



Programa de comercio electrónico

**Angela
Aro Díaz**

PROMPERÚ

aaro@promperuext.pe

Lima, 10 de junio de 2026

Índice

1

CONTEXTO DE
CROSS BORDER

2

PROGRAMA DE COMERCIO
ELECTRÓNICO

3

LECCIONES
APRENDIDAS Y
VITRINA GRÁFICA

4

CASOS DE ÉXITO

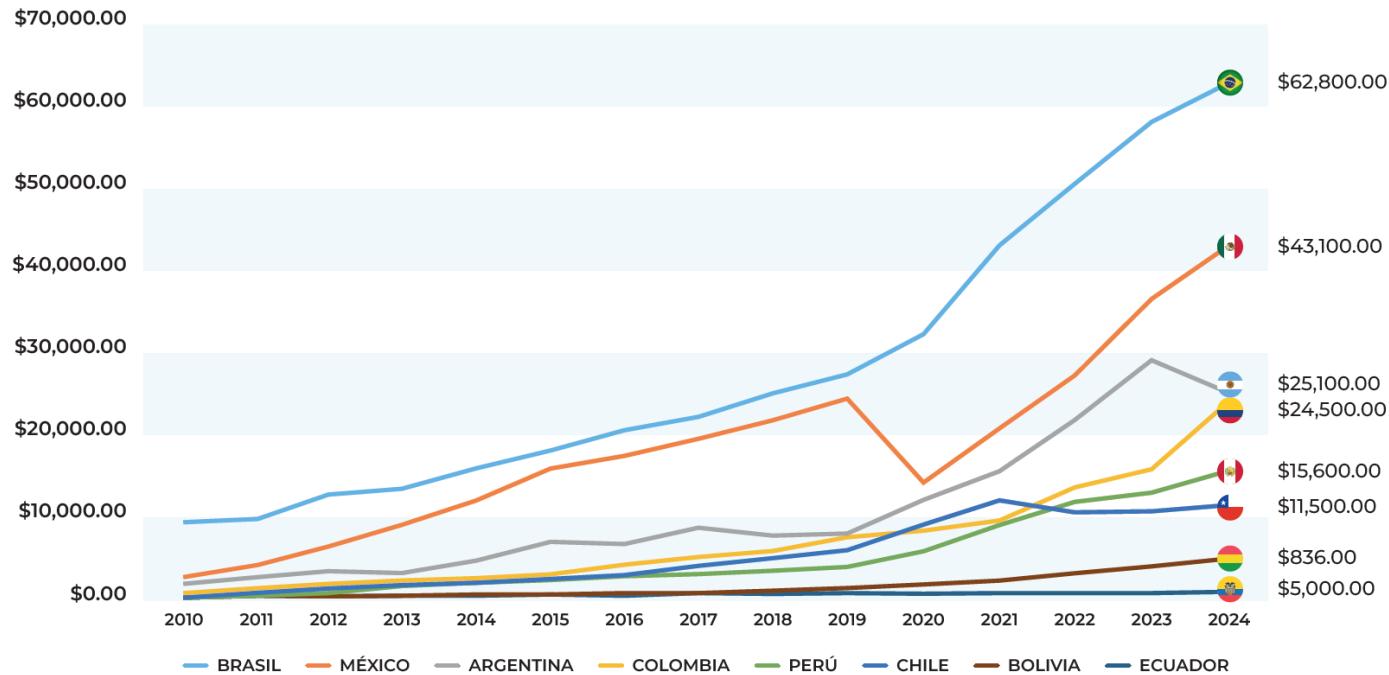
5

HERRAMIENTAS DE
COMERCIO ELECTRÓNICO

1 Contexto de Cross border



Ingresos por Ventas E-commerce en Latinoamérica 2024

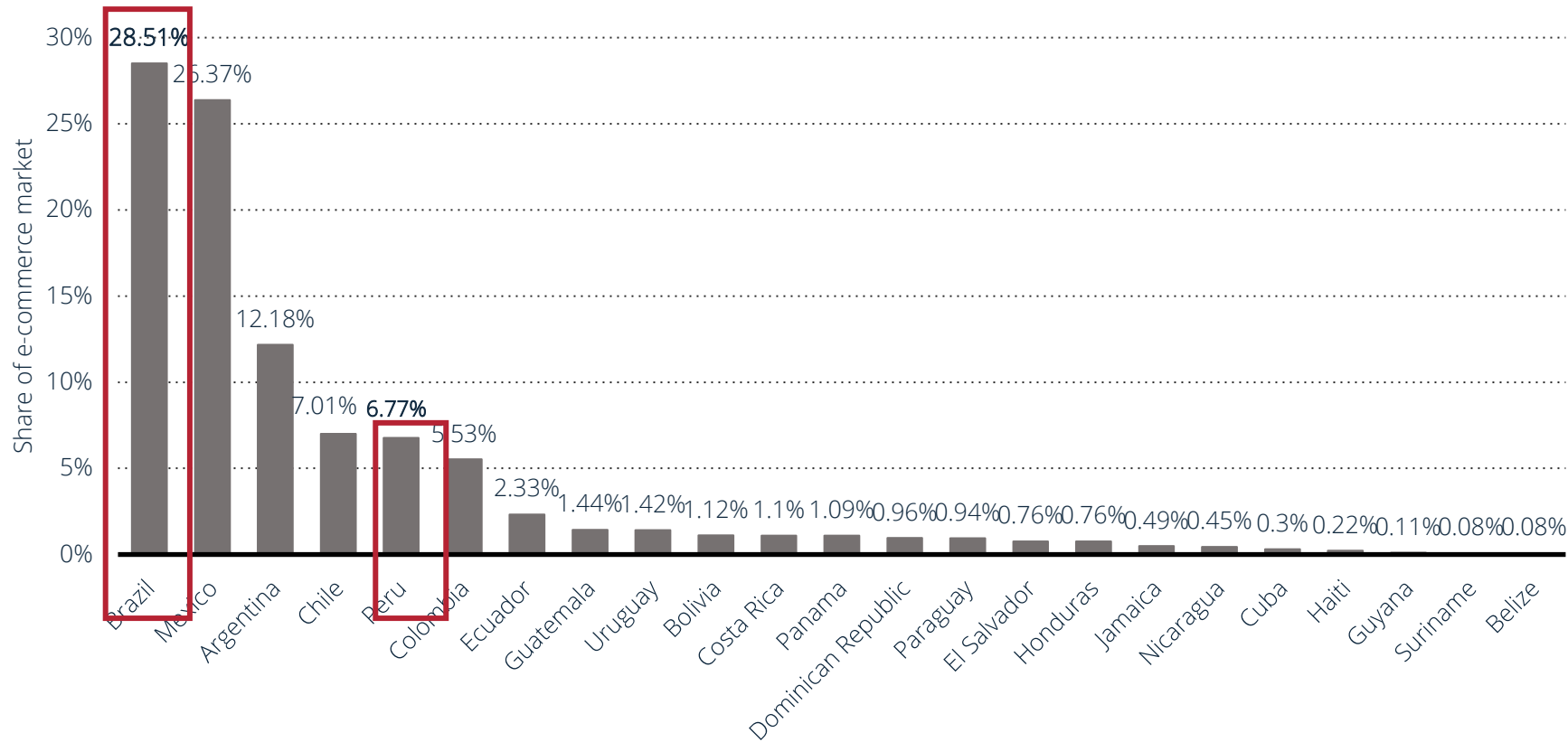


En 2024, Brasil fue el principal mercado de comercio electrónico en América Latina, con una facturación de alrededor de US\$ 62 mil millones. México está en segundo lugar con ventas por valor de US\$ 43 mil millones.

Perú ocupa el 5to lugar con ingresos por ventas online de 15 mil millones en el 2024 y Comparando este monto con Brasil solo es el 23% de los ingresos que generará dicho país.

Fuente: Cámara Peruana de Comercio Electrónico

Cuota de mercado E-commerce en Latinoamérica y el Caribe 2024



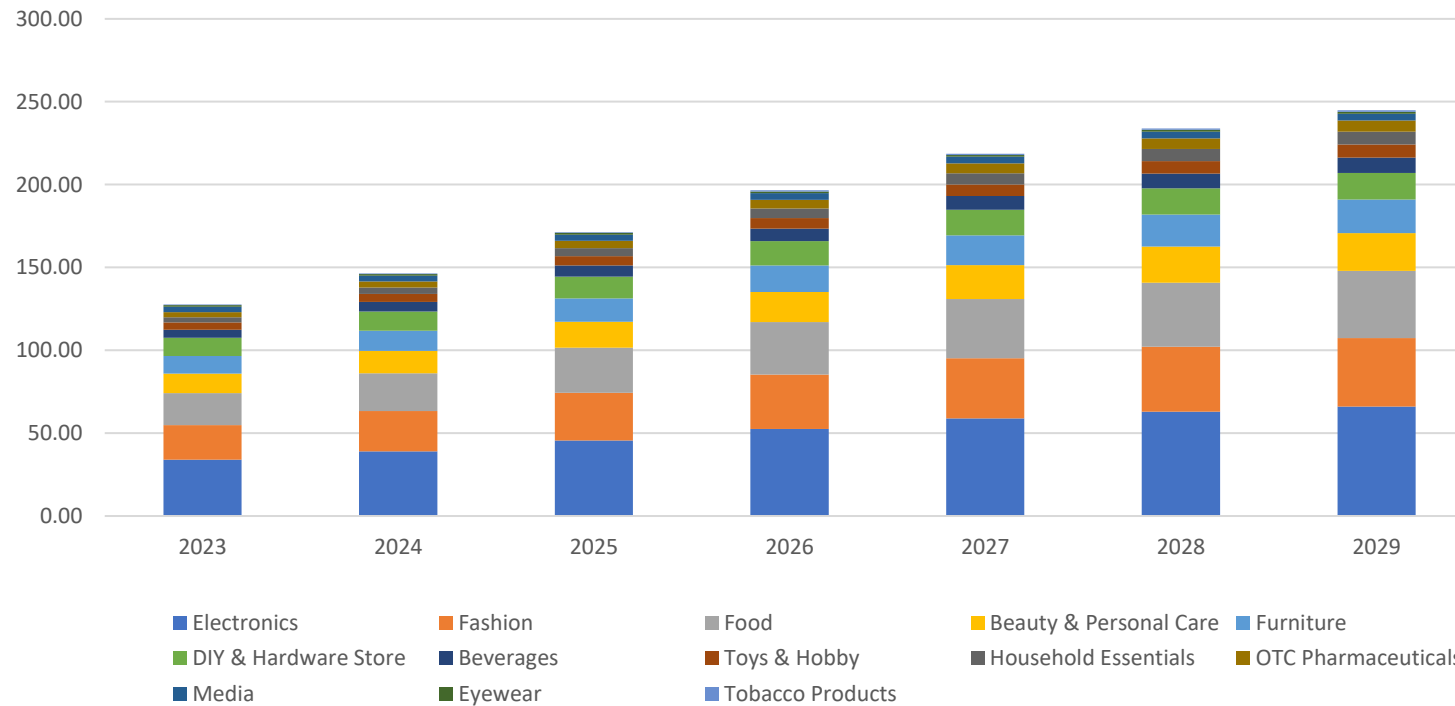
A mayo del 2024, Brasil tuvo el 29% de la cuota de mercado de ecommerce en Latinoamérica y el Caribe, seguido de México con más del 26% y en tercer lugar está Argentina con el 12% del mercado. En el 2023, Mercado Libre (Mercado Libre en Brasil), lideró las ventas por ecommerce y en febrero del año 2024, este mercado atrajo a cerca de 321 millones de compradores a su plataforma, superando Amazon Brasil, en un +11%.

Respecto a las ventas ecommerce por dispositivo móvil durante el 2022, Brasil emergió como el líder regional con ventas que ascendieron a unos US\$ 30 mil millones.

