Seminarios virtuales Miércoles del exportador

Programa de comercio electrónico - PROMPERÚ

Lima, 19 de Octubre de 2022

Daniel Anteparra Villanueva

Especialista en Oportunidades Digitales

danteparra@promperu.gob.pe

CONTENIDO

PROGRAMA DE COMERCIO ELECTRÓNICO

CAPÍTULO 1: DEFINICIONES

DEFINICIONES

COMERCIO ELECTRÓNICO

- Es el proceso de compra y venta de productos por medios electrónicos, como aplicaciones móviles e Internet.

COMERCIO ELECTRÓNICO TRANSFRONTERIZO

- El conjunto de operaciones de compraventa de mercaderías que se realiza por medios electrónicos entre un comerciante y un consumidor o entre consumidores, que residen en distintos territorios aduaneros, es decir entre países.

PRINCIPALES MODALIDADES DE COMERCIO ELECTRÓNICO

B2C

Comercio electrónico de empresas a consumidores.

Ejemplo: Amazon, Carrefour, jd.com, etc.

B2B

Comercio electrónico de empresa a empresa.

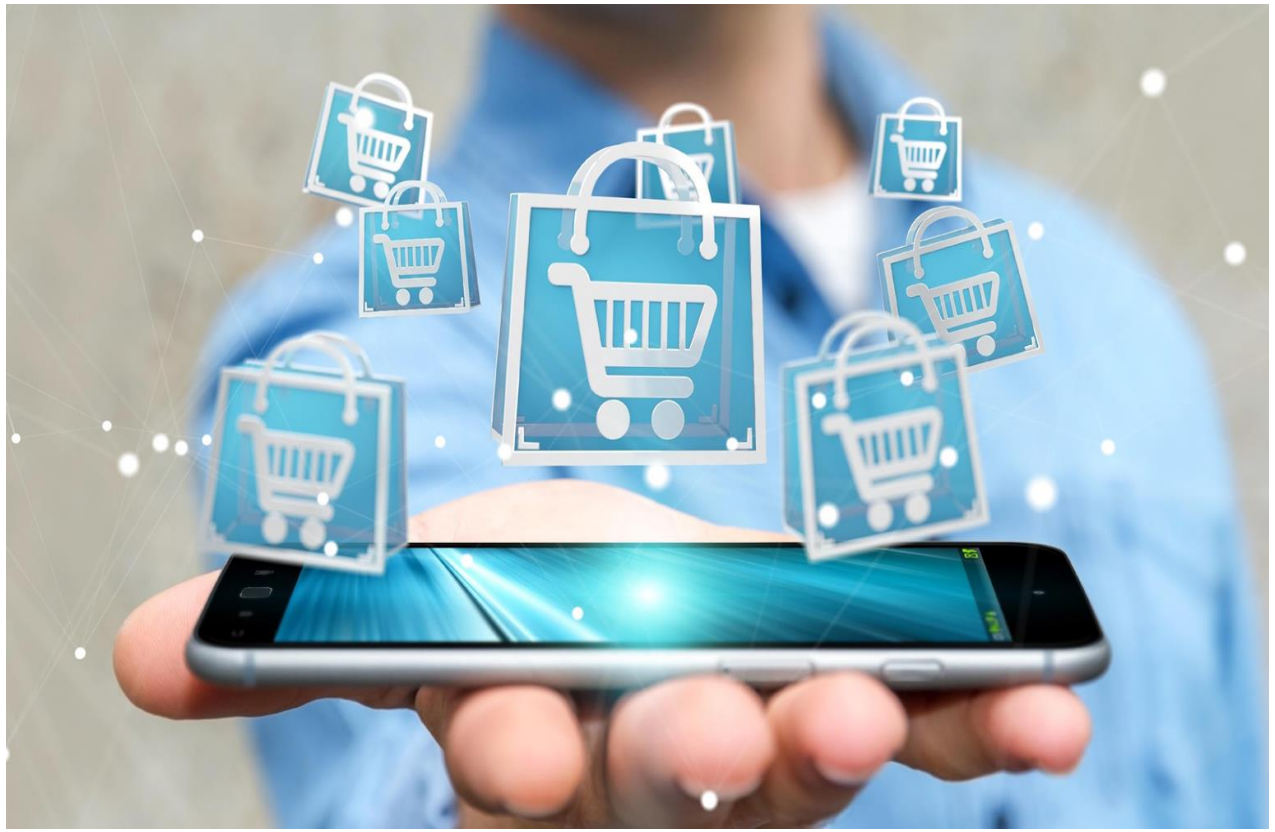
Ejemplo: Alibaba, Dhgate, etc.

C2C

Comercio electrónico de cliente a cliente. Ejemplo: eBay, mercado libre, etc.

CAPÍTULO 2: PROGRAMA DE COMERCIO ELECTRÓNICO (Metodología, fases, requisitos y proceso de aplicación)

¿QUÉ ES EL PROGRAMA DE COMERCIO ELECTRÓNICO?



