



Seminarios Miércoles del exportador

¿Cómo implementar un sitio web para tu negocio de exportación?

**Christian
Saldaña Paz**

csaldana@atumedidadigital.com



Lima, 02 de octubre de 2024

Agenda

1. Importancia de un sitio web en la exportación
2. Investigación y planificación
3. Estrategias de marketing Digital para e-commerce
4. Seguridad para e-Commerce.
5. Manos a la obra.
6. Preguntas y respuestas

1

Importancia de un sitio
web en la exportación

Importancia de un sitio web en la exportación



VISIBILIDAD GLOBAL

Un sitio web es esencial para atraer clientes internacionales.



CONFIANZA

Un buen sitio web refuerza la credibilidad de tu negocio.



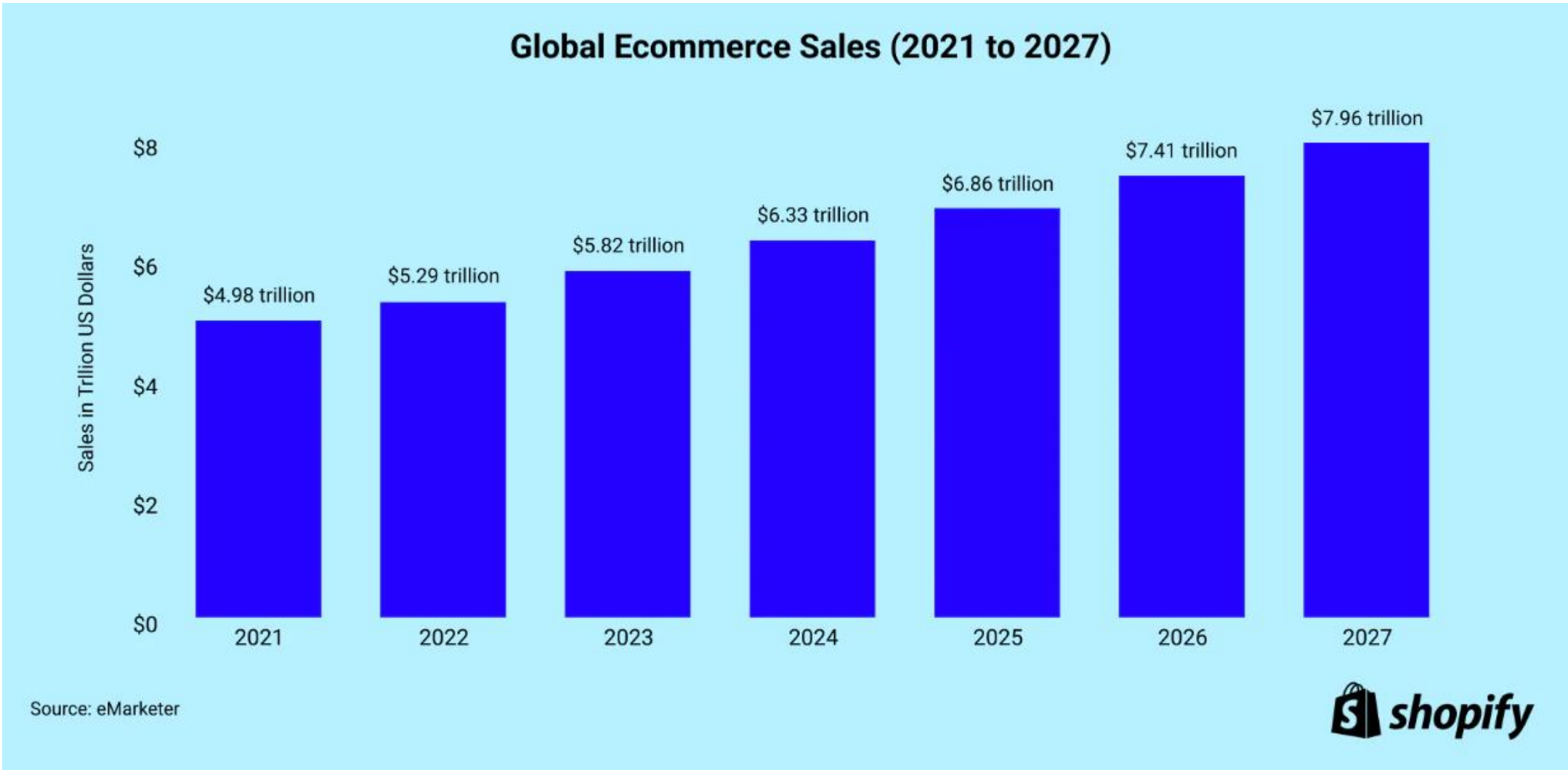
DISPONIBILIDAD 24/7:

Los clientes pueden encontrar y aprender sobre tu empresa en cualquier momento.