Fuente: Statista Digital Market Insights

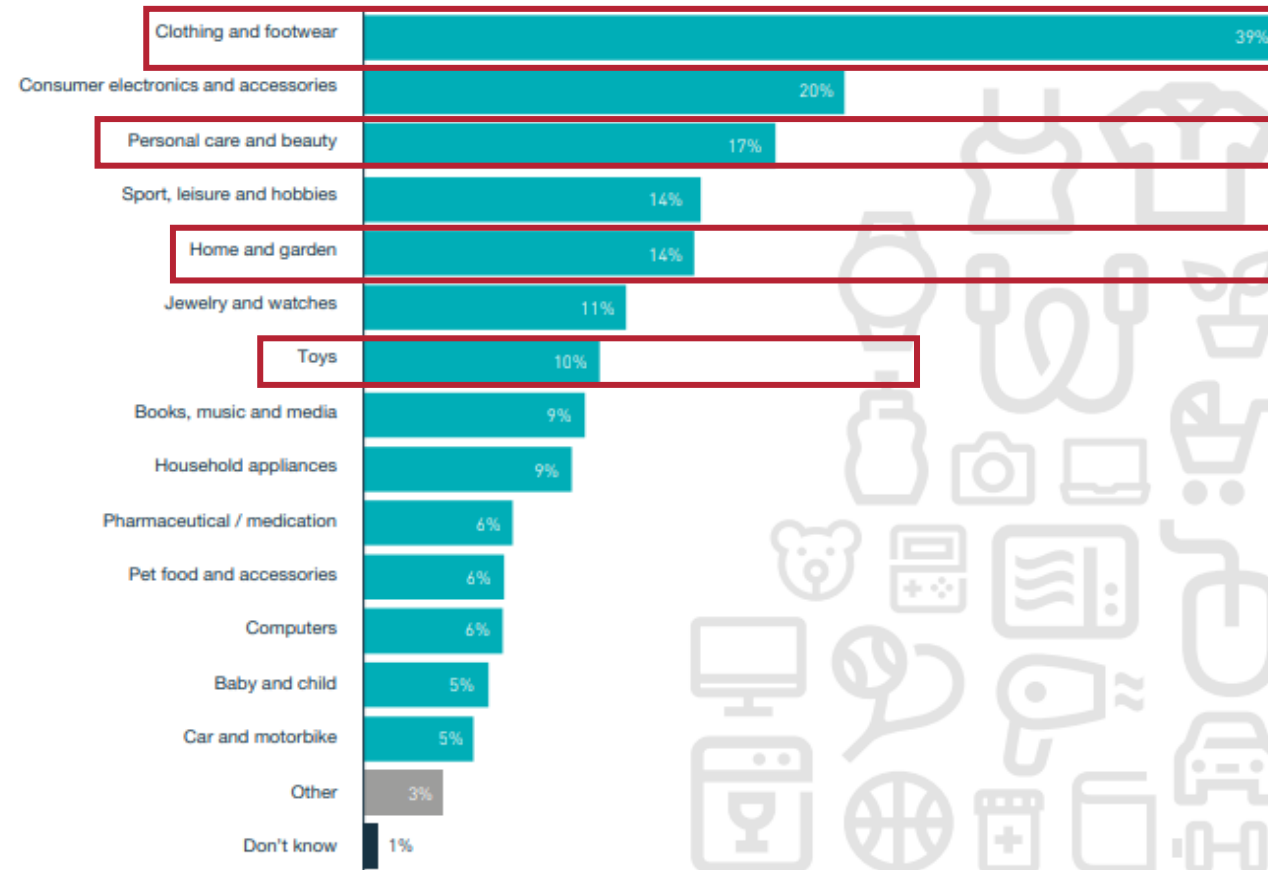
Ingresos por E-commerce en Latinoamérica 2023-2029 por segmento de mercado

E-commerce revenue by segment
(Mil millones de US\$)



Fuente: Statista Digital Market Insights

Encuesta IPC: Compras globales en el comercio electrónico transfronterizo por categoría - 2023



Fuente: Survey International Post Corporation (IPC) 2023

PANORAMA COMERCIO ELECTRÓNICO EN PERÚ

ECOMMERCE IMPARABLE:

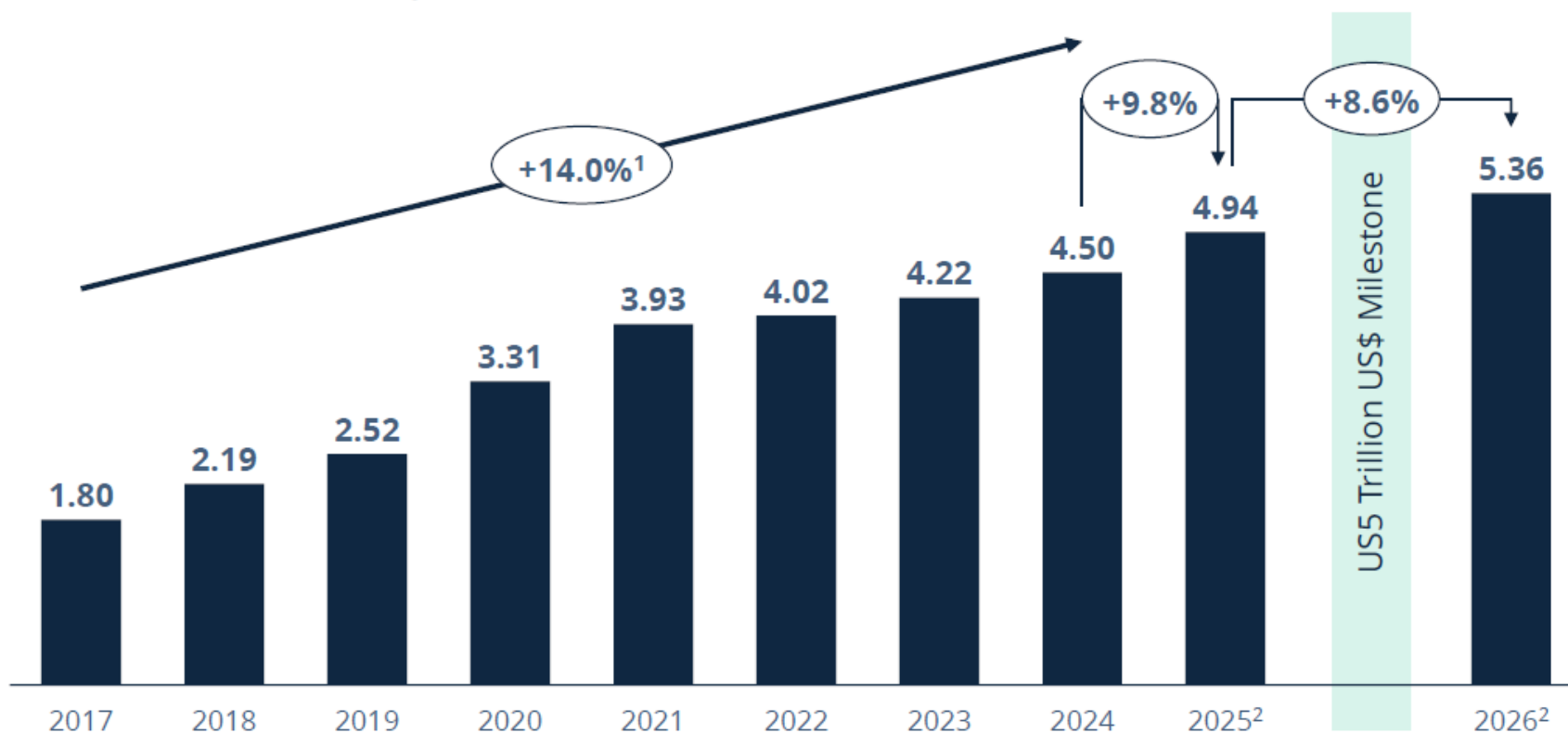
SUPERA LOS US\$15 MIL MILLONES EN 2024 Y YA REPRESENTA EL 5.5% DEL PBI

VOLUMEN DE VENTAS EN MILLONES DE DÓLARES



CONTEXTO GLOBAL DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

eCommerce Revenue Development in the Global eCommerce Market, in Trillion US\$



Fuente: ECDB Global Ecommerce

El comercio electrónico global experimentó un crecimiento **fuerte pero volátil** durante los años de la pandemia, con ingresos que aumentaron a una **tasa compuesta anual (CAGR) del 14%** entre 2017 y 2024.

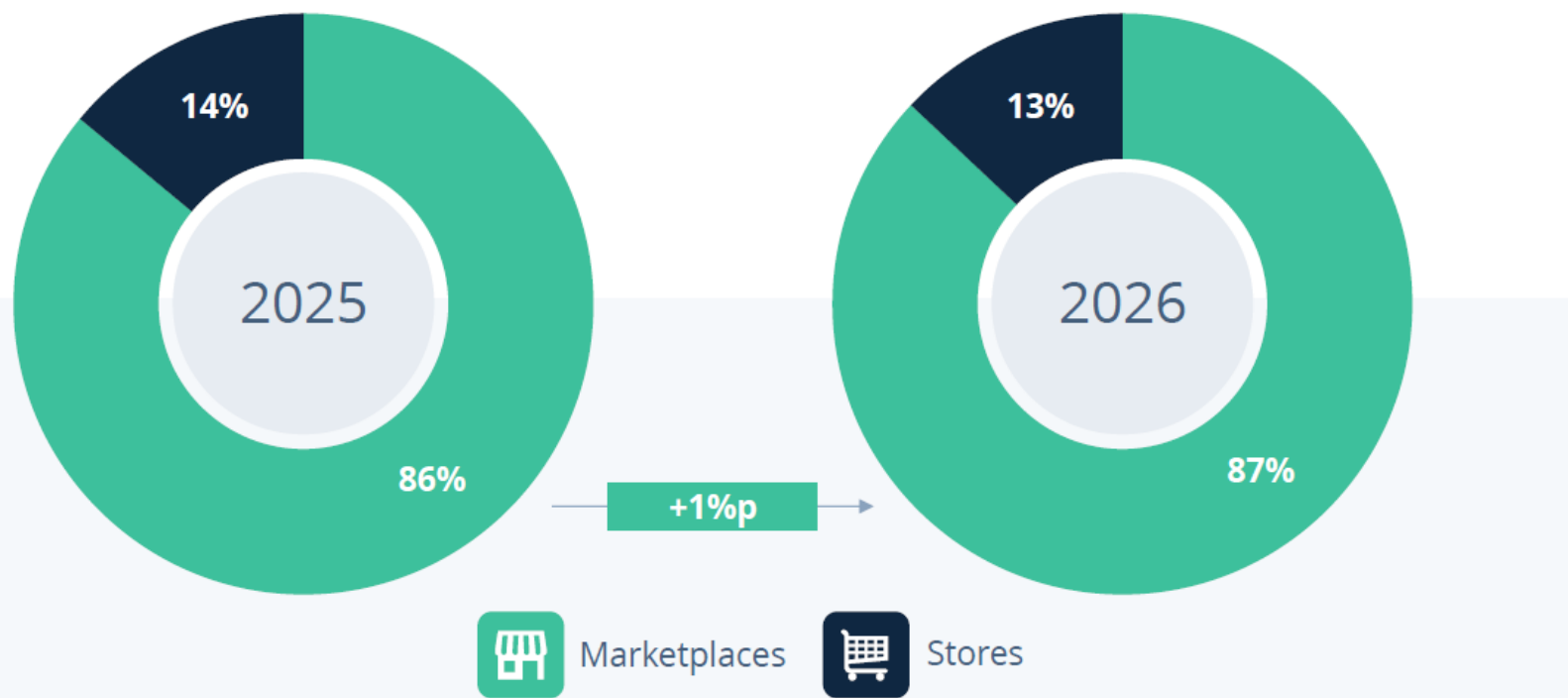
Si bien este período estuvo marcado por **altibajos**, el mercado está entrando ahora en una fase más estable. El crecimiento se está moderando hacia un ritmo más constante, alcanzando **+9,8% en 2025** y **+8,6% en 2026**

El mercado llega a **USD 5.36 T** en 2026.

“De la volatilidad a la estabilidad: el e-commerce entra en su era de crecimiento sostenible”.

CONTEXTO GLOBAL DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

B2C Physical eCommerce Revenue Share Shops Versus Marketplaces in 2026




La concentración en el comercio electrónico se está desplazando de manera constante hacia los marketplaces. En 2026, **se proyecta que generen el 87%** de los ingresos globales, un punto porcentual más que en 2025.

Los marketplaces capturan **9 de cada 10 dólares** de e-commerce.

Las tiendas online independientes, en contraste, están perdiendo importancia relativa a medida que tanto consumidores como minoristas migran hacia plataformas como **Amazon, Alibaba y Shopee**.

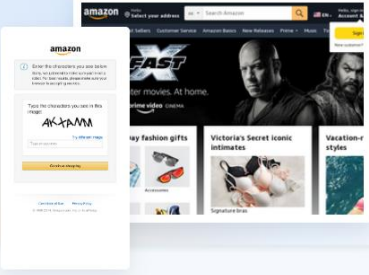
Fuente: ECDB Global Ecommerce

CONTEXTO GLOBAL DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

 [Connect your website](#)

Free shipping on millions of items. Get the best of Shopping and Entertainment with Prime. Enjoy low prices and great deals on the largest selection of everyday essentials and other products, including fashion, home, beauty, electronics, Alexa Devices, sporting goods, toys, automotive, pets, baby, books,

[App Store](#) [Google Play](#)



Traffic & Engagement

Total visits ⓘ
Oct 2025 Worldwide
2.758B
↑ 8.45% from last month

Device distribution ⓘ
Oct 2025 Worldwide


- Desktop 51.18%
- Mobile Web 48.82%

Global rank **#8**

Country rank **#3**
[United States](#)

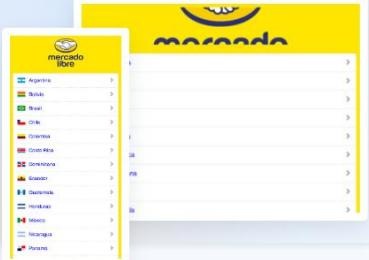
Industry rank **#1**
[Marketplace](#)

[Feedback](#)

 [Connect your website](#)

compre productos con envío gratis en el día en mercado libre. encuentre miles de marcas y productos a precios increíbles.

