



—  
“Cómo vender tus productos  
agroalimentarios en  
plataformas electrónicas”





Global  
Service  
Partner

Fuimos el primer Partner  
de **Alibaba.com** en España



Somos agencia  
Partner de **Amazon**

Somos agencia  
colaboradora de:

Google AliExpress™ ebay

淘宝网  
Taobao.com



Equipo sólido y estable



Con más de 10 años de experiencia,  
nuestros clientes son nuestro principal aval.  
[www.amvos-digital.com](http://www.amvos-digital.com)



## Ponentes



**Nuno Bexiga**

Marketing Department Portuguese Market



**Diego Santos López**

Head of Digital Strategy & Marketplace

# Contenido

- ¿Por qué el Ecommerce es importante a la hora de lanzar tu producto?
- Factores clave de éxito y ejemplos de inversiones a realizar
- Principales plataformas para la internacionalización digital en el sector agroalimentario
- Casos reales B2B + B2C

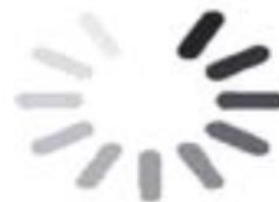
**¿Por qué el Ecommerce es importante  
a la hora de lanzar tu producto?**

## La importancia del Ecommerce

# ¿Cuánto nos ha cambiado la tecnología?



3 WORST THINGS THAT COULD HAPPEN



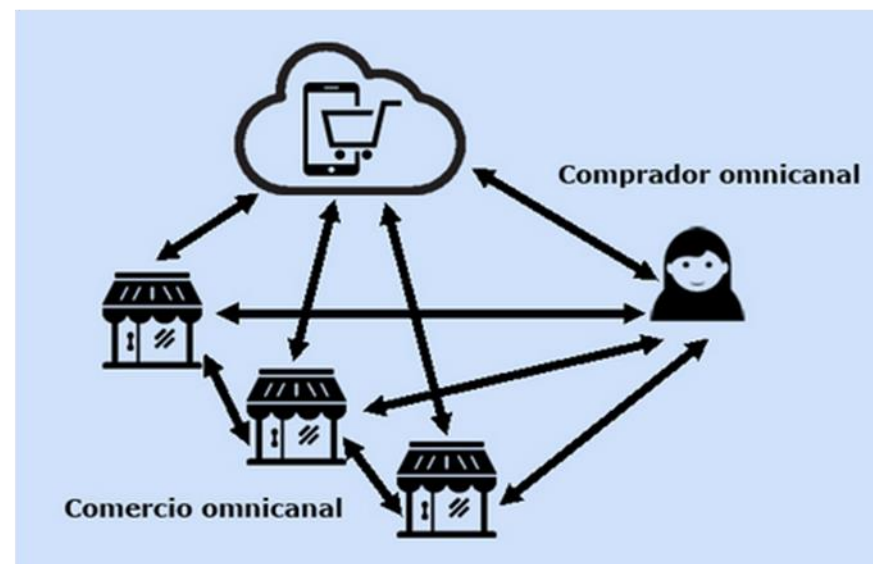
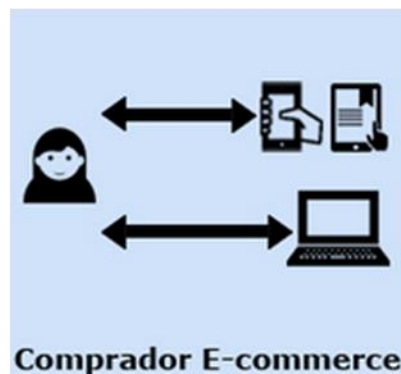
## La importancia del Ecommerce