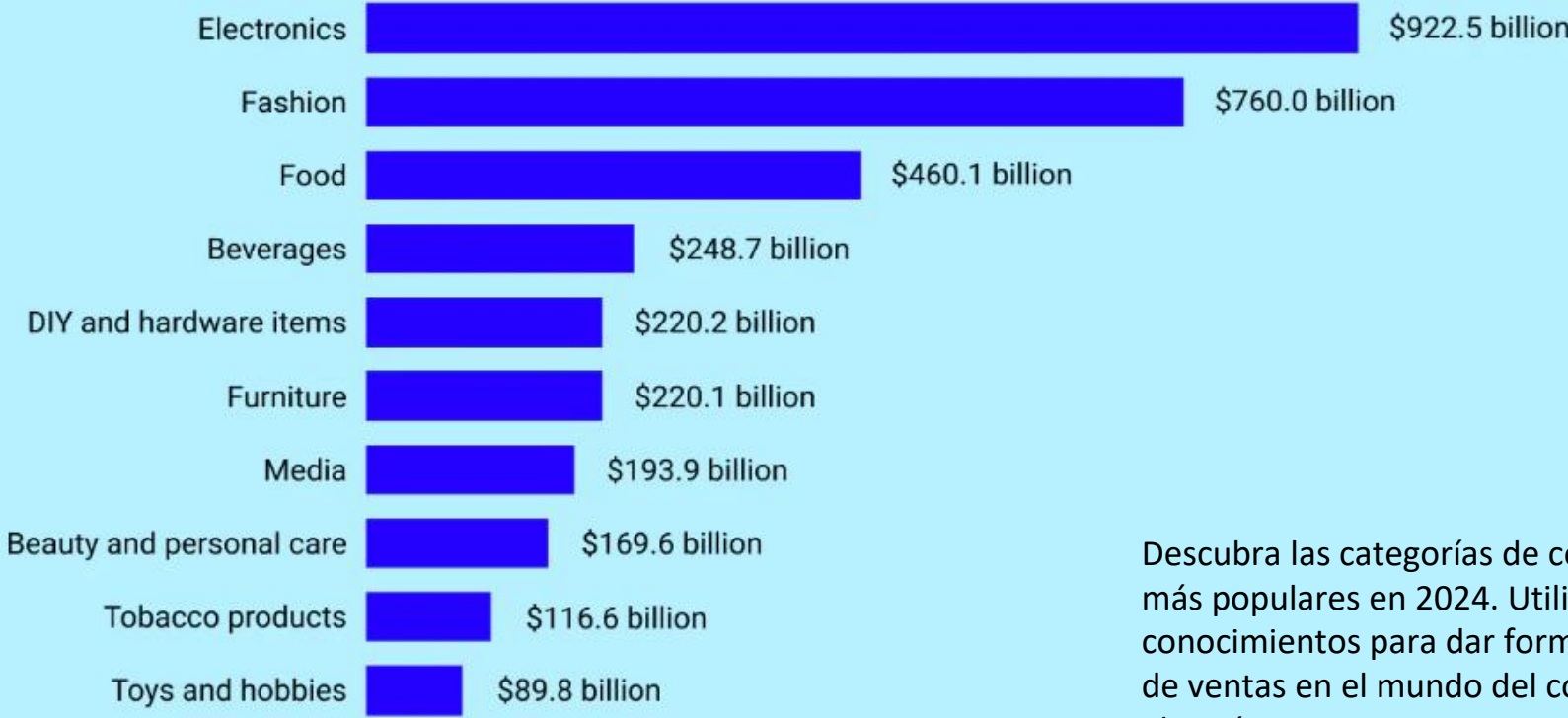
INCREMENTAR LAS VENTAS

Importancia de un sitio web en la exportación



Importancia de un sitio web en la exportación

Top Online Shopping Categories Worldwide in 2024



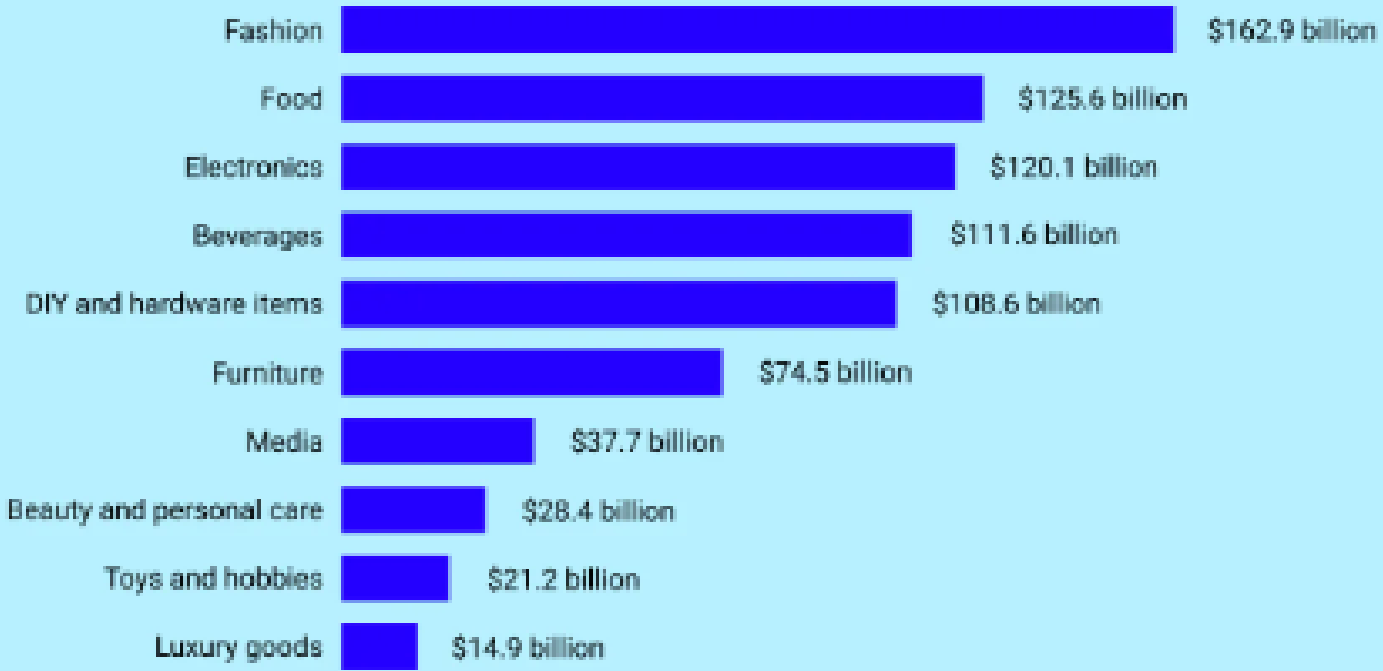
Descubra las categorías de compras en línea más populares en 2024. Utilice estos conocimientos para dar forma a su estrategia de ventas en el mundo del comercio electrónico en constante evolución.

Source: Statista

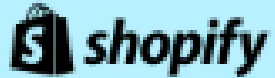


Importancia de un sitio web en la exportación

Top Online Shopping Categories in the US in 2024



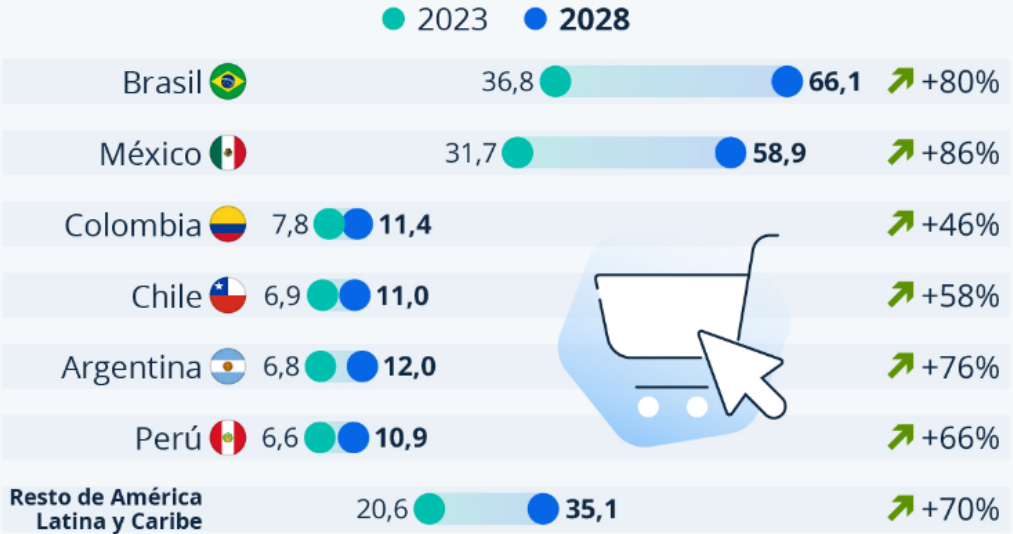
Source: Statista



Importancia de un sitio web en la exportación

El boom del e-commerce latinoamericano

Mayores mercados de e-commerce de América Latina y el Caribe en 2023 y 2028 (en miles de millones de dólares)