- Instrumento para incrementar y diversificar las exportaciones a través de los canales digitales.
- Dirigido a PYMEs de alimentos, confecciones, joyería, artículos de regalo y decoración para el hogar.

promperú

ANTECEDENTES

METODOLOGÍA

01

Prospección comercial

02

Capacitaciones

03

Asistencia

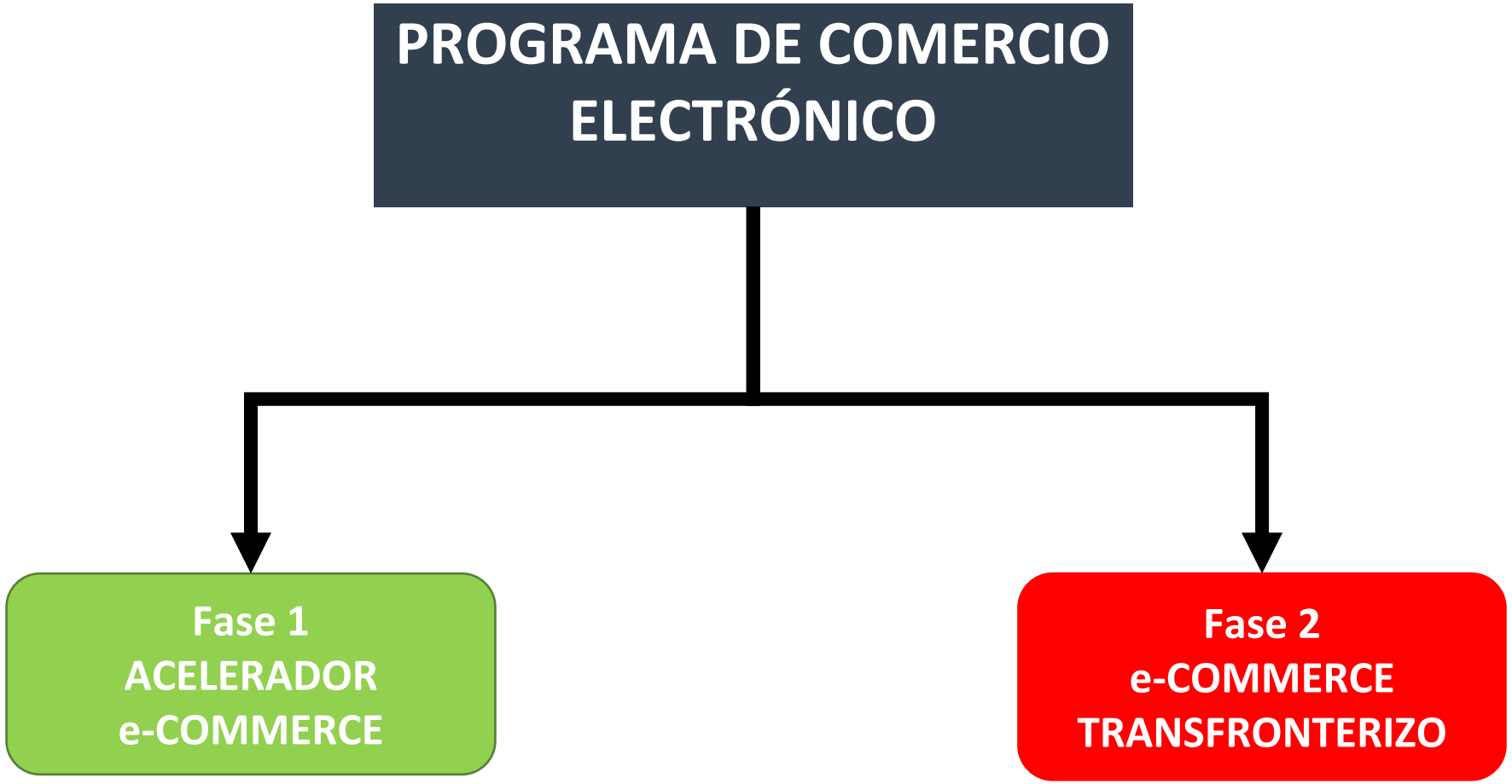
04

Articulación

BENEFICIOS DEL PROGRAMA

- Acceso a mercado global.
- Desarrollo de una estrategia digital.
- Capacitación y asesoría especializada.
- Articulación con los principales e-Marketplaces a nivel internacional.
- Tarifa preferencial para envíos por Courier.
- Centros de distribución para ecommerce a través de Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior (OCEX).
- Acciones de marketing digital en destino.
- Posicionamiento de marcas propias y los paraguas de la marca Perú y marcas sectoriales.

FASES


PROGRAMA DE COMERCIO ELECTRÓNICO
Fase 1
ACELERADOR
e-COMMERCE
Fase 2
e-COMMERCE
TRANSFRONTERIZO

CARACTERÍSTICAS DE LA FASE 1 ACELERADOR

Dirigido a

Empresas micro, pequeña y mediana exportadoras o potenciales exportadoras

Objetivo

Fortalecer las capacidades de las empresas participantes en módulos esenciales para el comercio electrónico transfronterizo como: marketing digital, comercio electrónico y logística para comercio electrónico.

Metodología

Capacitación

Productos y Beneficios

- ✓ Modelo de negocios para comercio electrónico transfronterizo.
- ✓ Plan logístico y estructura de costos para comercio electrónico transfronterizo.
- ✓ Plan de marketing digital (acciones de branding, posicionamiento en redes sociales, campañas digitales en web).
- ✓ Identificación de la plataforma de comercio electrónico más adecuada para su oferta.
- ✓ Asistencia en articulación comercial (pago a suscripción en emarketplaces).

