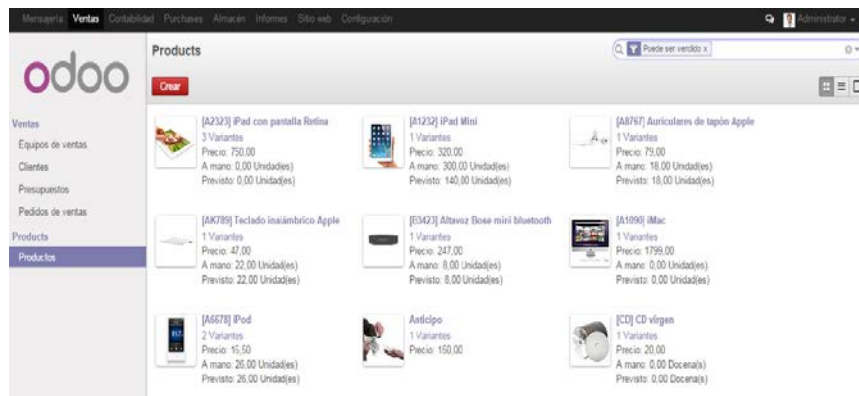
<sup>21</sup> Territorio Marketing Transformación Digital (2015). *Métodos de fijación de precios*, Consultado el día 22/05/2015. Disponible online: <http://territoriomarketing.es/metodos-de-fijacion-de-precios/>

Emprendedores XXI Argentina (2011). *Técnicas de fijación de precios*, consultado el día 22/05/2015. Disponible online: [http://www.emprendedorxxi.coop/html/creacion/crea\\_pempresa\\_art5f.asp](http://www.emprendedorxxi.coop/html/creacion/crea_pempresa_art5f.asp)

- Determinar el precio según la demanda: Es un tipo de método que se basa en el precio esperado o deseado por los clientes, es decir el precio que están dispuesto a pagar el cliente por ese producto o servicio y a partir de ahí calculamos si con los costes que generan esos productos obtenemos beneficios.
- Determinar el precio según el punto de equilibrio: Es un tipo de método que se basa en calcular cuántos productos o servicios necesitamos vender para cubrir los costes que generan esos productos o servicios. Este punto es el punto de equilibrio también llamado el punto muerto en donde el beneficio es cero. Por debajo de ese punto tendremos pérdidas porque no cubrirán los costes y por encima de ese punto obtendremos beneficios.
- Determinar el precio según la competencia: Es un método que se basa en hacer un estudio de los precios que tienen nuestra competencia cuando tenemos productos o servicios parecidos a ellos.

Para crear un producto para la venta online nos iremos a “Ventas” → “Productos”. Y nos aparece esta ventana.

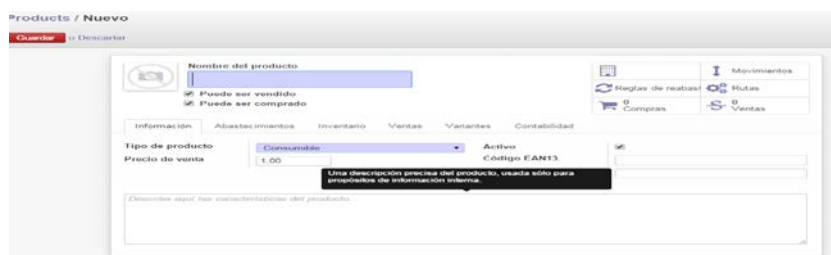
Figura 33. Creación de productos



Fuente: Imagen del programa Odoo

En esta ventana tenemos que darle *click* al botón de “Crear” y nos saldrá una ventana parecida a la de la siguiente figura (figura 33)

Figura 34. Creación de productos

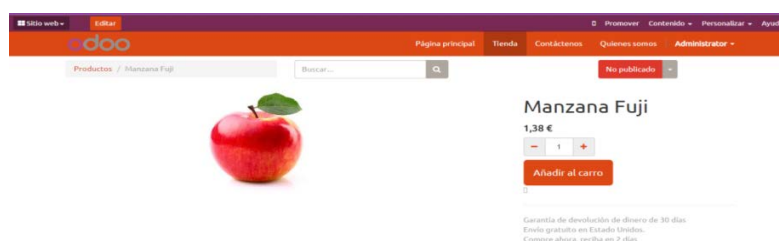


Fuente: Imagen del programa Odoo

Como vemos en la figura 34 ya podemos poner el nombre del producto en el rectángulo azul y en el icono de la cámara de fotos podemos añadir la foto de nuestro producto y en información le pondremos el tipo de producto y el precio de venta.

Una vez terminado, le damos al botón “guardar”, y el producto estará creado. Una vez creado el producto, podemos verificar que todo ha ido correctamente yendo a “Sitio Web” → “Tienda” y allí nos aparecerá el producto que acabamos de crear como podemos observar en la figura 35.

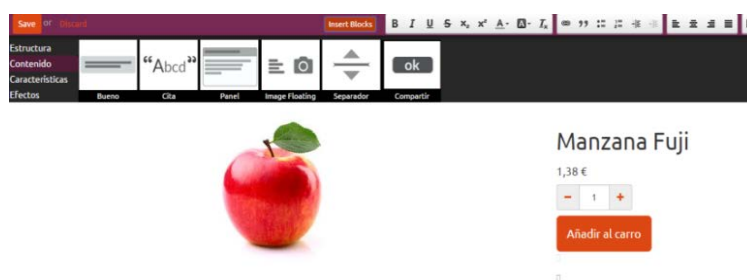
Figura 35. Creación de productos



Fuente: Imagen del programa Odoo

También podemos añadir un fragmento de código “Compartir” para que los compradores puedan compartir esta página en las redes sociales. Para ello le damos al botón “Editar” nos vamos a “insertar bloques” → “Contenido” y allí veremos el icono del bloque “Compartir” que podremos arrastrarlo hasta ponerlo debajo de la foto del producto, y de esta manera tendremos la opción de compartir puesta en nuestra página, y así de esta manera podremos ofrecer a nuestro clientes la opción de compartir este producto en las redes sociales.

