

Cómo vender en otros países.

Llega a nuevos clientes de todo el mundo.





Descubre todo un mundo de oportunidades.

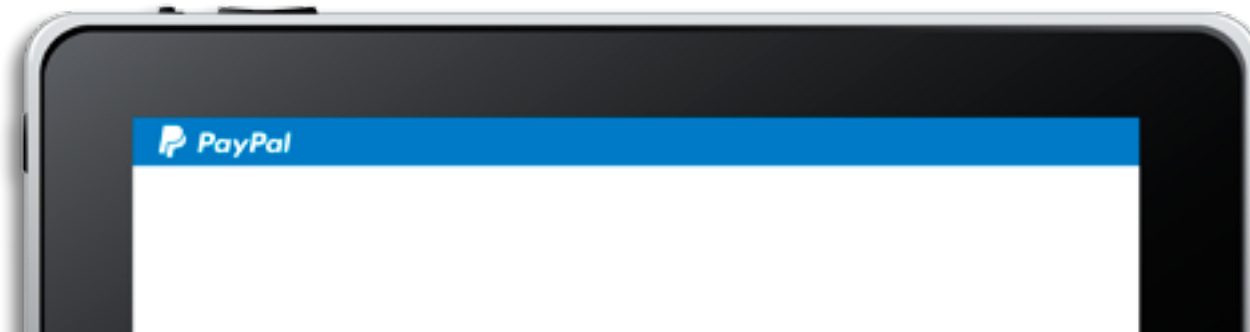
Hay miles de clientes potenciales que pueden comprar tus productos. Solo tienes que adoptar un planteamiento un poco más global.

¿Tienes dudas sobre las posibilidades de tu empresa en el extranjero? Según un reciente estudio de McKinsey, se estima que 1800 millones de personas habrán accedido al mercado de consumo en el año 2025 y gastarán 30 billones de dólares al año, lo que representa el 50% del consumo mundial.

Es fácil crear una presencia virtual en Internet, ya sea en tu propio sitio web o a través de mercados como eBay o Amazon: haz pruebas y ofrece algunos de tus productos a compradores internacionales.

Para vender con éxito en el extranjero, hace falta un plan. Por eso, te presentamos 5 factores fundamentales que te pueden ayudar a dar los primeros pasos en otros países:

- Identifica tus mercados objetivo.
- Piensa en las opciones de pago.
- Infórmate sobre las particularidades locales, como impuestos, leyes, etc.
- Ofrece servicios de envío y de atención al cliente.
- Analiza la demanda y diseña estrategias de venta.



Tu hoja de referencia.





1. Identifica tus mercados objetivos.



Amplía tus conocimientos para llegar más lejos.

“Empieza a vender poco a poco en el extranjero. PayPal e eBay te permiten ir probando y acostumbrarte a vender en otros países”.

Sarah Davis
Propietaria
[entusiasta de la moda](#)

La investigación es esencial antes de emprender cualquier iniciativa.

Explora las particularidades de cada mercado:

- **Compradores locales.** ¿Cuáles son sus hábitos de compra? En nuestro sitio web [PayPal PassPort](#) podrás encontrar información detallada sobre el comportamiento de los compradores en determinados países, sus motivaciones de compra y los posibles obstáculos.
- **Competencia.** ¿Quiénes son tus mayores competidores? Realiza alguna compra en Internet para comparar y averiguar a qué países venden y si ofrecen precios en divisas locales o tienen sitios web específicos en cada país.

- **Puntos de entrada.** Piensa si es mejor utilizar tu propio sitio web (ofreciendo, por ejemplo, opciones de divisa local y de traducción) o un centro de compra y venta en Internet. En [eBay](#), por ejemplo, puedes comprobar la demanda de tus productos y probar varias ofertas antes de decidir si invertir en la renovación de tu sitio web.

No olvides consultar tus propios datos a la hora de elegir mercados objetivo. Identifica los clientes extranjeros que ya compran tus productos cuando están en tu país. Puedes aprovechar para ofrecer tus productos en el país del que vengan esos clientes.