prom perú

INDICADORES FASE ACELERADOR

EMPRESAS Y PROGRAMAS

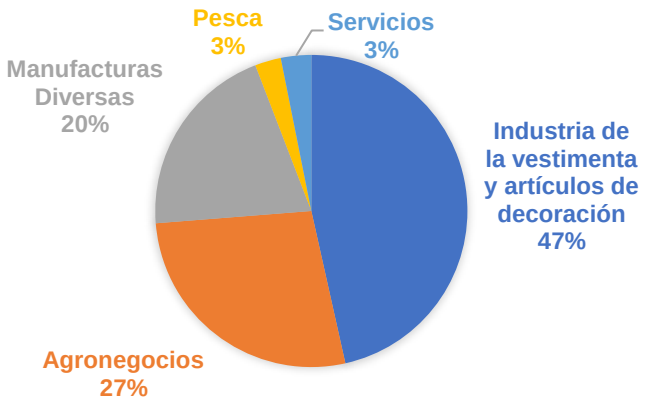
870

Empresas capacitadas a nivel nacional

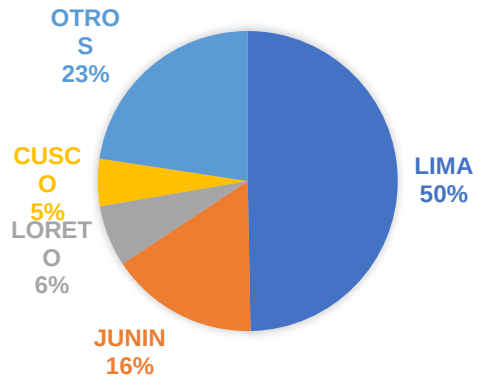
35

Programas de capacitación

SECTORES



REGIONES



Septiembre 2022

CARACTERÍSTICAS DE LA FASE 2 TRANSFRONTERIZO

Dirigido a

Empresas micro, pequeña y mediana exportadoras.

Objetivo

Asistir y promover la oferta de las empresas exportadoras a través de su participación en los principales portales de comercio electrónico o emarketplaces.

Metodología

Prospección, asistencia focalizada y articulación.

Productos y Beneficios

- Análisis económico, financiero de la empresa exportadora
- Análisis de acceso a mercados de los productos a vender (tramitología, permisos)
- Adecuación del producto a las exigencias del país de destino
- Análisis de costos en destino (envío, almacén y distribución).
- Consolidación de productos en el centro de distribución en destino.
- Lanzamiento de sus productos en e-marketplaces globales.
- Campaña de posicionamiento en el país de destino.

prom perú

FLUJO ECOMMERCE TRANSFRONTERIZO B2B2C

Mercado local

Mercado Internacional

Exportador

Programa e-Commerce PROMPERÚ

Adaptación Producto

Envío / Consignación

Marketing digital

PROMPERÚ

Canales on line

Liquidación a Exportador

Compra on line

Consumidor

Distribución Local

Operador Consolida

Distribución Destino

Aduanas

Operador Fulfillment

1 2 3 4 5 6 7 8 9

INDICADORES AL 2022 (Septiembre)

PROGRAMA DE COMERCIO ELECTRÓNICO

+870 EMPRESAS CAPACITADAS EN MATERIA DE COMERCIO ELECTRÓNICO TRANSFRONTERIZO

VESTIMENTA
HOME DECO
AGROINDUSTRIA
SON LOS SECTORES PRIORIZADOS Y CON MAYOR OPROTUNIDAD

+80 EMPRESAS DESARROLLANDO COMERCIO ELECTRÓNICO TRANSFRONTERIZO EN MARKETPLACES

+340 PRODUCTOS PERUANOS DISPONIBLES EN LOS DISTINTOS MARKETPLACES.

+US$ 300K EXPORTADOS POR COMERCIO ELECTRÓNICO TRANSFRONTERIZO

+10 PROYECTOS EN MATERIA DE COMERCIO ELECTRÓNICO TRANSFRONTERIZO

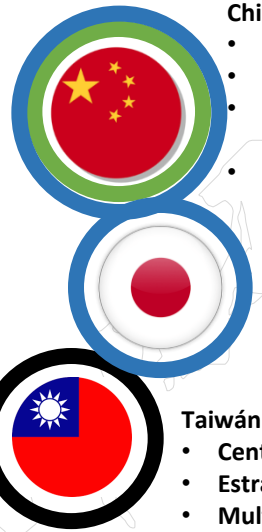
TMALL
JD.COM
DHL
CONVENIOS CON OPERADORES DE COMERCIO ELECTRÓNICO (MARKETPLACES, SELLERS, OPERADORES LOGÍSTICOS)

PROYECTOS DE COMERCIO ELECTRÓNICO TRANSFRONTERIZO

Holanda:
- Desarrollo de centros de distribución para Europa occidental y países nórdicos.
- Estrategia de ingreso B2B2C
- Multisectorial (Agro y vestimenta)
- 11 empresas

Reino Unido
- Desarrollo de centros de distribución
- Estrategia de ingreso B2C
- Agronegocios

Francia
- Desarrollo de centros de distribución
- Estrategia de ingreso B2C
- Artículos de decoración
- 13 empresas



China
- Desarrollo de centros de distribución
- Estrategia de ingreso B2C
- Multisectorial(agro, vestimenta y artículos de decoración)
- 11 empresas

Japón:
- Desarrollo de centros de distribución
- Estrategia de ingreso B2C
- Industria de la vestimenta
- 7 empresas

Taiwán
- Centro de distribución
- Estrategia de ingreso: B2B2C
- Multisectorial (agro, vestimenta y artículos de decoración)
- 11 empresas

CANADÁ
- Centro de distribución
- Estrategia de ingreso B2B2C
- Agronegocios.
- 7 empresas

EEUU
- Centro de distribución
- Estrategia de ingreso B2C
- Dos proyectos con 24 empresas de agronegocios.