Figura 36. Opciones de diseño



Fuente: Imagen del programa Odoo.

### 3. Establecer los atributos del producto y gestionar variantes.

Figura 37. Menú atributo

Atributo	Valor del atributo de producto
Color	Blanco, Negro
Memoria	16 GB, 32 GB
Red inalámbrica	Red inalámbrica: 2.4 GHz

Añadir un elemento

Fuente: Imagen del programa Odoo

Cuando un cliente visita una tienda online, a veces busca no solo un producto en concreto, sino una variante concreta de dicho producto. Por ejemplo, un cliente puede desear comprarse el iPhone 6 y en concreto la variante que tiene 64GB. Odoo nos permita solucionar esta situación estableciendo atributos a los productos y gestionando las variante (ver figura 34). Para llevar a cabo esto, tenemos que seguir los siguientes pasos:

- Crear un producto disponible en varias versiones. Por ejemplo: *camiseta con tallas y colores diferentes*. Cada combinación es una variante.
- Añadir precios diferentes según el tipo de atributo. Por ejemplo: *los discos duros de 500 MG vale un precio y uno de 1GB vale otro precio diferente*.
- Sustituir la foto principal del producto por otra foto diferente del mismo producto pero en una variante diferente.

Para poner atributos al producto nos vamos a “Ventas” → “Productos” → botón “Editar” → “Variantes”.

Figura 38. Opciones de diseño



Fuente: Imagen del programa Odoo

Figura 39. Menú atributo

Atributo	Valor del atributo de producto
Memoria	16 GB, 32 GB
Color	Blanco, Negro
Red inalámbrica	2.4 GHz
Memoria	
Color	
Red inalámbrica	
Crear y editar...	

Fuente: Imagen del programa Odoo

Como vemos en la foto de arriba. Si pulsamos en “atributo” nos sale un menú donde podemos “crear” y “editar”, allí podemos crear el atributo del producto como el color, la memoria, la red inalámbrica, etc., dependiendo del atributo que tiene nuestro producto. En el cuadro de la derecha está “el valor del atributo del producto” también si pulsamos en el recuadro nos saldrá un menú en el que podemos añadir “el valor” como la memoria que tienen o el color, una vez que tenemos estos atributos creados le damos al botón “guardar”.

Figura 40. Opciones de diseño

Fuente: Imagen del programa Odoo

Si nos vamos al icono donde pone: “LISTA DE VARIANTES” y lo pulsamos nos sale otra pestaña para subir fotos del mismo producto pero con otros atributos diferentes.

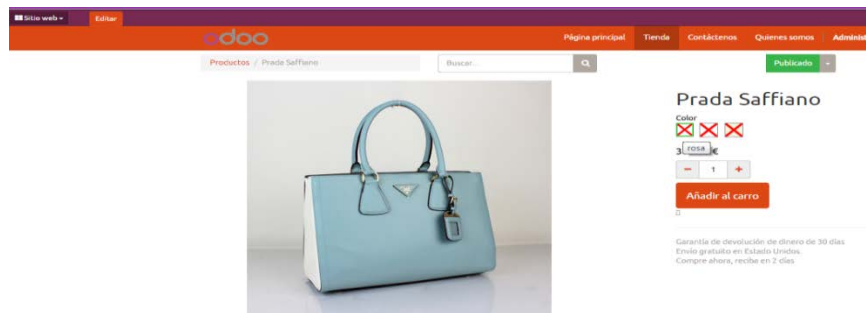
También tenemos la posibilidad de añadir otra foto del producto pero con un color diferente. Para esto, le daremos al botón “crear” y añadiremos dicha foto.

Figura 41. Opciones de diseño

Fuente: Imagen del programa Odoo.

Una vez terminada esta parte, nos iremos a la tienda online para que ver cómo se ha quedado el resultado final.

**Figura 42. Opciones de diseño**



*Fuente: Imagen del programa Odoo*

En la figura 38 se puede apreciar el producto y además podemos ver las distintas variantes de éste. En la parte derecha podemos ver que hay tres opciones que el cliente puede pulsar para ver las distintas variantes del producto. En nuestro caso, este producto se oferta en varios colores. Además puede configurarse *Odoo* para que cuando el usuario seleccione una variante, aparezca en la foto la variante del producto que el usuario ha seleccionado.

Desde la página de la tienda online si nos vamos al botón “Editar” tenemos la opción de modificar la foto como por ejemplo el tamaño, el estilo, y mover la imagen hacia arriba o hacia abajo con el objetivo de llamar la atención del cliente.

**Figura 43. Editar foto**



*Fuente: Imagen del programa Odoo*

Si damos *click* a un producto nos vamos a otra página. En esta página tenemos la opción de añadir las características de los productos, modificar el nombre del producto, y podemos insertar bloques para hacer una descripción de nuestro producto. Imaginemos que queremos añadir más información y más fotos sobre un producto determinado. Para ello, primero tenemos que pulsar en el botón “Editar”.

Figura 44. Opciones de diseño



Fuente: Imagen del programa Odoo.

Y a continuación añadimos los “bloques de construcción” para incluir una foto en la parte de abajo y para describir las características del producto. También se puede cambiar el nombre del producto y modificar el precio desde la misma página.

Por último, vez modificada la foto de la página del producto debemos guardar los cambios realizados.