[App Store](#) [Google Play](#)



Traffic & Engagement

Total visits ⓘ
Oct 2025 Worldwide
31.60M
↑ 7.18% from last month

Device distribution ⓘ
Oct 2025 Worldwide

- Desktop 41.96%
- Mobile Web 58.04%

Global rank **#1,666**

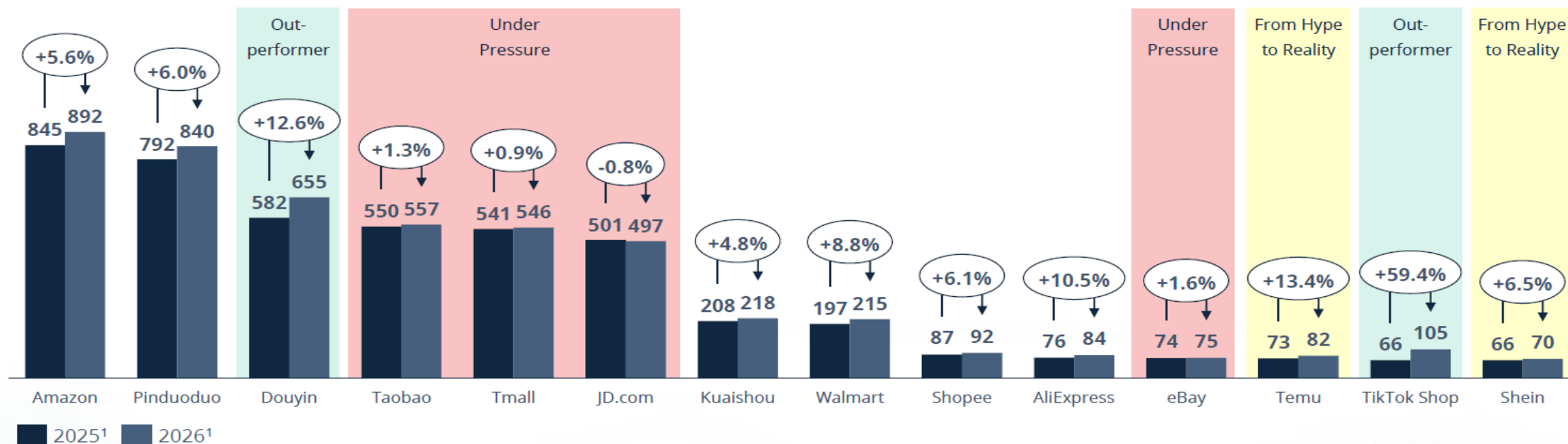
Country rank **#102**
[Mexico](#)

Industry rank **#2**
[Auctions](#)

[Feedback](#)

CONTEXTO GLOBAL DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

Top 10 Retailers Worldwide by GMV in 2025, in Billions of US\$



Fuente: ECDB Global Ecommerce

- ◆ **Los gigantes tradicionales crecen poco**

Amazon, Pinduoduo, Walmart siguen estables, pero ya no son los que más crecen.

- ◆ **Los marketplaces chinos de “primera generación” pierden fuerza**

Taobao, Tmall y JD.com entran en etapa de estancamiento.

- ◆ **El social commerce es el nuevo motor del crecimiento**

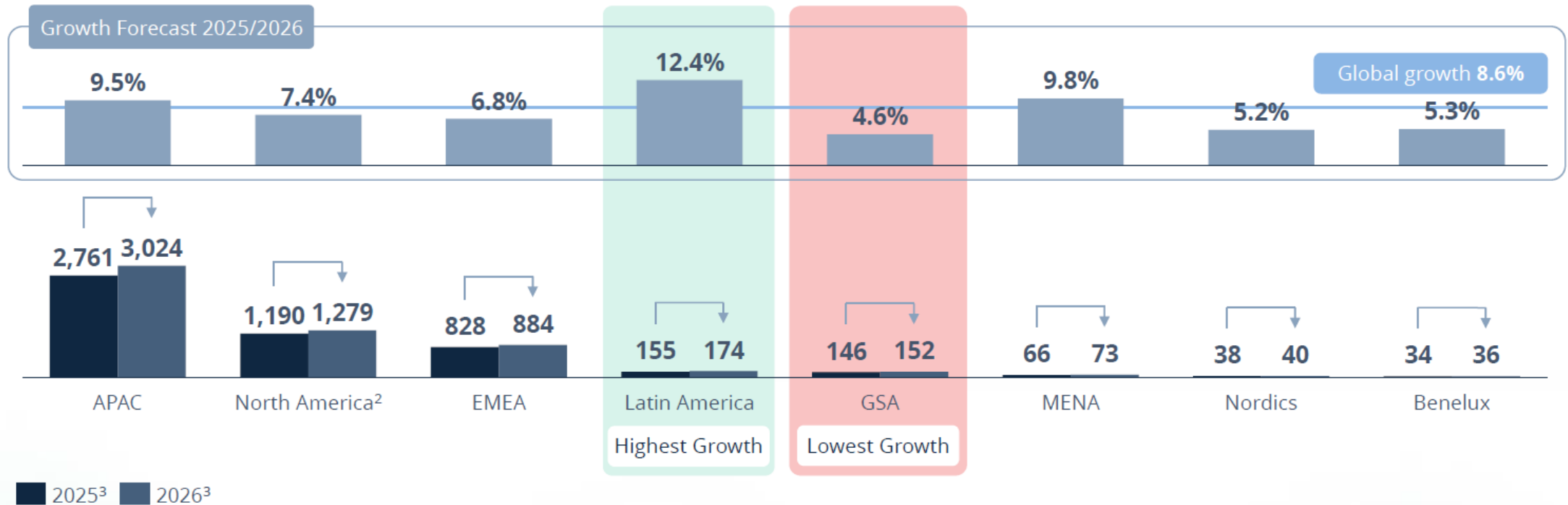
Douyin y TikTok Shop muestran un rendimiento muy superior al resto.

- ◆ **Los disruptores low-cost enfrentan sus primeros límites**

Temu y Shein ya no pueden sostener sus tasas de crecimiento explosivo.

CONTEXTO GLOBAL DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

eCommerce Revenue Development by Geographical Regions¹, in Billion US\$



Fuente: ECDB Global Ecommerce

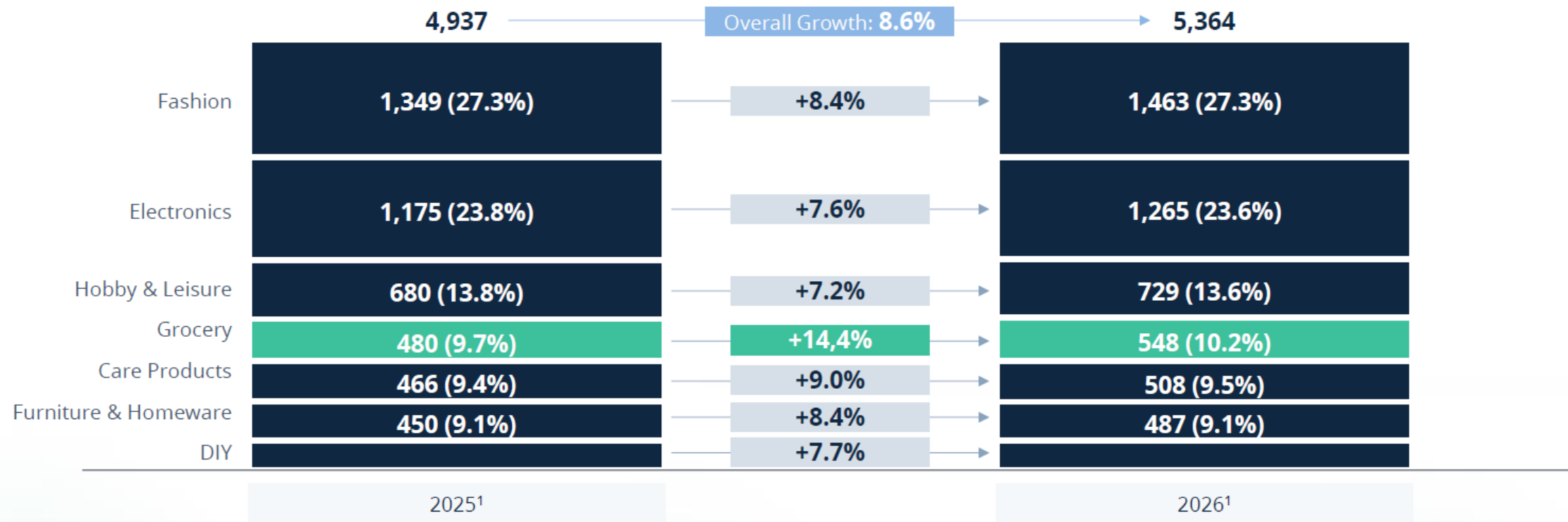
Latinoamérica lidera el crecimiento mundial (12.4%). Es la región con mayor crecimiento del mundo, muy por encima del promedio global (8.6%).

Este desempeño refleja: Rápida digitalización del consumo, adopción acelerada de marketplaces, expansión de métodos de pago digitales, crecimiento demográfico y mayor penetración de internet.

LatAm es un hotspot estratégico para empresas que buscan expansión internacional.

CONTEXTO GLOBAL DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

Market Size and Breakdown by Main Categories in US\$ Billion

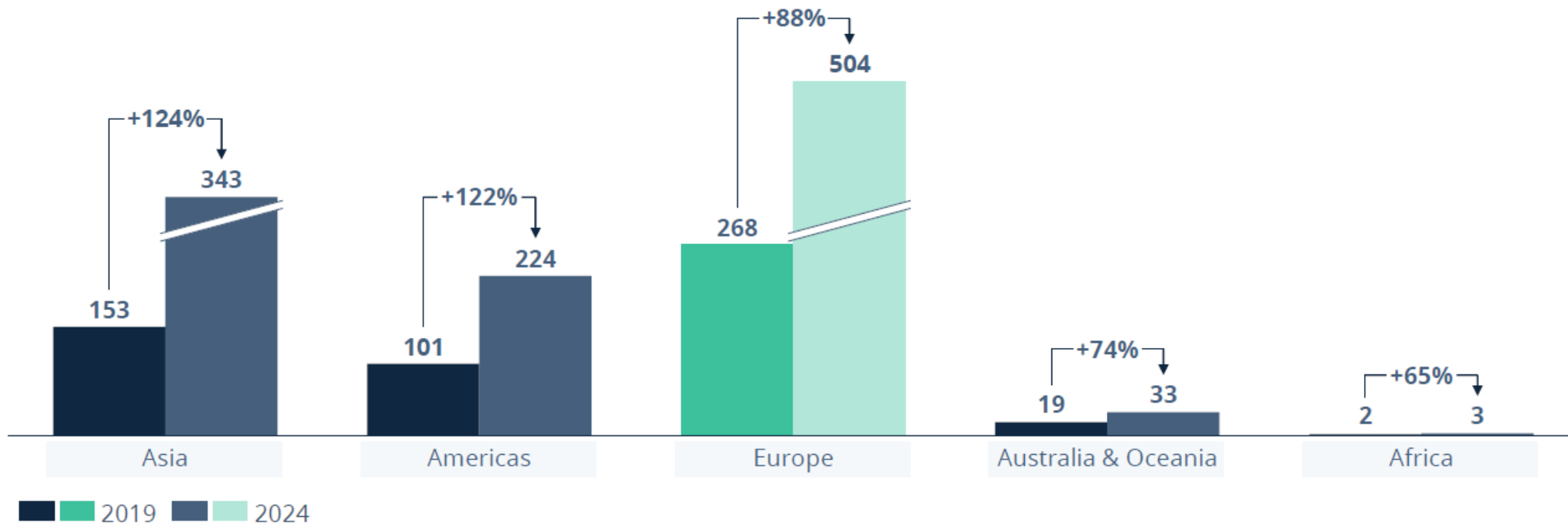


Fuente: ECDB Global Ecommerce

- 1. Supermercados/Alimentos** se convierte en la categoría estrella del e-commerce mundial en 2026.
- 2. Moda** sigue liderando en tamaño, pero ya no impulsa el crecimiento.
- 3. Electrónica, Hobbies y Ocio, Muebles y Bricolaje** están en fase de madurez.
- 4. Cuidado Personal y Supermercados** son las categorías más alineadas con las nuevas preferencias del consumidor: conveniencia, recurrencia y bienestar.
- 5. El mercado global se diversifica y avanza hacia productos de consumo cotidiano.**

CONTEXTO GLOBAL DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

Global Cross-Border Revenue Growth, in Billion US\$

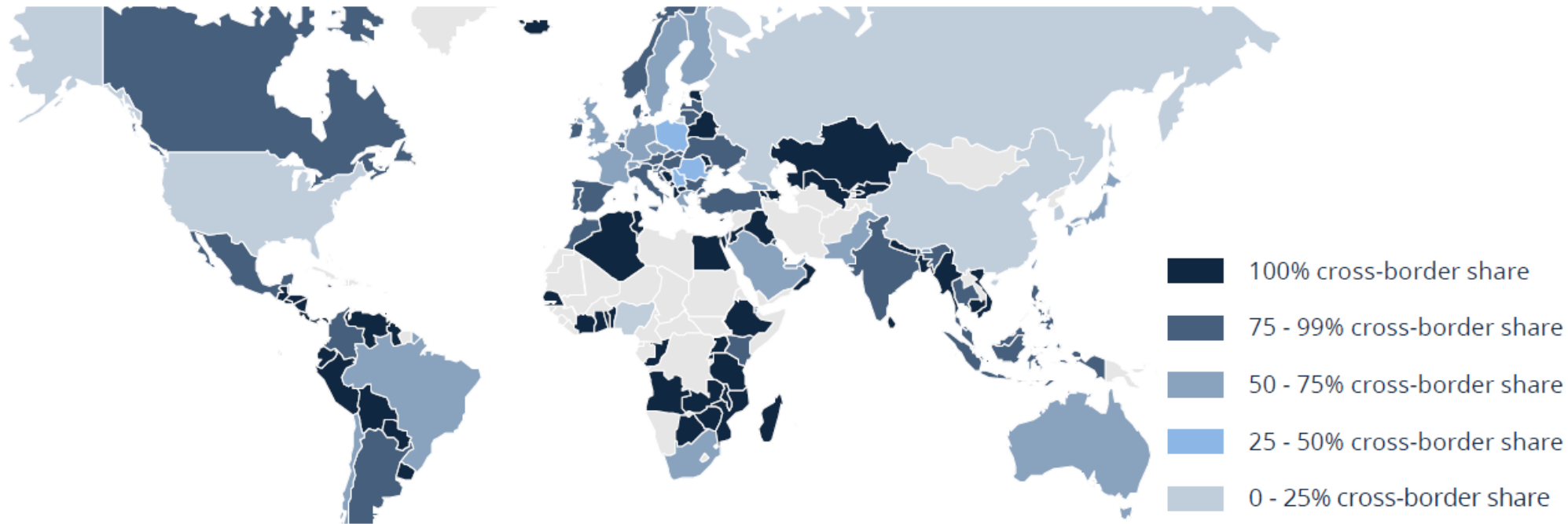


Fuente: ECDB Global Ecommerce

- El cross-border crece en todas las regiones, confirmando que la internacionalización digital es una tendencia global.
- Asia y las Américas lideran en velocidad de crecimiento, reflejando consumidores activos, nuevas plataformas y mejoras logísticas.
- Europa lidera en tamaño, siendo el mercado transfronterizo más consolidado del mundo.
- Mercados pequeños (África, Oceanía) también avanzan, pero a partir de una base limitada.

