

Foro ICEX

Comercio digital: nuevos mercados *online*

El mercado global del *e-commerce* ofrece numerosas oportunidades debido a la creciente digitalización, el acceso a tecnologías avanzadas como la inteligencia artificial, la automatización o la sostenibilidad como elemento diferenciador

Según Eurostat, en España el 33 % de las pymes ya venden *online*. Sin embargo, el porcentaje de pymes españolas que venden *online crossborder* es de sólo el 9 %. En el comercio *online*, la banca de pagos española presenta déficit comercial. Estos y otros datos se han presentado en el *Libro Blanco del Comercio Electrónico Transfronterizo*¹, publicado por ICEX en mayo de 2024. El *Libro Blanco*, resultado de la colaboración entre ICEX España Exportación e Inversiones y Adigital, representa un hito en el camino hacia la comprensión y maximización del potencial del comercio electrónico en la internacionalización de las empresas españolas, abordando por primera vez de manera integral y detallada la situación actual del comercio *online* transfronterizo en España, analizando su impacto económico, el potencial de crecimiento, las barreras existentes y las soluciones disponibles.

¿Cuáles son las claves del éxito para exportar *online*? Con el *Libro Blanco* como fondo, y basándonos en la valiosa experiencia de empresas españolas como Craftelier, que ha crecido exponencialmente gracias al comercio digital, o Grupo R. Queraltó, que se define como una *startup* de más de 125 años gracias a la digitalización y la innovación, analizamos cómo superar obstáculos, visiones preconcebidas y barreras culturales en la transición del comercio *offline* al *online*, y luego al comercio transfronterizo. Además, exploramos las tendencias en comercio electrónico que las empresas deben tener en cuenta para mantener su negocio a la vanguardia.



Libro Blanco del comercio electrónico transfronterizo 2024

Víctor Juárez, CEO y fundador de Craftelier - Mi tienda de Arte, Raquel Planas, directora de internacional del Grupo R. Queraltó, y Laureano Turienzo, presidente de la Asociación Española de Retail, debatieron sobre los nuevos mercados *online* y el comercio digital durante el Foro ICEX 2024. La moderación del taller corrió a cargo de José Antonio Bretones, director de Crecimiento Internacional de la Empresa y Estrategias de Comercialización de ICEX.

¹<https://www.icex.es/es/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/libreria-icex/2024/libro-blanco-del-comercio-electronico-transfronterizo>



Víctor Juárez, CEO y fundador de Craftelier - Mi tienda de Arte, Raquel Planas, directora de internacional del Grupo R. Queraltó, Laureano Turienzo, presidente de la Asociación Española de Retail y José Antonio Bretones, director de Crecimiento Internacional de la Empresa y Estrategias de Comercialización de ICEX.

Entre los intereses más destacados para las empresas españolas en relación con el comercio digital figuran temas como conocer cuáles son las estrategias de *marketing online* que han funcionado para extenderse en otros mercados y cuáles no, cómo se relacionan los canales de venta y cuán relevante es la omnicanalidad en sus estrategias, cómo se resuelven los problemas aduaneros relacionados con el comercio *online* en los países más problemáticos, o cómo se ven empresas como Craftelier o Queraltó en un horizonte de cinco años y hacia dónde apuntan sus estrategias de crecimiento.

Los ponentes coinciden en que las empresas españolas han avanzado mucho en términos de digitalización en los últimos años y en la importancia de cerrar las brechas entre diferentes modelos de negocio. R. Queraltó abrió su página web hace ya 15 años, justo antes del lanzamiento de los canales digitales. Hoy en día, más del 90 % de su facturación procede de proyectos digitales, incluyendo tanto las ventas directas como la explotación de un *software* propio, "Rolando.digital", que es imprescindible para entender su expansión internacional. Hace 13 años, Craftelier dio también el salto al mundo digital y con ello pasó a crear un negocio nuevo, prácticamente desde cero. La internacionalización ha permitido a la empresa estar presente en toda Europa y en varios mercados extracomunitarios, destacando las ventas en el continente americano. Más del 90 % de sus ventas proceden ya del exterior.

Las empresas españolas tienen la oportunidad de aprovechar su experiencia en el mercado local para expandirse internacionalmente. La internacionalización digital permite a estas empresas acceder a nuevos mercados sin necesidad de una presencia física, reduciendo significativamente los costes iniciales. La diversificación de productos y servicios, así como la capacidad de adaptarse rápidamente a las tendencias del mercado, son ventajas competitivas y pilares de un modelo de negocio sostenible. Las empresas también pueden beneficiarse de la creciente demanda de productos de calidad y sostenibles, posicionándose como líderes en estos segmentos a nivel global.