#### 4. Detallar el catálogo de nuestros productos.

Odoo permite definir la categoría de productos, buscar los atributos, centralizar las promociones y lanzar los mejores productos en la primera página para aumentar las ventas. Para ello, ofrece las siguientes funciones:

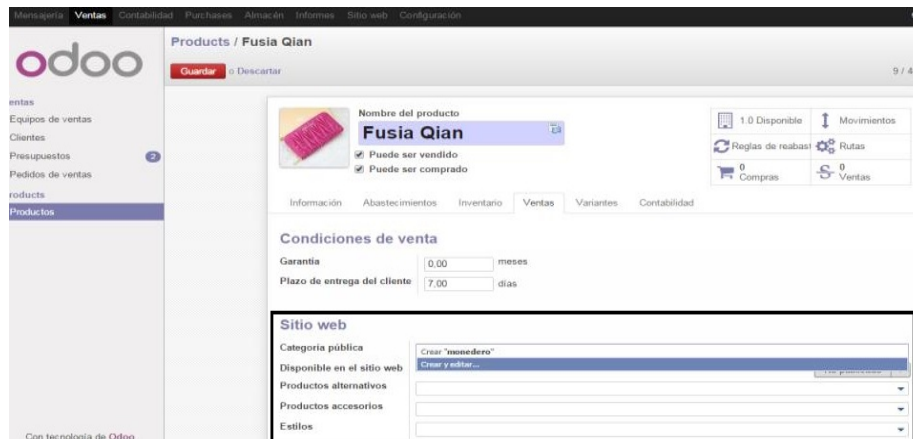
- Añadir a los productos su categoría.
- Asignar categorías públicas a los productos. Podemos seleccionar varias categorías para un producto.
- Empujar nuestro producto estrella en la parte superior de la página y ampliar el tamaño de la foto.
- Añadir rebajas para informar a los usuarios acerca de una promoción por tiempo limitado. También se puede cambiar el precio del producto.
- Personalizar el interfaz del catálogo para facilitar la navegación.

A continuación describiremos cada uno de estos puntos detalladamente.

#### ➤ Para añadir al producto su categoría:

Nos iremos a “Venta” → “Producto” → seleccionamos un producto y damos al botón “editar”.

Figura 45 Figura 45. Opción de añadir categoría de productos

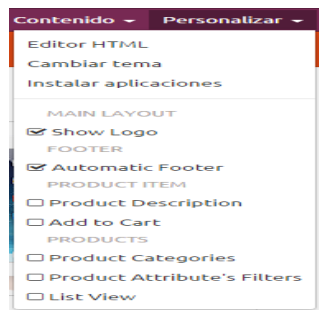


Fuente: Imagen del programa Odoo

Nos aparece esta ventana, iremos a “Ventas” y dentro del “menú ventas” nos vamos a “Categoría Publica” desde aquí creamos la categoría del producto, y una vez finalizada le damos a “guardar”.

Para ver las categorías creadas anteriormente podemos ir a “Sitio Web” y luego a nuestra “Tienda online”. En el menú “personalizar” buscamos “Product Categories”.

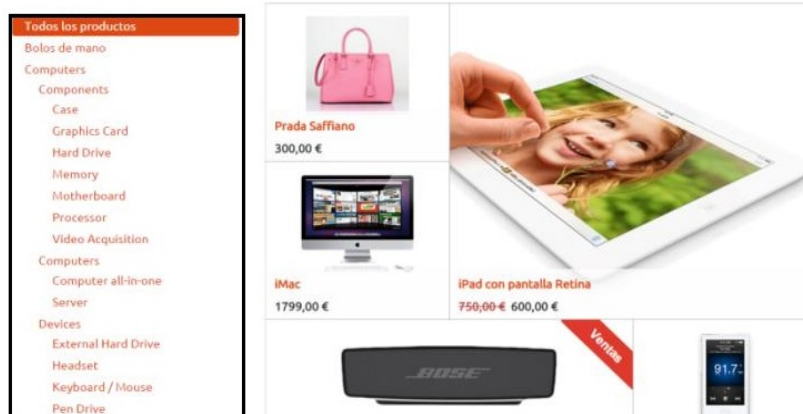
Figura 46 Figura 46. Menú contenido



Fuente: Imagen del programa Odoo

Una vez que seleccionamos “Product Categories” veremos un listado con las categorías de los productos de forma similares a como aparece en la figura 47.

Figura 47 Figura 47. Listado de categorías de los productos



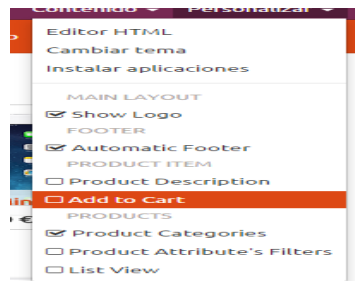
Fuente: Imagen del programa Odoo

En muchas páginas web, a la hora de mostrar todos los productos, permiten que el usuario los añada directamente a su carro sin la necesidad de que el usuario tenga que visitar cada página del producto para comprarlo desde allí. Esta funcionalidad puede ser añadida en *Odoo* de la siguiente forma:

- Añadir el carrito de compra a los productos:

Nos vamos a “la tienda online” → al menú “Personalizar” → “Add to cart”

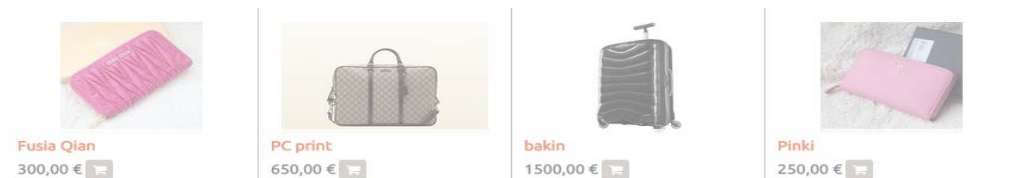
Figura 48 Figura 48. Añadir carro de compra



Fuente: Imagen del programa Odoo

Una vez añadido el carrito de compra, podemos ver en la tienda online el icono del carrito debajo de la foto de los productos.