CATEGORÍAS QUE MÁS CRECIERON EL 2023



Fuente: PayPal, Nubix, Statista, Izipay

Foro de presentación OBSERVATORIO ECOMMERCE 2023-2024 Power by CAPECE

OBSERVATORIO ECOMMERCE 2023-2024

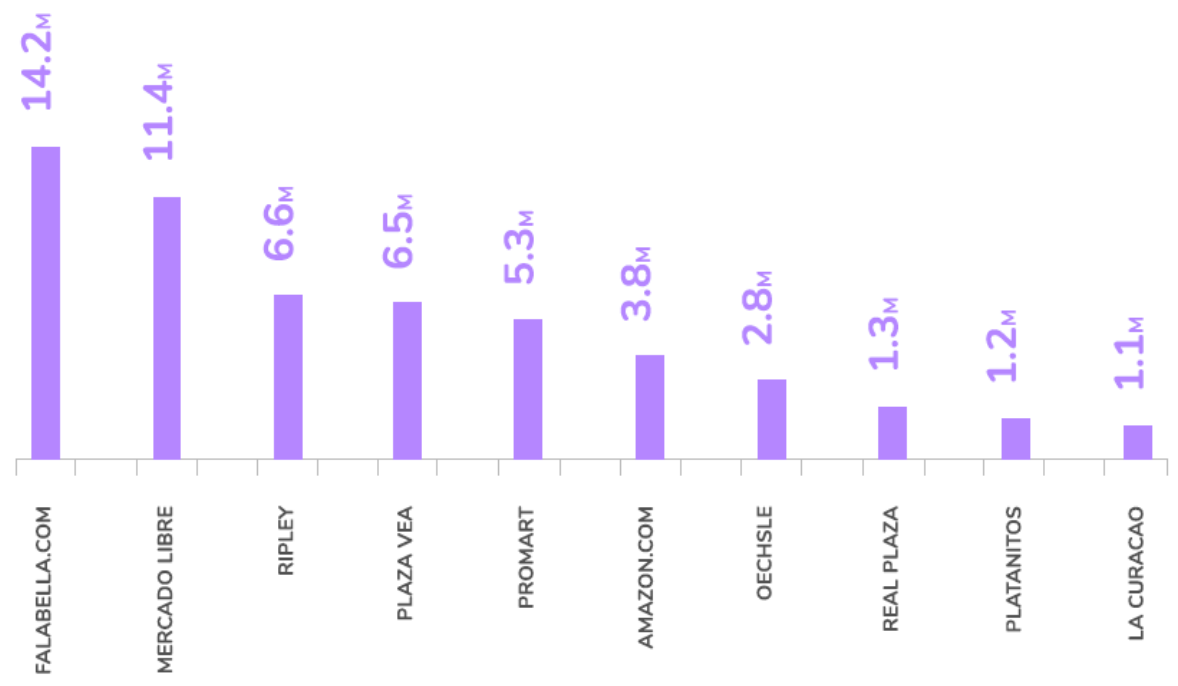
Ventas minoristas online de bienes físicos. Estimaciones de octubre de 2023. Fuente: Statista Market Insights



Importancia de un sitio web en la exportación

TOP 10 MARKETPLACES EN PERÚ

(TRÁFICO REFERENCIAL, PUEDE SER MAYOR O MENOR)



Fuente: Similar web marzo 2023
(Esto es tráfico referencial. El tráfico puede ser mayor o menor).

PRODUCTOS MÁS VENDIDOS

POR LOS PERUANOS AL EXTRANJERO



Ropa de Alpaca y Algodón



Artesanías



Pinturas



Coleccionables



Mariposas Disecadas



Discos de Vinilo

Fuente: DHL y Ebay



2

Investigación y
planificación

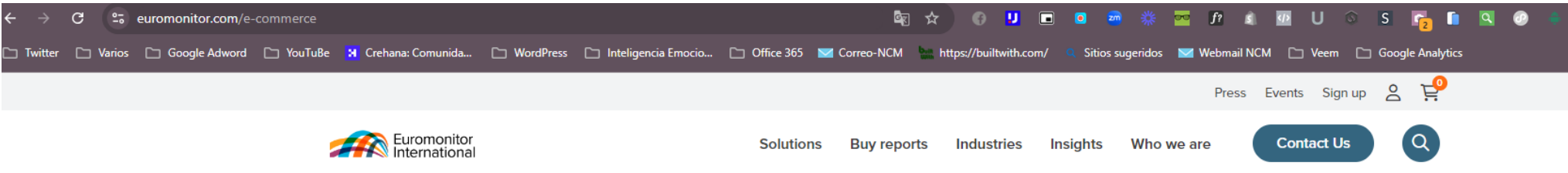
Investigación de otros mercados

The screenshot shows the Google Market Finder tool interface. At the top, the browser address bar displays 'marketfinder.thinkwithgoogle.com/intl/es_419'. Below the browser, the 'Think with Google' logo is visible. The main heading reads 'Market Finder'. The primary message is 'Llevar a tu empresa a nuevos mercados es más fácil que nunca'. Below this, a sub-message states: 'Prueba nuestra herramienta gratuita para identificar nuevos mercados potenciales, descubrir datos operativos útiles y empezar a vender productos a clientes locales y en todo el mundo.' A blue 'Comenzar' button is positioned below the text. A link for '¿Ya tienes una cuenta? Acceder' is also present. The right side of the interface features a 3D illustration with various icons: a bar chart with an upward arrow, a city skyline, a person, a shipping container on a boat, and a smartphone, each with a plus sign indicating expansion or addition.

Herramienta gratuita de Google que ayuda a las empresas a identificar mercados internacionales potenciales