RECURSOS PARA PEQUEÑAS EMPRESAS

Algunos organismos gubernamentales pueden ayudarte con estudios de mercados objetivo y ofrecerte herramientas para empezar a vender en el extranjero:

- [Small Business Act for Europe \(Iniciativa en favor de las pequeñas empresas para Europa\)](#)
- [División de Comercio de la Comisión Europea](#)



2. Piensa en las opciones de pago.

 **PayPal**

Ofrece a los clientes la posibilidad de pagar en su propia divisa.

Una de las causas principales por las que los compradores internacionales tienden a abandonar las compras en el momento del pago es el hecho de no poder pagar en su propia divisa o con la forma de pago que prefieren.

A la hora de elegir un proveedor, asegúrate de que ofrezca una o varias formas de pago que resulten atractivas para los clientes de tus mercados objetivo (por ejemplo, tarjetas de débito o PayPal). Aunque la gente prefiere pagar con su divisa local, una divisa reconocida a nivel internacional, como los dólares estadounidenses, también puede ser una opción.

Algunos proveedores de pago te permitirán anunciar precios en diferentes divisas (utiliza esta opción si está disponible). Si no ofreces la posibilidad de pagar en la divisa local, ofrece una herramienta de conversión de divisas para que los clientes puedan ver exactamente cuánto van a pagar.

PAYPAL DA CONFIANZA (Y ESTO PUEDE TRADUCIRSE EN VENTAS).

Otra de las razones por las que los compradores abandonan sus carros de la compra es el miedo a que su información personal no se manipule de forma segura. El programa de Protección del vendedor de PayPal² puede ampliarse a las transacciones internacionales y ayudarte a protegerte en caso de reclamaciones del comprador por “transacción no autorizada” o “artículo no recibido”.

Usar PayPal para procesar los pagos también puede ayudarte a ganarte la confianza de los clientes internacionales: el 81% de los internautas que compran en otros países muestra más interés en comprar a un vendedor extranjero gracias a la Protección del comprador de PayPal, que puede cubrir las compras que cumplan los requisitos.²

Además, PayPal te da acceso a formas de pago locales de todo el mundo. Con una sola cuenta PayPal, podrás:

- Recibir pagos de más de 169 millones de cuentas activas en todo el mundo.
- Vender a clientes de 203 mercados en 26 divisas.
- Vender en nuevos mercados con seguridad, ya que PayPal cuenta con un equipo dedicado a identificar y combatir el fraude y a mantener la seguridad de las transacciones.



3. Infórmate sobre las particularidades locales, como impuestos, leyes, etc.



Presta atención a los detalles legales al vender en otros países.

Si no prestas atención a las leyes locales al realizar transacciones en otros países, los resultados de tu empresa podrían verse afectados negativamente, además de tener que enfrentarte a problemas legales. Algunos factores importantes a tener en cuenta:

Aranceles e impuestos. Es posible que los aranceles e impuestos afecten al precio de los artículos que piensas vender en el extranjero. La cuantía del arancel, si existe, depende del tipo de artículo y del valor. Algunos artículos se pueden importar sin pagar ningún tipo de arancel en absoluto.

Informa por adelantado a los clientes de si es posible que tengan que pagar un impuesto adicional, de modo que no se lleven sorpresas más adelante. Asegúrate de que también sepan que los aranceles y los impuestos son responsabilidad

del comprador y que deben tramitarse antes de que puedan recoger sus productos.

Aduana y normativas. Todos los envíos internacionales deben autorizarse en la aduana, el organismo que regula los envíos que entran en un país o región. Para ayudar a los funcionarios de aduanas a conocer el contenido, valor y finalidad de su envío, debes adjuntar los formularios aduaneros correspondientes. Algunas empresas de mensajería se encargan de estos trámites.

Recuerda que es ilegal falsear los datos de un artículo para evitar tarifas de aduana.

Para obtener más información sobre las normativas aduaneras en todo el mundo, visita la [Organización Mundial de Aduanas](#).