Figura 49 Figura 49. Opciones de diseño



Fuente: Imagen del programa Odoo

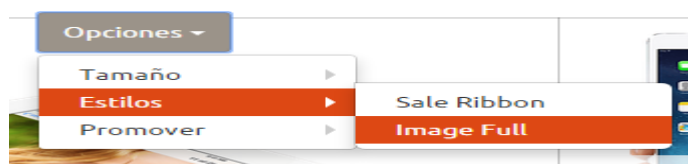
De esta forma los visitantes de nuestra tienda online pueden añadir al “carrito de compra” los productos que desean comprar desde esta página sin tener que seleccionar un producto e ir a otra página para seleccionar otro producto.

➤ Promocionar un producto:

En muchas ocasiones puede ser interesante que se promocione un producto determinado, ya sea por ejemplo por agotar existencias, promocionar cierta gama de productos que tenga los precios rebajados, etc. En cualquier caso, *Odoo* nos ofrece herramientas sencillas para promocionar uno o varios productos.

Para publicitar un producto en la página de la tienda online, le damos al botón “Editar” y con solo seleccionar el producto que queremos promocionar nos aparece el menú “Opciones”, como lo podemos observar en la foto.

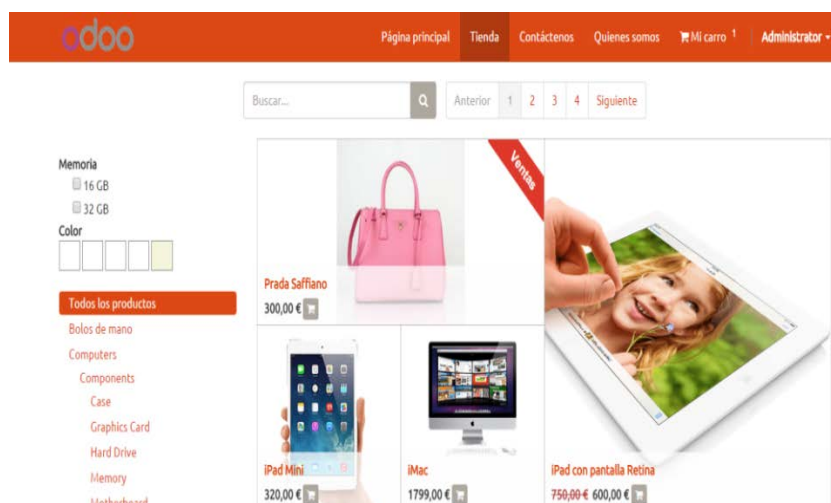
Figura 50 Figura 50. Opciones de diseño



Fuente: Imagen programa Odoo

Desde este menú podemos: Mover la imagen a la parte superior de la página y usando la opción “estilo” podemos poner una rebaja por un tiempo limitado. Además también podemos cambiar de tamaño de la foto de nuestro producto para llamar la atención al cliente. Así nos quedaría el producto en la tienda online.

Figura 51 Figura 51. Productos en la tienda online



Fuente: Imagen del programa Odoo

## 5. Personalizar la tienda online para maximizar las ventas:

Gracias a los métodos de ventas cruzadas y ventas dirigidas podemos aumentar los ingresos<sup>22</sup>.

Ventas cruzadas (*Cross-selling*): es la venta de un producto diferente o complementaria al producto que desea el cliente para obtener más ventas.

Ventas dirigidas (*Upselling*): es una técnica de venta que induce al cliente comprar un producto adicional o más caro, con la intención de hacer una venta más rentable.

Para realizar las ventas cruzadas o ventas dirigidas, *Odoo* nos permite añadir productos accesorios y productos opcionales. A continuación veremos detenidamente como configurar estas opciones.

### ➤ Añadir productos accesorios:

*Odoo* entiende por producto accesorio aquel producto relacionado con el que actualmente está comprando el cliente y que puede ser utilizado conjuntamente con este o combinándolo con el que está comprando.

Para añadir al producto un “producto accesorio” nos vamos a “Ventas” → “Productos” y de damos al botón “Editar”.

Figura 52 Figura 52. Añadir productos accesorios



Fuente: Imagen del programa Odoo

<sup>22</sup> Palbin (19/03/2014): *Cross selling y up selling: 2 técnicas para vender más en tu ecommerce.* Consultado el día 23/05/2015. Disponible online: <https://www.palbin.com/es/blog/post/210/cross-selling-y-selling-2-tecnicas-para-vender-mas-en-tu-ecommerce>

Nos aparece esta ventana, e iremos a “Ventas” y vemos las opciones de los “productos alternativos” y “productos accesorios” pues aquí les añadimos los productos para obtener más ventas. Una vez terminada esta parte nos vamos a la “tienda online” y seleccionamos el producto, una vez hecho todo esto nos aparecerá así la página del producto.

Figura 53 Figura 53. Producto con sus productos accesorios



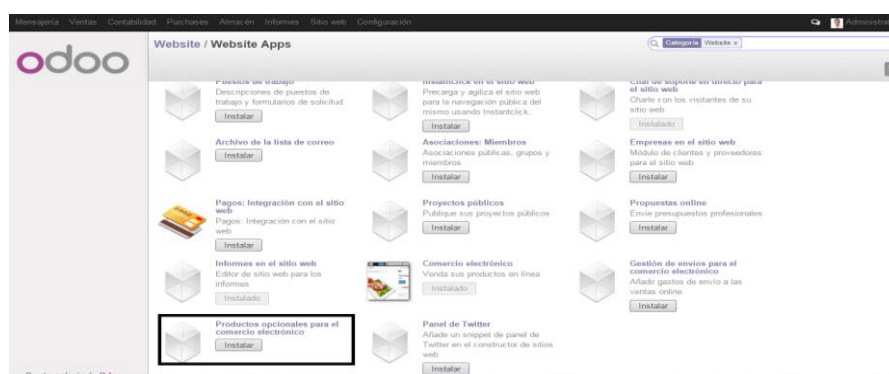
Fuente: Imagen del programa Odoo

➤ Añadir producto opcional:

Odoo nos ofrece la posibilidad de añadir al producto seleccionado por nuestros clientes algunos productos similares o de la misma categoría para que el cliente tenga la opción de elegir uno producto u otro, Odoo lo entiende como producto opcional.