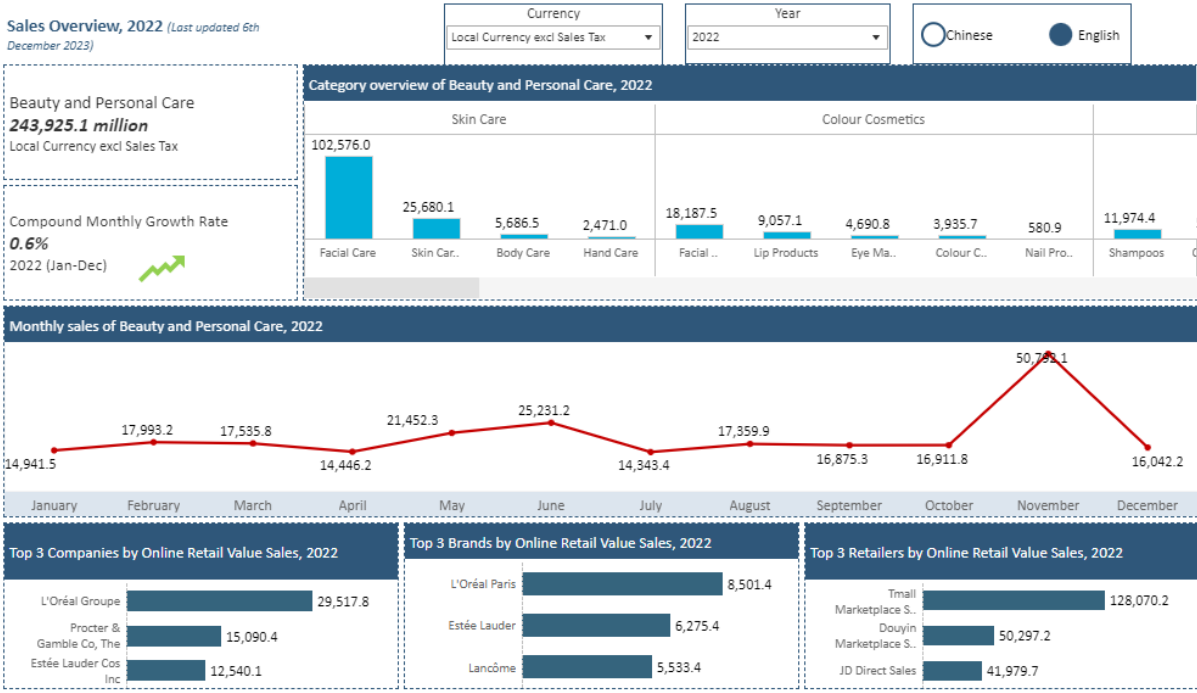


Investigación de otros mercados



- Which categories and brands are winning on specific retailers such as Tmall vs JD vs Douyin (TikTok)?

Euromonitor ofrece informes de mercado y análisis de consumo a nivel mundial, ayudando a las empresas a evaluar oportunidades de mercado en diferentes regiones y sectores.



Source: Euromonitor International, All Rights Reserved

E-Commerce data version 0.1.30



Investigación de otros mercados

The screenshot shows a web browser displaying the intracen.org website for Peru. The page includes a navigation menu with links for Overview, Related projects, Projects, Related news, Related publications, and ITC contact. Below the navigation are four data boxes for (2022) data from UN, IMF, IMF, and ILO. The main content area has tabs for Trade partners, Current exports (selected), Export potential, Market access, and Other data. A treemap chart displays the composition of Peru's current exports in 2023, with 'Ores, slag and ash' being the largest category. To the right of the treemap is a text box titled 'Current exports of Peru (2023)' with a 'MARKET ANALYSIS' sub-header and a paragraph describing ITC's Trade Map. A 'Privacy settings' button is visible in the bottom left corner.

intracen.org/our-work/regions-and-countries/latin-america-and-the-caribbean/peru

Twitter Varios Google Adword YouTube Crehana: Comunida... WordPress Inteligencia Emocio... Office 365 Correo-NCM https://builtwith.com/ Sitios sugeridos Webmail NCM Veem Google Analytics

Peru

Overview • Related projects • Projects • Related news • Related publications • ITC contact

(2022) Source: UN USD (2022) Source: IMF USD (2022) Source: IMF (2022) Source: ILO

Trade partners Current exports Export potential Market access Other data

Ores, slag and ash

Natural or cultured pearls, precious or semi-precious stones, precious metals, metals clad with precious metal, and articles thereof; imitation jewellery; coin

Edible fruit and nuts; peel of citrus fruit or melons

Coffee, tea, maté and spices

Edible vegetable and ...

Oil ...

Copper and articles thereof

Zinc and articles thereof

Tin and articles thereof

Articles of apparel and clothing ...

Fish and crustaceans, molluscs and ...

Mineral fuels, mineral oils and products of their distillation; bituminous substances; mineral waxes

Salt; sulphur earths

Residues and waste from ...

Cocoa ...

Plastics ...

Current exports of Peru (2023)

MARKET ANALYSIS

ITC's Trade Map is an online database on international trade statistics, providing an array of useful indicators on export performance, international demand, alternative markets and the role of competitors from both the product and country perspectives.

[More info](#) | [Access this tool](#)

Privacy settings

Etapas B2B/B2C ECommerce











Importancia de un sitio web en la exportación



Importancia de un sitio web en la exportación

Cuadro Comparativo Pasarelas de Pagos



				
Afiliación	Gratis	Gratis	Gratis	Gratis <small>Ajustado a promociones</small>
Mantenimiento mensual	Gratis	Gratis	Gratis	S/ 50 + IGV <small>Ajustado a promociones</small>
Comisión	Pago Nacional 3.99% + IGV Pago Internacional 3.79% + IGV	Pago Nacional 4.20% + IGV Pago Internacional 5.49% + IGV	Pago Nacional 3.44% + IGV Pago Internacional 3.95% + IGV	Pago Nacional 3.45% + IGV Pago Internacional 4.45% + IGV
Cobros adicionales	S/ 1.00 + IGV	S/ 0.30 + IGV	S/ 0.69	S/ 0.15 + IGV
Seguridad	Alta	Media	Alta	Alta
Funcionan con				

Lima
ilustra

*Fecha de cuadro comparativo 06.05.2021



Estratégias de marketing
Digital para e-commerce

Estrategias

Veamos algunas estrategias para mejorar las ventas en línea , experiencia del usuario al comprar , incrementar el posicionamiento de marca y las compras sostenibles.



SEO

Crea contenido de calidad, como blogs o guías de compra, que atraiga a los clientes y mejore el SEO en los motores de búsqueda



SOCIAL MEDIA

Utiliza plataformas como Instagram , Facebook,, Tik Tok para mostrar visualmente las piezas de joyería y crear una comunidad en línea



SERVICIO PERSONALIZADO

Ofrece opciones de personalización para las piezas de joyería, como grabados o selección de piedras preciosas.



WEB ATRACTIVO

Desarrolla un sitio web atractivo y fácil de navegar que muestre la gama de productos de joyería de oro y plata de alta calidad.



PUBLICIDAD PAGA

Utiliza plataformas publicitarias como Google Ads , META Ads y Tik Tok ADS para llegar a tu público objetivo.