ACUERDOS DE LIBRE COMERCIO

Como parte integrante de la Unión Europea, España se beneficia de acuerdos de libre comercio con todos los miembros de la Unión Europea y un arancel externo común negociado por la [Comisión Europea](#) con otros países no miembros de la UE. Estos acuerdos pueden ayudarte a reducir o eliminar aranceles en ciertas categorías de productos. Por ejemplo, un país que normalmente cobra un arancel del 5% sobre el valor de un producto importado podría eliminar dicho arancel para los productos originarios de España.

Sacar partido de precios negociados en áreas de libre comercio puede exigir un mayor mantenimiento de registros. Sin embargo, este esfuerzo adicional podría hacerte ahorrar dinero si piensas exportar a cualquier país participante.



4. Ofrece servicios de envío y de atención al cliente.



Las políticas de envío y devolución deben ser claras y sencillas para el cliente.

La elección de servicios de envío acreditados puede ayudarte a ganarte la confianza de los compradores internacionales.

La mayoría de las grandes empresas de mensajería (entre las que se incluyen DHL, UPS y FedEx) tienen ofertas que incluyen manipulación, documentación fiscal y de aduanas y calculadoras de envíos. Otras empresas ofrecen soluciones internacionales integrales que van más allá del envío e incluyen la integración de impuestos y obligaciones en su sitio web.

Sea cual sea la solución de envío que elijas, asegúrate de que tus políticas de envío y devoluciones sean fáciles de encontrar en tu sitio web.

Envío. Asegúrate de:

- Incluir todos los gastos (envíos, impuestos, etc.).
- Indicar los plazos de entrega estimados. Si el servicio de entrega ofrece seguimiento en Internet, menciónalo, ya que puede suponer una mayor comodidad para tus clientes.
- Impulsa las ventas ofreciendo envíos gratis para los pedidos cuyo precio sea superior a una determinada cantidad.

Encourage sales by offering free delivery on orders over a certain price.



Devoluciones. Establece una política de devoluciones claras. Para aumentar la confianza del cliente, ofrece devoluciones gratuitas. Asegúrate de que tu política de devoluciones cumple todas las leyes aplicables. Como mínimo, la política debe incluir lo siguiente:

- Leyes locales.
- Detalles del reembolso como, por ejemplo, cuándo se realizará y la modalidad (devolución total del dinero o crédito en tienda).
- Límite de tiempo para las devoluciones (por ejemplo, un plazo de 28 días a partir de la entrega del artículo).

Servicio de Atención al Cliente.

Asegúrate de que la información sobre envíos internacionales, devoluciones y pago son fácilmente localizables en tu sitio web (si es posible en el idioma de tu cliente o al menos en inglés). Además, el servicio de atención al cliente debe ser fácilmente accesible por teléfono o correo electrónico, incluso por parte de clientes de otros países. Si encaja en tu presupuesto, un servicio en el idioma local y durante 24 horas sería la opción ideal.

Obtén más información sobre el servicio de atención al cliente con nuestro socio oficial [TELUS](#).

MENOS PREOCUPACIONES GRACIAS AL SERVICIO REEMBOLSO DE GASTOS DE DEVOLUCIÓN DE PAYPAL

2 de cada 3 compradores afirman que comprarían más en Internet si las devoluciones fuesen gratuitas. Ahora puedes ofrecer este servicio a tus clientes³. Para promocionar el servicio en tu sitio web, solo tienes que usar nuestros [banners](#).

El servicio es gratuito para ambas partes. En poco tiempo podrá comprobar el efecto que tiene en tu tasa de conversión.



5. Analiza la demanda y diseña estrategias de venta.



Crea un plan de acción para aumentar las ventas.

Una vez que has tenido cierto éxito con la venta a nivel internacional, el siguiente paso es impulsar la demanda. Algunas sugerencias:

- **Aprovecha los períodos de compra relacionados con festividades.** Descubre información sobre las principales festividades en todo el mundo [aquí](#).
- **Vende en eBay.** Los anuncios de eBay que cumplan los requisitos se ponen automáticamente a disposición de millones de compradores en más de 54 países. El mercado en Internet también proporciona herramientas de marketing para ayudarte a generar demanda de productos.
- **Explora estrategias de posicionamiento en buscadores (SEO) para los mercados objetivo.** La optimización para motores de búsqueda (SEO) puede establecer la diferencia a la hora de fomentar el conocimiento internacional de la marca. [Google](#) es el principal motor de búsqueda del mundo (con algunas excepciones notables). En China y Corea, es [Baidu](#). En Japón, es

[Yahoo](#). En Rusia, es [Yandex](#).