Nos vamos a “Sitio Web” → “Personalizar” → “Add application” → buscamos el modulo “Producto opcional para el comercio electrónico” para instalarlos.

Figura 54. Instalación de aplicaciones



Fuente: Imagen del programa Odoo

Una vez instalada la aplicación nos vamos a “Ventas” → “Productos”, seleccionamos un producto para añadirle “producto opcional” y le damos al botón “Editar” → “Ventas” nos aparece la opción del “productos opcionales”. Metemos “el producto opcional” y una vez finalizada le damos al botón “Guardar”

Figura 55. Añadir producto opcional

Sitio web  
Categoría pública: maleta  
Disponibile en el sitio web: No publicado  
Productos alternativos  
Productos accesorios: PC print  
Productos opcionales: Voyage  
Estilos  
Secuencia: 14

Fuente: Imagen del programa Odoo

Ahora nos vamos a la “Tienda” y seleccionamos el producto y le damos a “añadir el carrito” una vez allí, nos aparece los productos opcionales para que el cliente pueda comprarlos. A continuación mostramos un ejemplo de página web en donde se le ofrece otros productos similares para que el cliente compre el producto que más le interese.

Figura 56. Producto con sus productos opcionales

Producto	Precio	Cantidad
Fusta Qian	300,00 €	1
Seleccione sus opciones:		
Gel	500,00 €	Añadir al carrito
Pinki	450,00 €	Añadir al carrito

Fuente: Imagen del programa Odoo

## 6. Compras online.

Ahora vamos a explicar como un cliente puede comprar un producto online. Estos son los pasos que el cliente debe seguir:

- Añadir algunos productos al carrito.
- Dar la orden de compra, procesar el tipo de pago y el envío.

Primero nos metemos en la “página web” y nos vamos a “la tienda online”. Escogemos un producto y añadimos al carrito.

Al añadir el producto al carrito nos aparece esta ventana.

Figura 57. Compras online

Carro de compras

Revisar pedido | Envío y facturación | Pago | Confirmación

Producto	Precio	Cantidad
Prada Saffiano	300,00 €	1

Total: 363,00 €  
Impuestos: 63,00 €

Políticas  
 Garantía de devolución de 30 días  
 Factura enviada por correo electrónico

Pago seguro  
 Con encriptación de 256 bit  
 Procesado por Ogone

Fuente: Imagen del programa Odoo

En esta ventana (figura 57) podemos añadir la cantidad del productos que queremos comprar, procesar la venta, o bien seguir comprando .Y si queremos seguir

Figura 58. Formulario

Fuente: Imagen del programa Odoo

Si decidimos realizar la compra, Odoo nos mostrará una ventana (ver figura 58) en donde tenemos que introducir nuestra dirección para que nos envíen los productos y en la parte de la derecha podemos cambiar de producto si no queremos ese producto y queremos comprar otros. Una vez terminado de rellenar la dirección damos clic en “confirmar”. Y nos aparecerá una ventana (figura 59) con los datos de la confirmación del pedido.

Figura 59. Confirmación de pedido

Fuente: Imagen del programa Odoo

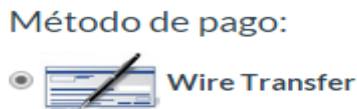
Una vez confirmado el pedido. Odoo envía un e-mail de confirmación al cliente automáticamente.

## 7. Agregar método de pago online

Uno de los aspectos más importante a tener en cuenta cuando creamos un sitio web para la venta de productos y/ o servicios son las opciones de que se le ofrece al cliente para que éste pueda pagar por dichos productos o servicios.

El método de pago predeterminado por el módulo de “Comercio Electrónico” es la aplicación “*Wire Transfer*”. Éste método pide al cliente dar la orden de pago a través de su cuenta bancaria.

Figura 60. Opción de pago



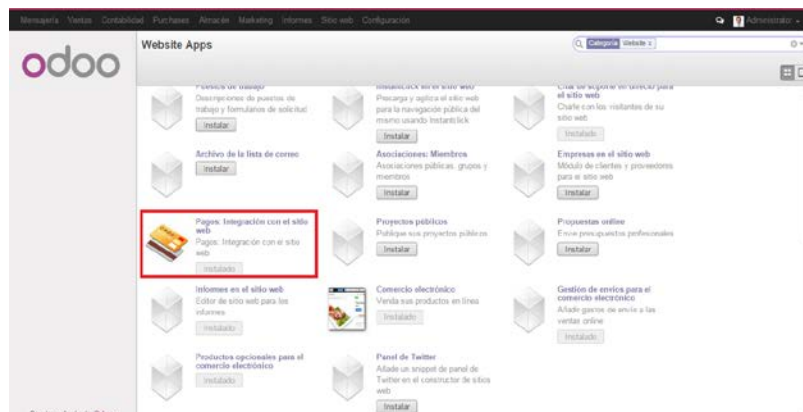
Fuente: Imagen del programa Odoo

Odoo tiene incorporado en la plataforma otros tipos de pagos electrónicos como: *PayPal*, *Ogone*, *Adyen* y *Buckaroo*.

Nosotros vamos a configurar “el método de pago *PayPal*” ya que es el más conocido y usado como método de pago en muchos sitios web.