El mercado global del *e-commerce* ofrece numerosas oportunidades debido a la creciente digitalización y el acceso a tecnologías avanzadas. El uso de la inteligencia artificial y la automatización permite a las empresas optimizar sus



operaciones, mejorar la experiencia del cliente y reducir costes. La sostenibilidad y la omnicanalidad también emergen como tendencias clave, ofreciendo a las empresas la posibilidad de diferenciarse a través de prácticas sostenibles y estrategias de ventas integradas, donde los canales físico y *online* se retroalimentan. Otro aspecto que es fundamental y genera oportunidades es la inversión en *marketing*, absolutamente necesaria por el impacto y efecto escala que genera: plataformas como Amazon o Temu invierten sumas enormes en innovación y en *marketing*. Además, plataformas como TikTok Shop y los *marketplaces* globales proporcionan canales adicionales para llegar a nuevos públicos y expandir el alcance de las marcas. Del mismo modo, la logística es clave y una fuente de oportunidad en la expansión de estos negocios.

La administración pública tiene en su mano la posibilidad de reforzar las políticas de apoyo a la digitalización y la internacionalización de las empresas españolas. Esto va desde proporcionar subvenciones y financiación para la adopción de tecnologías avanzadas, así como para la formación en competencias digitales, hasta la simplificación de los trámites aduaneros y la firma de acuerdos comerciales que reduzcan las barreras de entrada a nuevos mercados. Además, la promoción de España como un *hub* de innovación y sostenibilidad atraerá inversiones y facilitará la expansión internacional de las empresas locales.

Por otro lado, el *e-commerce* se enfrenta a varios retos y dificultades, entre los que destacan una logística compleja y costosa, especialmente en mercados internacionales. Las barreras aduaneras y regulatorias pueden dificultar la entrada en nuevos países, y la necesidad de adaptar productos y estrategias a diversas culturas y normativas añade otra capa de complejidad. Como afirma Víctor Juárez, un producto que funciona en un mercado no tiene por qué funcionar en otro. En muchos casos se requerirá adaptación de producto, o registro previo y adaptación a la regulación local (como en los productos de R. Queraltó), igual que ocurre con la estrategia de canal de distribución, que debe adaptarse a cada mercado. Además, la competencia en línea es feroz, con grandes *marketplaces* como Amazon dominando el panorama y presionando a las pequeñas y medianas empresas en costes. La gestión de devoluciones, que resta hasta 2,5 puntos de margen, y el control de costes también representan desafíos significativos, así como la necesidad de mantener una infraestructura tecnológica robusta y segura. Otro reto lo supone la edad de las compañías: se constata que las empresas más jóvenes nacen prácticamente digitalizadas, mientras que las empresas más antiguas parecen tener más dificultades para adoptar muchos de estos cambios rápidamente.

De nuevo ¿qué puede hacer la administración para contribuir a superar estos retos? La implementación de políticas que faciliten la logística y reduzcan las barreras regulatorias es crucial. Esto incluye negociar acuerdos comerciales favorables, simplificar trámites aduaneros y proporcionar incentivos fiscales para la adopción de tecnologías logísticas avanzadas. Además, son importantes los programas de capacitación y asesoramiento para que las empresas comprendan y se adapten mejor a los mercados internacionales, entre los que la publicación del *Libro Blanco del Comercio Electrónico Transfronterizo* por parte de ICEX ha supuesto un hito muy relevante. Fomentar la cooperación entre empresas y crear plataformas de colaboración ayuda a compartir recursos y conocimientos, aumentando la competitividad de las empresas españolas en el mercado global.

El futuro del *e-commerce* apunta a una integración aún más profunda de tecnologías avanzadas como la inteligencia artificial, la automatización y la realidad aumentada, lo que transformará la experiencia de compra y optimizará las operaciones comerciales. Las empresas deberán adaptarse a un entorno cada vez más competitivo y globalizado, donde la sostenibilidad y la omnicanalidad serán factores clave para el éxito. Las futuras acciones deberían centrarse en la inversión continua en innovación tecnológica, la internacionalización, mediante la expansión a nuevos mercados con estrategias bien adaptadas y la mejora constante de la experiencia del cliente. Además, será crucial fomentar alianzas estratégicas y colaboraciones, tanto a nivel local como internacional, y apostar por la innovación y la diversificación, para fortalecer la posición de las empresas en el mercado global.

En definitiva, el éxito en el comercio digital pasa por reconocer la importancia de la digitalización y la transformación empresarial, del *marketing* y la logística internacional, por determinar una estrategia para la convivencia de los distintos canales de distribución, y por apostar por la tecnología, la IA, los medios de pago, la sostenibilidad y la “omnicanalidad”.

Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

Ventana Global

913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h)

informacion@icex.es

Para más información [siga el enlace al vídeo](#)

Para buscar más información sobre mercados exteriores [siga el enlace](#)

INFORMACIÓN LEGAL: Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

icex

AUTORA

Cristina Horta Fernández

Fecha del evento FORO ICEX 2024: 11/07/2024

© ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E.

NIPO: 224240553

www.icex.es



FORO ICEX
Talleres



icex España
Exportación
e Inversiones