

Las empresas exportadoras de la Comunitat encuentran en la logística internacional su principal barrera para la venta online

- En esta lista le siguen la falta de personal especializado y la complejidad de los *marketplaces*, según los datos del XI Anuario del Observatorio de Marcas en el exterior Comunitat Valenciana elaborado por el Club de Marketing del Mediterráneo en colaboración con Ivace +i Internacional
- El 34% de las empresas exportadoras de la Comunitat incorpora el comercio electrónico como canal de venta en alguna de sus vertientes

València, 22 de julio de 2025.- Las principales dificultades que las empresas exportadoras de la Comunitat Valenciana detectan para vender por internet son la logística internacional (22%), la falta de personal especializado (19%) y la complejidad de los *marketplaces* (16%), tal y como revelan las conclusiones del XI Anuario del Observatorio de Marcas en el exterior Comunitat Valenciana que elabora el **Club de Marketing del Mediterráneo (CMM)** con la colaboración de Ivace+i Internacional.

En un segundo plano, se encuentran la gestión de cobro internacional (14%), y las regulaciones en los países de destino (16%). Mientras que los conflictos con actuales clientes (10%) y los costes de alta en los *marketplaces* (5%) ocupan las últimas posiciones en esta lista.

Este estudio tiene el objetivo de mostrar una visión detallada sobre el panorama de las empresas exportadoras y analizar el impacto global en sus operaciones, así como las estrategias que implementan para fortalecer su presencia en el comercio exterior con tendencias clave en inversión, marketing y digitalización, elementos clave para la competitividad de las compañías en entornos globalizados.

El 34% de las empresas exportadoras incorpora el comercio electrónico

De hecho, en los últimos diez años, la incorporación del canal de venta *online* está siendo más lenta que la incorporación de la promoción digital. El informe muestra que solo el 34% de empresas exportadoras de la Comunitat incorpora el comercio electrónico como canal de ventas en alguna de sus vertientes. De estas, un 10% dispone de su propio *e-commerce*, un 12% realiza este tipo de ventas a través de *marketplaces* y un 12% tiene ambas opciones implementadas. No obstante, un 16% asegura que está considerando su implementación.

Impacto de la venta online en el exterior

Este XI Anuario del Observatorio de Marcas en el exterior Comunitat Valenciana destaca, además, que el 50% de las empresas considera que en este 2025 el impacto de sus ventas *online* en sus exportaciones será entre alto (18%) y medio (32%), mientras que el otro 50% de las empresas encuestado considera que tendrá un impacto bajo.

Impacto de la transformación digital en el marketing internacional

La transformación digital es también otro de los aspectos analizados en este bloque del informe. Para las empresas exportadoras de la Comunitat, los aspectos más importantes para trabajarla son formar al equipo actual de la empresa (55%), una mayor inversión en herramientas digitales (49%) e incorporar profesionales más especializados (36%).

En cuanto a las acciones de mayor impacto en la estrategia internacional en el terreno del marketing digital, las empresas exportadoras identifican como las más efectivas: la web corporativa (23%), las redes sociales (22%), la publicidad online (14%) y el *email marketing* (14%).

Estas estrategias se refuerzan también en la distribución de los presupuestos en los departamentos de marketing, que en los últimos años ha alcanzado una tendencia bastante equitativa entre la parte destinada a las acciones *offline*, como las ferias internacionales, y las *online*. Así, el 37% de empresas exportadoras destina principalmente su presupuesto a acciones de marketing digital, mientras que el 36% lo centra en marketing tradicional.

Tal y como explica el director del Observatorio de Marcas Valencianas en el Exterior, y miembro de la Junta Directiva del CMM, **Bernardo Abril**, la parte de resultados de este estudio que aborda las estrategias globales de marketing, presencia, digitalización y comercio *online*, *"ofrece una perspectiva integral sobre las oportunidades y desafíos que enfrentan las empresas exportadoras en un entorno competitivo y en constante evolución. La combinación de estrategias tradicionales con la adopción de tecnologías emergentes será clave para su crecimiento y consolidación en los mercados internacionales"*.

Club de Marketing del Mediterráneo

El Club de Marketing del Mediterráneo (CMM) es una asociación empresarial sin ánimo de lucro que sirve como punto de encuentro entre profesionales, marcas y proveedores de marketing de la Comunitat Valenciana y que tiene como objetivo fomentar el crecimiento de los profesionales y empresas del sector a través de tendencias, buenas prácticas y casos de éxito. En la actualidad cuenta con más de 300 socios individuales y empresas en las tres provincias de la Comunitat Valenciana.

Para más información:

Nebo Comunicación:

Raquel Bascuñana: 622 15 25 80

Raquel.bascunana@nebocomunicacion.com