# Bienvenidos a la dictadura del consumidor



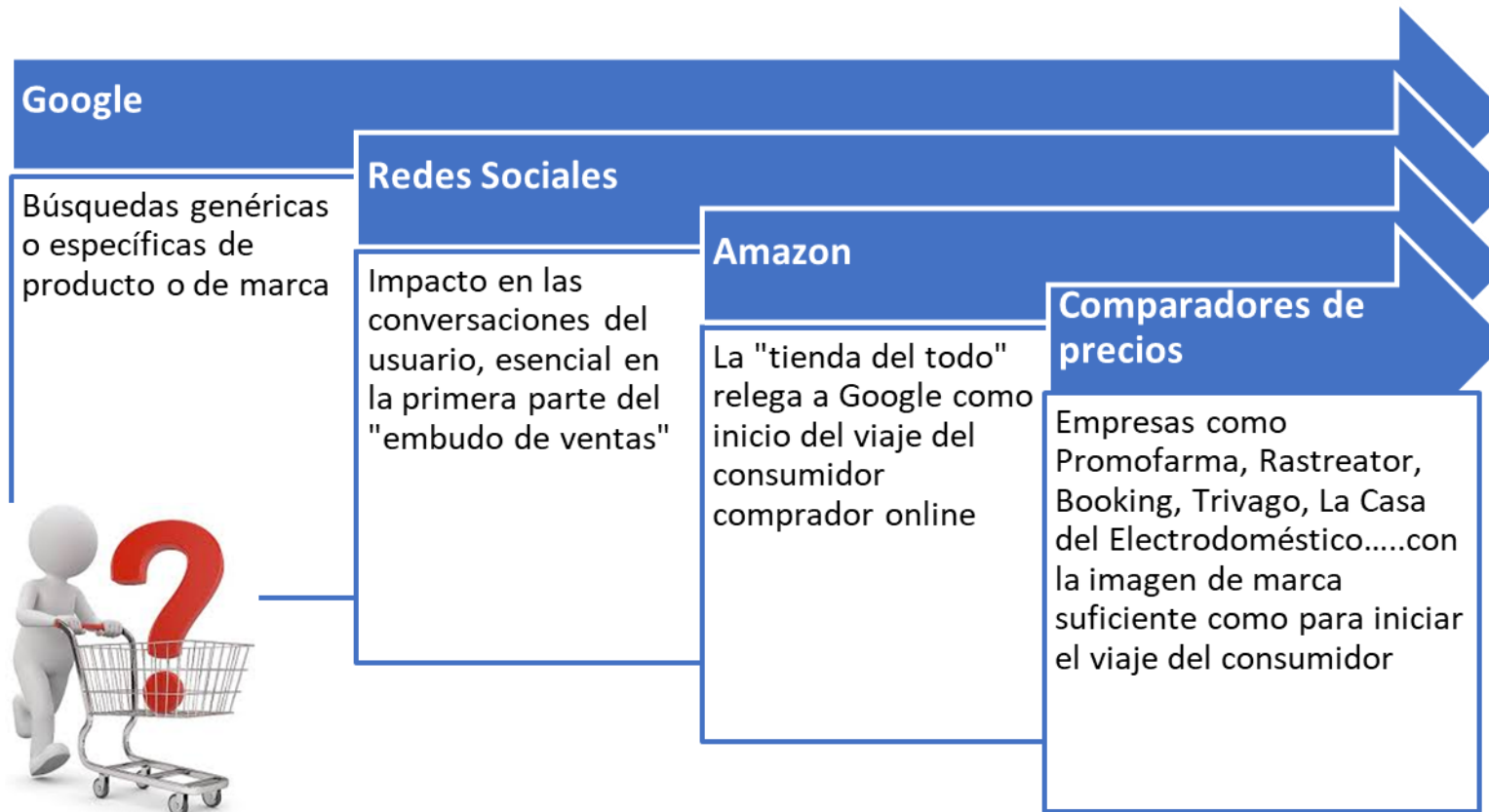
## La importancia del Ecommerce

# El comportamiento del consumidor ha cambiado



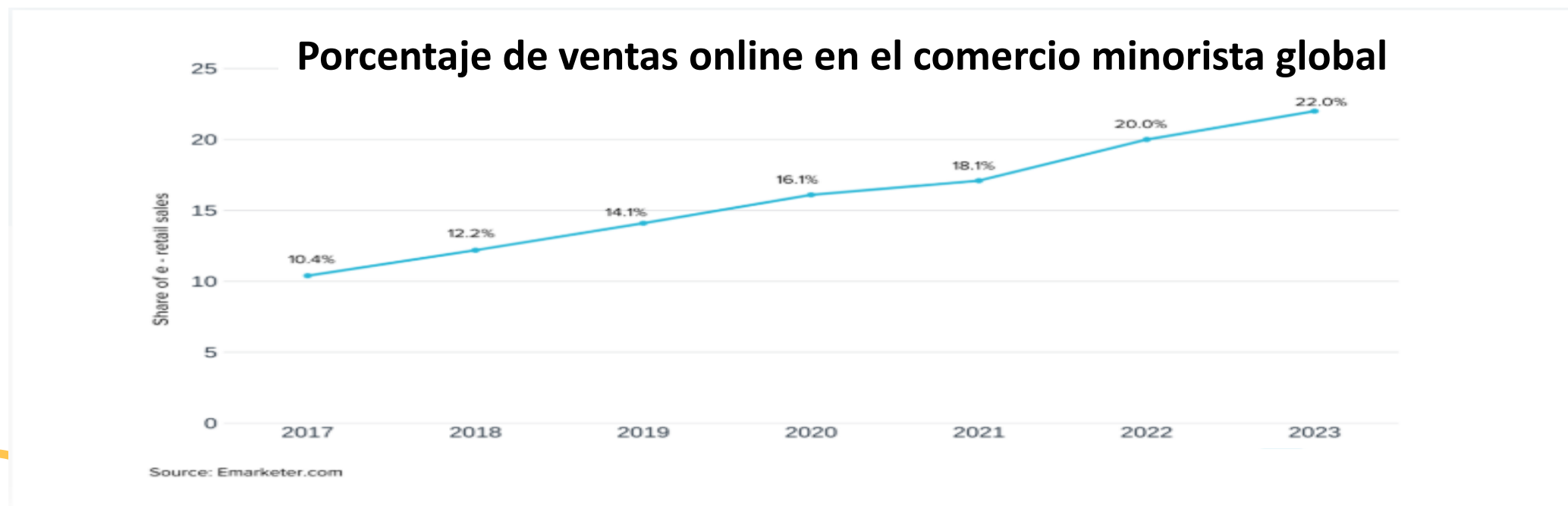
## La importancia del Ecommerce

# El nuevo "viaje del consumidor"



## La importancia del Ecommerce

# El comercio se está moviendo al mundo online



Fuente:  
Emarketer.com

## La importancia del Ecommerce

Resultando en un gran crecimiento en las ventas online

### Ventas mundiales de comercio electrónico (millones de dólares)

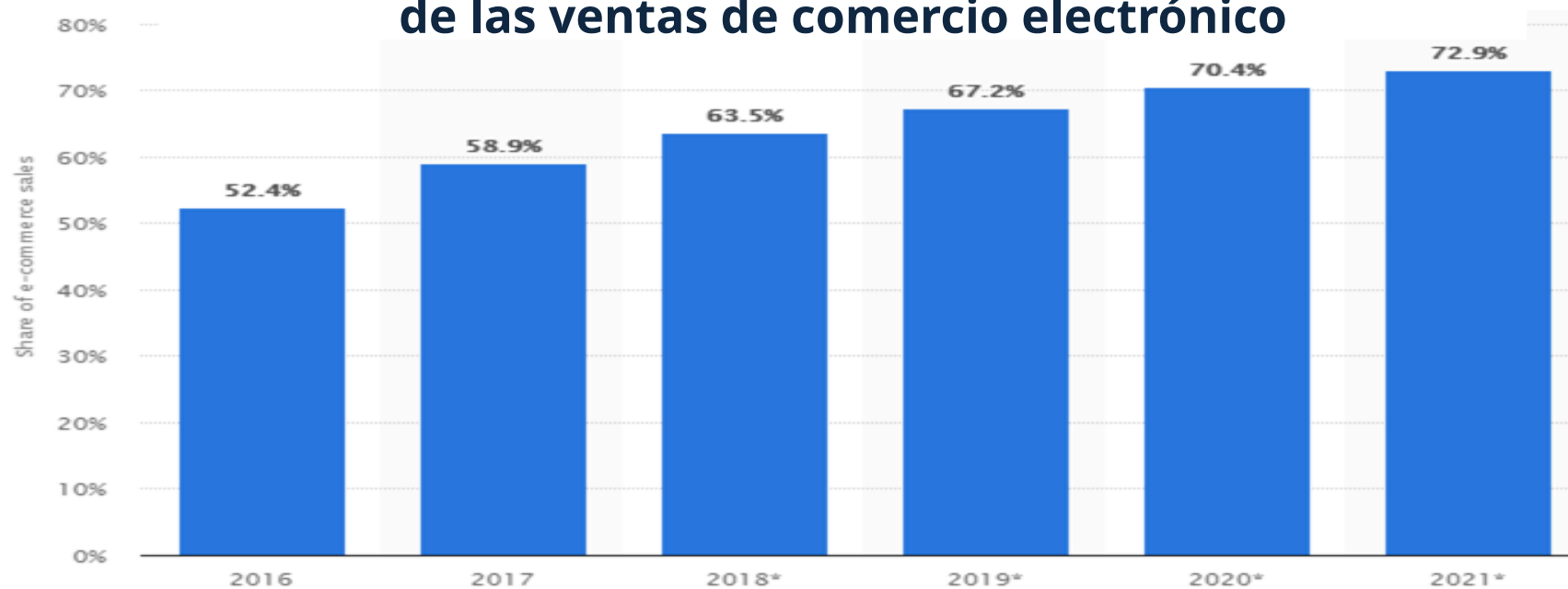


Fuente: Statista  
2020

## La importancia del Ecommerce

### Crecimiento impulsado por el móvil

#### Ventas de comercio electrónico móvil como porcentaje de las ventas de comercio electrónico



Fuente: Statista  
2020

## La importancia del Ecommerce

### La pandemia ha causado un auge en las ventas online



## La importancia del Ecommerce

# Beneficios del Comercio Electrónico

## Empresas



- Aumenta el alcance del mercado
- Reduce los costos y las barreras operativas
- Reduce las barreras de entrada
- Permite nuevos modelos de negocio
- Intensifica la competencia

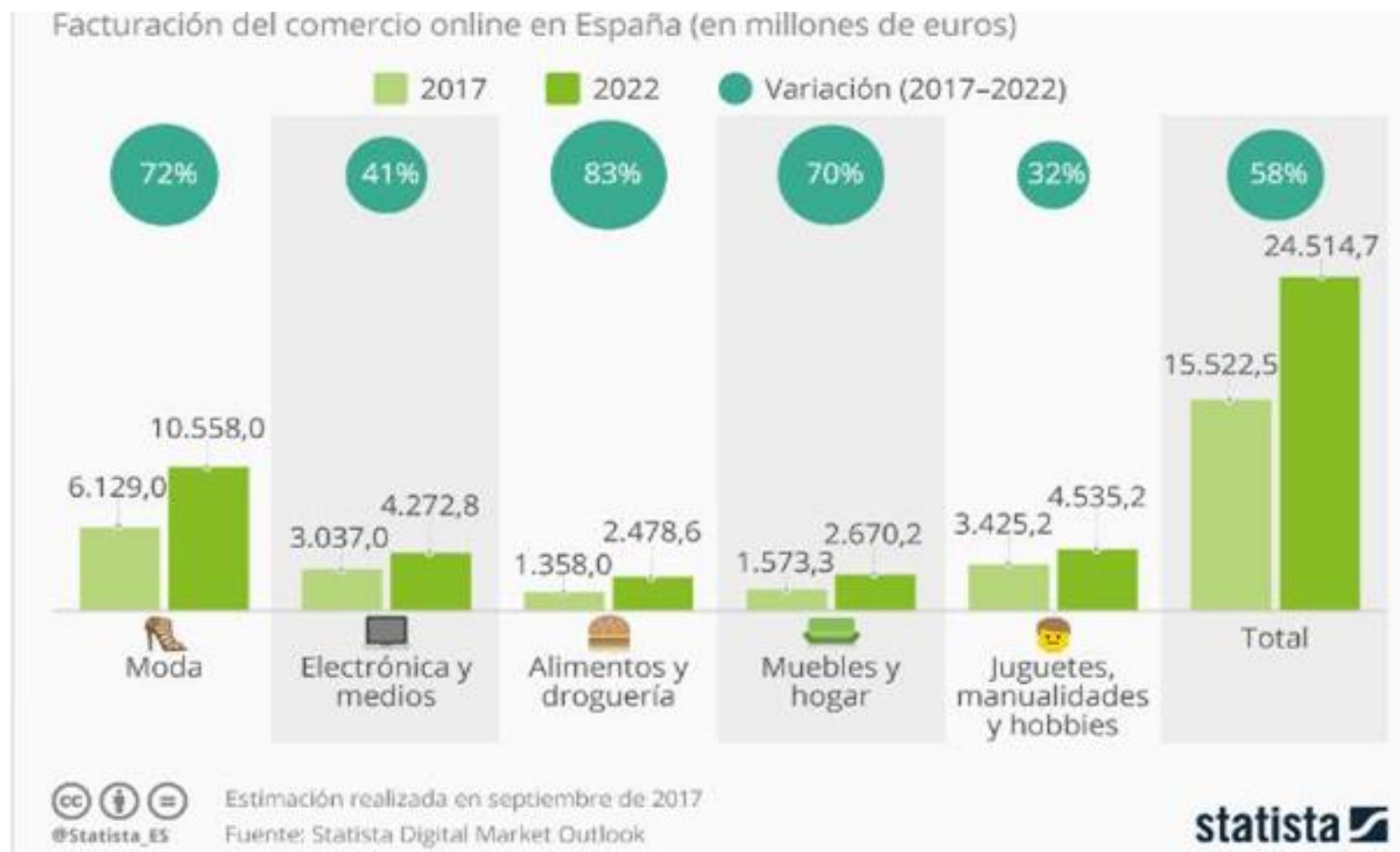
## Consumidores



- Provee información de bienes y servicios
- Facilita las comparaciones de precios
- Amplía el acceso a oferta de bienes y servicios
- Facilita el proceso de compra y entrega