MÉXICO
- Centro de distribución
- Estrategia de ingreso B2C
- Agronegocios
- 4 empresas

Argentina
- Desarrollo de centros de distribución
- Estrategia de ingreso O2O
- Multisectorial
- 2 empresas

Chile
- Desarrollo de centros de distribución
- Estrategia de ingreso B2C
- Industria de la vestimenta
- 10 empresas

LEYENDA

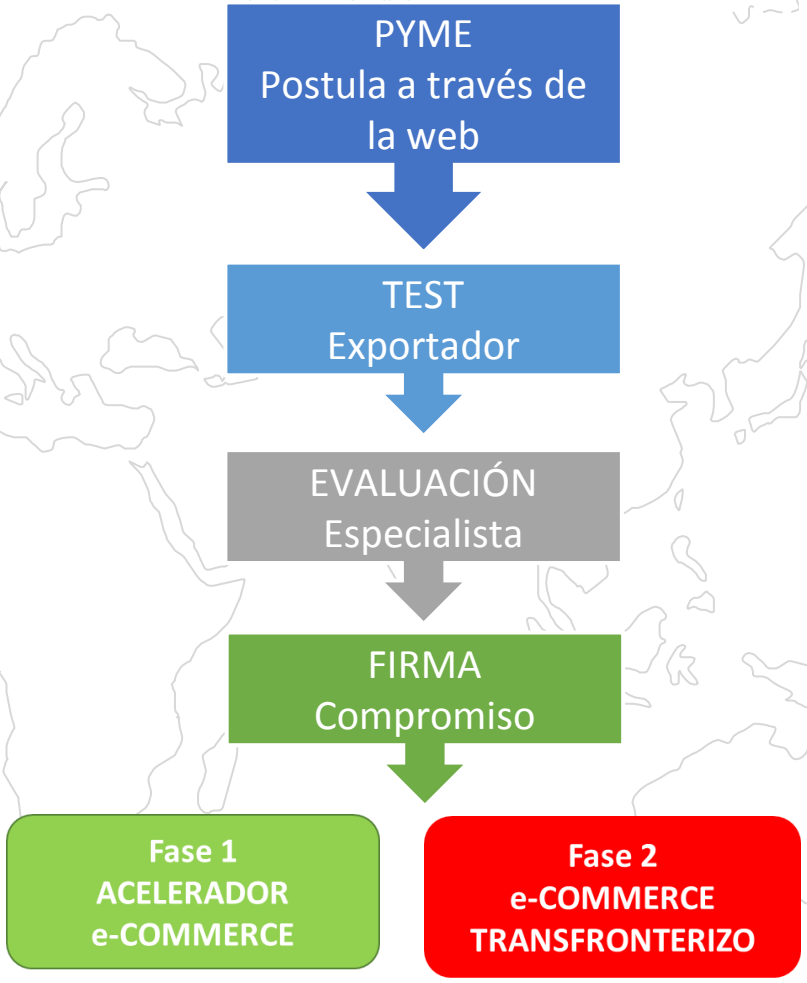
PROYECTOS 2019

PROYECTOS 2020

PROYECTOS 2021

PROYECTOS 2022

PROCESO DE APLICACIÓN EMPRESAS



1. DAR CLIC EN EMPEZAR AHORA (https://ecommerce.promperu.gob.pe)
2. LLENAR EL TEST EXPORTADOR
3. EVALUACIÓN DEL ESPECIALISTA
4. FIRMA COMPROMISO DE PARTICIPACIÓN