Para instalar el módulo “Pagos integrados con el sitio web” en *Odoo* nos vamos a “Sitio Web” → al menú “Personalizar” → “Instalar aplicaciones”.

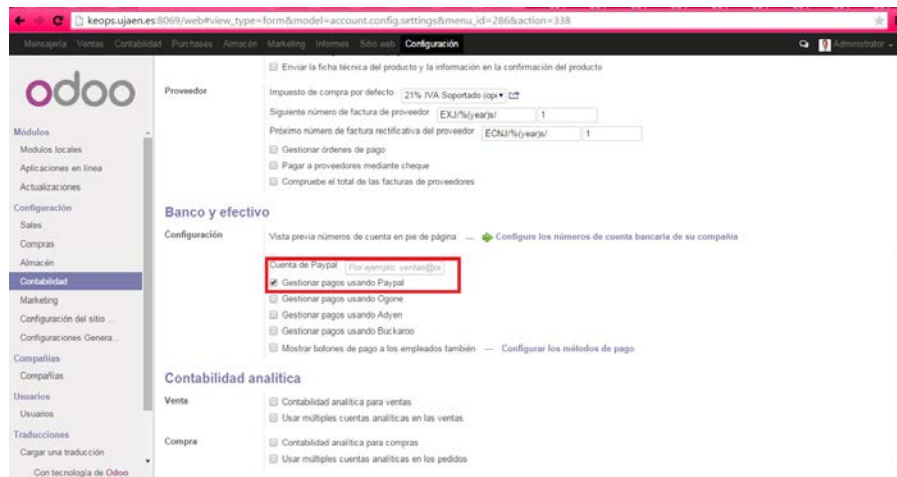
Figura 61. Instalación de aplicaciones



Fuente: imagen del programa Odoo

Una vez instalada esta aplicación (ver figura 55) necesitamos configurarla, para ellos vamos a “Configuración” → “Contabilidad” y nos aparece la ventana que vemos en la figura 56: En el apartado de “Banco y efectivo” seleccionamos “Gestionar el pago con *PayPal*”, en donde pone cuenta de *PayPal* tenemos que introducir los datos de la cuenta *PayPal* que hemos tenido que crear anteriormente para nuestra empresa.

Figura 62. Opciones de configuración



Fuente: Imagen del programa Odoo

Podemos comprobar que todo ha sido instalado correctamente, realizando una compra como si fuéramos un cliente y viendo que métodos de pago nos ofrece. Si vemos los métodos de *Wire Transfer* y *PayPal*, como en la siguiente imagen, es que todo ha sido configurado correctamente.

Figura 63. Métodos de pago



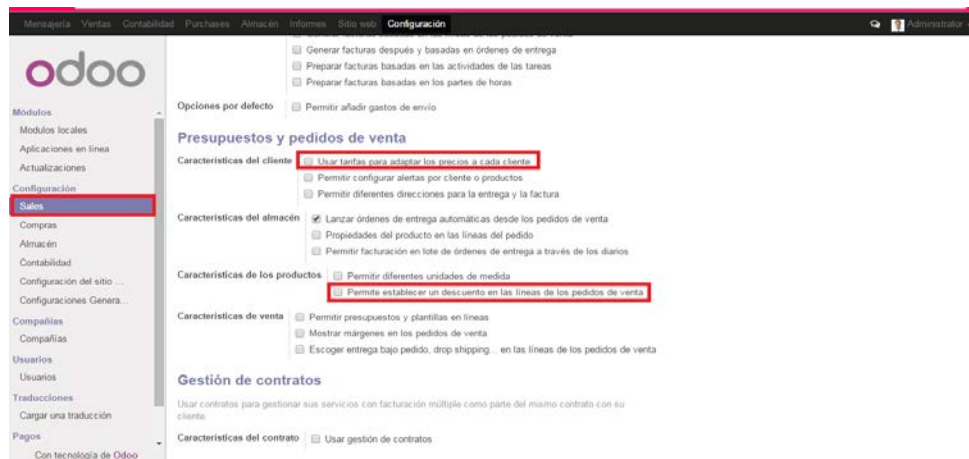
Fuente: Imagen del programa Odoo

## 8. Compartir códigos promocionales para atraer nuevos clientes.

En el comercio electrónico, los códigos promocionales o cupones de descuento son un medio eficaz para promocionar un sitio web y alentar a los clientes potenciales. Vamos a ver cómo *Odoo* nos permite configurarlo en unos pocos clics. Esta sección está estrechamente vinculada a la sección de “listas de precios”, que vemos en la sección de “gestión de ventas”.

Para hacer descuentos o un presupuesto diferente según el tipo clientes, nos vamos a “Configuraciones” y luego a “Sales”. Nos aparece esta pestaña donde podemos configurarlo.

Figura 64. Opciones de configuración



Fuente: Imagen del programa Odoo

Podemos establecer un código de promoción en una lista de nuevos precios o reglas de promoción en varias versiones según las temporadas. Por ejemplo podemos cambiar la página web con precios diferentes en temporadas como en Navidad, Verano...etc.

Para que se muestre la opción de código de descuento en el carrito, tenemos que hacer clic en “Mi carrito” y luego nos vamos al menú “Personalizar” → “Coupon Code”.