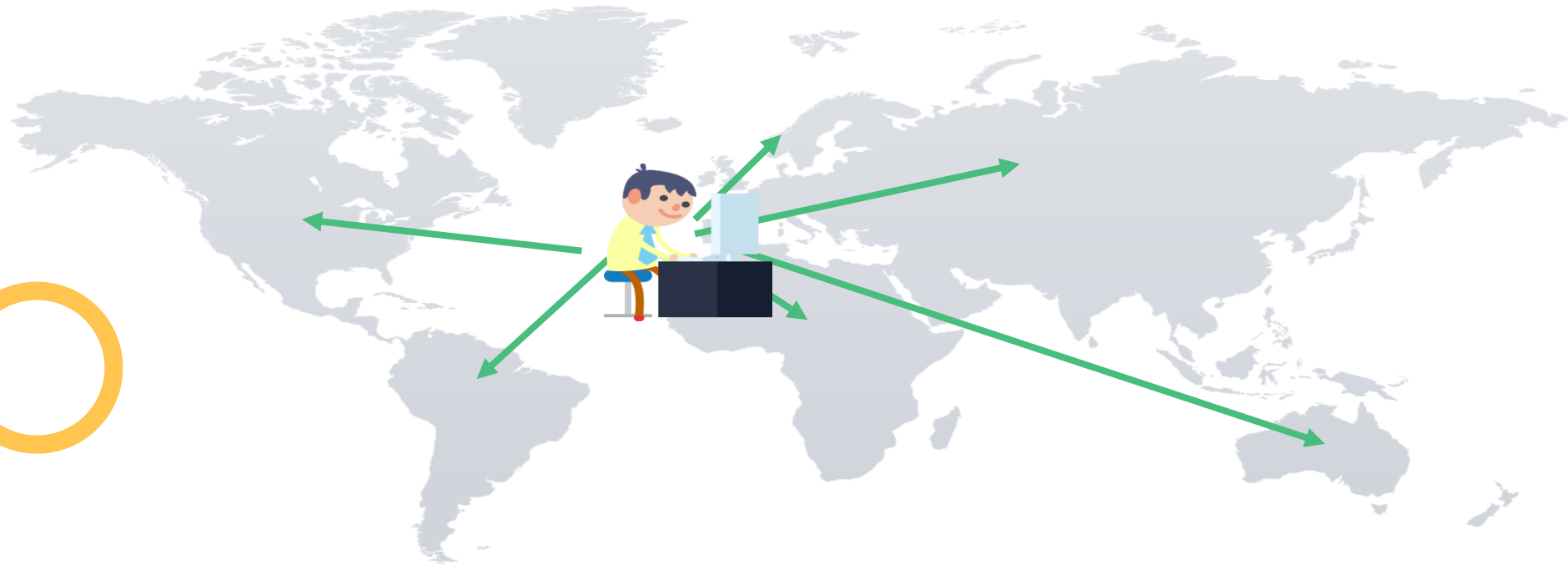
# La importancia del Ecommerce

## Radiografía del ecommerce en España



## La importancia del Ecommerce

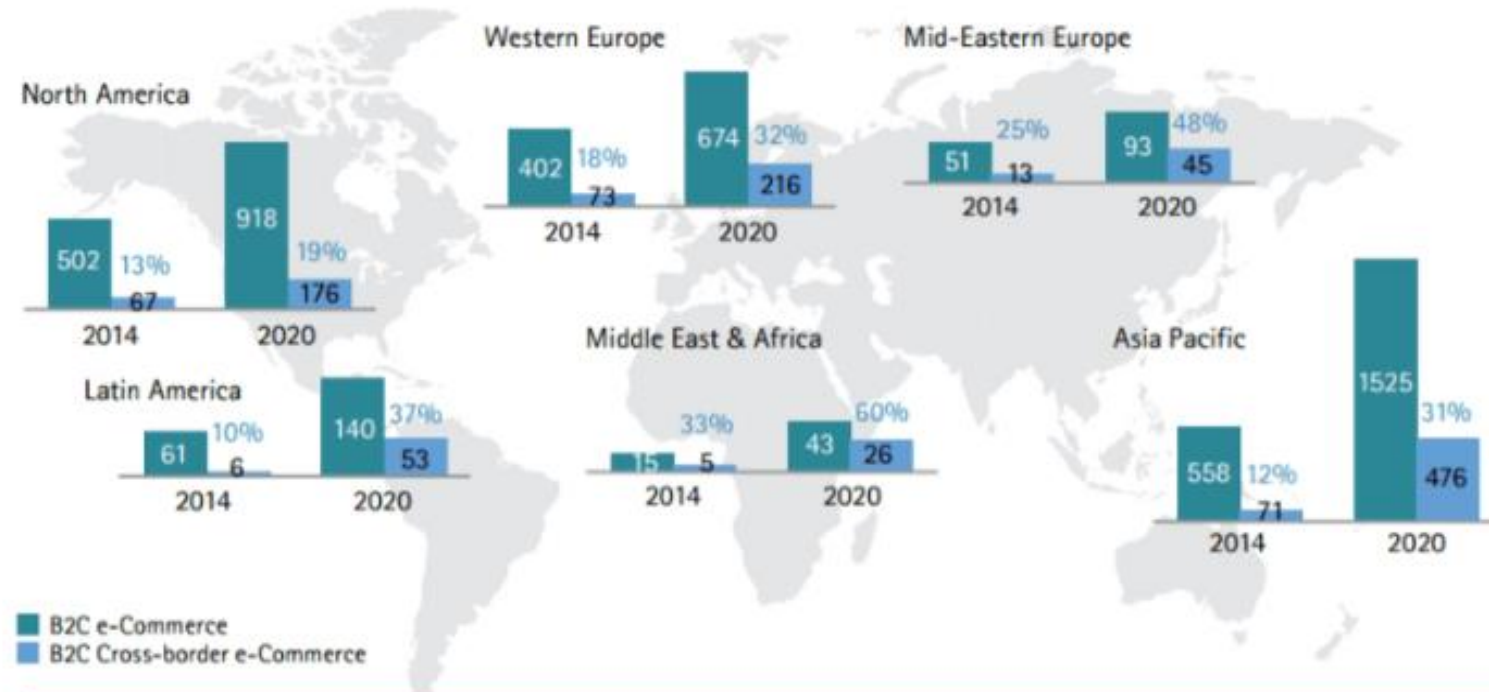
# La oportunidad del Ecommerce es internacional



## La importancia del Ecommerce

# El comercio transfronterizo crece más que el comercio nacional

Valor de transacción global de comercio electrónico B2C transfronterizo (miles de millones de dólares)



## La importancia del Ecommerce

# Tipos de negocios en comercio electrónico

### B2B

- Consiste en el comercio electrónico que se realiza entre las empresas, es decir, de "empresa a empresa", ya sea entre un fabricante y un mayorista o entre un mayorista y un minorista. Este tipo de comercio puede ser abierto a todas las partes interesadas o limitado a un grupo de participantes en la cadena del valor de un producto. Existen diversas plataformas de B2B especializadas que generalmente proveen cadenas de valor específicas.

### B2C

- Este tipo de comercio electrónico es el que se lleva a cabo entre las empresas y los consumidores. La transacción de compra se realiza electrónicamente y de forma interactiva.

### C2C.

- Este tipo de comercio electrónico es el que se da entre "consumidor a consumidor" por medio de una plataforma especializada o marketplace donde un consumidor pone a la venta un producto a otros consumidores.

### B2G

- Consiste en un tipo específico de comercio B2B. En este caso el comprador es una entidad de gobierno. Este comercio comprende la comercialización de productos y/o servicios a diferentes entidades del gobierno.