CAPÍTULO 3: LECCIONES APRENDIDAS Y VITRINA GRÁFICA

VITRINA GRÁFICA

APALANCAMIENTO LOGÍSTICO

prom perú

NEGOCIACIÓN A TRAVÉS DE ESPACIOS DIGITALES

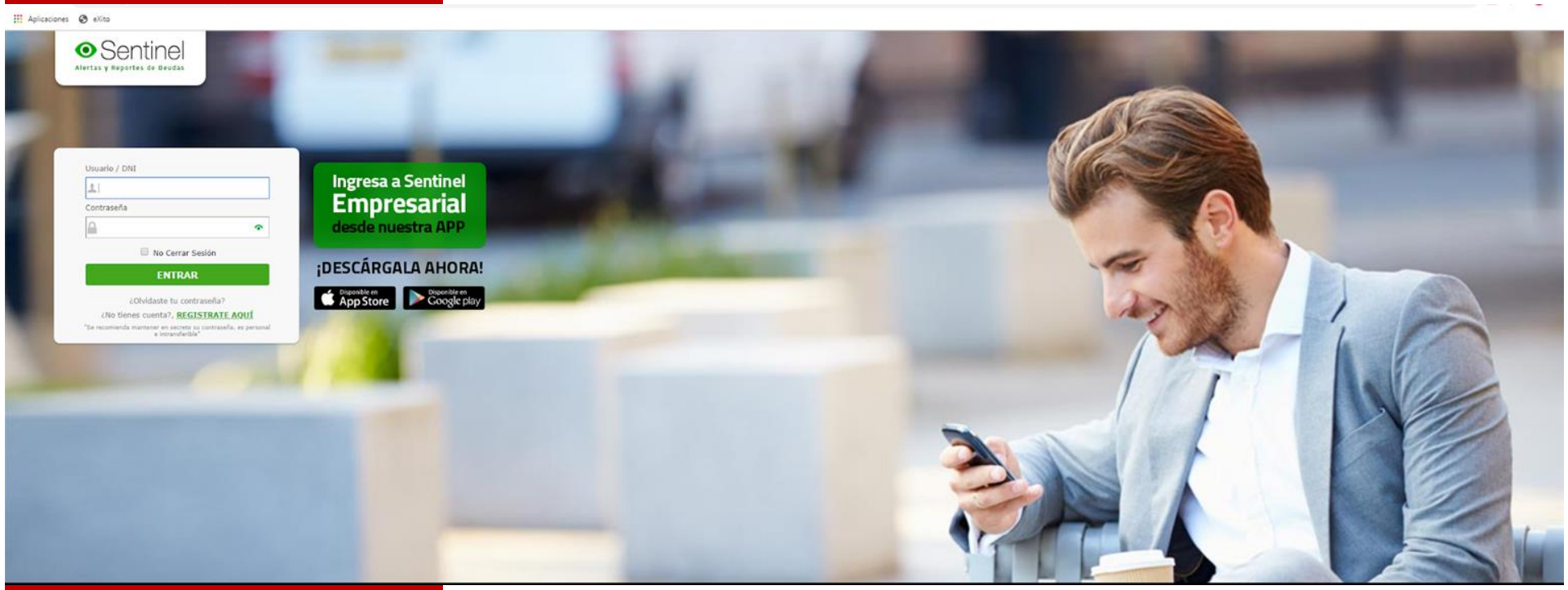
VITRINA GRÁFICA

ACCIONES DE DIFUSIÓN – PROGRAMA CHINA

ACCIONES DE DIFUSIÓN – PROGRAMA CHINA

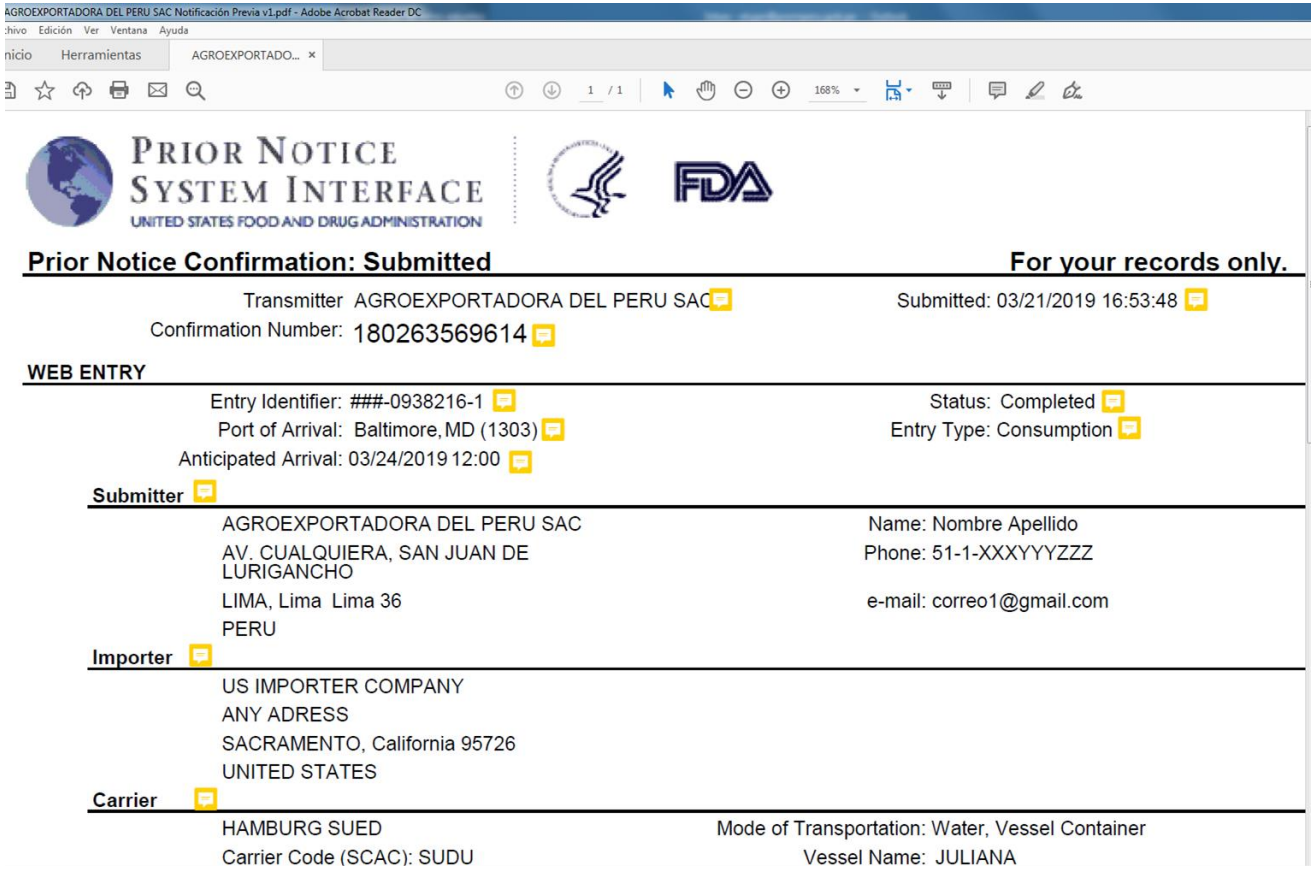
ACCIONES A TOMAR EN CUENTA

Diagnóstico financiero



ACCIONES A TOMAR EN CUENTA

Regulaciones de acceso. Registro FDA



AGROEXPORTADORA DEL PERU SAC Notificación Previa v1.pdf - Adobe Acrobat Reader DC

PRIOR NOTICE SYSTEM INTERFACE
UNITED STATES FOOD AND DRUG ADMINISTRATION

FDA

Prior Notice Confirmation: Submitted — **For your records only.**

Transmitter AGROEXPORTADORA DEL PERU SAC — Submitted: 03/21/2019 16:53:48
Confirmation Number: 180263569614

WEB ENTRY

Entry Identifier: ###-0938216-1 — Status: Completed
Port of Arrival: Baltimore, MD (1303) — Entry Type: Consumption
Anticipated Arrival: 03/24/2019 12:00

Submitter

AGROEXPORTADORA DEL PERU SAC
AV. CUALQUIERA, SAN JUAN DE LURIGANCHO
LIMA, Lima Lima 36
PERU

Name: Nombre Apellido
Phone: 51-1-XXXYYYZZZ
e-mail: correo1@gmail.com

Importer

US IMPORTER COMPANY
ANY ADRESS
SACRAMENTO, California 95726
UNITED STATES

Carrier

HAMBURG SUED
Carrier Code (SCAC): SUDU

Mode of Transportation: Water, Vessel Container
Vessel Name: JULIANA

ACCIONES A TOMAR EN CUENTA

Regulaciones de acceso. Normas de Etiquetado EE.UU.