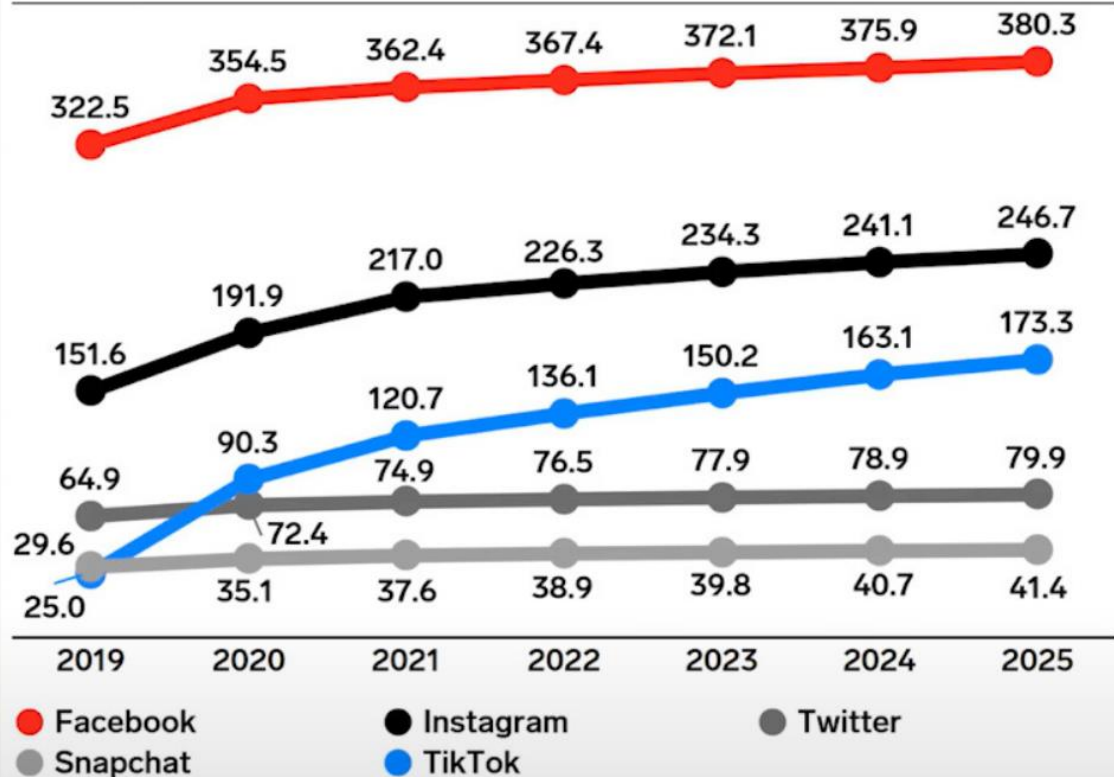
EMAIL /WHATSAPP MARKETING

Todavía no está muerto

Facebook e Instagram lideran el mercado del comercio social, pero la presencia de TikTok está creciendo rápidamente.

Social Network Users in Latin America, by Platform, 2019-2025

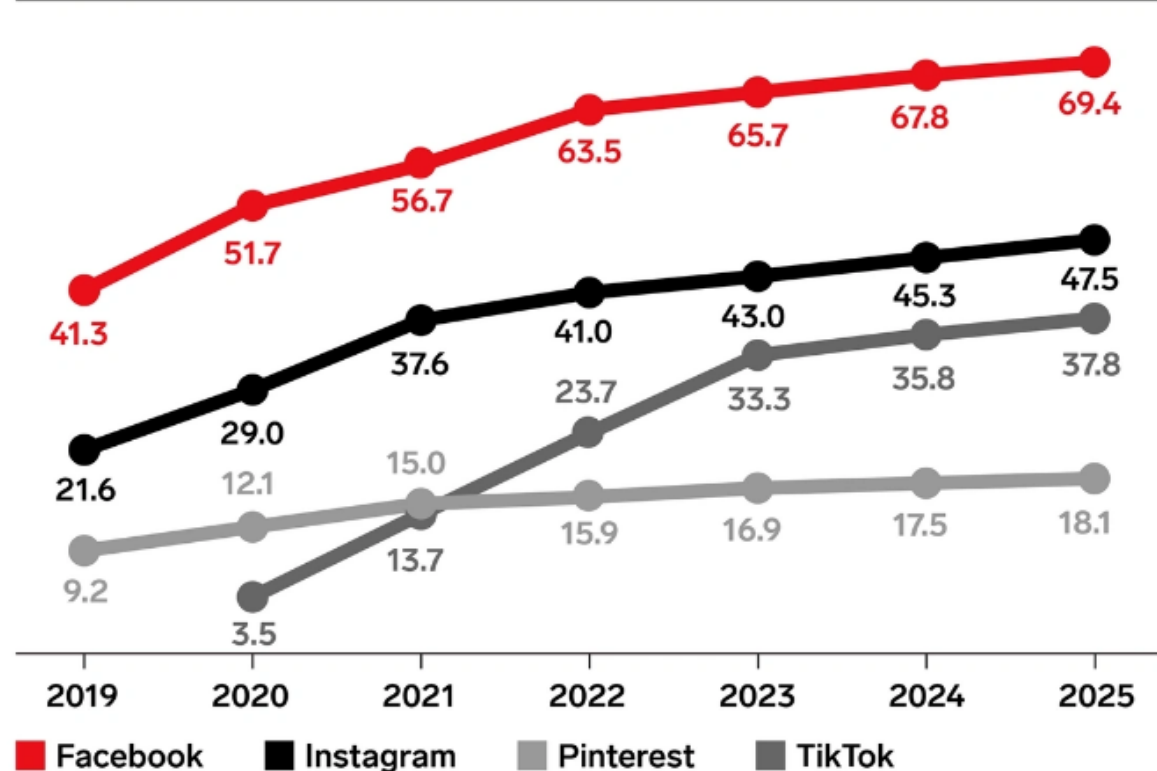
millions



Note: internet users of any age who use a social network via any device at least once per month; top 5 networks shown
Source: eMarketer, November 2021