## La importancia del Ecommerce

# Diferencia entre estrategias B2B y B2C

## Tipología de Estrategias Digitales

	Nacional	Internacional
B2B	Web corporativa RRSS profesionales Prescriptores / mailings	Web corporativa BBDD internacionales RRSS, SEM, etc. Markets B2B globales
B2C	Tienda online España Markets B2C RRSS B2C SEM, promos, etc.	Tienda online internacional Markets B2C RRSS B2C, SEM, etc.

## La importancia del Ecommerce

# Diferencia entre Estrategias B2B y B2C

## Estrategias B2B

El objetivo no es la venta, sino la captación de leads

Menores necesidades logísticas, al ser negociaciones de pedidos con mayor volumen

Menores costes de gestión

## Estrategias B2C

Llegada al consumidor final  
= ahorro de márgenes

Mayores costes de gestión:

- Logística
- Atención al cliente
- Fiscal / Administrativa

*En ambos casos, es necesario analizar previamente la posible existencia de conflictos con el canal de distribución tradicional*

# Factores clave de éxito y ejemplos de inversiones a realizar

## Factores clave de éxito

# Preparar la empresa para el comercio electrónico



## Factores clave de éxito

# Las preguntas clave de la estrategia digital (I)

Ventaja competitiva del producto o servicio (precio, calidad, diseño, producto/servicio único, servicio postventa, experiencia de usuario, etc.)

Los grandes de Internet....¿son amigos o enemigos?

Situación de la empresa en la cadena de valor (fabricante, mayorista/distribuidor, minorista).

¿Cual es su modelo de venta offline, nacional e internacional?: Tiendas propias, agentes, distribuidores, franquicias, etc.... Es muy importante conocer sus procesos offline para incorporar en ellos la estrategia digital.

¿Encajan los marketplaces en mi estrategia digital?

## Factores clave de éxito

# Las preguntas clave de la estrategia digital (II)

Experiencia de la empresa en canales digitales: ¿existen RRHH especializados en esta área?  
En caso afirmativo, situación en el organigrama de la empresa.

¿Quién es el cliente de la empresa?: Cliente B2B / B2C / ambos?

¿Cual es el nivel de inversión que quieren/ pueden acometer en su proceso de digitalización?

¿Cual es el tamaño de su catálogo de productos / servicios?

¿Cual sería el importe de su pedido medio?

Y....RECORDAD....toda labor estratégica en el negocio digital pasa por la definición /  
recopilación de una serie de PALABRAS CLAVE identificadoras de los productos / servicios

## Factores clave de éxito

# Canal online: “una empresa dentro de la empresa”

### Definición de la estrategia de venta online

 **Tecnología**

 **Medios  
de pago**

 **Cumplimiento  
legal y fiscal**

 **Plan de  
Mk online**

 **Logística**

 **Atención  
al cliente**

**Gestión del rendimiento de la tienda**  
Formación / Head Hunting / Gestión de subvenciones

## Factores clave de éxito

# Aspectos clave a tener en cuenta en ecommerce internacional

### Medios de Pago

- Global y Local

### Logística Internacional

- B2C y B2B

### Regulaciones

- Internacionales: Ej. Incoterms, Unión Europea
- Nacionales de los mercados destino
- Temas fiscales: IVA transfronterizo

### Idiomas

- Contenidos digitales
- Etiquetado
- Servicio al Cliente
- Dominios (una tienda en cada país?)

## Factores clave de éxito

# Riesgos para el comercio electrónico transfronterizo

## Fraude

El fraude es posiblemente el mayor desafío al que se enfrentan los comerciantes que permiten que los clientes les compren fuera de las fronteras de su país. Por lo tanto, elegir un buen servicio de pago que tenga en cuenta el comportamiento del cliente local es fundamental.

## Logística

La logística y la logística inversa también son tan importantes y pueden afectar negativamente la percepción de su negocio por parte de los clientes locales. La logística coherente y predecible es un requisito para una empresa que desea capitalizar el comercio electrónico transfronterizo.

## Regulaciones

El gobierno local y los impuestos necesitan un examen exhaustivo y podrían tener un impacto negativo en su negocio.

## Factores clave de éxito

# Tienda online internacional vs marketplaces



### Propia

Es una tienda virtual donde una empresa o una marca vende sus propios productos o servicios.

Una tienda aislada

Una marca



### Marketplace

Es una plataforma online con productos o servicios de diferentes marcas y compañías.

Un centro comercial

Miles de marcas

Millones de clientes



## Factores clave de éxito

# Tienda online internacional vs marketplaces



### Ventajas de un marketplace

- És más barato
- Más fácil de operar
- Tráfico elevado de clientes desde momento cero
- Mayor visibilidad nacional e internacional en motores de búsqueda
- Genera más confianza al cliente y al vendedor
- Tiene muchos procesos y servicios asegurados por el Marketplace
- Olvídate de problemas técnicos y de mantenimiento

### Desventajas de un marketplace

- Pagas Comisiones, el margen se reduce
- Tu competencia también está
- Tus clientes no son tus clientes
- No dominas el design y estructura

## Factores clave de éxito

# Tienda online internacional vs marketplaces



## Tienda

- Mas inversión inicial
- Menos visibilidad en internet
- Necesidad de captar tráfico
  
- Sin Competencia
- Margen total para vendedor
- Imagen dominada por la marca



## Marketplace

- Muy baja o sin inversión
- Excelente posicionamiento en buscadores
- Tráfico muy elevado
  
- Mucha competencia
- Retención de comisión de venta
- Imagen dominada por el marketplace

## Factores clave de éxito

# La parte difícil es elegir

### Miles de marketplaces

- Cuáles son los mejores para mis productos
- Cuáles son los mejores para mis mercados objetivo

### Tipos de Marketplaces

- Global, regional, local
- Horizontal, Vertical
- Abierto, por suscripción, por invitación
- De productos, de servicios
- De lujo, lowcost, genérico

### Herramientas

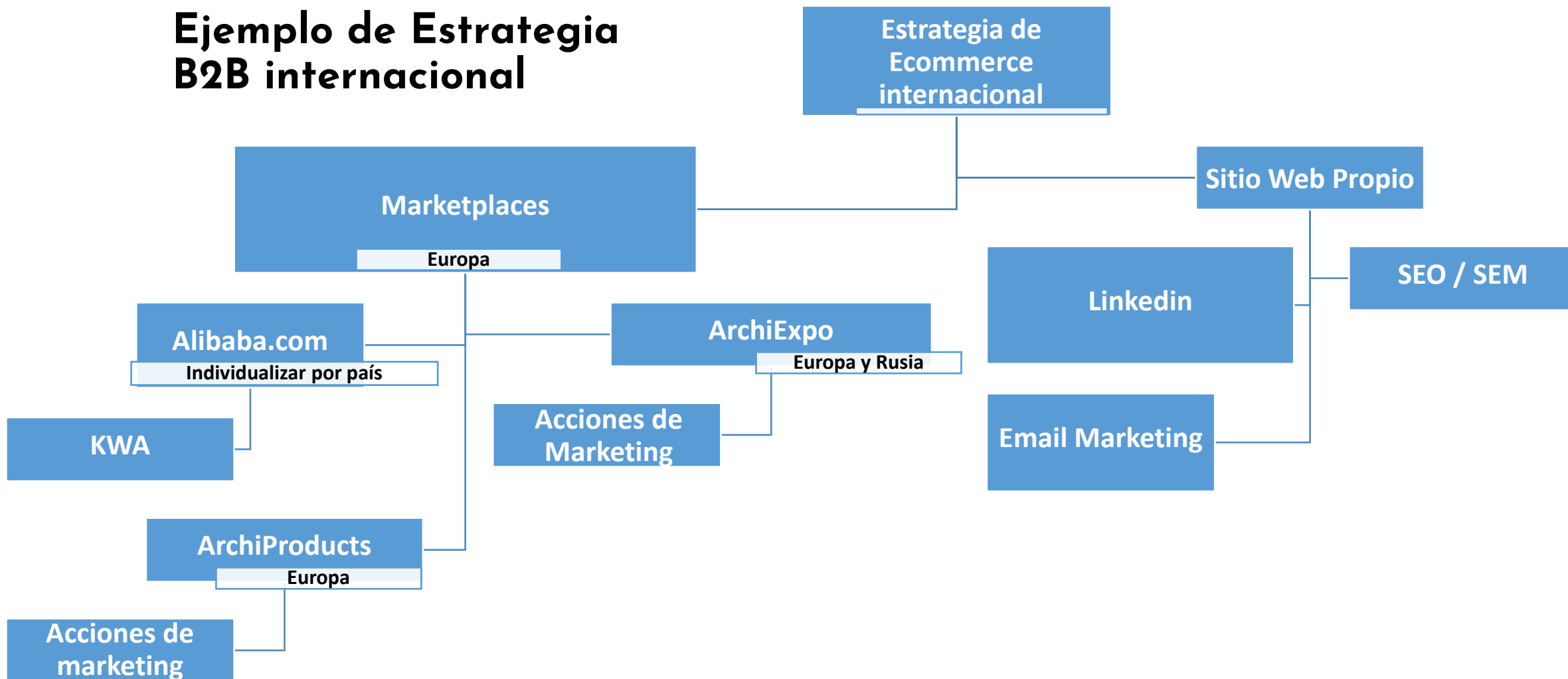
- [emarketservices.es](http://emarketservices.es)
- [lengow.com/marketplace-finder](http://lengow.com/marketplace-finder)
- [similarweb.com](http://similarweb.com)
- [linnworks.com](http://linnworks.com)
- ...