Figura 65. Menú personalizar



Fuente: Imagen del programa Odoo

## 9. Ofrecer a los visitantes su propia cuenta

Otro servicio que puede ser interesante ofrecer al cliente es la posibilidad de crear una cuenta propia. De esta forma al cliente se le ofrece la oportunidad de:

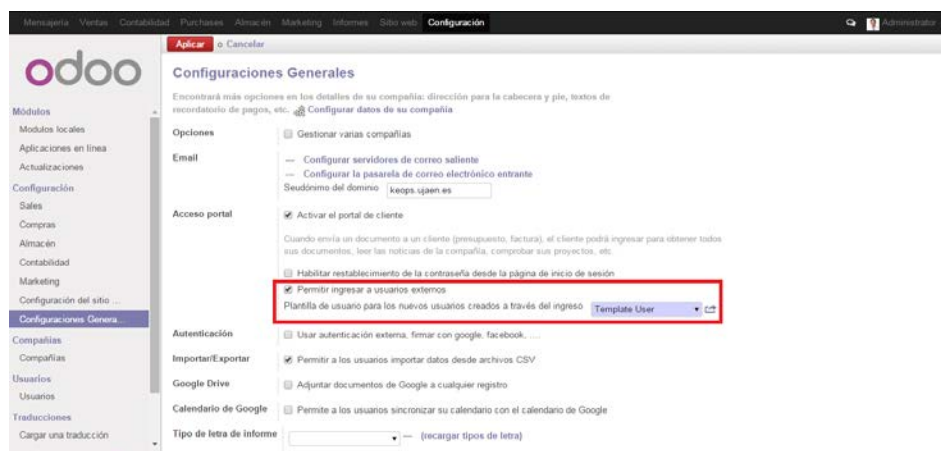
- Recuperar automáticamente su propia información de contacto en el momento de pagar su carro.

- Acceder a un portal con sus mensajes, pedido, facturas, reclamaciones, etc.

Además que los clientes tengan su propia cuenta también es interesante para la empresa, ya que de esta forma, se facilita el análisis de ventas según el perfil de los clientes.

Para activar esta opción tenemos que habilitar que los clientes puedan crear su propia cuenta. Nos vamos a “Configuración” → “Configuraciones Generales”. Dentro de la página señalamos la opción de “Permitir ingresar a usuarios externos”.

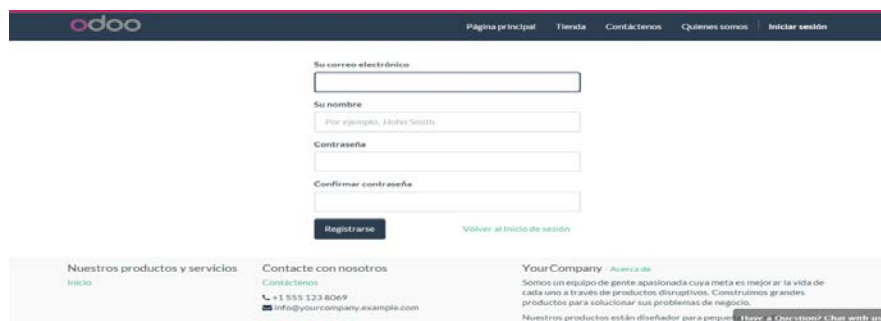
Figura 66. Opciones de configuración



Fuente: Imagen del programa Odoo

Una vez finalizada, nos salimos del programa y volvemos a entrar como si fuéramos un cliente para ver si tenemos la opción de “crear una cuenta de usuario”. Si nos aparece como en esta imagen, es que hemos instalado bien esta opción.

Figura 67. Inicio de sección para clientes

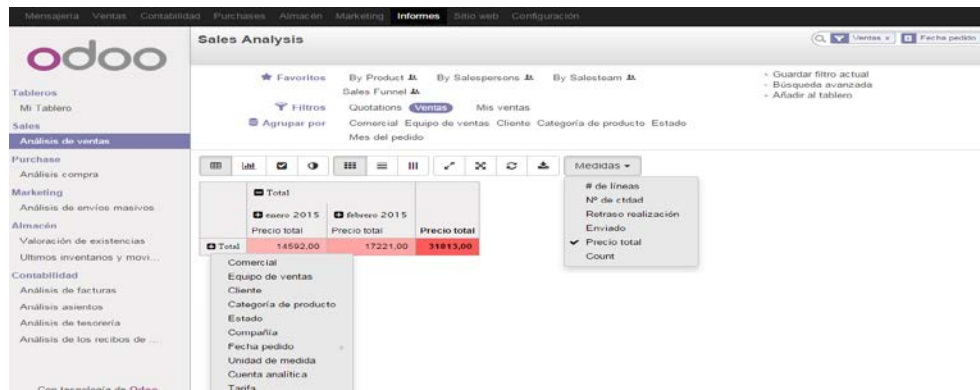


Fuente: imagen del programa Odoo

## 10. Analizar las ventas online

Si queremos saber cuáles son los productos más vendidos, quienes son nuestros clientes potenciales...etc., para ellos tenemos que ir a “Informes” → “Ventas” → “Análisis de Ventas”. Nos aparece esta ventana:

Figura 68. Análisis de las ventas



Fuente: Imagen del programa Odoo

En la sección de análisis de ventas podemos:

- Resaltar el mejor producto en términos de la cantidad vendida.
- Encontrar al mejor cliente en términos de ingresos.
- Mostrar gráficos con las ventas mensuales, trimestrales, anuales....etc., por productos y añadir al tablero.
- Mostrar las ventas por empleados y mostrar los productos en el encabezado de la columna.
- Exportar los datos, las gráficas en Excel.

## 5. CONCLUSIONES

Al concluir este trabajo fin de grado, me he dado cuenta de lo importante que es un sistema *ERP* para las empresas, ya que hoy en día muchas empresas necesitan un sistema de gestión que les pueda ayudar a expandir sus negocios en la red, pues que es un medio que está creciendo cada vez más.

Uno de los objetivos de este trabajo era analizar los módulos de *Odoo* que están escasamente documentados ya que son de reciente creación y hemos observado que para manejar dichos módulos no hace falta tener grandes conocimientos en informática para utilizarlos aunque si es cierto que hubiera facilitado mucho su uso si estos módulos hubieran estado correctamente documentados.

