



## 4 consejos para vender en los gigantes del 'ecommerce' fuera de México

- *Una de las tendencias del comercio electrónico son las ventas transfronterizas y el 75% de las tiendas nacionales ya lo hacen con el apoyo de ciertas plataformas*
- *Amazon y Mercado Libre se posicionan como dos de los principales marketplaces para vender fuera del país, al tiempo que el ecommerce puede triplicar su tamaño.*

**Ciudad de México, 21 de septiembre de 2021.**– Internacionalizarse, llegar fuera del país, posicionarse más allá de las fronteras. Éste es uno de los horizontes que toda tienda digital que impulse su crecimiento quiere alcanzar, pero si bien el mundo globalizado e hiperdigitalizado en el que vivimos nos ofrece todo tipo de herramientas y soluciones que han facilitado este proceso, para muchos negocios digitales aún existe un mar de dudas por el que se debe cruzar antes de arribar con éxito a los puertos extranjeros del *ecommerce*.

Esto es más relevante hoy, cuando existe una tendencia hacia el comercio electrónico transfronterizo. De acuerdo con un [estudio](#) de eBay realizado en abril de 2021, el 75% de los productos de las tiendas nacionales en este *marketplace* está destinado al extranjero. Este auge ha sido impulsado por beneficios como la independencia de los mercados locales, el incremento de ventas a través de compradores en distintas partes del mundo, así como las ganancias que trae consigo vender en monedas internacionales, entre otros.

*“Con la pandemia y la transformación digital como los grandes paradigmas que aceleraron las ventas digitales en los recientes meses, las pequeñas y grandes tiendas digitales tienen frente a sí la alternativa de poder comenzar a vender fuera del país, a través de marketplaces donde una visión estratégica es clave para enfrentar las regulaciones, la e-logística y otros aspectos relacionados con las mercancías y el valor de éstas para posicionarse al exterior”,* explica **Oscar Victorin, CEO & cofundador Skydropx**, la plataforma de gestión logística que ayuda a las empresas a reducir tiempo y costos, así como centralizar envíos en un solo sitio.

### 1. El plan maestro

De acuerdo con el [análisis](#) “Cosas que los vendedores exitosos hacen diferente cuando se expanden a los mercados internacionales”, un requisito indispensable es elaborar un plan de internacionalización, es decir, un programa de negocio para las actividades del *ecommerce*, mediante el cual se analicen capacidades, debilidades y necesidades que permitan abordar el proceso con fundamentos sólidos que aumenten las posibilidades de éxito internacional.

Este plan, que debe ser fijo, dependerá de aspectos como sector, tamaño y localización, entre otros. Para su desarrollo, un requisito importante es contar con fuentes de información sobre:

- El país (mercados) y/o estudios de mercado sobre sectores específicos.
- Identificación de socios potenciales.

- Conocimiento de los medios de pago y financiación.
- Conocimiento de lo que se podría denominar técnicas y operativa del comercio exterior.

## 2. Permisos y aduanas

Los envíos internacionales no son tardados sólo porque sí, lo son por su proceso aduanal. A diferencia de uno local, este tiene que pasar por varios filtros y regulaciones para poder verificar la mercancía. De acuerdo con expertos como [Héctor Esmitt](#), los *ecommerce* siempre deben contar con la información precisa y correcta en cuanto a direcciones, descripción de mercancía, número de piezas, permisos, contactos, etc., esto para evitar retenciones en aduana y alargar los días de entrega.

Aquí, olvidar asuntos tan básicos como una documentación incorrecta sobre el destinatario, pueden crear demoras que se traducen en una calificación negativa sobre la experiencia.

## 3. Qué sí y qué no

Derivado del punto anterior y si bien es relativamente fácil enviar un paquete internacional, lo cierto es que existen regulaciones y reglas para lograrlo, sobre todo en relación a qué sí se puede enviar y qué no. Por ejemplo, categorías como alimentos, bebidas alcohólicas, joyería y artículos de belleza pueden enviarse y actualmente son los tipos de mercancía más populares o frecuentes; por otro lado, es necesario poner cuidado en aquellos que son complicados:

- Explosivos, municiones y dispositivos, salvo algunos de estos artículos que figuran en una lista especial que contemplan las paqueterías, lo cual se debe consultar con ellas.
- Boletos de lotería o dispositivos de juegos de azar.
- Dinero en cualquiera de sus formas, como billetes, monedas, giros postales, bonos, etc.
- Si el producto tiene un valor extremadamente alto podría haber problemas para hacer el envío; aquí hay que consultar con las empresas de paquetería cuál es el valor límite.

## 4. ¿Mercado libre vs Amazon?

Desde hace un par de años, Mercado Libre y Amazon se posicionaron como los líderes del comercio electrónico en México. Más que decantarse por uno de ellos, hay que comprender que mientras Mercado Libre es uno de los líderes en Latinoamérica, Amazon lidera el comercio electrónico de norteamérica y Europa; entonces, dependerá de los objetivos de cada tienda.

Por lo tanto, ¿por qué no entrar en las dos plataformas y así aumentar las ventas? Al hacerlo, también se puede diversificar el riesgo, al vender (y ganar) en distintas monedas. Algunas consideraciones básicas en ambas plataformas son:

- Subir los documentos correspondientes para verificar la identidad y crear la cuenta.
- Crear listados en torno a lo más vendido en cada *marketplace* o bien hacer los propios.
- Considerar cuotas por suscripción y tarifas de envíos para vender en cada uno.
- Contemplar aliados tecnológicos como Skydropx, que permiten conexión con ambos.

*“Como vemos, y sobre todo con proyecciones sobre cómo el comercio electrónico puede duplicar o triplicar su crecimiento en el mediano plazo, los negocios digitales en México tienen en la internacionalización una gran ventana de oportunidad siempre y cuando lo hagan de manera estratégica, contemplando los matices de este canal, las letras pequeñas, la planeación y la claridad en los objetivos comerciales de cada tienda”, concluye Oscar Victorin.*

## Sobre [Skydropx](#)

Skydropx es la plataforma de gestión logística que ayuda a las empresas a reducir tiempo y costos, así como centralizar envíos en un solo sitio. Reconocida por la AMVO como el mejor *software* logístico para negocios, ha recaudado más de 7 mdd de inversores como Combinator, Sierra Ventures, FJ Labs, Cometa y Dynamo. Atiende a más de 30,000 clientes, con más de 1M de entregas cada mes, lo que la posiciona como la solución número 1 de su tipo en México. Entre sus clientes se encuentran empresas y *startups* como Walmart, Cemex, Claroshop, Conekta, Runa, entre otros, quienes confían en su *software* para gestionar toda su logística.

Skydropx, a través de sus soluciones, permite a los negocios enviar notificaciones de rastreo a sus clientes por medio de WhatsApp y su plataforma *white label* les garantiza una experiencia óptima desde el carrito de compra hasta la entrega en *marketplaces*. También automatiza el proceso de envío gracias a su IA Dispatch que facilita la compra e impresión de etiquetas de envío, seguimiento, estimación de los tiempos de entrega y gestión de devoluciones. Para más información visita <https://www.skydropx.com/>.

### Síguenos en:

Facebook: <https://www.facebook.com/Skydropx>

Instagram: [https://www.instagram.com/skydrop\\_x/](https://www.instagram.com/skydrop_x/)

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/sskydropx/>