# Factores clave de éxito



## Factores clave de éxito

# Ejemplo de Estrategia B2B internacional



## Ejemplos de inversiones a realizar

### Los costes del canal digital

	Rango de precios*	
	Escenario 1	Escenario 2
Consultoría / Capacitación	5.000 €	10.000 €
Producción fotográfica y audiovisual	3.000 €	10.000 €
Plataforma tecnológica	3.000 €	20.000 €
Cumplimiento legal y fiscal	1.000 €	5.000 €
Marketing online	12.000 €	60.000 €
Servicio al Cliente	10.000 €	30.000 €
Logística	10.000 €	20.000 €
RRHH	25.000 €	70.000 €
<b>Total</b>	<b><u>69.000 €</u></b>	<b><u>225.000 €</u></b>

\* Los costes varían en función de múltiples parámetros, como la dimensión internacional, la propiedad de un almacén propio, la existencia de recursos especializados, el alcance del plan de marketing online, etc.

## Ejemplos de inversiones a realizar

### Los costos de la estrategia de la tienda online

Tienda online	1º mes	Anual
SEO	3.000 €	5.500 €
Atención al cliente	8 €	96 €
Campañas en redes sociales	200 € x 5 países	12.000 €
Sorteos y concursos en RRSS	38 €	456 €
Marketing de Influencers	1.000 €	12.000 €
Campañas em Adwords	200 € x 5 países	12.000 €
Campañas e-mailing	50 €	600 €
Afiliación	250-400 € + 30€	760 €
Software CRM	35 €	420 €
Comercia Global Payments	19 €/mes + 0,09 €/ transacción	228€ + 0,09 €/ transacción
Paypal	1,9% - 3,4% + 0,35€ por transacción	1,9% - 3,4% + 0,35€ por transacción
Director Marketing Digital	1.200 €	14.400 €
<b>TOTAL</b>		<b>58.460 €</b> + plataforma ecommerce

## Ejemplos de inversiones a realizar

### Los costos de la estrategia de marketplaces

Marketplaces	1º mes	Anual
Amazon	39 € + 15% por venta	468 €+ 15% venta
Amazon Business	25 €	Gratis para sellers
Ebay	19,95€ + 10% por venta	239,4 € 10%/venta
Alibaba		1.399 dólares
El Corte Inglés		Negociar
Carrefour		15% venta
CDiscount	39,99 €	479,88 € + 15% venta
Aliexpress		8% venta
Etsy	0,18 € por item publicado + 9% + € 0,30 por venta	3 € + 9% + € 0,30 por venta
Traducción	15€ millones de caracteres 5 idiomas	2.500 €
Servicios de impuestos		400 €
Integración de comercio electrónico	200 € por marketplace 5 marketplaces	12.000€ 0€ (manual)
Director Marketing Digital	1.200 €	14.400 €
<b>TOTAL</b>		<b>19.735 €</b> + comisiones de ventas

**Principais plataformas para a  
internacionalização digital no sector  
agroalimentar**

## Duas formas de vender por internet



### Loja Própria

- É uma loja virtual onde uma empresa ou marca comercializa produtos ou serviços próprios.
- Uma loja isolada
- Uma marca
- Poucos clientes
- **Internacionalização complexa e dispendiosa**



### Marketplace

- É uma plataforma online com produtos ou serviços de diferentes marcas e empresas.
- Um centro comercial
- Milhares de marcas
- Milhões de clientes
- **Internacionalização facilitada**



# Tipos de marketplace



## Marketplaces B2B

- Os marketplaces B2B são plataformas que intermediam a relação entre empresas e fornecedores (conhecida como business to business). Podem ser ocupados pelos mais diferentes tipos de produtos e serviços.

## Marketplaces B2C

- No modelo Business to Consumer (B2C), as empresas vendem diretamente ao consumidor por meio da plataforma de marketplace, que serve como um facilitador de compra e como comparador de preços.