CONTEXTO GLOBAL DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

Cross-Border Share¹ in the Total eCommerce Market, 2024



Fuente: ECDB Global Ecommerce

- Los mercados que más compran internacionalmente son Italia, Canadá, países de Europa del Norte y parte del Medio Oriente.
- Las potencias del e-commerce (EE. UU., China, Japón) dependen muy poco del cross-border, porque ya tienen una sólida industria digital doméstica.
- LatAm y África muestran oportunidades crecientes, especialmente para marcas internacionales.
- En general, el cross-border es un componente estructural del comercio electrónico mundial, no una tendencia pasajera.

2 Programa de comercio electrónico



DEFINICIONES

Comercio electrónico

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

Comercio electrónico transfronterizo

- Transacciones de comercio electrónico en las que el comprador y el vendedor están en diferentes países. Por ejemplo, una pyme peruana que vende a consumidores en EE.UU. vía un marketplace o su tienda online.



PRINCIPALES MODALIDADES DE COMERCIO ELECTRÓNICO



B2C

Comercio electrónico de empresas a consumidores.

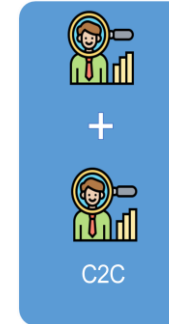
Ejemplo: Rakuten, Amazon, Carrefour, jd.com, etc.



B2B

Comercio electrónico de empresa a empresa.

Ejemplo: Alibaba, Dhgate, etc.



D2C

Comercio electrónico directo al consumidor.

Negocio propio, sin intermediarios de Marketplace.

¿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. El 2025 se incluyó a empresas de manufacturas diversas.

ANTECEDENTES



2025

EMPRESAS Y PROGRAMAS



+3000

Empresas capacitadas a nivel nacional

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.
- Posicionamiento de marcas propias
- Prospeccionar la venta de productos con valor agregado en presentación retail



PROGRAMA

MARKETING DIGITAL

Las empresas podrán desarrollar un plan de marketing digital y estarán en la capacidad de desarrollar contenido a través de sus distintos activos digitales.

LOGÍSTICA PARA ECOMMERCE

Las empresas se capacitarán en todos los aspectos logísticos necesarios para operar exitosamente en el mercado estadounidense a través de Amazon, desde la planificación inicial hasta la entrega final bajo el incoterm DDP

ETIQUETADO PARA ALIMENTOS

Las empresas del sector alimentario tendrán una comprensión detallada de los requisitos y normativas de etiquetado exigidos por la Administración de Alimentos y Medicamentos de los Estados Unidos (FDA).

CROSS BORDER ECOMMERCE

Las empresas estarán en la capacidad de comercializar sus productos en el canal digital estructurando sus costos hasta la entrega del producto al consumidor final, utilizando como medio el marketplace Amazon – Estados Unidos.

Requisitos obligatorios

- Ser una empresa formalmente establecida en el mercado, con un RUC activo y habido.

- Tener dieciocho (18) meses como mínimo de tiempo de permanencia de la empresa en el mercado, desde su fundación.

- Estar registrado en SUNAT en Actividad de Comercio Exterior como IMPORTADOR/EXPORTADOR.

- Ser una empresa exportadora.

- No tener deudas con PROMPERÚ.

- Tener una página web (no debe estar en construcción) y mínimo 01 red social corporativa o de la marca activas (Facebook, Instagram, LinkedIn y/o YouTube).

- La empresa no debe contar con penalización que impida participar en los programas y talleres LABORATORIO EXPORTADOR.

- La empresa no debe haber participado durante los dos últimos años en el mismo programa.

- La empresa debe tener un mínimo de 5 colaboradores (sin contar al gerente general y/o dueño(a)).

Requisitos obligatorios

- Contar con productos retail con una vida útil no menos a 12 meses (para productos de agronegocios).

- Evidencia fotográfica profesionales o semi profesionales.

- Evidencia de precios valor FOB unitario.

- Contar con códigos de barra GS1.

- Contar con un presupuesto de al menos \$50 dólares semanales para invertir en pauta digital, una vez que la empresa haya implementado la tienda o la lista de productos en Amazon.

- Una vez implementada la tienda o la lista de productos en Amazon, tener disposición para enviar un pequeño lote de productos mediante el formato de Amazon FBA. (Valor referencial de los productos a enviar => USD 500)

- Completar el Test de Ecommerce:
[Test de Comercio Electrónico Transfronterizo Promperú 2026](#)



Modalidad virtual

Para ser participantes del programa deben ser notificados.



28 horas de asistencia técnica / 2.5 horas de capacitación grupal

El programa tendrá una duración de 15 semanas, 2.5 horas de capacitación grupal y 28 horas de asesoría técnica (por empresa)

INICIA: 18 de Agosto de 2026

HORA: 15:00 a 17:30 (1ra fecha)



Público objetivo

Empresas peruanas exportadoras de los sectores de agronegocios (línea de alimentos procesados en formato retail: 8 vacantes), industria a la vestimenta (alpaca y algodón: 6 vacantes) y manufacturas diversas (cuidado personal: 5 vacantes)
Total: 19 vacantes



Constancia

Se emitirá constancia por programa a un (01) participante de la empresa.
Asistencia mayor al 90% de las sesiones y cumplir con los entregables solicitados semanalmente.

Cronograma

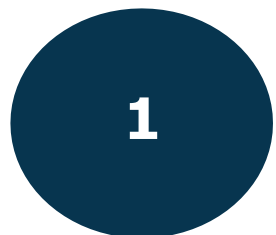
18 de agosto

15:00 – 17:30 (grupal)

Fundamentos del E-commerce y Amazon FBA

- Introducción al modelo FBA vs FBM.
- Requisitos de cuenta.
- Casos de éxito sectoriales.

Entregable: Checklist de documentación legal inicial.



Del 25 al 28 de agosto*

Inteligencia Comercial y Selección

- Análisis de demanda y competencia (Jungle Scout/Helium 10).
- Estimación de ventas.

Entregable: Matriz de Selección de Productos (Go / No Go).

Del 31 de agosto al 05 de setiembre*

Cumplimiento Regulatorio y Packaging

- Checklist regulatorio (FDA para Agro / FTC para Textil).
- Gestión de Códigos de Barra GS1 (GTIN/UPC).
- Optimización de Packaging para E-commerce.

Entregable: Checklist regulatorio



Del 7 al 11 de setiembre*

Apertura de Cuenta Seller Central

- Registro y configuración de cuenta.
- Proceso de verificación de identidad (Video Call).

Entregable: Cuenta Amazon Activa y Verificada.

Del 14 al 18 de setiembre*

Logística Internacional (Planeamiento)

- Selección de Agente de Carga / Courier.
- Definición de Incoterms.
- Cubicaje preliminar del envío.

Entregable: Plan Logístico y Cotización de Flete Aprobada.



*A partir de la segunda sesión, cada encuentro será coordinado de manera individual con cada empresa para la prestación de asistencia técnica, con una duración de una (1) hora por sesión. Para cada tema, se ha previsto un total de dos (2) horas de asistencia técnica. Dichas coordinaciones se efectuarán en función del cumplimiento progresivo de los temas y entregables establecidos por parte de cada empresa. Se permitirá el adelanto de contenidos; sin embargo, no se admitirán retrasos en el avance del programa.

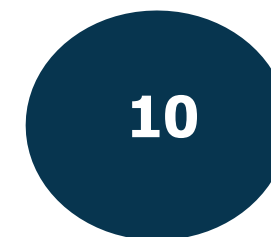
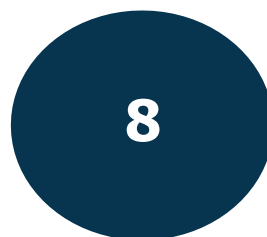
Cronograma

Del 21 al 25 de setiembre*

Estructura de Costos y Pricing

- Cálculo de Fees Amazon y costos logísticos DDP.
- Estrategia de precios.

Entregable: Flujo de Caja proyectado por SKU.



Del 28 de setiembre al 2 de octubre*

Marketing Digital I: Preparación de Ecosistema

- Optimización de perfiles (IG, FB, TikTok) para mercado USA.
- Estética del feed y biografía (Linktree/Storefront).

Entregable: Auditoría y optimización de Redes Sociales.

Del 05 al 09 de octubre*

Marketing Digital II: Contenidos Orgánicos

- Plan de contenidos orgánicos (Reels, TikToks, Posts).
- Pilares de comunicación (Educativo, Lifestyle, Producto).
- Aplicación de la IA a las acciones de marketing digital

Entregable: Parrilla de contenidos del primer cuatrimestre.

Del 19 al 23 de octubre*

Marketing Digital IV: Implementación de Pauta

- Configuración del Business Manager.
- Montaje de campañas (Tráfico / Conversión).

Entregable: Campañas publicitarias configuradas listas para activar.

Del 12 al 16 de octubre*

Marketing Digital III: Estrategia Publicitaria

- Estructura de campañas en Meta Ads y TikTok Ads.
- Segmentación de audiencias en EE.UU.

Entregable: Plan de Medios y Presupuesto Publicitario.

*A partir de la segunda sesión, cada encuentro será coordinado de manera individual con cada empresa para la prestación de asistencia técnica, con una duración de una (1) hora por sesión. Para cada tema, se ha previsto un total de dos (2) horas de asistencia técnica. Dichas coordinaciones se efectuarán en función del cumplimiento progresivo de los temas y entregables establecidos por parte de cada empresa. Se permitirá el adelanto de contenidos; sin embargo, no se admitirán retrasos en el avance del programa.

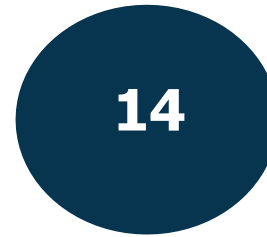
Cronograma

Del 26 al 30 de octubre*

Creación de Catálogo (Listings) y SEO

- Redacción persuasiva (Títulos, Bullets) con SEO.
- Carga de inventario en plataforma.

Entregable: Listings creados (Borradores/Activos).



Del 02 al 06 de noviembre*

Producción Visual y Contenido A+

- Guía de fotografía (Fondo blanco + Estilo de vida).
- Diseño de Contenido A+ (si aplica marca registrada).

Entregable: Set de imágenes cargadas en la plataforma.

Del 09 al 13 de noviembre*

Gestión de Envíos a Amazon (FBA)

- Creación del plan de envío en el sistema (Send to Amazon).
- Generación de etiquetas FNSKU y de cajas.

Entregable: Mercadería etiquetada y lista para despacho.

Del 23 al 27 de noviembre*

Lanzamiento y Sostenibilidad

- Estrategia de Reviews (Vine Program).
- Monitoreo de ventas y reposición.

Entregable: Informe Final y Hoja de Ruta de crecimiento.

Del 16 al 20 de noviembre*

Publicidad Interna (Amazon PPC)

- Campañas de Sponsored Products.
- Estrategia de Palabras Clave negativas.

Entregable: Campañas de Amazon Ads activas.

*A partir de la segunda sesión, cada encuentro será coordinado de manera individual con cada empresa para la prestación de asistencia técnica, con una duración de una (1) hora por sesión. Para cada tema, se ha previsto un total de dos (2) horas de asistencia técnica. Dichas coordinaciones se efectuarán en función del cumplimiento progresivo de los temas y entregables establecidos por parte de cada empresa. Se permitirá el adelanto de contenidos; sin embargo, no se admitirán retrasos en el avance del programa.

3 Lecciones aprendidas y vitrina gráfica



VITRINA GRÁFICA

APALANCAMIENTO LOGÍSTICO



NEGOCIACIÓN A TRAVÉS DE ESPACIOS DIGITALES

SUPPORT FROM AMAZON ANDES

DIGITAL MATERIAL FOR MARKETING PURPOSES.
WE CAN TRANSLATE ALL OUR WEBSITE INTO CHINESE IN ORDER TO INCREASE SALES ON YOUR PLATFORMS IN TAIWAN.

ADVANTAGES

TO HAVE THE EXCLUSIVITY OF AMAZON ANDES BRAND IN TAIWAN

VITRINA GRÁFICA

Estamos entregando a tu región con opciones de envío limitadas. Por favor anticipa un periodo de entrega prolongado. Más información.

Comestibles Promociones Bocadillos Desayuno Bebidas calientes Bebidas frías Alimentos internacionales

Pulsa **F11** para salir del modo de pantalla completa

Filetes de caballa fresca de cosecha peruana en salsa de olivo Botija 6 oz (170 g) EZ lata (paquete de 1))
Marca: Peruvian Harvest Fresh Catch

No disponible por el momento.
No sabemos si este producto volverá a estar disponible, ni cuándo.