US Social Commerce Buyers, by Platform, 2019-2025

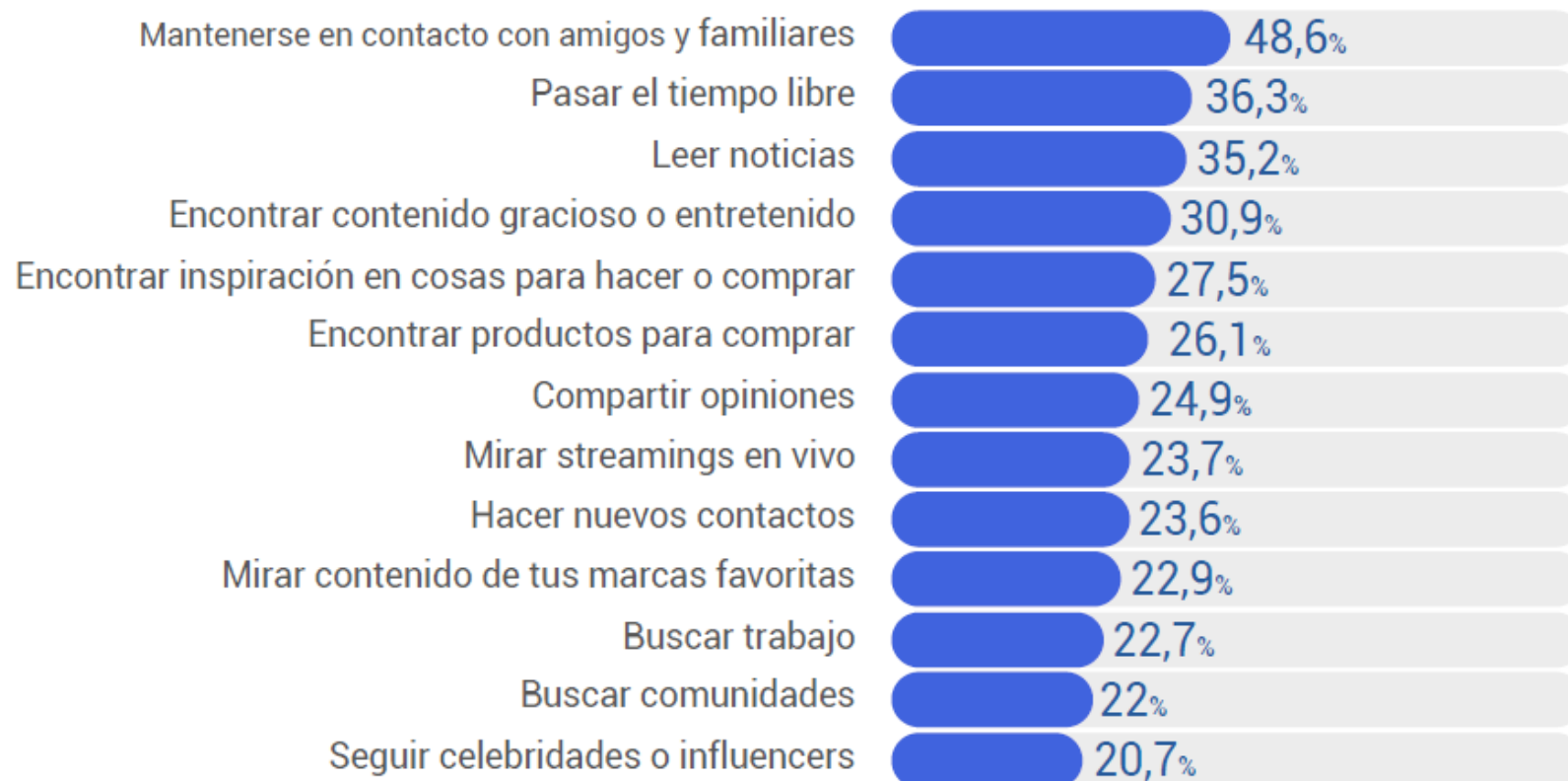
millions



Note: ages 14+; social network users who have made at least one purchase via the platform, including links and transactions on the platform itself, during the calendar year; including online, mobile, and tablet purchases
Source: eMarketer, July 2022

¿Por qué usan redes sociales las personas?

Con un número de usuarios en aumento y un porcentaje de uso mayor al 70% en países como Colombia, México, Perú, Ecuador y Chile, las redes sociales son un canal digital clave para encontrar crecimiento para las estrategias de eCommerce.



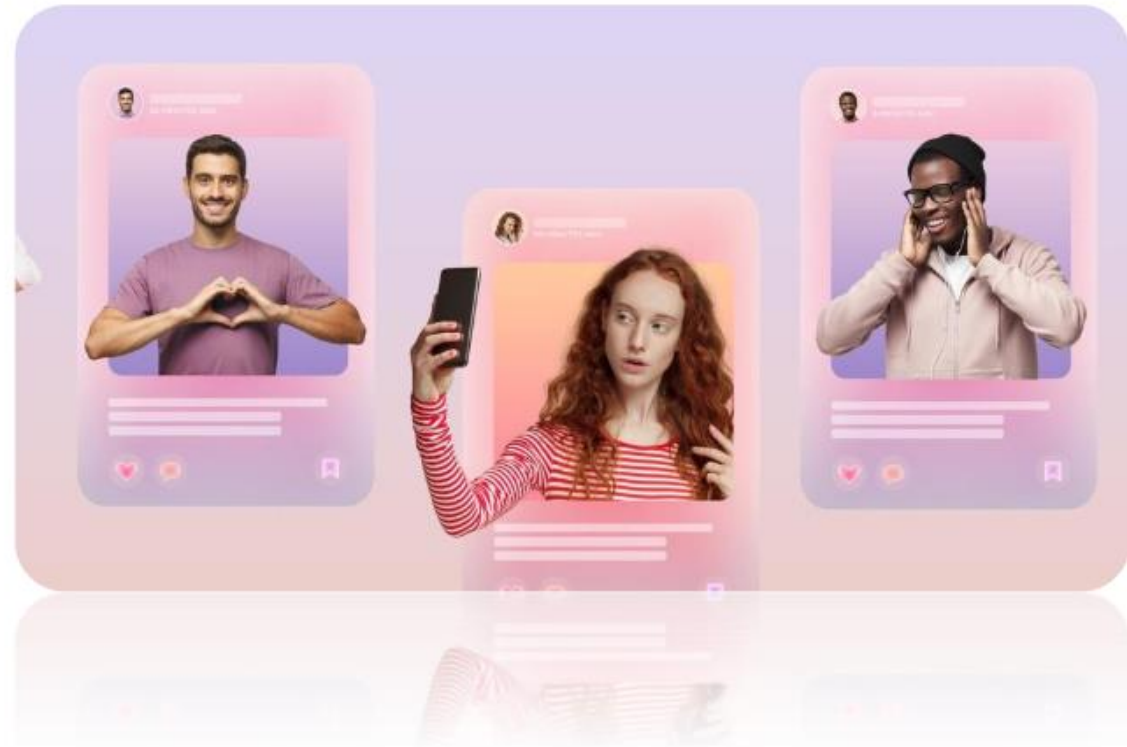
EL BOOM DE LOS VIDEOS CORTOS FRENTE A CONSUMIDORES DINÁMICOS

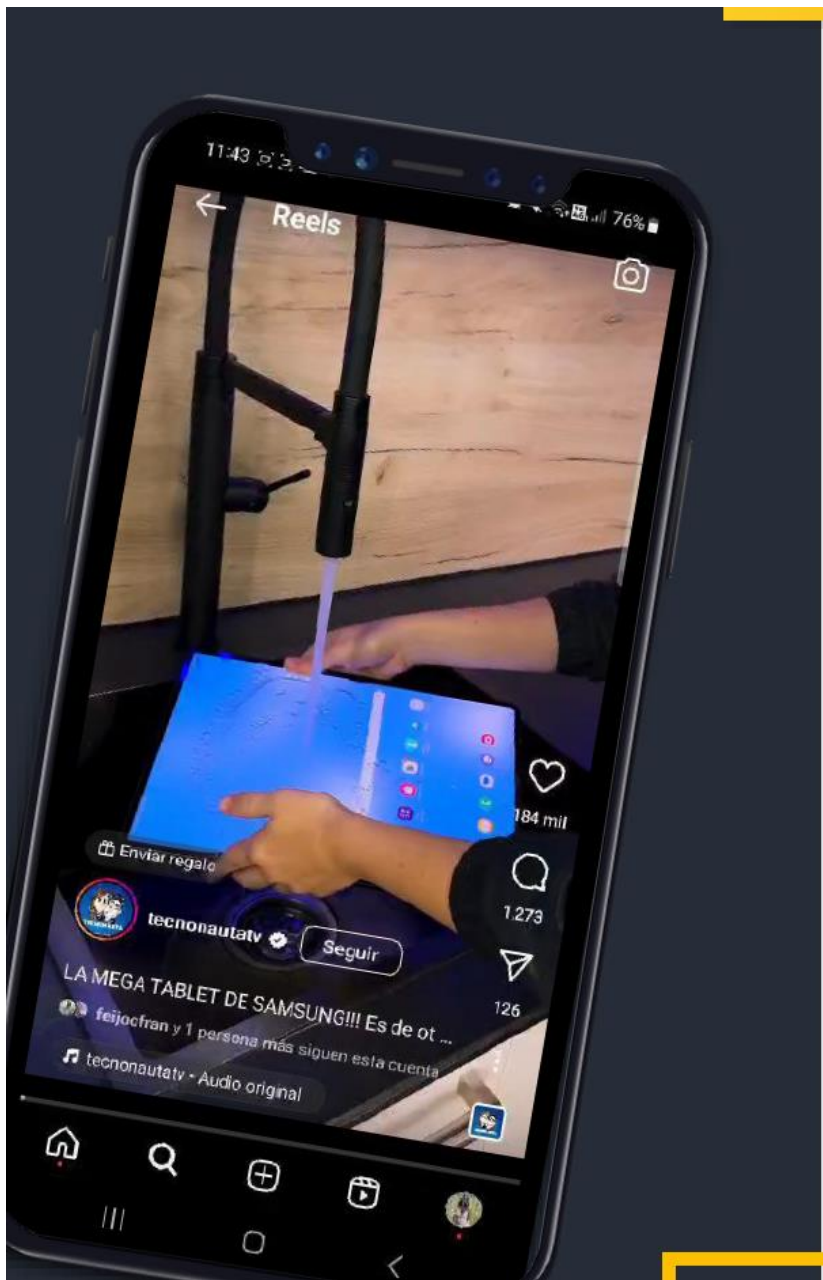
En la acelerada era digital de hoy, las personas tienen menos capacidad de atención y se inclinan por consumir contenido que se pueda absorber rápidamente. Los videos cortos atienden a esta necesidad al ofrecer contenido conciso y atractivo que capta la atención en poco tiempo.

