

OPORTUNIDADES EN EL CROSS BORDER ECOMMERCE

El comercio electrónico se ha convertido en un firme aliado en la difícil tarea de la internacionalización de la pyme, tanto en sectores B2C como B2B. Bien sea como eficaz herramienta de testeo de mercado, a través de *marketplaces* con un mínima inversión asociada, o como canal de venta directa, que “puentea” la infranqueable distribución tradicional a través de nuestra tienda online propia, el comercio electrónico intrafronterizo, o “cross border ecomerce”, está aquí para quedarse.

Si tomamos como ejemplo el dinámico sector de la moda en nuestro país, veremos como la venta online de moda alcanza ya el 6’5% del total de la venta online nacional, representando una cifra de negocio de 1.305 millones de euros con un crecimiento anual del 30% en el 2015. Estas cifras récord tienen incluso mayor peso en nuestros mercados de exportación tradicionales, y es especialmente ilustrativo el dato de que el Reino Unido cuenta ya con 200.000 tiendas online frente a las 60.000 que encontramos en nuestro país. Otro indicador objetivo de este gran potencial es el dato de que el 65% de la oferta de moda española disponible en Amazon Fashion (cuyo catálogo incluye ya más de un centenar de pymes nacionales) se exporta, siendo su destino principal mercados de proximidad como el Reino Unido, Francia, Alemania o Italia.

La siguiente tabla nos da aún mayor detalle para entender la importantísima oportunidad a nivel de ticket medio de compra y costes en los mencionados mercados. Es interesante también la comparativa a nivel de tasa de conversión, esto es, el porcentaje de compras frente a visitas en nuestra tienda online.

	ESPAÑA	REINO UNIDO	FRANCIA	ALEMANIA
COSTE POR CLICK (CPC)	0,45 €	0,50 €	0,43 €	0,46 €
TASA DE CONVERSIÓN (%)	1,50 %	4,00 %	3,20 %	2,50 %
PRECIO MEDIO DE COMPRA	52 €	65,52 €	59,22 €	63,76 €
COSTE MEDIO POR COMPRA	31,50 €	12,50 €	13,44 €	18,40 €
MARGEN BRUTO	21,50 €	53,02 €	45,78 €	45,36 €

Fuente: Adobe Digital Index 2014, Statista

Como conclusión, existen dos caminos, no excluyentes sino complementarios en el medio plazo, para iniciar una estrategia de *cross border ecomerce*:

1. A través de *marketplaces*:
 - ✓ Ventaja: buen testeo de mercado con una inversión limitada

- ✓ Inconveniente: olvídate del “full price” (15% de comisión en el caso de Amazon o 22% si se encargan de tu logística) y tampoco aporta prestigio a tu marca
 - ✓ Sigüientes pasos: 1) compara antes de elegir *marketplace* y testea, 2) adáptate al mercado de destino (tus contenidos, tu publicidad e incluso tus formas de pago), 3) gánate la confianza de tus compradores con testimonios de clientes satisfechos
2. A través de una tienda online propia:
- ✓ Ventaja: puedes llegar a vender “full price” y crear / consolidar tu marca online
 - ✓ Inconveniente: inversión importante tanto en tecnología como en equipos
 - ✓ Sigüientes pasos: 1) “Localiza” tu *customer service* en tus países target (nadie comprará en Londres tus exclusivas sandalias menorquinas de 90 libras si no ven en tu Web una dirección y teléfono local), 2) “Localiza” también tu marketing online (SEO/SEM, redes sociales, email marketing, etc.), 3) Y “localiza”, por último, tu *fulfillment* y gestión de devoluciones (no olvides incluir en tu Web la promesa de “devoluciones gratis y rápidas”, y cumplirla!)

Enlaces de interés:

- ✓ Ecommerce Europe
- ✓ Emarket Services del ICEX
- ✓ Ecommerceworldwide.com
- ✓ Destinations.asendia.com
- ✓ MODACC – Clúster de la Moda de Catalunya
- ✓ Cross Border Magazine (inscripción gratuita)
- ✓ SaleSupply.es – agencia de *cross border ecommerce* con oficinas en 12 países

Este artículo da continuidad al taller “Exportación 2.0: oportunidades para la pyme en un entorno digital y global” (ver vídeo en este [link](#)) del Programa Exportar para Crecer de Banco Sabadell. Aprovechamos también para invitaros a visitar la nueva guía para internacionalizar tu negocio, [SABADELL GO EXPORT](#), donde encontraréis multitud de recursos y partners.



Rafa Olano, profesor colaborador de ESADE Executive Education y Responsable del Taller “Exportación 2.0” del Programa Exportar para Crecer