Nombre del sabor: **En Botija morado oliva**

| | | |
|--|---|---|
| En Botija morado oliva 1 opción desde US\$ 6.98 | En adobo peruano 1 opción desde US\$ 6.98 | Con sal rosa Maras 1 opción desde US\$ 6.98 |
|--|---|---|

Con quinoa
1 opción desde **US\$ 6.98**

Tamaño: 1

- Una línea gourmet conveniente y versátil de tapas de mariscos peruanas Harvest Fresh Catch's latas de 6.00 oz ofrecen deliciosas tapas, con sabores tradicionales que combinan con cualquier ocasión, o como una adición a tus recetas favoritas.
- Filetes de caballa en una salsa única fabricada con aceitunas moradas Botija peruanas, aceite de oliva virgen extra, sal Maras del Valle Sagrado de Cusco, cebolla, tapioca de ajo y pimienta negra.
- Una fuente de omega-3 y fósforo. Wild Catch

ORGANIC GELATINIZED MACA POWDER

- ✓ Presentation: 200gr bag
- ✓ Packaging material: Stand up Kraft paper bag with zipper.
- ✓ Customs tariff: 1106.30.90.00
- ✓ Scientific name: Lepidium meyenii
- ✓ MOQ: 500 units
- ✓ Shelf life: 2 years
- ✓ Available all year

BENEFITS

- ✓ Increases the body's immune level.
- ✓ Invigorating and restorative and rejuvenating.
- ✓ Restores the capacity and balances de mind.
- ✓ Relevant supplement in Sports.
- ✓ Reduces stress.
- ✓ Increases fertility in both sexes.

Shattell
秘魯藜麥單源黑巧

- 多國有機認證
- chuncho可
- 56%可可含量

秘魯原裝 | 包郵包稅

秘魯進口 藜麥餅乾

- 芝麻藜麥餅乾
- 營養全面代餐
- 輕食主義選擇

秘魯原裝 | 包郵包稅

秘魯使館重點支持 世界級 秘魯使館重點支持 超級食品標識

ACCIONES DE DIFUSIÓN – PROGRAMA CHINA

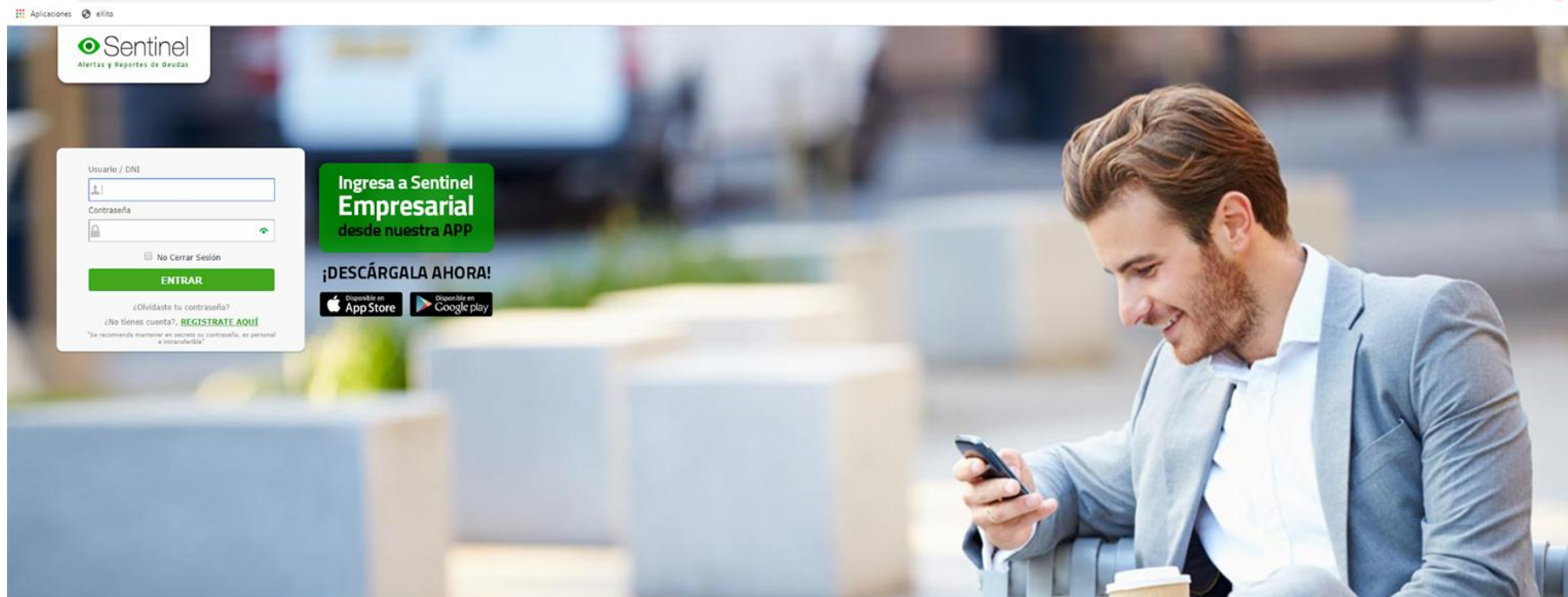


ACCIONES DE DIFUSIÓN – PROGRAMA CHINA



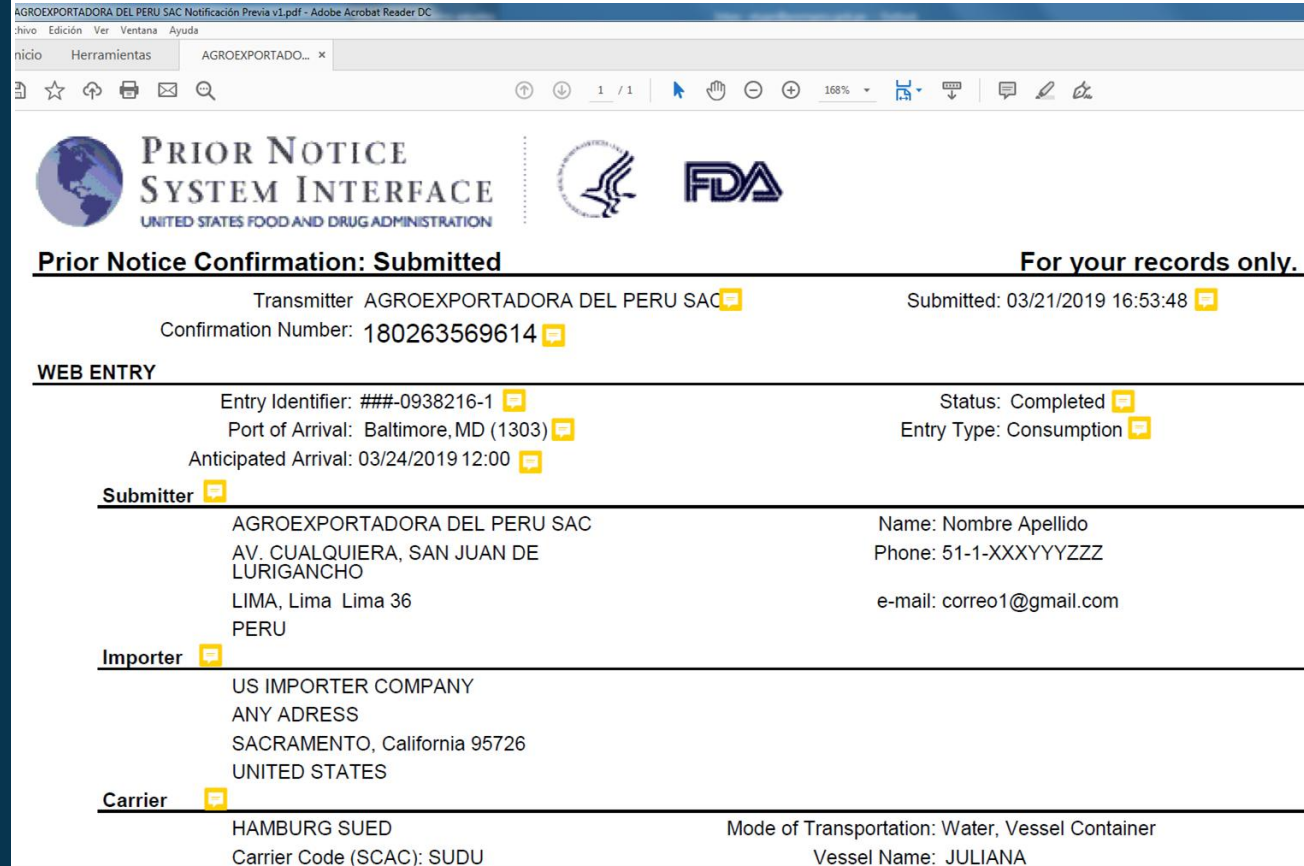
ACCIONES A TOMAR EN CUENTA

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

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

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

WEB ENTRY

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

Submitter

AGROEXPORTADORA DEL PERU SAC
AV. CUALQUIERA, SAN JUAN DE LURIGANCHO
LIMA, Lima Lima 36
PERU
Name: Nombre Apellido
Phone: 51-1-XXXXYYZZZ
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.

Current Label

| Nutrition Facts | |
|---|---------------------------|
| Serving Size 2/3 cup (55g) Servings Per Container About 8 | |
| Amount Per Serving | |
| Calories 230 | Calories from Fat 72 |
| % Daily Value* | |
| Total Fat 8g | 12% |
| Saturated Fat 1g | 5% |
| Trans Fat 0g | |
| Cholesterol 0mg | 0% |
| Sodium 160mg | 7% |
| Total Carbohydrate 37g | 12% |
| Dietary Fiber 4g | 16% |
| Sugars 12g | |
| Protein 3g | |
| Vitamin A | 10% |
| Vitamin C | 8% |
| Calcium | 20% |
| Iron | 45% |
| * Percent Daily Values are based on a diet of other people's secrets. Your daily value may be higher or lower depending on your calorie needs. | |
| | Calories: 2,000 2,500 |
| Total Fat | Less than 65g 80g |
| Sat Fat | Less than 20g 25g |
| Cholesterol | Less than 300mg 300mg |
| Sodium | Less than 2,400mg 2,400mg |
| Total Carbohydrate | 300g 375g |
| Dietary Fiber | 25g 30g |

New Label

| Nutrition Facts | |
|---|------------|
| 1 8 servings per container | |
| Serving size 2/3 cup (55g) | |
| Amount per serving | |
| Calories | 230 |
| % Daily Value* | |
| Total Fat 8g | 10% |
| Saturated Fat 1g | 5% |
| Trans Fat 0g | |
| Cholesterol 0mg | 0% |
| Sodium 160mg | 7% |
| Total Carbohydrate 37g | 13% |
| Dietary Fiber 4g | 14% |
| Total Sugars 12g | |
| 4 Includes 10g Added Sugars | 20% |
| Protein 3g | |
| 5 Vitamin D 2mcg | 10% |
| Calcium 200mg | 15% |
| Iron 8mg | 45% |
| Potassium 235mg | 6% |
| 6 * The % Daily Value (DV) tells you how much a nutrient in a serving of food contributes to a daily diet. 2,000 calories a day is used for general nutrition advice. | |

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 <i>kiwicha</i> (<i>Amaranthus caudatus</i>) y miel de caña (<i>Saccharum officinarum</i>) |
| Grupofamilia/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 <i>kiwicha</i> 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, mezclados 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 <i>kiwicha</i> . 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 <i>kiwicha</i> . Requisitos. 1ª Edición |

| INOCUIDAD – CRITERIO MICROBIOLÓGICO | | | |
|--|-----------------|--|--|
| ATRIBUTO | VALOR | ESPECIFICACIÓN | REFERENCIA |
| - Criterio microbiológico Aerobios Mesófilos (UFC/g) | 10 ⁴ | 10 ³ -10 ⁷ UFC/g | Criterios microbiológicos establecidos - NTS N° 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. N° 591-2008/MINSA). |
| - Criterio microbiológico Mohos (NMP/g) | 10 ³ | 10 ³ -10 ⁴ UFC/g | |
| - Criterio microbiológico Levaduras (NMP/g) | 10 ⁴ | 10 ³ -10 ⁴ UFC/g | |
| - Criterio microbiológico Coliformes (UFC/g) | 10 ² | 10 ² -10 ³ UFC/g | |
| - Criterio microbiológico <i>Bacillus cereus</i> (UFC/g) | 10 ² | 10 ² -10 ⁴ UFC/g | |
| - Criterio microbiológico Salmonella Detención / 25g | Ausencia | Ausencia/25g ----- | |

ALERGENOS

| | |
|---|---|
| Cereales que contengan gluten y derivados (*1): | - |
| Crustáceos y productos derivados: | - |
| Huevos y productos derivados: | - |
| Pescado y productos derivados: | - |
| Cacahuets 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 <i>doypack</i> trilaminado, metálico | XXX g |
| Envase primario: Envase <i>doypack</i> 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 | 15,000.00 | |
| 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

SUPPORT FROM AMAZON ANDES

DIGITAL MATERIAL FOR MARKETING PURPOSES.
WE CAN TRANSLATE ALL OUR WEBSITE INTO CHINESE IN ORDER TO INCREASE SALES ON YOUR PLATFORMS IN TAIWAN.