Dentro del trabajo uno de los puntos que más atención me dio, fue las posibilidades que ofrecía *Odoo* para comunicarse con los clientes ya sea a través del sitio web o de las redes sociales, estos medios de comunicación son utilizados por las empresas tanto como para fidelizar a los clientes, como para conseguir nuevos clientes y así aumentarían sus ventas en este campo.

También es muy importante resaltar que *Odoo* permite varios métodos de pagos seguros, porque existen usuarios que no realizan las compras en internet por no tener información suficiente sobre la seguridad en este ámbito.

Para terminar, este trabajo me ha ayudado a conocer las diferentes gestiones de una empresa en el ámbito de internet, porque este tema no lo he visto a lo largo de mis estudios en la universidad, y creo que el manejo del sistema *Odoo* me ayudará mucho para mi futuro profesional porque hoy en día muchas empresas utilizan los sistemas *ERP*.

## 6. BIBLIOGRAFÍA

Álvaro Gómez Vieites, Carlos Suárez Rey (2011), “*Sistemas de Información. Herramientas prácticas para la gestión empresarial.*” Madrid. Ra-Ma Empresa

Emprendedores XXI Argentina (2011). *Técnicas de fijación de precios*, consultado el día 22/05/2015. Disponible online:

[http://www.emprendedorxxi.coop/html/creacion/crea\\_pempresa\\_art5f.asp](http://www.emprendedorxxi.coop/html/creacion/crea_pempresa_art5f.asp)

ERP- Planeación de recursos empresariales (24/09/2006). *ERP, definición, ventajas y desventajas*. Consultado el día 7 de mayo de 2015. Disponible online:

<http://erp-peru.blogspot.mx/2006/09/erpdefinicion-ventajas-y-desventajas.html>

Freemática. Blog de gestión empresarial en la nube (2013). *¿Qué es un ERP? Origen y Evolución*. Consultado el 27 de abril de 2015. Disponible online:

<http://blog.freemática.es/que-es-un-erp-origen-y-evolucion/>

Joan Lozoya (15 julio 2013). *Clases de comercio electrónico: B2B, B2C, B2A, B2E, C2C, C2G, B2G*. Consultado el día 23 de mayo de 2015. Disponible online:

[http://suite101.net/article/clases-de-comercio-electronico-b2b-b2c-b2a-b2e-c2c-c2g-b2g-a26589#.VXcRj\\_wcTIV](http://suite101.net/article/clases-de-comercio-electronico-b2b-b2c-b2a-b2e-c2c-c2g-b2g-a26589#.VXcRj_wcTIV)

Monserrat Jiménez Partearroyo (2011), “*La gestión informática de la empresa: nuevos modelos de negocio.*” Madrid. Ra-Ma Empresa

E-business (2013), “*Nuevas formas de hacer negocios*” Consultado el día 24 de abril de 2015. Disponible en: <http://gestionegrp101.weebly.com/c2c-consumer-to-consumer.html>

Odoo (10/01/2014). *Open Source Website Builder and eCommerce: OpenERP*. Consultado el día 4 de mayo de 2015. Disponible online: <https://www.youtube.com/watch?v=pp7OCqWoRjQ>

Odoo (2014) *.Odoo website builder*. Consultado el día 4 de mayo de 2015. Disponible online : [https://www.odoo.com/es\\_ES/page/website-builder](https://www.odoo.com/es_ES/page/website-builder)

Odoo (2014). *Odoo eCommerce*. Consultado el 15 de mayo de 2015. Disponible online: [https://www.odoo.com/es\\_ES/page/e-commerce](https://www.odoo.com/es_ES/page/e-commerce)

Oscar Grau (2013). “*La importancia de las redes sociales en el comercio electrónico*”. Consultado el día 9 de junio de 2015. Disponible online: <http://blog.trilogi.com/redes-sociales-comercio-electronico/>

Palbin (19-03-2014). *Cross selling y up selling: 2 técnicas de para vender más en tu ecommerce*. Consultado el día 19 de mayo de 2015. Disponible online:

<https://www.palbin.com/es/blog/post/210/cross-selling-y-selling-2-tecnicas-para-vender-mas-en-tu-ecommerce>

Rafael Muñiz (2015). *CEF-Marketing XXI*. Consultado el 25 de mayo de 2015. Disponible online: <http://www.marketing-xxi.com/seo.html>

Red de empresario visa (2014) *Guía Práctica para el Desarrollo de Plataformas de Comercio Electrónico en México*. Consultado el día 18 de marzo de 2015. Disponible online: <http://www.redempresariosvisa.com/Ecommerce/Article/que-es-e-commerce-o-comercio-electronico>

Territorio Marketing Transformación Digital (2015). *Métodos de fijación de precios*. Consultado el día 22/05/2015. Disponible online: <http://territoriomarketing.es/metodos-de-fijacion-de-precios/>

Todo lo que necesitas saber sobre SEO, Redes Sociales, Marketing Digital y Posicionamiento Web (marzo 19, 2013). *7 estrategias para hacer tu sitio web más exitoso*. Consultado el día 20 de marzo de 2015. Disponible online: <http://blog.posicionaweb.mx/index.php/7-estrategias-para-hacer-tu-sitio-web-exitoso/>

Videos tutoriales para uso de los módulos de Odoo website y e-commerce lo he cogido del correo que nos enviaste

Visa red de empresario visa (2014). “*Guía práctica para el desarrollo de plataformas de comercio electrónico en México*”. Consultado el día 9 de junio de 2015. Disponible online: <http://www.redempresariosvisa.com/Ecommerce/Article/retos-del-marketing-en-redes-sociales>

Yourerpsoftware. *Ventajas e inconvenientes de los sistemas ERP*. Consultado el día 7 de mayo de 2015. Disponible online: <http://www.yourerpsoftware.com/content/27-ventajas-e-inconvenientes-de-los-sistemas-erp>