ACCIONES A TOMAR EN CUENTA

Ficha de producto

FICHA TÉCNICA

ESPECIFICACIONES

Denominación del bien	: HOJUELAS DE AMARANTO (KIWICHA)
Denominación técnica	: HOJUELAS DE KIWICHA CON MIEL DE CAÑA
Nombre científico	: Hojuelas de kiwicha (*Amaranthus caudatus*) y miel de caña (*Saccharum officinarum*).
Grupo/familia/clase	: Alimentos, Bebidas y Tabaco/ Alimentos Preparados y Conservados/ Materiales y Mezclas Instantáneas
Empresa	:
RUC	:
Dirección de la empresa	:
Partida Arancelaria	: 1904.20.00.00
Unidad de medida	: Gramos (g)
Registro Sanitario	: (
Descripción General	: Hojuelas de kiwicha con miel, muy útil para ser consumido de manera instantánea en los desayunos con los jugos, yogurts, ensaladas de frutas, entre otros.
Procedencia	: Perú

CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS DEL BIEN

A. Características

Es el producto elaborado a partir de los granos de amaranto conocido como kiwicha, pre cocidos, laminados para formar hojuelas, mezclado con miel de caña y horneado, todos nuestros procesos son ejecutados por personal capacitado que garantiza un producto libre de microorganismos patógeno.

B. Atributos del bien

Inocuo y adecuado para el consumo humano. No contiene olores o sabores extraños, causados por agentes químicos, físicos o microbiológicos. Asimismo, deberá cumplir con lo siguiente:

CALIDAD – FÍSICO SENSORIAL		
ATRIBUTO	ESPECIFICACIÓN	REFERENCIA
- Olor y sabor:	De acuerdo a la naturaleza del producto, libre de sabor y olor amargo, rancio o indeseable (fungoso u otros).	NTP 205.201:2019 CEREALES Y LEGUMINOSAS. Hojuelas precocidas de avena con kiwicha. Requisitos. 1ª Edición
- Color	De acuerdo a la naturaleza del producto.	

CALIDAD – FÍSICO QUÍMICO		
ATRIBUTO	ESPECIFICACIÓN	REFERENCIA
Aspecto	Hojuelas o escamas, exento de materias extrañas (tallos, piedrecillas, arenilla, tierra, insectos vivos o muertos en cualquiera de sus estados fisiológicos u otros).	NTP 205.201:2019 CEREALES Y LEGUMINOSAS. Hojuelas precocidas de avena con kiwicha. Requisitos. 1ª Edición

INOCUIDAD – CRITERIO MICROBIOLÓGICO			
ATRIBUTO	VALOR	ESPECIFICACIÓN	REFERENCIA
- **Criterio microbiológico** Aerobios Mesófilos (UFC/g)	10^4	10^4-10^5 UFC/g	*Criterios microbiológicos establecidos - NTS Nº 071-MINSA/DIGESA-V.01. "Norma Sanitaria que establece los criterios microbiológicos de calidad sanitaria e inocuidad para los alimentos y bebidas de consumo humano" (R.M. Nº 591-2008/MINSA).*
- **Criterio microbiológico** Mohos (NMP/g)	10^3	10^3-10^4 UFC/g	
- **Criterio microbiológico** Levaduras (NMP/g)	10^3	10^3-10^4 UFC/g	
- **Criterio microbiológico** Coliformes (UFC/g)	10^2	10^2-10^3 UFC/g	
- **Criterio microbiológico** Bacillus cereus (UFC/g)	10^2	10^2-10^4 UFC/g	
- **Criterio microbiológico** Salmonella Detención / 25g	Ausencia	Ausencia/25g ------	

ALÉRGENOS

Cereales que contengan gluten y derivados (*1):	-
Crustáceos y productos derivados:	-
Huevos y productos derivados:	-
Pescado y productos derivados:	-
Cacahuetes y productos derivados:	✓
Soja y productos derivados:	-
Leche y productos derivados (incluida lactosa):	-
Frutos de cáscara (*2):	✓
Apio y productos derivados:	-
Mostaza y productos derivados:	-
Granos de sésamo y productos derivados:	✓
Dióxido de azufre y sulfitos (*3):	-

- Ausencia de alérgeno **T** : Puede contener trazas

(*1) Trigo, centeno, cebada, avena, espelta, kamut e híbridos.

(*2) Almendras, avellanas, nueces, anacardos, pacanas, pistachos, nueces de Brasil, nueces de macadamia o nueces de Australia y sus derivados.

(*3) Concentraciones > 10 mg/Kg o 10 mg/l expresados como SO2.

Observaciones: maní, almendra, ajonjolí, pecanas, nueces.

CERTIFICACIÓN

Certificación HACCP
Certificación de Biocomercio
Certificación Orgánica

ENVASE - PRESENTACIÓN

El envasado se realiza en recipientes de un material resistentes e inocuos, que garantizan la estabilidad del mismo, evitando su contaminación y no alterando su calidad ni sus especificaciones sensoriales.