 **Reels +669%** INTERACCIONES
ENERO 2021 VS
DICIEMBRE 2023

 **+139%** INTERACCIONES
ENERO 2021 VS
DICIEMBRE 2023

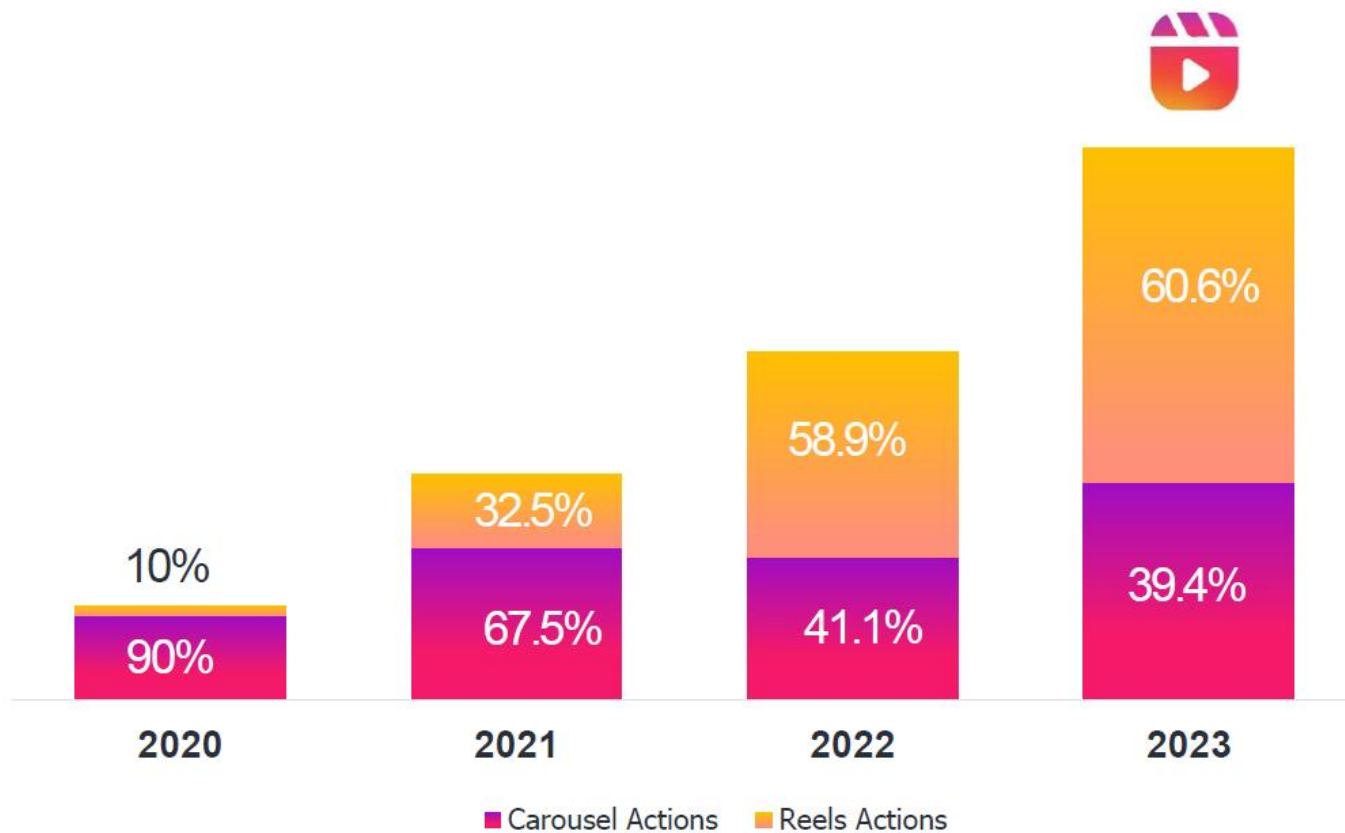
 **Shorts +51%** LIKES
2021 VS 2023





EVOLUCIÓN DE FORMATOS EN INSTAGRAM

El formato 'Reel' continúa ganando terreno en el mundo de las interacciones. En América Latina creció un 63% el engagement en este formato comparando 2022 vs 2023.



Source: Comscore Social, Instagram, Reels/Carousel | LATAM*ALL | 2020- 2023

Durante 2022 pasamos más de **473 mil millones de horas** mirando videos en línea y los sites y apps de videos continuaron creciendo