ADVANTAGES

TO HAVE THE EXCLUSIVITY OF AMAZON ANDES BRAND IN TAIWAN

Wang Tsu-Chen

ORGANIC GELATINIZED MACA POWDER

- ✓ Presentation: 200gr bag
- ✓ Packaging material: Stand up Kraft paper bag with zipper.
- ✓ Customs tariff: 1106.30.90.00
- ✓ Scientific name: Lepidium meyenii
- ✓ MOQ: 500 units
- ✓ Shelf life: 2 years
- ✓ Available all year

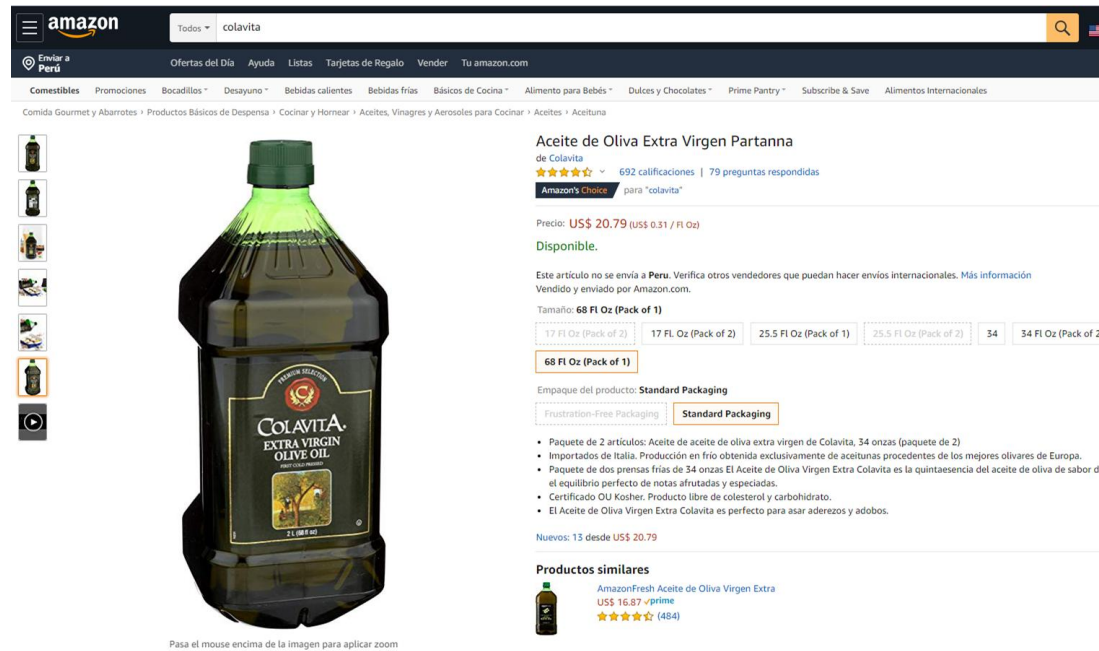
BENEFITS

- ✓ Increases the body's immune level.
- ✓ Invigorating and restorative and rejuvenating.
- ✓ Restores the capacity and balances de mind.
- ✓ Relevant supplement in Sports.
- ✓ Reduces stress.
- ✓ Increases fertility in both sexes.

John Echenque

ACCIONES A TOMAR EN CUENTA

Elaboración de imágenes



The screenshot shows the Amazon product page for Colavita Extra Virgin Olive Oil. The main image is a large bottle of 68 FL Oz (Pack of 1). To the left of the main image is a vertical strip of smaller images showing different views and related products. The product title is "Aceite de Oliva Extra Virgen Partanna de Colavita". It has a 4.5-star rating with 692 reviews and is marked as "Amazon's Choice". The price is US\$ 20.79 (US\$ 0.31 / Fl Oz). The product is available in several sizes: 17 FL Oz (Pack of 2), 17 FL Oz (Pack of 2), 25.5 FL Oz (Pack of 1), 25.5 FL Oz (Pack of 2), 34, and 34 FL Oz (Pack of 2). The selected size is 68 FL Oz (Pack of 1). The packaging options are "Standard Packaging" and "Frustration-Free Packaging". The product description includes: "Paquete de 2 artículos: Aceite de aceite de oliva extra virgen de Colavita, 34 onzas (paquete de 2)", "Importados de Italia. Producción en frío obtenida exclusivamente de aceitunas procedentes de los mejores olivares de Europa.", "Paquete de dos prensas frías de 34 onzas El Aceite de Oliva Virgen Extra Colavita es la quintaesencia del aceite de oliva de sabor del equilibrio perfecto de notas afrutadas y especiadas.", "Certificado OU Kosher: Producto libre de colesterol y carbohidrato.", "El Aceite de Oliva Virgen Extra Colavita es perfecto para asar aderezos y adobos." The page also shows "Productos similares" with a smaller bottle of AmazonFresh Aceite de Oliva Virgen Extra for US\$ 16.87 (484 reviews).

Pasa el mouse encima de la imagen para aplicar zoom

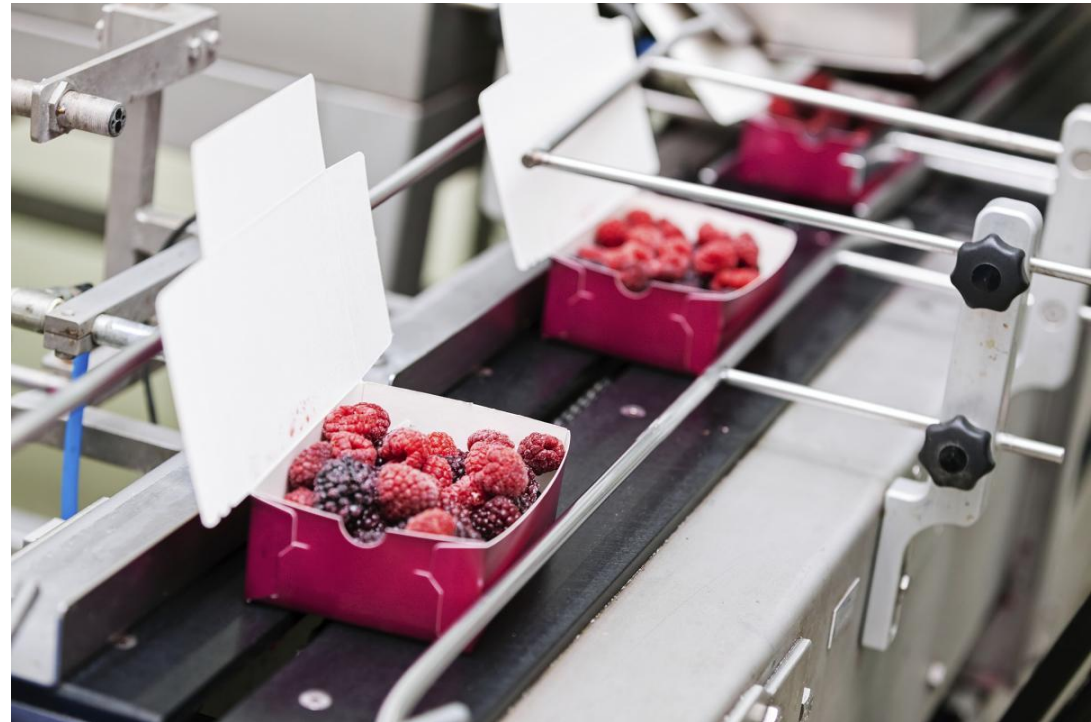
ACCIONES A TOMAR EN CUENTA

Registro de marcas

The screenshot shows the homepage of MARGARIA.com, a trademark search platform. The header includes the logo 'MARGARIA.com TRADEMARK SEARCH', a 'Menu' button, a language selector set to 'Español', and a 'Iniciar sesión' button. The main banner features a cityscape background with the text 'Búsqueda de Marcas en Estados Unidos' and a search icon. Below the banner, there is a search input field with the placeholder text 'Ingrese la marca que desea buscar...', a 'Buscar' button, and three dropdown menus for 'Selección de su Clase' (set to 'Todas las clases'), 'Estado de la marca' (set to 'Todas'), and 'Modo de búsqueda' (set to 'Búsqueda normal'). A link for 'Buscador de Clases' is located at the bottom of the search area.

ACCIONES A TOMAR EN CUENTA

Control de
calidad



ACCIONES A TOMAR EN CUENTA

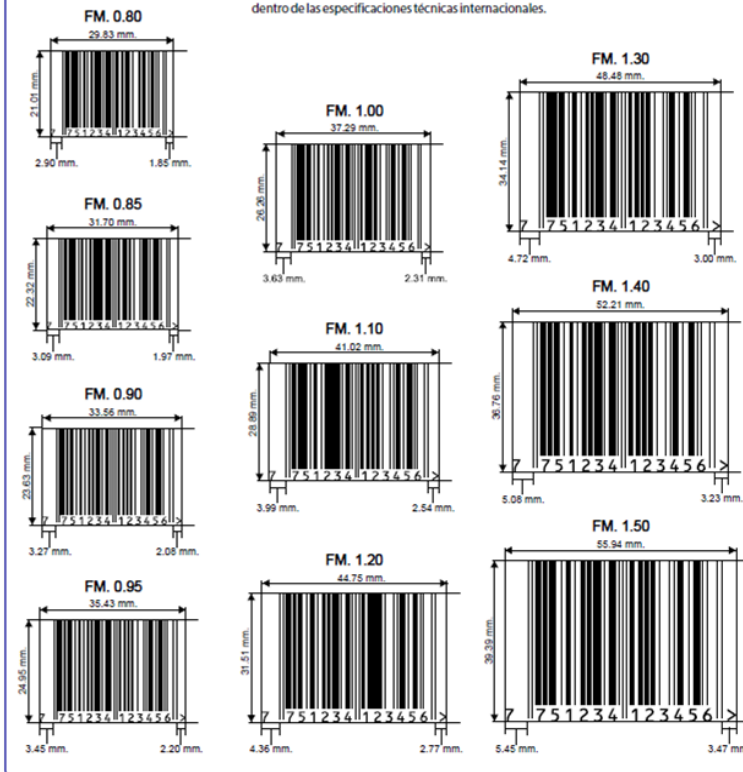
Código de barras



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 envío 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.



Send your inventory to Amazon



Amazon stores your products (from a single unit to your entire inventory)



FBA helps your offers to become more visible and competitive on Amazon



Amazon picks, packs and ships your products (to customers in the UK and across the EU)



Amazon provides customer service in local language and handles returns

ACCIONES A TOMAR EN CUENTA

Provisión
continua de
productos



4 Casos de éxito



Caso de éxito

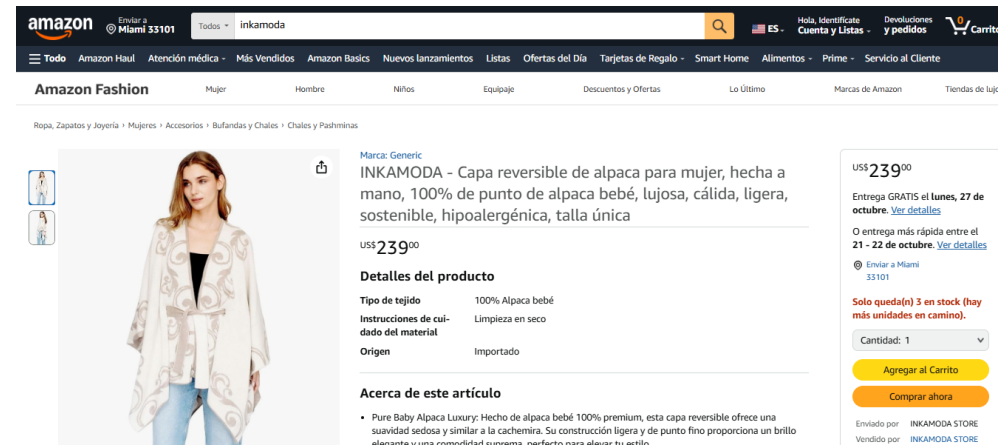
Corto plazo

Fortalecer la competitividad exportadora y aprovechar las oportunidades del comercio digital.

El Programa de Comercio Electrónico Transfronterizo impulsa la internacionalización digital de las Mipymes peruanas, facilitando su acceso a plataformas globales de venta y colocando la oferta exportable más innovadora, diversificada y conectada con el mundo.

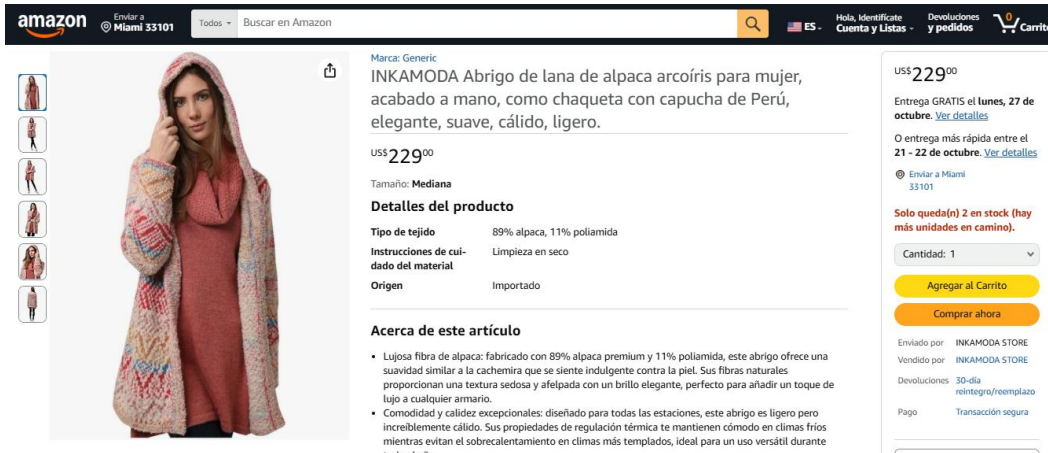
Su inserción al marketplace mas importante del mundo – Amazon.

Coloca sus principales tejidos hecho a mano de Alpaca.



| Item | Value | Percentage | Item | Value | Percentage |
|-------------------------------|--------|------------|-------------------------------|---------|------------|
| Valor Venta | 29.00 | | Valor Venta | 21.00 | |
| Contingencia / CV H10 | 0.96 | 3% | Costo Via | 1.00 | 14% |
| DFI / Flete MARITIMO | 9.00 | A revisar | DFI / Flete | 2.88 | |
| Costo de Q | 29.96 | | Costo de Q | 27.00 | |
| Asume el Exportador DFI | 32.90 | 113% | Asume el Exportador DFI | 51.58 | |
| Margen de Ingreso | 20.00 | | Margen de Rentab. | 20.70 | |
| Com. Via MPlace (15%) - AMAZO | 3.20 | 6% | Com. Via MPlace 15% | 20.70 | |
| % RENTAB. (Vta=costar+costos) | -3.20% | | % RENTAB. (Vta=costar+costos) | -69.26% | |
| Mktg Digital | 2.9 | | Mktg Dig | 1.05 | |





amazon Enviar a Miami 33101 Todos - Buscar en Amazon ES Hola, Identifícate Cuenta y Listas Devoluciones y pedidos Carrito

Marca: Generic
INKAMODA Abrigo de lana de alpaca arcoiris para mujer, acabado a mano, como chaqueta con capucha de Perú, elegante, suave, cálido, ligero.