- Las siguientes presentaciones son:

Tipo de Envase	Presentación
Envase primario: Envase doypack trilaminado metálico	XXX g
Envase primario: Envase doypack trilaminado plástico	XXX g

ACCIONES A TOMAR EN CUENTA

Estructura de costos

Tabla de costos generados durante el proceso de exportación

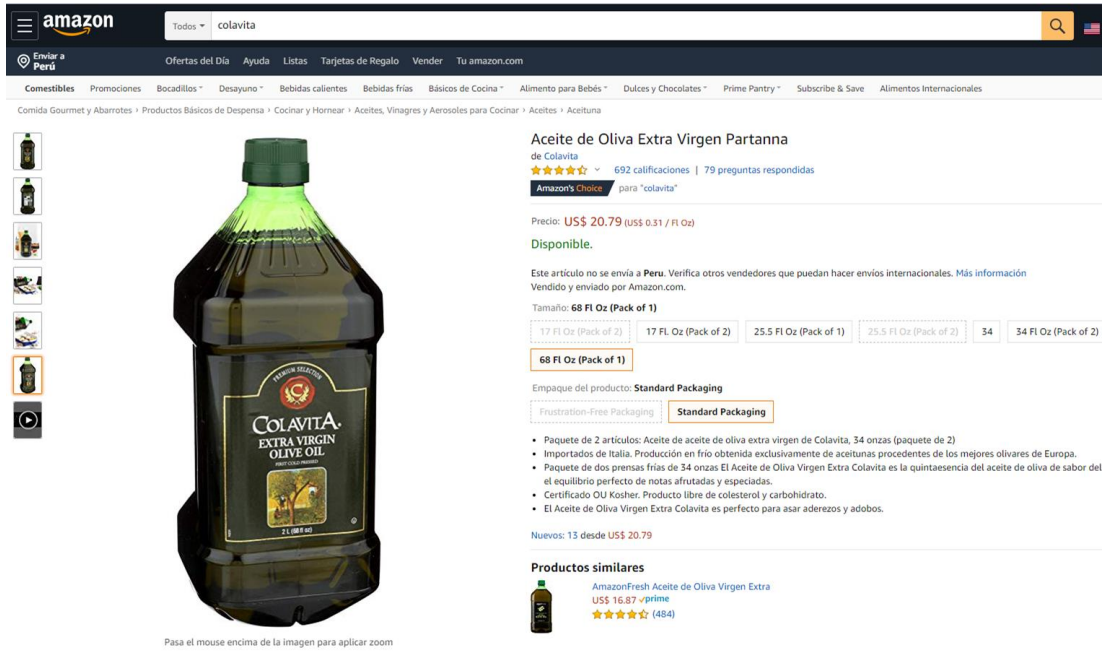
CONCEPTO	COSTO	PORCENTAJE DEL PRESUPUESTO TOTAL
COSTO DE PRODUCTO	**97,000.00**	**36%**
Costo de producción	10,000.00	
Materia prima	6,000.00	
Renta de Local	6,000.00	
Utilidades	5.000.00	
Empaque y embalaje	6,000.00	
Salarios	20,000.00	
Maquinaria y equipo	30,000.00	
Almacenamiento	5,000.00	
Distribución	9,000.00	
COSTO PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD	**29,000.00**	**11%**
Ferias comerciales	15,000.00	
Radio y televisión	10,000.00	
Página Web.	4,000.00	
COSTO DE VENTAS	**80,000.00**	**30%**
Salarios	40,000.00	
Administración de ventas	15,000.00	
Capacitación	10,000.00	
Gastos de viajes	15,00.00	
OTROS GASTOS	**62,000.00**	**23%**
Investigación de mercados	15,000.00	
Agente aduanal	25,000.00	
Impuestos y seguros	7,000.00	
Correo internacional	5,000.00	
Transporte y seguro	10,000.00	
TOTAL PRECIO DE EXPORTACIÓN	**268,000.00**	**100 %**