## Marketplaces C2C, B2G, ...

## Marketplaces verticais e horizontais

## Marketplaces de Produtos e de Serviços

# Existindo diferenças regionais, as principais plataformas de ecommerce são Marketplaces



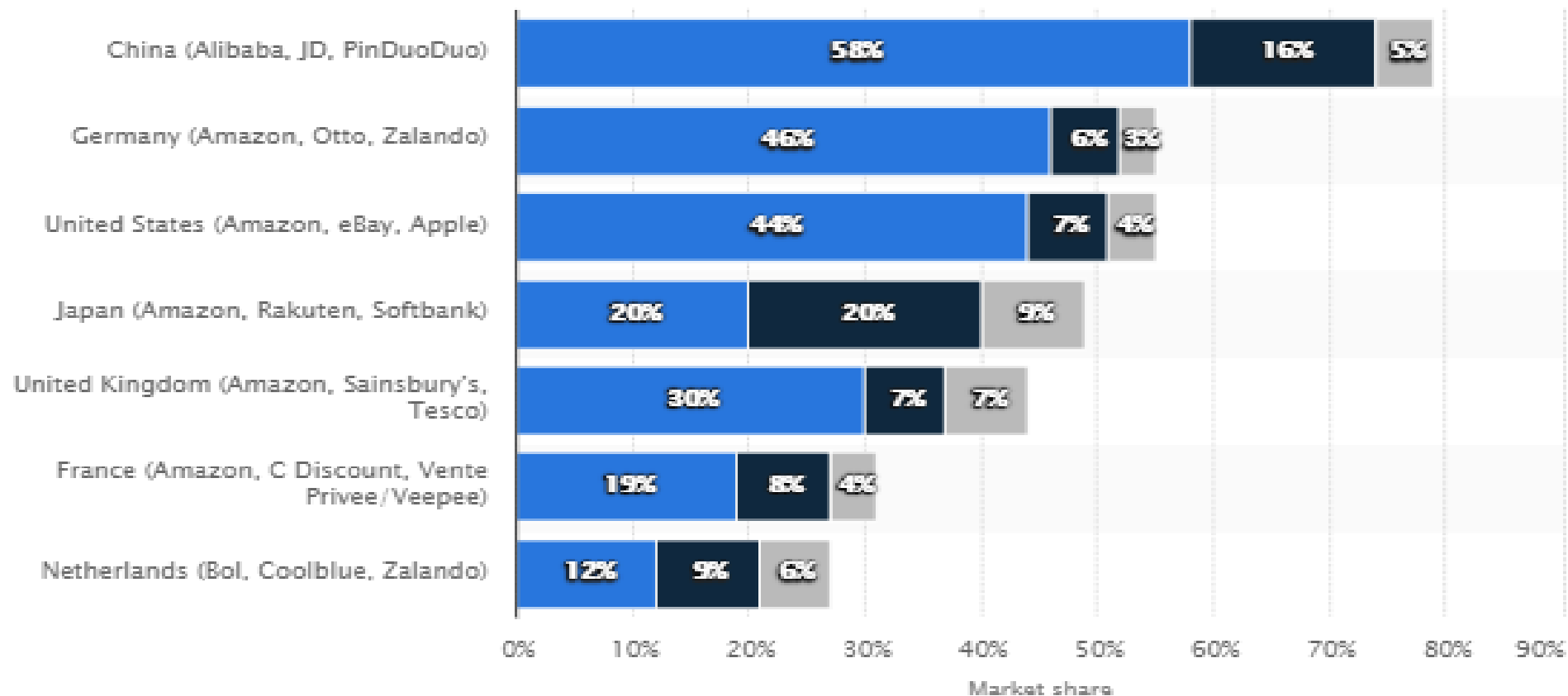
Fonte: Euromonitor

# Com elevada concentração nos principais players



TRANSCOLAB

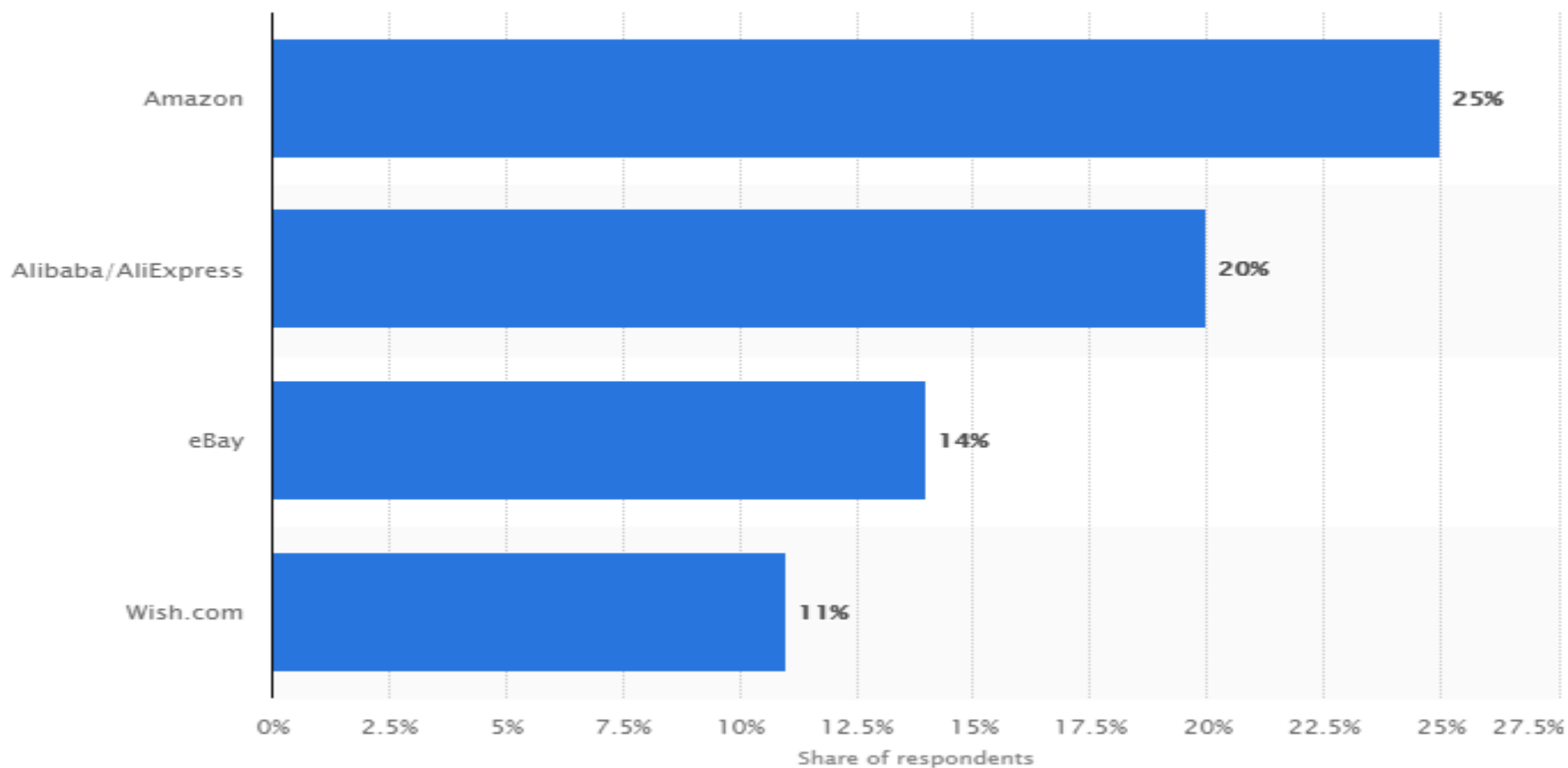
## QUOTA DE MERCADO DAS PRINCIPAIS PLATAFORMAS DE COMÉRCIO ELETRÓNICO (2019)



● Market leader ● 2nd place ● 3rd place

# Em compras internacionais as principais plataformas de ecommerce são Marketplaces

## RETALHISTA ONLINE NO QUAL OS COMPRADORES EM TODO O MUNDO FIZERAM A SUA COMPRA DIGITAL INTERNACIONAL MAIS RECENTE EM SETEMBRO DE 2019

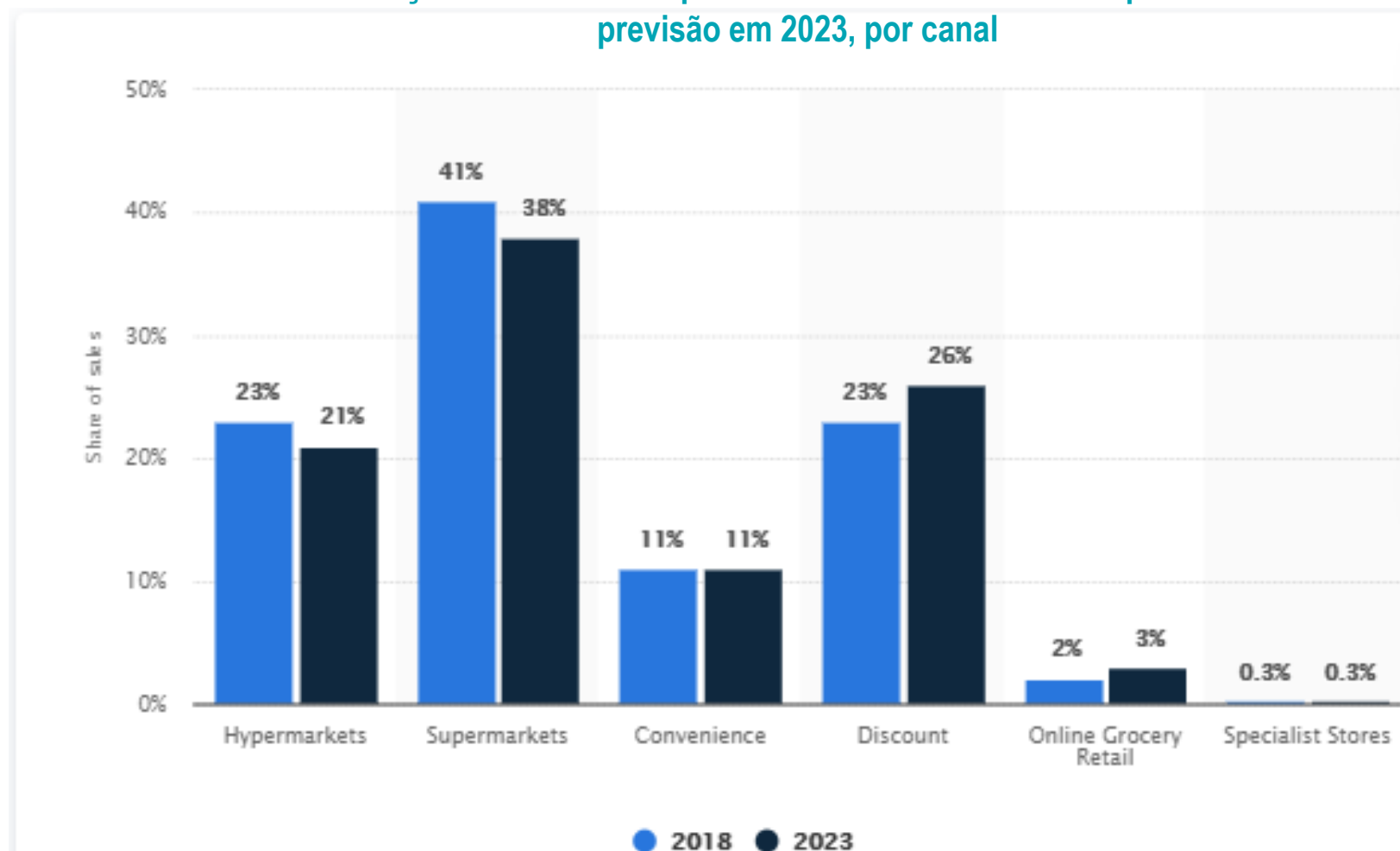


Fonte: Statista 2020

- O estudo de compradores de comércio eletrónico transfronteiriço, realizada em 26 países, revelou que a Amazon, o eBay e o Alibaba representavam 60% de todas as compras internacionais
- Amazon e o grupo Alibaba dominam quase metade das vendas internacionais B2C

