

Tres modelos de éxito en el comercio electrónico español

La búsqueda de gangas a través de Internet está generando nuevas modalidades de páginas web, con los 'outlets' online, los sitios de cupones y las ofertas 'flash' como los negocios estrella.

M.Prieto/E.Arrieta Madrid

El comercio electrónico ha despegado definitivamente en España. En los últimos años, las transacciones por Internet están creciendo a un ritmo superior al 20%. Según datos de la CMT, que sólo contabiliza las transacciones pagadas con tarjeta de crédito, en los nueve primeros meses de 2011 alcanzó un volumen de negocio de 6.799 millones de euros, un 25,7% más. Aún hay mucho margen para crecer, puesto que representa menos del 8% de la venta total de los comercios, pero, según datos de Nielsen, más de 14,2 millones de españoles entraron el pasado mes de marzo a portales de e-commerce, un 3% más que en el mismo periodo del año anterior.

En un momento en el que el consumidor español ha demostrado que ya está preparado para comprar en Internet, han explotado nuevos modelos de negocio online. Los *outlets*, los sitios de cupones y las webs de ofertas *flash* (*live shopping*) han despegado también en España. Nielsen cifra en 8,2 millones de usuarios únicos, un 24,2% más, la audiencia de los sitios de cupones. Por su parte, los grandes clubes privados de venta suman 4,65 millones de usuarios únicos.

¿Qué explica el boom de estos modelos? El momento económico actual obliga a los consumidores a agudizar el ingenio. "De ahí el auge de estos portales, a los que se acude con el objetivo de encontrar gangas que permitan mantener el *statu quo* previo a la crisis", explican en Nielsen.

"Son modelos de negocio a los que les queda mucho recorrido. Habrá concentración y especialización vertical porque no hay mercado para tantos jugadores", opina Marc Cortés, profesor de Esade y socio de Roca Salvatella.

1. EL TIRÓN DE LOS 'OUTLETS' ONLINE

Es el modelo de negocio más consolidado, puesto que Vente-Privée trasladó en 2001 a la red la venta de *stocks* de ropa de marca. Con los años, estas empresas han ido ampliando su oferta, comercializando desde artículos de decoración

RADIOGRAFÍA DEL ESCAPARATE ONLINE

Las 'start ups' se codean con las grandes

Las tiendas online más visitadas en marzo, en millones de usuarios únicos



Fuente: Nielsen y IAB



hasta productos tecnológicos o incluso viajes.

También han diversificado sus vías de ingresos incluyendo, por ejemplo, la oferta multimarca online de moda a precio completo. "Son empresas de volumen que tienen que diversificar para seguir creciendo", apunta Cortés.

En España, han surgido jugadores internacionales como Privalia, fundada en 2006, que opera también en Italia, Brasil y México. La empresa,

En España, han surgido 'outlets' web internacionales como Privalia y BuyVip, de Amazon

Los portales de ventas 'flash' ganan peso entre los productos con un 'stock' limitado

El fenómeno del 'cuponing' se impone...

En marzo, en millones de usuarios únicos



... y los clubes de ventas se consolidan

En marzo, en millones de usuarios únicos



Expansión

que adquirió el año pasado la alemana Dress for Less, aumentó su facturación un 90% en 2011, hasta 320 millones de euros, y estudia su salida a bolsa. También es significativo el proyecto de BuyVip, por la que Amazon pagó 70 millones de euros en octubre de 2010.

2. LA FIEBRE DE LOS CUPONES DESCUENTO

Ha sido el gran descubrimiento del comercio electrón-

ico en los últimos años. Las webs de compras colectivas, que fracasaron en plena burbuja *puntocom*, proponen a los internautas la posibilidad de adquirir bienes y servicios con grandes descuentos.

Estos sitios son utilizados por los negocios locales como una nueva herramienta de marketing. El principal atractivo es poder llegar a la gran base de usuarios que manejan estas firma, que cobran una comisión por cada cupón

OPORTUNIDAD

El mercado español de comercio online movió 6.799 millones de euros en 2011, un 25,7% más que el año anterior. Amazon es líder del sector y está presente en los tres grandes modelos de negocio de éxito, a través de filiales y participadas.

emitido. Eso sí, a costa de realizar agresivas campañas en sus servicios, con descuentos que llegan al 80%. "Si no reciben un solo cliente, las empresas no tendrán que abonarnos un solo euro", explica Boris Hageney, consejero delegado de Groupon en España, Italia y Portugal, quien asegura que luego asesoran al negocio para fidelizar a los clientes atraídos mediante su sitio web.

Siguiendo el éxito de esta compañía estadounidense y gracias a las pocas barreras de entrada (no tienen que lidiar con la complejidad de la logística), han surgido clones en el mercado español, como Offerum o Letsbonus (participada en la actualidad por la estadounidense LivingSocial), hasta el punto de que se han creado webs, como Yunait o Ratealo, que funcionan como agregadores de los sitios de ofertas.

3. LA ALTERNATIVA DEL 'LIVE SHOPPING'

Si los sitios de cupones son plataformas de marketing para los negocios, las webs basadas en ofertas *flash* son jugadores puros de comercio electrónico. Siguiendo el modelo de la estadounidense Woot, ahora propiedad de Amazon, han surgido algunas propuestas en España como Mequedouo y Oooferton.

Recientemente, se ha lanzado Xopso, fundada por dos ejecutivos de Groupon, que basa su modelo de negocio en la oferta de un producto al día con *stock* limitado. La compañía espera alcanzar un millón de usuarios en doce meses, con un crecimiento de las ventas mensual de 50% durante su primer año.

"Controlamos todo el proceso, desde la logística hasta la atención al cliente, para asegurarnos de que la experiencia de compra es satisfactoria. Eso nos permite, por ejemplo, fijar en un máximo de 6 días el tiempo de entrega, algo que no pueden hacer los sitios de cupones", asegura Luis Antonio Machado, cofundador y director general de la compañía.

No todas las compañías Cloud son iguales

Cloud Storage

El sistema de almacenamiento masivo online para el archivado profesional de datos

acens Cloud hosting, la flexibilidad más sólida

902 90 10 20 | www.acens.com

CLOUD HOSTING | HOSTING GESTIONADO | APLICACIONES | COLO Y REDES

acens
the Cloud hosting company