ACCIONES A TOMAR EN CUENTA

Negociación a través de espacios digitales

ACCIONES A TOMAR EN CUENTA

Elaboración de imágenes

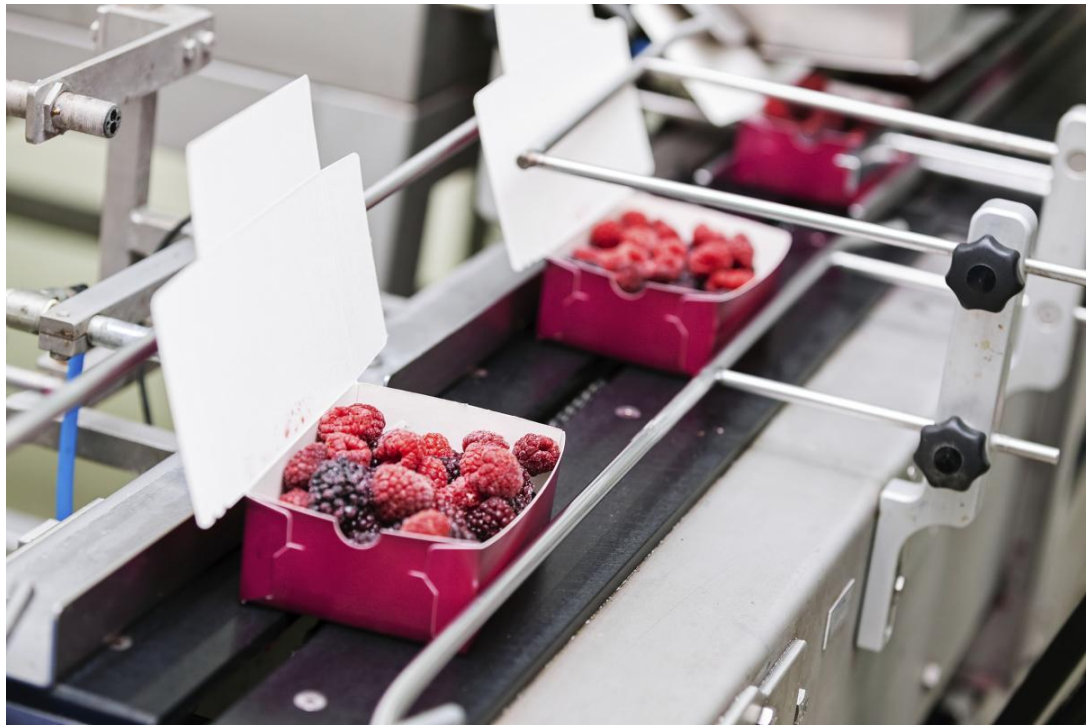


ACCIONES A TOMAR EN CUENTA

Registro de marcas

ACCIONES A TOMAR EN CUENTA

Control de calidad



ACCIONES A TOMAR EN CUENTA

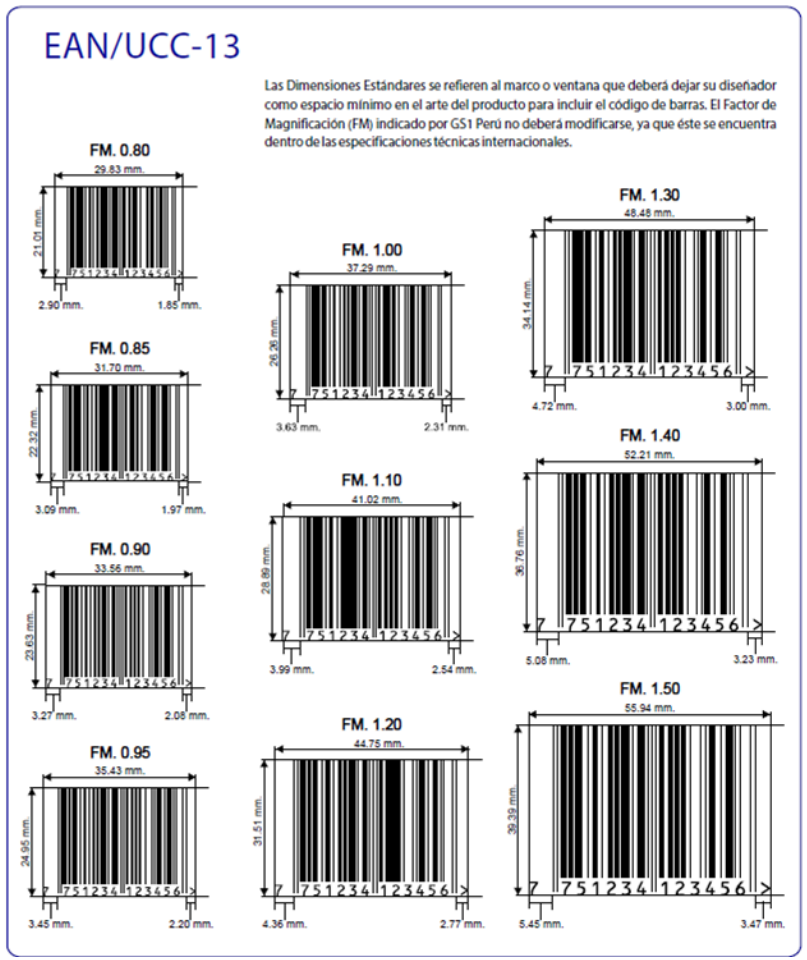
Código de barras

GS1 Peru

Plantilla de Dimensiones Estándares

EAN/UCC-13

Las Dimensiones Estándares se refieren al marco o ventana que deberá dejar su diseñador como espacio mínimo en el arte del producto para incluir el código de barras. El Factor de Magnificación (FM) indicado por GS1 Perú no deberá modificarse, ya que éste se encuentra dentro de las especificaciones técnicas internacionales.



ACCIONES A TOMAR EN CUENTA

Requisitos de las distintas plataformas

1. Crea una cuenta como vendedor profesional: Si usted no tiene una cuenta puedes ver nuestro post Abrir una Cuenta de Vendedor Profesional en Amazon. Si ya tienes una cuenta puedes iniciar sesión aquí.

2. Listar los productos en la plataforma de seller central: Si aún no sabes como, puedes ver nuestro post Cómo Vender en Amazon un Producto.

3. Prepare sus productos: Asegúrese de que sus productos están listos para que puedan ser transportados de manera segura hasta las manos del cliente.

4. Enviar sus productos a Amazon: Crea planes de envío a las bodegas de amazon, rastrea el inventario, haz seguimiento y espera a que amazon los reciba y habilite para ponerlos en venta.

5. Los clientes ordenan sus productos, Amazon prepara los paquetes y envía a los clientes: Los clientes que tengan la membresía PRIME tendrán un beneficio de envio rápido y gratis elegibles por Amazon

6. Amazon ofrece soporte al cliente sobre los productos que vendemos: El equipo de servicio al cliente de amazon gestiona las consultas de los clientes, reembolsos y devoluciones de los pedidos, 24 horas al día, 7 días a la semana.

ACCIONES A TOMAR EN CUENTA

Provisión continua de productos