US\$ 229⁰⁰

Tamaño: **Mediana**

Detalles del producto

Tipo de tejido 89% alpaca, 11% poliamida
Instrucciones de cuidado del material Limpieza en seco
Origen Importado

Acerca de este artículo

- Lujosa fibra de alpaca: fabricado con 89% alpaca premium y 11% poliamida, este abrigo ofrece una suavidad similar a la cachemira que se siente indulgente contra la piel. Sus fibras naturales proporcionan una textura sedosa y afelpada con un brillo elegante, perfecto para añadir un toque de lujo a cualquier armario.
- Comodidad y calidez excepcionales: diseñado para todas las estaciones, este abrigo es ligero pero increíblemente cálido. Sus propiedades de regulación térmica te mantienen cómodo en climas fríos mientras evitan el sobrecalentamiento en climas más templados, ideal para un uso versátil durante...

US\$ 229⁰⁰
 Entrega GRATIS el **lunes, 27 de octubre**. [Ver detalles](#)
 O entrega más rápida entre el **21 - 22 de octubre**. [Ver detalles](#)
 Enviar a Miami 33101
 Solo queda(n) 2 en stock (hay más unidades en camino).
 Cantidad: 1
 Agregar al Carrito
 Comprar ahora
 Enviado por INKAMODA STORE
 Vendido por INKAMODA STORE
 Devoluciones 30-día reintegro/reemplazo
 Pago Transacción segura

Mediano plazo

Seguimiento: “El programa de comercio electrónico transfronterizo hizo que nuestros productos sean visibles en otros marketplace como Amazon”. Gerente de Negocios Internacionales del Grupo Inka Moda - Varignia Garcial.

Resultados: Colocar sus productos en Amazon y realizar su primera venta en menos de 20 días de haber culminado el programa.

17:10:25, 12:08 p.m. Amazon

Ship To:
Lev Simonian
1940 WALNUT ST APT 301
BOULDER, CO 80302-4458

Order ID: 113-4269393-8467457
 Thank you for buying from INKAMODA STORE on Amazon Marketplace.

| | |
|--|---|
| Shipping Address: Lev Simonian 1940 WALNUT ST APT 301 BOULDER, CO 80302-4458 | Order Date: Fri, Oct 10, 2025 Shipping Service: Standard Buyer Name: Lev Seller Name: INKAMODA STORE |
|--|---|

| Quantity | Product Details | Unit price | Order Totals |
|----------|--|------------|--|
| 1 | Rainbow Alpaca Wool Coat for Women - Hand-Finished Sustainable Alpaca Fiber-Like Hoodie Jacket from Peru, Elegant, Soft, Warm, Light & Hypoallergenic. US, Alpha, Medium, Regular, Regular SKU: 87-LCQR-80Z ASIN: B07N9H4KXJ Condition: New Order Item ID: 142010799326041 | \$229.00 | Item subtotal \$229.00 Tax \$20.71 Item total \$249.71 |
| | | | Grand total: \$249.71 |

Returning your item:
 Go to "Your Account" on Amazon.com, click "Your Orders" and then click the "seller profile" link for this order to get information about the return and refund policies that apply.
 Visit <https://www.amazon.com/returns> to print a return shipping label. Please have your order ID ready.

Casos de éxito

Comida Gourmet y Alimentos > Productos Básicos de Despensa > Cuchinar y Hornear > Polvos de Condimento



Candela Organic Brasil Nuts Powder - 9.5 libras | Superalimento rico en nutrientes y sin gluten | Premium | Certificado USDA | Kosher | Rico en selenio y antioxidantes

Marca: Generic
2.8 2 calificaciones

No puede enviarse este producto al punto de entrega seleccionado. Selección un punto de entrega diferente.

Marca: Generic
Peso del artículo: 9.5 Libras



Paquete Pelotas - No tó: en inter brillant



Capa de lana de alpaca para bebé, poncho reversible andino con bordes bordados a mano | Ruana envolturas éticas de moda para mujer

No puede enviarse este producto al punto de entrega seleccionado. Selección un punto de entrega diferente.

Detalles del producto

Tipo de tejido: Alpaca bebé
Instrucciones de cuidado del material: Limpieza en seco, lavar a mano
Origen: Made in Peru

Acerca de este artículo

100% lana de alpaca bebé de lujo: fibra ultrasuave, ligera y naturalmente hipoalérgica que proporciona una calidez y comodidad excepcionales sin volumen. Diseño reversible andino degradado de puerto de sol - Las impresionantes transiciones de color inspiradas en las puestas de sol andinas hacen que esta ruana sea versátil para cualquier ocasión o atuendo. Bordes bordados a mano: cada capa está meticulosamente terminada por expertos artesanos, creando un accesorio único de calidad realista. Fabricado éticamente a vida forma sostenible en Perú: soporta las prácticas de comercio justo.

Ver más



Marca: Generic
Anntarah - (bebé, 40% l en Perú

No disponible p No sabemos si este

Detalles del p

Tipo de tejido Instrucciones de cuidado del material Origen

Acerca de este artículo

Mezcla de lana de alpaca de alta calidad hecha de 60% alpaca bebé y 40% lana, esta chaqueta combina la suavidad irrefragable de la alpaca con la durabilidad de la lana para una comodidad y calidez duraderas. Diseño contemporáneo atemporal: la chaqueta clásica cuenta con una silueta minimalista que combina elegancia y versatilidad, perfecta tanto para capas casuales como para ocasiones sofisticadas. Calidez ligera con 21 onzas (20.81 oz), ofrece aislamiento natural sin peso, manteniéndote caliente, transpirable y cómodo en cada temporada.

Ver más

Informar de un problema con este producto o vendedor



Quinoa Pop Chocolate Amargo - 70% Chocolate Negro con Panela Orgánica - Bocado Alto en Proteínas sin Gluten - Gourmet Gourmet & Popping - INTORGANICS Alimentos Naturales Purísimos - 5.53 oz

No disponible por el momento. No sabemos si este producto volverá a estar disponible, ni cuándo.

Sobre este artículo

Informar de un problema con este producto o vendedor



Marca: Generic

Anntarah - Bufanda para mujer, 100% lana de alpaca bebé, bufanda de invierno suave y ligera, chal de fibra natural, fabricada éticamente en Perú

No disponible por el momento. No sabemos si este producto volverá a estar disponible, ni cuándo.

Detalles del producto

Tipo de tejido: 100% Alpaca bebé
Instrucciones de cuidado del material: Limpiar en seco
Origen: Importado

Acerca de este artículo

100% lana de alpaca bebé hecha de la mejor alpaca peruana, esta bufanda es lujosamente suave, ligera y cálida, una alternativa ecológica a las fibras sintéticas. Elegante diseño de punto boudoir con una textura de boudoir contemporánea, esta bufanda combina sofisticación atemporal con estilo moderno, perfecto para elevar cualquier atuendo. Calidez ligera: con solo 5.3 onzas, esta bufanda ofrece aislamiento térmico natural sin volumen, manteniéndote caliente y cómodo en todas las estaciones. Hecho éticamente en Perú: Certificado por la Organización Mundial de Comercio Justo.

Ver más

Belleza y Cuidado Personal > Cuidado Personal > Desodorantes y Antitranspirantes > Desodorante



Natural Crystal Deodorant Stone | Whole Body Alum Block for Women & Men | Unscented, Hypoallergenic & Long Lasting Protection | 4.2 oz Peruvian Alum with Travel Bag

Marca: Bamboo Balance

No disponible por el momento. No sabemos si este producto volverá a estar disponible, ni cuándo.

Marca: Bamboo Balance
Forma del producto: Stick
Fragancia: Sport
Material libre de: Alcohol Free, Paraben Free, Unscented
Características especiales: All Day Protection, Travel Size

Sobre este artículo

100% PURE & NATURAL PROTECTION: Experience the power of a single 1 pure Potassium Alum sourced directly from Peru. Our crystal deodorant is an invisible, breathable salt barrier on your skin that naturally prevents it odor-causing bacteria without clogging your pores. It's a safe, effective, a chemical-free alternative to conventional deodorants, making it the ideal deodorant for both women and men seeking a healthier hygiene routine. UNBEATABLE LONGEVITY & VALUE: Why buy a new deodorant every two solid 4.2 oz (120g) alum block is your one-year plus solution to odor control, a single stone can last for over a year, making it an incredibly eco-friendly choice. It's the ultimate travel essential—compact, solid (smell), and built to last through all your adventures. Say goodbye to and hello to sustainable freshness. FOR ALL SKIN TYPES: Formulated to be naturally hypoallergenic, it's gentle enough for even the most sensitive skin. Including its natural astringent and healing properties help to soothe skin, refresh after shaving (making it a perfect aftershave), and can even assist by keeping the area clean. Finally, a whole body deodorant that in while it protects.

IONIC DESIGN & TRAVEL READY: Unlike rough, jagged alum stones, our Balance deodorant is expertly shaped with a preformed, smooth

Belleza y Cuidado Personal > Cuidado de la Piel > Crema > Limpiadores Corporales



Ceraderm Syndet Gel Face & Body Cleanser - Hydrating pH-Balanced Wash for Dry & Sensitive Skin - With Pentavitin® & Lactic Acid - Soap-Free, Vegan & Cruelty Free - 8.5 fl oz by SkinScience

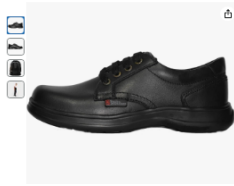
Marca: Generic

No disponible por el momento. No sabemos si este producto volverá a estar disponible, ni cuándo.

Marca: Generic
Fragancia: It has no fragrance
Rango de edad (Descripción): Adult
Tipo de piel: Dry
Beneficios del producto: Hydrating

Sobre este artículo

Gentle pH-Balanced Cleanser: Designed with the same natural pH as your skin (pH 5.0), Ceraderm Syndet Gel cleanses without irritation, preserving your skin's protective acid mantle. Deep Hydration up to 72 Hours: Enriched with Pentavitin (Saccharide Isomerate), a plant-derived humectant that binds moisture to the skin for long-lasting softness.



Marca: Generic

Bruno Kids Boys' School Dress Shoes - 100% Leather, Reinforced Stitching, Lightweight Non-Slip TR Sole, Durable Lace-Up Casual Uniform Shoes

No disponible por el momento. No sabemos si este producto volverá a estar disponible, ni cuándo.

Material de la suela: Thermoplastic Polyurethane
Material exterior: Leather
Tipo de cierre: Pull-On

Acerca de este artículo

Premium Leather: Crafted from 100% genuine Andean leather for a soft, breathable fit that keeps kids comfortable all school day. Reinforced Durability: Double-stitched seams and a hand-sewn TR sole provide long-lasting wear with active kids.

Marca: New-Blue-Color: Black-Model: PremiumLeather-Subcolor: FRS-Subcolor: Acaja-Limpiar con Detergente



Double Cleanse - Cleansing & Makeup Remover Oil with Jojoba, Sweet Almond & Rose Damascena | Melts Makeup & Sunscreen, Leaves Skin Soft & Balanced - Proudly made in Peru by Lou Botanicals

Marca: Lou Botanicals & Co.

No disponible por el momento. No sabemos si este producto volverá a estar disponible, ni cuándo.

Marca: Lou Botanicals & Co.
Dimensiones del artículo LxWxH: 1.58 x 1.58 x 4.72 pulgadas
Fragancia: Unscented
Rango de edad (Descripción): Adult
Tipo de piel: All, Sensitive

Sobre este artículo

Deep-Vet Gentle Cleansing: Transforms from oil to cleansing milk upon contact with water, removing makeup, SPF, and everyday makeup without stripping skin. Nourishes & Balances: Jojoba, Almond, and Olive oils cleanse while maintaining the skin's natural moisture barrier, leaving it soft, non-greasy fresh. Illuminates & Protects: Agave oil, rich in beta-carotene and antioxidants, helps promote a luminous, healthy-looking complexion with daily use. Cooling Refresh: Rose-Free Damascena and Lavender soothe, regenerate, and provide a subtle floral aroma that relieves both skin and senses. Clean, Vegan & Made-USA: Formulated, cruelty-free, and free from parabens, alcohol, and sulfates. Suitable for all skin types, including sensitive and acne-prone skin.

5

Herramientas de comercio electrónico



TEST ECOMMERCE

- Es una herramienta de diagnóstico que permite evaluar la madurez digital en comercio electrónico transfronterizo.
- Permite identificar y recomendar acciones necesarias para una preparación integral en su incursión en mercados extranjeros, mediante el comercio electrónico transfronterizo.
- Los indicadores obtenidos facilitarán la evaluación del nivel de desarrollo y capacidades digitales de las empresas, promoviendo el aprovechamiento de oportunidades comerciales en el ámbito internacional y apoyando su crecimiento en el mercado global.



DIMENSIONES QUE ABORDA EL TEST ECOMMERCE

**ANALYTICS Y
EXPERIMENTACIÓN**



ESTRATEGIA CRM



ECOSISTEMA DE VENTAS



**DISEÑO DE LA
EXPERIENCIA**



**ESTRUCTURA
ORGANIZACIONAL Y
CAPITAL HUMANO**



ESTADIOS GENERALES

Etapa Fundamental: La empresa está dando los primeros pasos en el comercio electrónico transfronterizo. Está comenzando a documentar ventas y a identificar su público objetivo. Aunque el enfoque es básico, está estableciendo una base importante al crear material promocional inicial y empezar a formar relaciones con socios comerciales. La capacitación de personal está en una fase inicial, con roles y responsabilidades aún generales.