Cada motor de búsqueda tiene su propio conjunto de factores de clasificación y prácticas recomendadas.

- **Habla en el idioma del cliente.** El idioma afecta al SEO. Lo ideal es que reescribas el contenido de tu sitio web para cada país con expresiones locales.
- **Optimiza tu sitio web para dispositivos móviles.** Los vendedores pueden mejorar las ventas internacionales haciendo que su sitio web internacional esté optimizado para dispositivos móviles, según afirma Sean Mulherin, Director ejecutivo en PayPal: “Muchas economías emergentes no tienen la infraestructura adecuada para lograr una conectividad a Internet generalizada. Pero con la adopción de los dispositivos móviles, nuevos grupos de consumidores pueden comprar y vender en Internet”.

CONOCIMIENTO DE LAS DIFERENCIAS CULTURALES

El conocimiento de las tradiciones locales puede ser crucial para vender los artículos adecuados a los clientes adecuados, así como para situar dichos productos de la forma adecuada.

El [sitio web PayPal PassPort](#) proporciona información sobre tendencias y tabúes culturales, eventos, picos de ventas y trámites aduaneros y tributarios locales de muchos países.

Otro consejo para perfeccionar la estrategia de venta internacional: ponte en contacto con otras pequeñas empresas que vendan en mercados internacionales, para aprender de sus experiencias.



6. Vender en otros países: preguntas frecuentes



Algunos consejos rápidos.

PayPal ha pedido a Elizabeth Marshall, vicepresidenta de Innovaciones en la cadena de suministros del proveedor de soluciones de logística global [Borderlinx](#), que responda a algunas de las preguntas más frecuentes.

P: ¿Cómo se determina qué etiquetas internacionales y documentos son necesarios?

R: A menos que seas un experto en envíos, es difícil conocer los requisitos de cada país. Proveedores de soluciones como Borderlinx pueden ocuparse de este tipo de requisitos: declaraciones de aduanas, facturas comerciales, manifiestos internacionales y etiquetas (todos ellos sujetos a determinadas normativas).

P: ¿Por qué tardan más en procesarse y enviarse los pedidos internacionales?

R: El tiempo de envío varía en función de los medios de transporte. Algunas empresas utilizan servicios exprés aéreos, que pueden realizar entregas en un plazo de 1 a 3 días en todo el mundo. Si se utiliza una solución postal más tradicional, habrá que contar con un plazo de unos 14 días laborables.

P: ¿Cómo se puede asegurar el envío?

R: Hay disponibles pólizas de seguros de carga. Muchos proveedores de envío también permiten proteger los envíos de forma individual.

P: ¿Cómo se pueden gestionar las disputas fiscales y de aranceles con un comprador?

R: Los envíos se rigen según los Términos comerciales internacionales o “incoterms”.

Las condiciones de la compra definen su nivel de responsabilidad. Por ejemplo, DDP Incoterm (Delivered Duty Paid) implica que el vendedor es responsable de todos los costes asociados a los aranceles e impuestos y envío del producto.

P: ¿Qué sucede si mi envío se ha perdido o deteriorado durante el transporte?

R: Las líneas aéreas de carga tienen responsabilidad limitada. Si el coste de los productos vendidos es elevado, es recomendable obtener una protección adicional del valor del envío.

Para obtener más información sobre la venta a otros países, visita [PayPal Passport](#).

Hay millones de clientes esperándote.

Vender en todo el mundo te ofrece la oportunidad de aprender sobre otros países y culturas, así como de establecer relaciones con clientes de diferentes países.

Visita [PayPal PassPort](#) para descubrir herramientas y recursos adicionales.

- ¹ McKinsey Global Institute, "[Global flows in a digital age \(Flujos globales en una era digital\)](#)," abril de 2014.
- ² Consultar [condiciones de uso](#).
- ³ Consultar [condiciones de uso](#).