# No Agroalimentar as vendas ao consumidor concentram-se nas cadeias de distribuição

## Distribuição das vendas de produtos de mercearia na Europa em 2018 e previsão em 2023, por canal

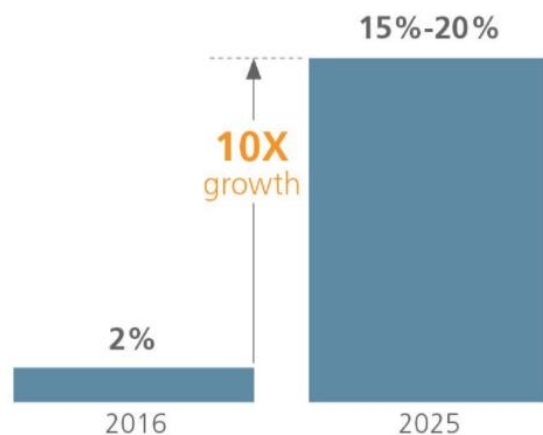


# A tendência esperada é de forte crescimento no online

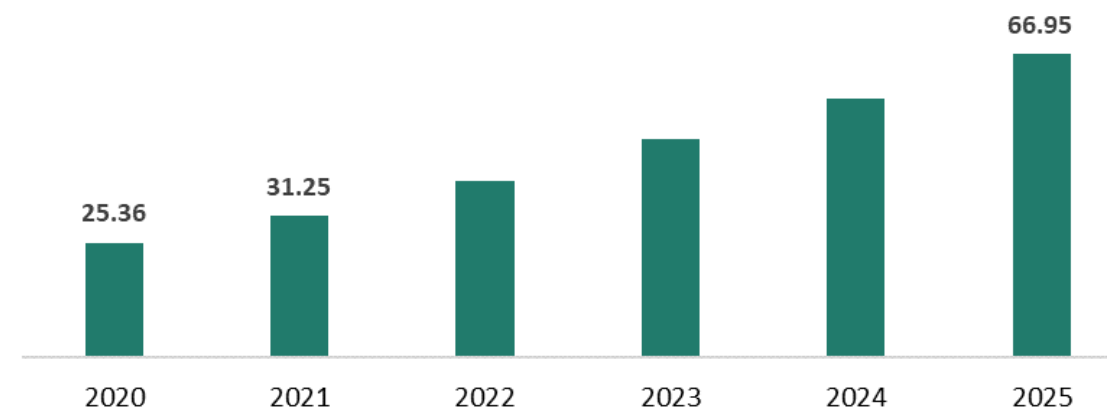
## Resumo de tendências:

- Alimentos e bebidas serão a categoria de vendas online de crescimento mais rápido durante os próximos anos, com uma taxa composta de crescimento anual de 30% no período de 2019 a 2024, de acordo com um relatório recente da Forrester.
- A Forrester espera que a participação digital na categoria cresça de 5,4% para 10,4% entre 2020 e 2024.
- A projeção ressalta o elevado caminho de crescimento de longo prazo para alimentos online após a pandemia que levou muitos consumidores a confiar nas compras online e nos processos de recolha e entrega.

Figure 1  
 Ecommerce share of food and beverage market expected to grow tenfold by 2025



Global F&B E-Commerce Market,  
 Forecast Market Size, 2020 – 2025, \$ Billion



Source: The Business Research Company

## Os grandes players movimentam-se

### Carrefour Launches Its Food & Beverage Marketplace to Meet the New Expectations of Its Ecommerce Customers in France

23 June, 2020



### The Next eCommerce Revolution: Agribusiness Marketplaces

 Arcadier Marketplaces Apr 15, 2020 · 8 min read



## Amazon to nearly double online edible grocery sales by 2026

Walmart, other big players ramping up e-commerce to boost food and beverage share, Edge by Ascential says

# Os grandes marketplaces globais já lideram nas vendas online de agroalimentar

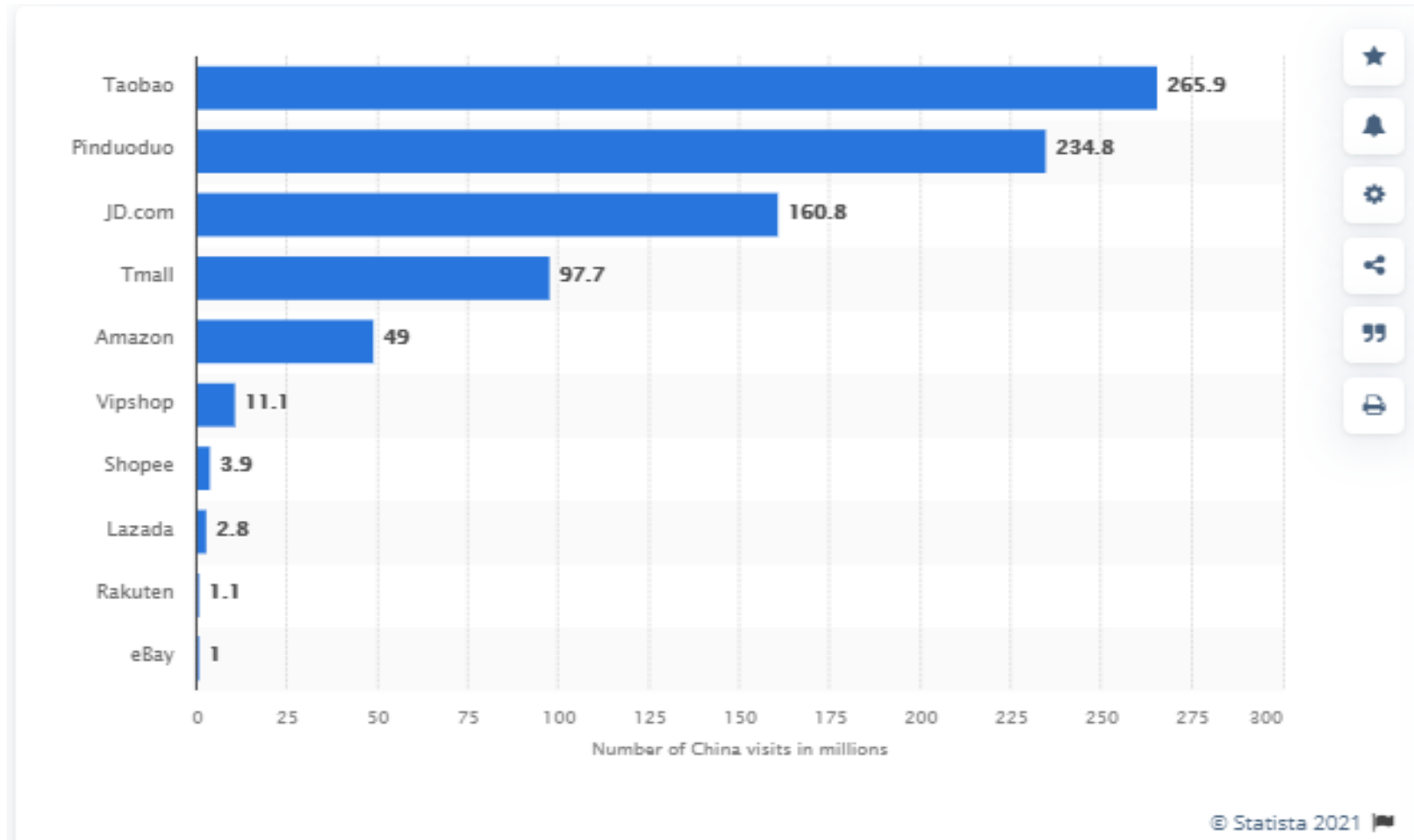


Top 10 Global Ecommerce Edible Grocery Retailers (USD bn) and CAGR, 2021 – 2026 (%)

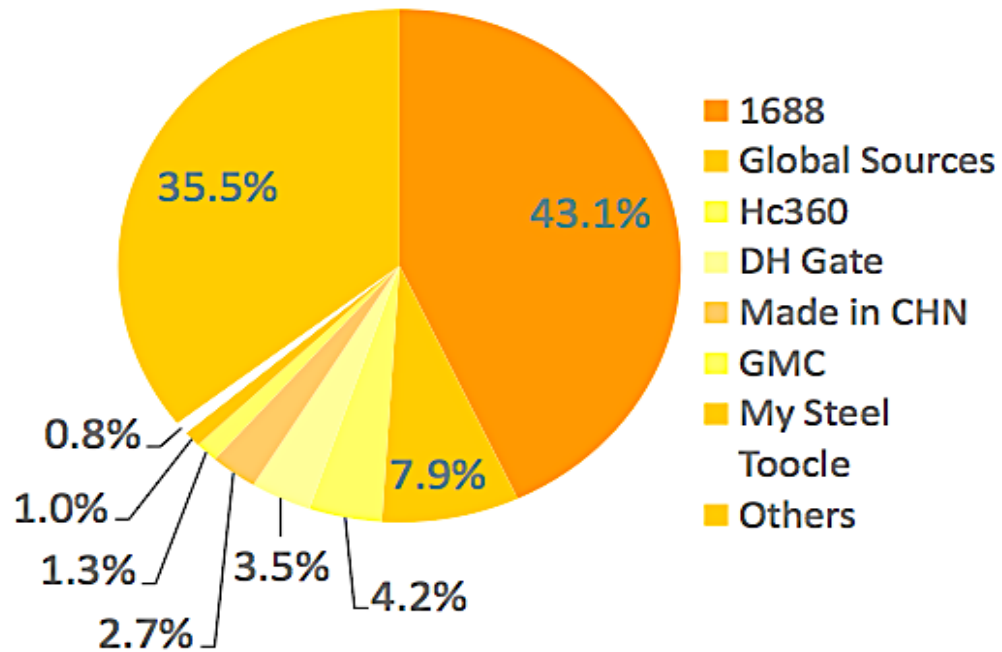


# Uma nota final: A China é uma realidade diferente

Marketplaces líderes na china em abril de 2021, com base no número de visitas mensais (em milhões)



