

Comercio electrónico transfronterizo



Según el sector de servicios de agexport, hay 3 formas de hacer comercio electrónico. El Comercio transfronterizo es una de ellas, y si implementa de forma estratégica se puede convertir en motor de desarrollo económico e internacionalización de emprendedores y Mipymes–

El ecommerce es un término amplio que engloba cualquier transacción hecha por medios electrónicos: desde el uso de tarjetas de crédito, tiendas online hasta el comercio que pasa las fronteras de nuestros países.

Estos nuevos hábitos de los consumidores a través del uso generalizado de dispositivos habilitados para Internet, ha abierto a emprendedores, micro, pequeñas y medianas empresas y grandes empresas nuevas oportunidades comerciales como la promoción y distribución de productos a un costo menor.

La relación entre el comercio y las nuevas tecnologías hacia 2030

- El comercio electrónico podría crecer anualmente de 1.8 a 2 puntos porcentuales más hasta 2030
 - Se estima una caída de los costos comerciales, que ascienden a un crecimiento acumulado de 31 a 34 puntos porcentuales en 15 años.
 - La disminución de los costos comerciales puede ser

especialmente beneficiosa para las MiPymes.

- Aumento en la participación del comercio de servicios del 21% al 25% vía online.

América Latina cuenta con el **mayor porcentaje de consumidores electrónicos** que hacen compras en línea en el extranjero (8%), un porcentaje igual al de Asia Pacífico y mayor a Norte América (7%); sin embargo, los vendedores de la región no están aprovechando el comercio electrónico de la misma manera que los consumidores.

Comercio electrónico transfronterizo

ConnectAmericas, la primera red social empresarial de las Américas que promueve el comercio exterior y la inversión, recalcó que de 300 empresas en la región que participan en la plataforma de negocios virtual alrededor de la mitad tiene ventas transfronterizas en línea y un 60% realiza compras por este canal digital.

A la vez, las Pymes que usan la web para posicionarse tienen 50% y 63% más probabilidades de exportar ***“las empresas que operan en línea comercian más y crecen más”***.

Percepción sobre los desafíos en el comercio electrónico transfronterizo

Pie de gráfica: respuestas de una encuesta a 300 empresas de la región que participan en la plataforma ConnectAmericas.

El Banco Interamericano de Desarrollo reveló que una Pyme que desarrolla comercio electrónico transfronterizo envía sus productos a 28 mercados diferentes, mientras que, si lo hace bajo el proceso tradicional de exportación, la Pyme llega en promedio a solo 2 mercados internacionales.

“Hacer e-commerce da la posibilidad de llegar a millones de usuarios que están en constante búsqueda de información sobre nuevos productos, tener una tienda online da presencia 24/7 ante los potenciales clientes, permite establecer contacto con compradores de todo el mundo a bajo costo, y sin intermediarios” indicó Jesica De Angelis de BID INTAL.

La oportunidad de exportar servicios en la red

Los servicios de desarrollo de sitios web, plataformas de e-commerce, consultorías o informes sobre investigación de mercados, telemedicina, desarrollo de estrategias de marketing, análisis de laboratorios, contenido multimedia, entre otros, pueden ofrecerse más allá de las fronteras gracias al Internet.

Para los emprendedores y pymes del sector servicio deben invertir en presencia online internacional con el fin de conseguir contactos comerciales que luego se convertirán en clientes.

Otro punto a tomar en cuenta es la forma de pago, en este sentido, el Sistema de Información sobre comercio exterior de la ONU enfatiza que todas las transferencias y pagos relacionados con el suministro transfronterizo de servicios se efectúen: en moneda de libre circulación, bajo un al tipo de cambio vigente en el mercado tomando en cuenta la fecha de la transferencia del servicio y de mutuo acuerdo entre el exportador y cliente.

Tipos de comercio electrónico en el mundo



Tienda online

Copied

Tienda online

Consiste en que la empresa desarrolle su propia página web para la venta de sus productos, o implemente dentro de su página corporativa una sección especializada para la tienda digital.

Consiste en que la empresa desarrolle su propia página web para la venta de sus productos, o implemente dentro de su página corporativa una sección especializada para la tienda digital.

▪ Marketplace

Copied

Marketplace

Plataformas en las que cualquier usuario u empresa puede comprar y vender productos. Los marketplaces se diferencian de las tiendas online en el hecho de que la oferta de mercancías no es realizada por un único vendedor o negocio electrónico.

Plataformas en las que cualquier usuario u empresa puede comprar y vender productos. Los marketplaces se diferencian de las tiendas online en el hecho de que la oferta de mercancías no es realizada por un único vendedor o negocio electrónico.

▪ Mobile commerce

Copied

Mobile commerce

Consiste en la venta de productos por medio de aplicaciones móviles y de páginas web adaptadas a móviles, por ejemplo a través de redes sociales como Instagram o WhatsApp empresarial.

Consiste en la venta de productos por medio de aplicaciones móviles y de páginas web adaptadas a móviles, por ejemplo a través de redes sociales como Instagram o

Rapidez y ofertas atractivas es parte del valor agregado que buscan los clientes nacionales e internacionales en el e-commerce.

La creación de portales de comercio electrónicos, así como plataformas digitales para empresas permite conocer los intereses de los consumidores y así anticiparse a las tendencias de demanda, lo cual favorece la toma de decisiones ante la **nueva normalidad comercial**.

[Más información](#)