



El marketing digital tiene tres características fundamentales: especificidad, interactividad y commensurabilidad.

MAURO F. GUILLÉN es director del Lauder Institute y catedrático de Dirección Internacional de la Empresa en la Wharton School, así como miembro del Consejo Académico de Afi Escuela de Finanzas Aplicadas.
E-mail: guillen@wharton.upenn.edu

La empresa y los canales virtuales

Las nuevas tecnologías de la información y las telecomunicaciones permiten a la empresa no solamente acceder a gran cantidad de datos sino también a clientes a lo largo y ancho del mundo. Así, Netflix anunció a principios de este año que cualquier cliente puede acceder a sus contenidos en más de 190 países, tras añadir de golpe 130 mercados. El servicio de streaming no está disponible aún en Siria, Corea del Norte, Crimea y China. Lo interesante de este caso es que no han adaptado localmente en términos del idioma. Así, el interfaz de usuario está disponible desde hace tiempo en inglés, francés, español, portugués, alemán, italiano y japonés, y ahora también en árabe, coreano y chino. ¿En qué medida resulta rentable localizar los canales virtuales por los que la empresa llega hasta el comprador?

Conviene no olvidar que el marketing digital tiene tres características fundamentales, a saber, especificidad, interactividad y commensurabilidad. Estas tres facetas resultan afectadas si la empresa no localiza su presencia en los distintos mercados. Ya no se trata solamente del idioma, sino también de las costumbres del comprador. Muchas

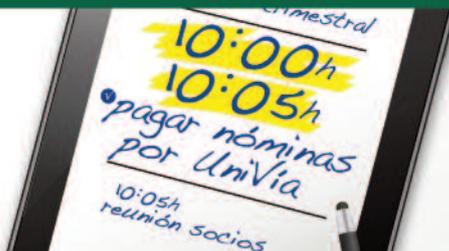
personas prefieren realizar búsquedas y hacer comparaciones entre productos en inglés, pero luego esperan poder realizar una compra en su propio idioma. Algunas prefieren hacerlo todo en su propio idioma. Lamentablemente, los motores de traducción automática no son todavía lo suficientemente fiables como para resolver esta cuestión.

Además del idioma, la empresa tiene que cuidarse de emplear símbolos o colores que puedan conducir a engaño o a distintas interpretaciones según la cultura y el país. Así, el color rojo simboliza el peligro o la audacidad en Europa, pero connota lo puro en India y la suerte en China. También hay que tener en cuenta que la velocidad de carga y descarga difiere de país a país, algo que conviene incorporar al diseño de la página web de la empresa.

La optimización del motor de búsqueda también puede llevar a quebraderos de cabeza. Google es el motor más importante en la mayor parte de los países, excepto China. En algunos mercados existe un motor de búsqueda con una cuota lo suficientemente grande como para justificar emplearlo en la estrategia de comunicación y de distribución. Por ejemplo, Yahoo! en Japón,

SERVICIO NÓMINAS EMPRESAS

Unicaja Banco, S.A.U. Avda. Andalucía 10, 121 28007 Málaga. Inscrita B.M. de Málaga. Tomo 4.952. Libro 3.859. Sección 8. Hoja PA-1.11580. Folio 1. Inscripción 1. CIF: A93139053.



SIMPLIFIQUE LA GESTIÓN DEL PAGO DE SUS NÓMINAS

Descubra un nuevo método para **ahorrar en su empresa**: simplifique al máximo la gestión de pago de las nóminas de sus empleados a través del Servicio Nóminas Empresas. Tramítelas a través de **UniVia** y dedique su tiempo a gestiones más rentables para su empresa.

www.unicaja.es 901 111 133 - 952 076 224



Yandex en Rusia, Naver en Corea del Sur, o Sesnam en la República Checa son útiles a la hora de llegar a buen número de potenciales compradores.

Por último, la empresa tiene que adaptarse a los distintos sistemas y costumbres de pago, la logística de la distribución física del producto y las expectativas y pautas sobre cambios y devoluciones, sin olvidar las posibles variaciones nacionales en términos de regulación.

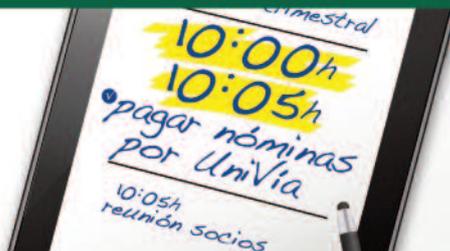
Las empresas que más se pueden beneficiar de los canales virtuales son aquellas que venden bienes o servicios digitales que no precisan de distribución física. El desarrollo de la impresión en 3D permitirá sin duda ampliar progresivamente el universo de bienes tangibles que se podrán comercializar a partir de su diseño, siendo el comprador

quien lo imprima localmente. Las experiencias de Zara en el sector de la confección demuestran que las posibilidades son enormes incluso en el caso de productos que requieren prueba o examen de su aspecto y calidad. Eso sí, las empresas que cuentan con una red amplia de puntos de venta al por menor están en mejores condiciones de emplear los canales virtuales como un complemento al comercio tradicional.

En definitiva, el mundo de la virtualidad abre nuevos horizontes para la empresa. En los mercados internacionales, los canales virtuales pueden ayudar a que la empresa tenga una presencia prácticamente global con muy pocos recursos. Eso sí, no se debe menospreciar la necesidad de adaptación local ::

SERVICIO NÓMINAS EMPRESAS

Unicaja Banco, S.A.U. Avda. Andalucía 10,
12. 29007 Málaga. Inscrita B.M. de Málaga.
Tomos 4.957, Libro 3.859, Sección 8. Hechos
MA-1/11580, Folio 1, Inscripción I. C.I.F.
A93139053.



SIMPLIFIQUE LA GESTIÓN DEL PAGO DE SUS NÓMINAS

Descubra un nuevo método para **ahorrar en su empresa**: simplifique al máximo la gestión de pago de las nóminas de sus empleados a través del Servicio Nóminas Empresas. Tramítelas a través de **UniVia** y dedique su tiempo a gestiones más rentables para su empresa.

www.unicaja.es 901 111 133 - 952 076 224

