

# CASO PRÁCTICO

## CALZADOS MERCEDES

---

Elaborado por  
**Victoria Orruño Almagro**  
para ICEX

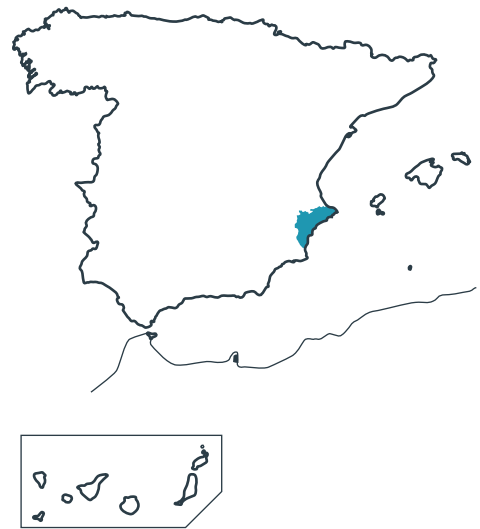
---

# **ECOMMERCE:**

## ASPECTOS CLAVE PARA TU INTERNACIONALIZACIÓN

Caso práctico: **Calzados Mercedes**

Calzados Mercedes es una marca de calzado casual unisex dirigida a un público joven y con interés por la moda y las tendencias. Afincada en Alicante, cuenta con una amplia trayectoria en España y hace un tiempo decidió comenzar su internacionalización a través del canal B2B. Esto se ha traducido en un catálogo de producto extenso y acorde a las últimas tendencias que se renueva cada temporada. También en una imagen de marca muy buena a nivel internacional. Es fácil encontrar sus productos en escaparates de ciudades como París, Milán o Tokio junto a marcas de referencia, por ejemplo, Converse o Vans. También tienen una parte del negocio enfocada en la venta en línea a través de *marketplaces* generalistas en modelo vendedor (es la plataforma la que compra sus productos) y en *marketplaces* especializados en países como Francia, Italia y Alemania.



Sin embargo, y ante el crecimiento cada vez mayor de la compra en línea, se están planteando vender directamente a los consumidores (canal B2C). Para ello, la empresa tiene ante su mesa cuatro presupuestos y modelos muy diferentes para el desarrollo tecnológico del proyecto.

**Agencia de su localidad**

Desarrollo propio con un alto nivel de personalización a un precio muy competitivo.

**Consultora informática que gestiona actualmente el ERP**

*Software* propietario de plataforma *eCommerce* con un alto coste de arranque y un *fee* de licencia anual.

**Solución *open source* Magento**

Enviada por una consultora nacional especializada en *eCommerce* con una amplia experiencia en este sector.

***Software as a Service***

Que por un *fee* o cuota mensual muy económica les permite abrir una tienda *online* en menos de una semana.

Pregunta 1/4

¿Qué opción crees que es la más adecuada para ellos?  
Selecciona la opción que consideres correcta.

Desarrollo propio con  
un alto nivel de  
personalización.

*Software* propietario  
de plataforma  
*eCommerce*.

Solución *open  
source* Magento.

*Software as  
a Service*.

Justifica brevemente tu respuesta:

Escribe el texto aquí

Pregunta 2/4



¿Tiene sentido internacionalizar su plataforma *eCommerce* B2C?  
Selecciona la respuesta que consideres correcta.

SÍ

NO

Pregunta 3/4



¿Qué mercados les recomendarías para comenzar?  
Selecciona la respuesta que consideres correcta.

Mercados europeos donde  
ya tengan experiencia.

Mercados nuevos  
latinoamericanos donde  
pueda crecer su negocio.

Mercados del oriente medio.

Pregunta 4/4



Además de la elección de la plataforma tecnológica, ¿qué otros aspectos deberán tener en cuenta en el proyecto de internacionalización de su *eCommerce*?

Justifica brevemente tu respuesta

Caso práctico Calzados Mercedes: [respuestas](#)

1

¿Qué opción crees que es la más adecuada para ellos?  
Selecciona la opción que consideres correcta.

 Solución  
*open  
source*  
Magento.

Hay varios factores que condicionan la decisión:

- Debido a su experiencia internacional, necesitan una plataforma tecnológica escalable y fácilmente abierta a la internacionalización.
- Debido a la extensión y renovación constante de su catálogo, necesitan una plataforma integrable con su ERP que les permita automatizar procesos.
- Además, y por las particularidades del sector de la moda, necesitan un proyecto flexible que les permita implementar mejoras de manera ágil a la vez que poder personalizar de forma flexible su *front-end*.

Por los motivos anteriores, parece que la opción más recomendable es **Magento** ya que reúne todos los requisitos: es escalable, ya que se trata de un *software* multitienda, multipaís y multiidioma; es integrable con su ERP; es flexible y adecuada a consumidor B2C. Además, al no partir de 0 (no es una solución *ad hoc* y cuenta tanto con empresas que lo utilizan como con una comunidad de desarrolladores y empresas especializadas), su implementación será más ágil que otras opciones y lo suficientemente sólida para dar respuesta al proyecto que quieren llevar a cabo.

2

¿Tiene sentido internacionalizar su plataforma *eCommerce* B2C?  
Selecciona la respuesta que consideres correcta.

Sí

Internacionalizar su *eCommerce* puede ofrecerles múltiples ventajas, por lo que parece una opción muy interesante para ellos si se atiende a las siguientes oportunidades:

- Aprovechar el reconocimiento de marca en los mercados objetivos para gestionar las ventas B2C sin comisiones de intermediación.
- Proporcionar un escaparate de su catálogo completo ofreciendo la totalidad de sus productos sin pasar por la selección de referencias de los intermediarios.
- Mejorar el conocimiento del cliente final en los mercados objetivos e identificando tendencias y hábitos de consumo.
- Controlar la información de producto (imágenes, características) que se proporciona en el canal digital en línea con una estrategia global de *branding* que permita mantener y mejorar su posicionamiento de marca, así como los precios recomendados.

Caso práctico Calzados Mercedes: [respuestas](#)

3

¿Qué mercados les recomendarías para comenzar?  
Selecciona la respuesta que consideres correcta.

Mercados europeos donde ya tengan experiencia.

En cuanto a los mercados objetivo, sería interesante comenzar por mercados europeos en los que cuenten con experiencia previa en el canal digital a través de *marketplaces*, particularmente Francia e Italia. En el caso de Alemania, no sería la primera opción ya que el porcentaje de devoluciones en este país es muy superior a los anteriores, lo que puede incrementar los costes del proyecto y reducir los márgenes.

4

Además de la elección de la plataforma tecnológica, ¿qué otros aspectos deberán tener en cuenta en el proyecto de internacionalización de su *eCommerce*?

¿Has tenido en cuenta en tu respuesta lo siguiente?

Es importante que cumplan la regulación y normativa específica referida al comercio electrónico, protección de datos y fiscalidad en los países de destino. En este sentido, comenzar con la internacionalización en Europa facilita mucho las cosas, ya sea por la Ventanilla Única Europea en la gestión de impuestos como por el hecho de que las directivas europeas de protección de datos están integradas en el ordenamiento jurídico español. Esto hará más fácil responder y cumplir cualquier normativa específica de los países de destino.

Además de la regulación, no debe descuidarse la adecuada planificación de la logística, la atención al cliente en el idioma del país de destino y la extensión de los planes de marketing digital. Esto es, atender desde la empresa a todos aquellos aspectos que podían quedar más en manos del *marketplace*.