

**Las exportaciones marcarán un nuevo récord histórico en 2014,  
con un crecimiento del 2,1% hasta el pasado mes de octubre**

## **EL E-COMMERCE SE AFIANZA COMO MEDIO DE INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS EMPRESAS ESPAÑOLAS**

**El comercio electrónico resulta especialmente vital para el salto al exterior de las pymes, con menores recursos a la hora de afrontar el inicio de actividad en el extranjero**

**Barcelona, 19 de enero de 2015.-** Las exportaciones se han mostrado como una de las principales vías de negocio para las empresas españolas desde que estallase la crisis, con el consiguiente descenso en el consumo interior. De hecho, todo apunta a que 2014 marcará un nuevo récord para las ventas españolas en el exterior, en virtud de los últimos datos disponibles (correspondientes al pasado mes de octubre), su máximo histórico, con un crecimiento del 2,1% respecto al mismo periodo de 2013. En cuanto a los principales mercados internacionales de productos españoles, las ventas en la UE volvieron a crecer y ya representan un 63,6% del total, con especial importancia de los países de la zona euro.

Sin embargo, no todo son buenas noticias, y el ritmo de crecimiento de las exportaciones se ha visto ralentizado respecto a 2013, cuando crecieron un 5,2%. “En un contexto como éste, el e-commerce resulta una herramienta fundamental para seguir ampliando el negocio exterior de las empresas españolas, dado su ritmo de crecimiento y en vistas a que las exportaciones “tradicionales” muestran signos de ralentización respecto al periodo 2008-2013”, explica David Costa, Country Manager de [Nominalia](#), la empresa española de dominios, hosting, protección de marca online y otros servicios de presencia en la red. “En este sentido, cabe recordar que la facturación del comercio electrónico en España mantiene un incremento sostenido próximo al 20% anual, mientras que seremos el país que liderará el ritmo de crecimiento del comercio electrónico en Europa hasta 2017”, añade David Costa.

Se da la circunstancia, además, de que los principales países receptores de las ventas internacionales de nuestro país, caso de Alemania, Francia, Reino Unido, Italia y Estados Unidos, también figuran entre los principales mercados de e-commerce y, además, los que continúan mostrando mejores perspectivas de crecimiento. “El mercado español de compradores online está compuesto por unos 17 millones de usuarios, frente a los 250 millones de Europa y los cerca de 350 millones de China, esto nos da una idea del potencial del comercio electrónico en dichos territorios”, señala el Country Manager de Nominalia.

### **E-commerce, vital para la internacionalización de las pymes**

La pujanza del e-commerce dentro de las exportaciones españolas queda reflejada en datos como los proporcionados por Paypal para el ejercicio 2013 en España, cuando las ventas internacionales supusieron el 25% de su volumen total de pagos, con un crecimiento muy superior al de su negocio interior. Estas cifras resultan especialmente relevantes puesto que dicha pasarela de pagos es una de las preferidas por los compradores en Internet a nivel

mundial y también por las pymes españolas como uno de los métodos de pago en sus tiendas online.

Precisamente en el caso de las pymes, el e-commerce se revela como un herramienta vital a la hora de afrontar la internacionalización de su negocio, puesto que en la mayoría de los casos estas empresas no pueden hacer frente a los costes derivados del inicio de operaciones en el exterior de una forma tradicional, como pueden ser la constitución de filiales, la apertura de delegaciones comerciales o las inversiones en instalaciones y equipos necesarios para iniciar actividad en un país extranjero.

“Antes de recurrir al e-commerce como una herramienta de internacionalización, es necesario desarrollar una experiencia suficiente en el mercado nacional, con el fin de probar y mejorar todos los procesos que afectan a este área de negocio. Solo cuando una empresa ha testado suficientemente la calidad de su servicio de comercio electrónico en el mercado doméstico, se puede decir que está preparada para dar el salto al exterior”, advierte David Costa. “En cualquier caso, las perspectivas para el e-commerce en nuestro país son excelentes y, como muestra el estudio realizado por Nominalia sobre los hábitos de consumo online de los españoles, 9 de cada 10 internautas ya ha comprado a través de Internet y un 23,5% declara hacerlo de forma muy habitual”, explica el Country Manager de la empresa española de hosting y servicios de presencia en la red.

### **Acerca de Nominalia**

Nominalia es una empresa española de larga trayectoria. Fundada en 1997, en 2006 pasó a formar parte del Grupo DADA, con lo que pudo desarrollar todo su potencial. El Grupo DADA es una compañía líder en la gestión de la presencia en Internet de personas y empresas, y tiene sedes en Italia, en Reino Unido, Irlanda Francia, Portugal y Holanda a través de las marcas Register.it, Namesco Limited y Grupo Amen. Con un equipo de profesionales especialistas en presencia online, Nominalia propone a sus clientes una oferta de servicios de calidad accesibles desde la Red y con una gestión a través de herramientas fáciles e intuitivas. Además de ser un registrador acreditado por la ICANN, Nominalia posee una extensa lista de reconocimientos y garantías internacionales que aseguran su presencia en Internet.

Toda la información sobre Nominalia está disponible en <http://www.nominalia.com> y en su canal en Facebook, <http://www.facebook.com/nominalia>.

**Para más información, contactar con:**

**Marco de Comunicación - 91 458 54 90**

Carlos Rija – [carlos.rija@marcodecomunicacion.com](mailto:carlos.rija@marcodecomunicacion.com)