+79,1%
VIDEO VIEWS
YEAR-OVER-YEAR



+18,4%
VIDEO VIEWS
YEAR-OVER-YEAR

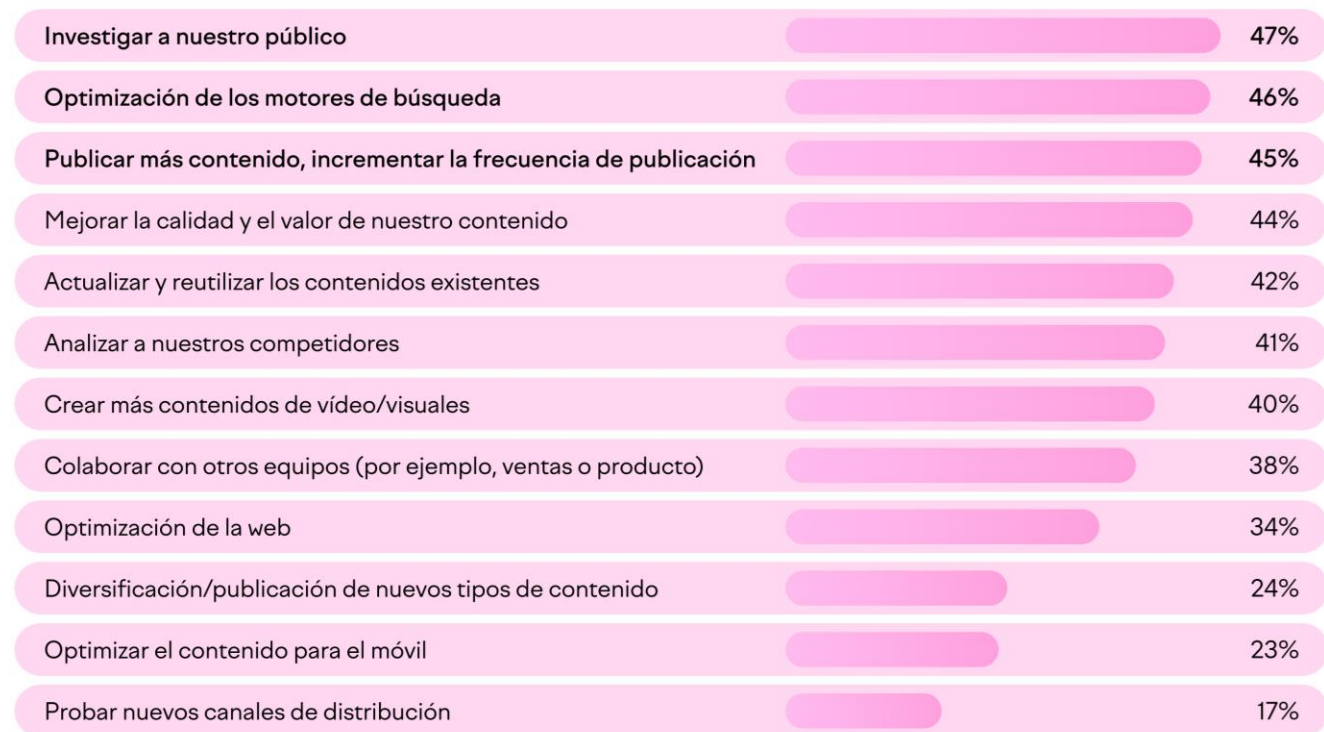


+9,5%
VIDEO VIEWS
YEAR-OVER-YEAR

¿Importancia de esta en Google?

El **SEO** es un conjunto de técnicas que sirven para posicionar una página web de forma natural en Google, a través de la selección de las palabras claves.

¿Qué factores influyen en el éxito en marketing de contenidos?



Publicidad Digital

Es un tipo de publicidad online que aparece en las páginas web en forma de banners. Puede tratarse desde el tradicional banner con combinación de imágenes y texto, hasta modelos más elaborados que incluyen audio, vídeo o formatos interactivos.


También se puede anunciar en el motor de búsqueda de Google

exportación de mango

Todos Imágenes Vídeos Noticias Más Herramientas

Cerca de 3,410,000 resultados (0.58 segundos)


Patrocinado

 qima-produce.com
https://www.qima-produce.com › mango_produce › export

Mango Import/Export QC - Mango Export Inspections ?

Our sampling process follows ANSI/ASQC Z1.4 (ISO 2859-1) international sampling procedure. QIMA inspectors follow detailed inspection protocols based on international...

Patrocinado

 MSC
https://www.msc.com › shipping › mangoes

Export Mangoes with MSC® - We Deliver Your Mangoes ✓

With modern reefer container fleet & local experts, we care for your seasonal **mango** cargo
Dry Cargo & Containers · Cargo Insurance · Industries · Intermodal Services · Technology



AdChoices

Trading & Cryptos Mastery Summit

14-17 FEBRERO

TE ESPERO EN EL MAYOR CONGRESO ONLINE DE TRADING & CRYPTOS

TU ENTRADA

¿SABIAS QUE PUEDES VENDERNO TU AUTO EN 1 DÍA Y SIN SALIR DE CASA?

COTIZA EL VALOR DE TU AUTO

Contenido patrocinado

marcas a tu lado



29 Diciembre, 2021

Alicorp donó 14 toneladas de alimentos para a 10 comedores populares en Lima y Callao

Esta acción conjunta con el Banco de Alimentos Perú y Latina se enmarcó en su propósito de Alimentar un Mañana Mejor.

Yo Soy

IR A LA SECCIÓN

Your site is too valuable to lose

Protect your investment with bulletproof WordPress backups and security.

Jetpack

Llevar la ilusión hasta el final nos hace volar.

Aerolínea Oficial de La Blanqueroja

SEO, siii funcionaaaaaa

Default Channel Grouping	Adquisición			Comportamiento			Conversiones Comercio electrónico ▾		
	Usuarios ?	Usuarios nuevos ?	Sesiones ?	Porcentaje de rebote ?	Páginas/sesión ?	Duración media de la sesión ?	Tasa de conversión de comercio electrónico ?	Transacciones ?	Ingresos ? ↓
	119.544 % del total: 100,00 % (119.544)	120.765 % del total: 100,11 % (120.637)	176.364 % del total: 100,00 % (176.364)	59,25 % Media de la vista: 59,25 % (0,00 %)	3,25 Media de la vista: 3,25 (0,00 %)	00:02:14 Media de la vista: 00:02:14 (0,00 %)	1,57 % Media de la vista: 1,57 % (0,00 %)	2.763 % del total: 100,00 % (2.763)	414.837,20 PEN % del total: 100,00 % (414.837,20 PEN)
1. Organic Search	12.071 (9,58 %)	11.492 (9,52 %)	28.037 (15,90 %)	35,84 %	5,27	00:05:24	3,42 %	960 (34,74 %)	143.691,07 PEN (34,64 %)
2. Referral	11.253 (8,93 %)	10.225 (8,47 %)	16.774 (9,51 %)	19,49 %	5,95	00:04:02	3,86 %	647 (23,42 %)	99.163,24 PEN (23,90 %)
3. Social	28.909 (22,93 %)	27.764 (22,99 %)	37.609 (21,32 %)	56,91 %	3,49	00:01:58	1,32 %	497 (17,99 %)	77.825,90 PEN (18,76 %)
4. Direct	26.572 (21,08 %)	26.805 (22,20 %)	35.594 (20,18 %)	63,14 %	2,80	00:01:51	1,32 %	471 (17,05 %)	65.291,50 PEN (15,74 %)
5. Email	919 (0,73 %)	615 (0,51 %)	2.233 (1,27 %)	41,29 %	4,52	00:04:04	5,19 %	116 (4,20 %)	18.086,14 PEN (4,36 %)
6. (Other)	38.147 (30,26 %)	35.922 (29,75 %)	46.345 (26,28 %)	85,10 %	1,47	00:00:27	0,16 %	72 (2,61 %)	10.779,34 PEN (2,60 %)