## Uma nota final: A China é uma realidade diferente



### Plataforma líder em B2B na China

Mais de 120 milhões de utilizadores

Mais de 12 milhões de visitas diárias

Mais de 10 milhões de lojas que cobrem 49 indústrias

Mais de 729.000 fornecedores Gold



## Casos reais B2B + B2C

## Trabalho realizado em Portugal

## Que Marketplaces AgroAlimentares para exportar?

Mercado	Produto	B2B	B2C	Vertical
Reino Unido	Vinhos	Alibaba	Tesco	Majestic Wine
Alemanha	Fruta	Alibaba	Real.de	Rewe.de
EUA	Azeite	Alibaba	Amazon	Kroger / Rangeme
China	Vinho	1688.com	JD.com	Yesmywine
Europa	Cabazes	Alibaba	Amazon	

### Alternativas

Mercado	Produto	B2B	B2C	Vertical
Reino Unido	Vinhos	Alibaba	Walmart, Ocado, Amazon	Majestic Wine
Alemanha	Fruta	Alibaba	Amazon , Real.de	Rewe.de
EUA	Azeite	Alibaba	Amazon	Kroger, Grocery Walmart
China	Vinho	1688.com	JD.com	Yihaodian

## Foi escolhido o marketplace Alibaba



- Agroalimentar
- Outubro 2021
- 15 empresas
  
- Vinhos
- Azeite
- Congelados
- Compotas
- Temperos
- Fruta
- Café
- Pastelaria
- Enchidos
- Sumos e Refrigerantes

# Exemplo de projeto também no Alibaba

Uma seleção de 80 empresas espanholas, francesas e portuguesas, fabricantes do setor agroalimentar.



<p>ADEGA PONTE LIMA AGUARDENTE VELHA...</p> <p>US\$ 43,00 / Unidade  <b>24 Unidades</b> (Min. Order)</p>	<p>ADEGA PONTE LIMA AGUARDENTE BAGACEIRA</p> <p>US\$ 14,00 / Unidade  <b>24 Unidades</b> (Min. Order)</p> <p><a href="#">Visualizar detalhe</a></p>
--	---

Azeite Porca region 500mL  
 FOB Reference

6 - 299 Pieces  
**€5.48**

**€4.04**

**€3.96**

Lead Time:

Quantity(Pieces)	1 - 6	7 - 300	301 - 750	>750
Est. Time(days)	5	10	15	To be negotiated

Shipping: Support Sea freight

[Alibaba.com Freight](#) | [Compare Rates](#) | [Learn more](#)

## O que é Alibaba.com?

- Uma plataforma para alcançar milhões de compradores B2B e gerar Leads em todo o mundo.

Alibaba.com torna o comércio eletrónico B2B possível para vendedores em todo o mundo, ligando a novos clientes e fornecendo as ferramentas de que precisam para fazer negócios à escala global.

Podemos falar do Alibaba.com como uma grande feira digital, na qual se podem expor produtos 365 dias por ano, 24 horas por dia, para potenciais compradores internacionais.

**+20 milhões**

de compradores ativos

**+ 280 mil**

pesquisas diárias sobre produtos

**+190**

países e regiões representados

Alibaba.com

**Export original  
food & beverage  
to the world**



# Alibaba.com permite chegar a compradores de todo o mundo



• Top 20 Países de origem dos compradores

- |   |                |    |             |    |                |    |           |
|---|----------------|----|-------------|----|----------------|----|-----------|
| 1 | Estados Unidos | 6  | Reino Unido | 11 | Itália         | 16 | Filipinas |
| 2 | India          | 7  | Rússia      | 12 | França         | 17 | Espanha   |
| 3 | Canadá         | 8  | Turquia     | 13 | Alemanha       | 18 | Malásia   |
| 4 | Brasil         | 9  | Paquistão   | 14 | Indonésia      | 19 | Perú      |
| 5 | Austrália      | 10 | México      | 15 | Arábia Saudita | 20 | Tailândia |

## Exemplo de trabalho realizado em Espanha



**Interreg**  
Espanña - Portugal



Fondo Europeo de Desarrollo Regional  
Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional



TRANSCOLAB



Global



albiz



USA






RANGE·me



Mercado chinês



## Exemplo de trabalho realizado em Espanha

	Âmbito geográfico	Categoria	Tráfego mensal	Serviços de marketing	Custo fixo anual	Custo variável
 <a href="https://www.alibaba.com/">https://www.alibaba.com/</a>	Global	Multisectorial	95.4 M	Si	<ul style="list-style-type: none"> <li>Premium: \$4999 USD</li> <li>Standard: \$2999 USD</li> </ul>	Não
 <a href="https://ru.all.biz/">https://ru.all.biz/</a>	maior alcance em Rússia e região	Multisectorial	2.7 M	Si	<ul style="list-style-type: none"> <li>Prime: 600€</li> <li>Unlimited: 1500€</li> </ul>	Não
 <a href="https://claire.global/">https://claire.global/</a>	Global	Agroalimentar	1.8 K	Próximamente	<ul style="list-style-type: none"> <li>Não</li> </ul>	2%
 <a href="https://app.rangeme">https://app.rangeme</a>	USA	Agroalimentar	189.7K	Si	<ul style="list-style-type: none"> <li>Premium: \$1400</li> </ul>	Não
 <a href="http://www.importfoods.net/">http://www.importfoods.net/</a>	China	Agroalimentar	1.6 K	Si	<ul style="list-style-type: none"> <li>\$1388 USD</li> </ul>	Não

## Fabricante Alimentação em B2C

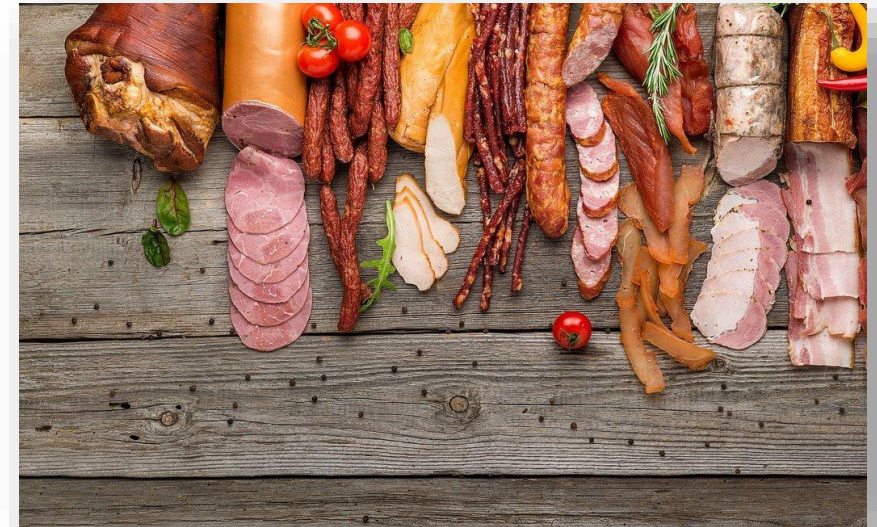
Fabricante de alimentos: lacticínios e enchidos

Modelo de vendas B2C com lojas físicas e seu próprio ecommerce em Espanha

Modelo de vendas B2B com distribuidores e agentes comerciais

Grande volume de faturas

Armazém próprio



## Fabricante Alimentação em B2C

- Decisão estratégica Marketplace B2C: **Objetivo de Branding**



## Fabricante Alimentação em B2B

- Decisão estratégica de abrir uma conta própria em ALIBABA.COM



# Plataformas ecommerce propostas para empresa de frutos secos e snacks

B2C

amazon



B2B

EXPOgourmet  
b2b



amazon business



Teléfono: (+34) 670 973 390  
Email: [info@amvos-digital.com](mailto:info@amvos-digital.com)

Torre Europa, Paseo de la Castellana 95, Planta 15  
Madrid, 28046

[www.amvos-digital.com](http://www.amvos-digital.com)