Etapa Intermedia: La empresa muestra un nivel significativo de madurez. Utiliza herramientas analíticas más avanzadas y experimenta de manera regular para mejorar estrategias de venta. La infraestructura de ventas es robusta y trabaja estrechamente con socios estratégicos. Tienen roles especializados dentro de la organización y se utilizan herramientas sofisticadas para gestionar las relaciones con los clientes. Además, se recolecta y analiza feedback de manera sistemática para mejorar la experiencia del cliente.

Etapa Básica: La empresa ha avanzado en la formalización de procesos. Está registrando ventas por canales específicos y utilizando datos para tomar decisiones más informadas. Ha mejorado la presencia en línea y acepta métodos de pago variados. Los equipos están más estructurados y dedica recursos a mejorar la relación con tus clientes. La capacitación de personal es más frecuente y los procesos operativos están más definidos.

Etapa Avanzada: La empresa está en un punto muy maduro del desarrollo en comercio electrónico transfronterizo. Utiliza analítica avanzada para predecir tendencias y optimizar todas las áreas del negocio. El ecosistema de ventas está completamente optimizado con una red sólida de socios estratégicos y logísticos. Cuenta con una estrategia CRM integrada y sofisticada, personalizando interacciones basadas en análisis avanzados. La estructura organizacional está alineada con los objetivos estratégicos y fomenta una cultura de innovación y mejora continua. Ofrece una experiencia del cliente excepcional, con estándares de servicio de alta calidad y guías de uso detalladas.



TEST ECOMMERCE



Test de Comercio Electrónico Transfronterizo Promperú 2024

¡Bienvenido!

¡Bienvenido!

Por favor, ingrese sus datos para enviarle los resultados al final del test.
Luego haga clic en el botón "Siguiete".

1. Nombre del Responsable de Completar el Test *

2. Área del Responsable de Completar el Test *

3. Cargo del Responsable de Completar el Test *

4. Correo del Responsable de Completar el Test *

5. Celular del Responsable de Completar el Test *

Next

Enlace: <https://survey.alchemer.com/s3/7901643/Test-de-Comercio-Electr-nico-Transfronterizo-Promper->

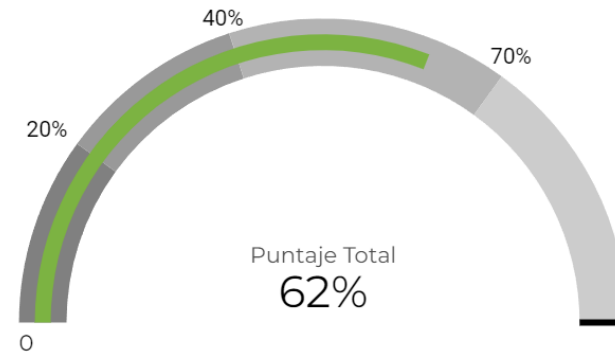
DASHBOARD DE RESULTADOS

Test de Diagnóstico de Comercio Electrónico Transfronterizo

Resultado General

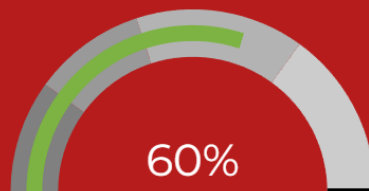
Introduce RUC

RUC
20603605471

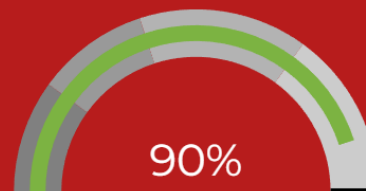


Desglose del resultado

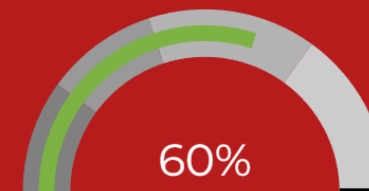
Analytics & Experimentacion



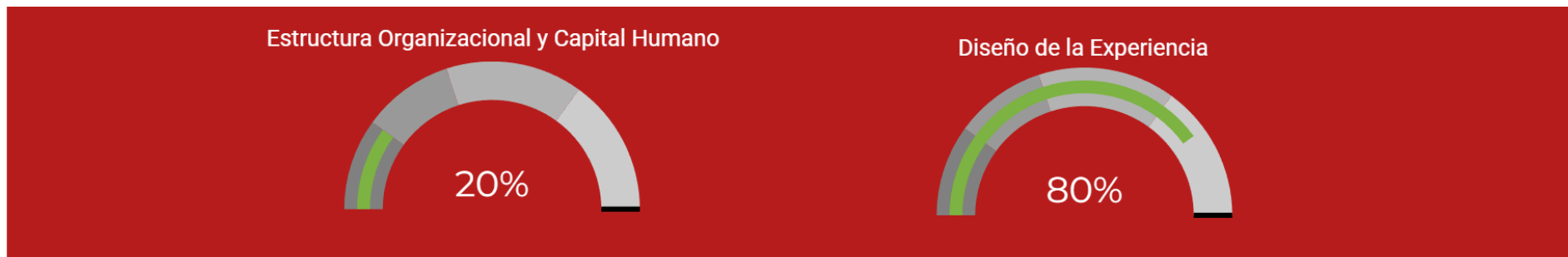
Ecosistema de Ventas



Estrategia CRM



DASHBOARD DE RESULTADOS



Estadío

Etapa Intermedia (41% - 70%)

La empresa muestra un nivel significativo de madurez. Utiliza herramientas analíticas más avanzadas y experimenta de manera regular para mejorar estrategias de venta. La infraestructura de ventas es robusta y trabaja estrechamente con socios estratégicos. Tienen roles especializados dentro de la organización y se utilizan herramientas sofisticadas para gestionar las relaciones con los clientes. Además, se recolecta y analiza feedback de manera sistemática para mejorar la experiencia del cliente

Recomendación

Para alcanzar la etapa avanzada, la empresa debe integrar sistemas analíticos y de experimentación en todas las áreas del negocio, utilizando datos para predecir tendencias y optimizar operaciones. Fortalece el ecosistema de ventas con tecnologías avanzadas y una red sólida de socios estratégicos y logísticos. Mejora la personalización y automatización en la estrategia CPM, utilizando análisis

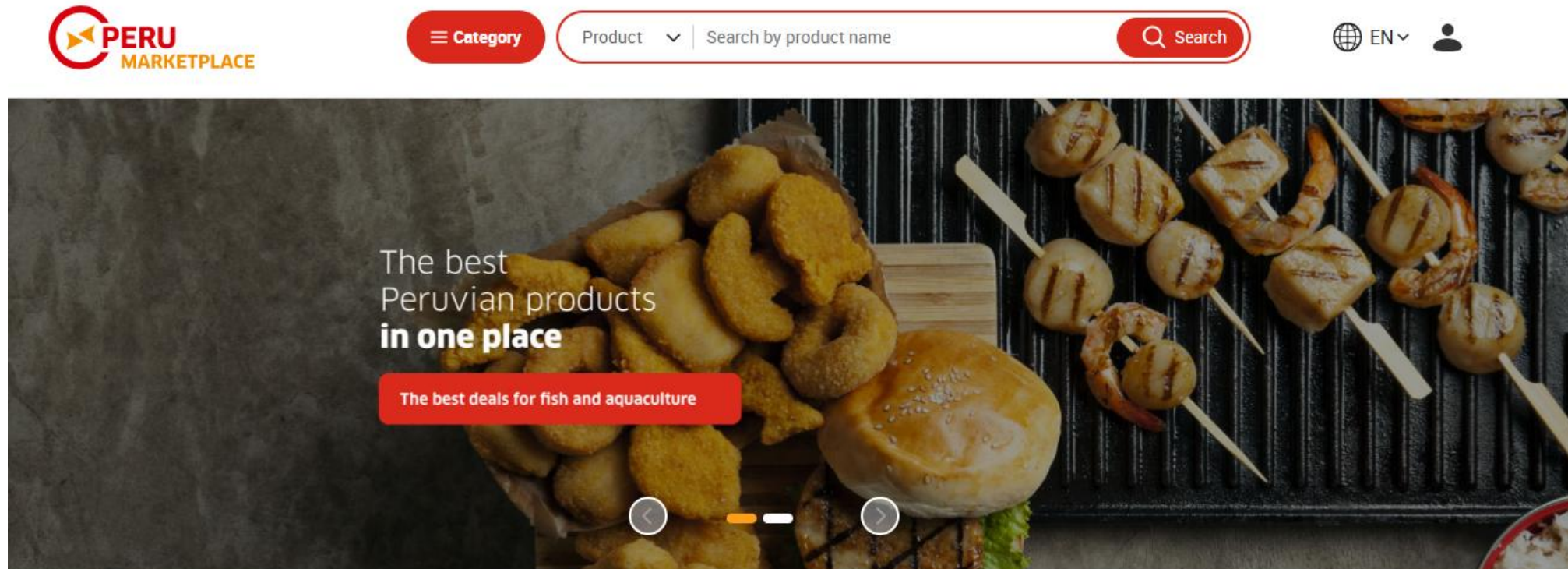
BUSCADOR DE MARKETPLACES

El Buscador de Marketplaces es una herramienta desarrollada por Promperú que permite a los empresarios identificar los principales marketplaces a nivel mundial. Esta plataforma facilita la toma de decisiones estratégicas al ofrecer filtros avanzados por país, sector, posición en el mercado, facturación, comisión y otros datos clave. Con esta herramienta, los usuarios pueden comparar y seleccionar los marketplaces que mejor se alineen con sus necesidades comerciales y objetivos de exportación.



Enlace: <https://ecommerce.promperu.gob.pe/marketplaces>

PERU MARKETPLACES



New Products

Enlace: <https://www.perumarketplace.com/en>

BUSCADOR DE MARKETPLACES



Sectores

- Manufacturas diversas
- Agronegocios
- Industria de la vestimenta y decoración
- Exportación de servicios

[Ver todos](#)

Mercados

- Alemania
- Arabia Saudí
- Argentina
- Armenia

[Ver todos](#)

Ventas ?

Ingrese un rango de ventas:

<https://ecommerce.promperu.gob.pe/beneficios-ranking> ?

amazon.com

Principales sectores ?

Manufacturas diversas
Agronegocios
Industria de la vestimenta y decoración
Exportación de servicios
Productos pesqueros

Principales mercados ?

Estados Unidos De América, Japón, Alemania, Reino Unido, Canadá, Francia, Italia, India, España.



Principales sectores ?

Manufacturas diversas
Agronegocios
Industria de la vestimenta y decoración
Exportación de servicios
Productos pesqueros

Principales mercados ?

China.

淘宝网
Taobao.com

Principales sectores ?

Manufacturas diversas
Agronegocios
Industria de la vestimenta y decoración
Exportación de servicios
Productos pesqueros

Principales mercados ?

China, Estados Unidos De América, Corea, Japón, Singapur, Australia, Malasia, Vietnam, Tailandia.

AULA VIRTUAL

aulavirtual
Un servicio de PROMPERÚ

Inicio
Cursos Disponibles
Mis cursos
Notificaciones
Mis Calificaciones
Mis constancias
Enlaces de Interés
Asesorías
Próximos Eventos

Requisitos de acceso para alimentos a los EEUU
★★★★☆ 7 calificaciones
Este módulo te permitirá conocer los procesos que debe llevar a cabo un exportador ante la FDA (Food and Drug Administration), entidad que verif...

Comercio electrónico
★★★★☆ 11 calificaciones
Este módulo te permitirá conocer las principales herramientas utilizadas en el comercio electrónico transfronterizo, además de informar sobre el progr...

Empresas familiares de éxito
★★★★☆ 4 calificaciones
Este módulo te permitirá conocer las principales recomendaciones para que una empresa familiar pueda ser escalable en el tiempo y durante la transició...

Exporta fácil
★★★★☆ 16 calificaciones
En este módulo aprenderás las principales consideraciones sobre el uso de Exporta fácil, mecanismo logístico que facilita el traslado de las mercancía...

Enlace: <https://aulavirtual.promperu.gob.pe/>

Laboratorio exportador

The screenshot displays the website for 'Laboratorio Exportador'. At the top, there are logos for 'prom perú', 'Ruta Exportadora', and 'Laboratorio Exportador'. A navigation menu includes 'Acercas de', 'Actividades', 'Cronograma', 'Enlaces de interés', 'Test', and 'Contáctanos'. The main image shows a man in a suit presenting to a group of people seated at desks in a classroom. A large screen displays a presentation slide. Below the image is a red banner with the text 'Laboratorio Exportador' and 'Centro de Innovación y Desarrollo Exportador'. Underneath, a section titled 'Principales resultados' features three white boxes with red numbers and black text: '5160 Empresas intervenidas', '13840 Número de colaboradores capacitados', and '400 Número de Actividades desarrolladas en todo el país'.

prom perú | Ruta Exportadora | Laboratorio Exportador

Acercas de | Actividades | Cronograma | Enlaces de interés | Test | Contáctanos

Laboratorio Exportador > Centro de Innovación y Desarrollo Exportador

Principales resultados

- 5160**
Empresas intervenidas
- 13840**
Número de colaboradores capacitados
- 400**
Número de Actividades desarrolladas en todo el país

Enlace: <https://exportemos.pe/laboratorioexportador>

Actividades

Innovación

Transformación Digital

Comercio Electrónico

Capacidad Exportadora

Envía tus consultas



PROGRAMA DE COMERCIO ELECTRÓNICO - Edición II

Programa especializado que busca capacitar y asistir a las empresas en el proceso de ingreso, posicionamiento y consolidación de sus productos con valor agregado en plataformas globales de eCommerce, aprovechando las oportunidades comerciales que otorgan los mercados internacionales.

Más información →



TALLER: CÓMO EXPONER Y PROMOCIONAR TUS PRODUCTOS EN CANALES GLOBALES: Estrategias digitales

Descubre cómo incrementar la visibilidad de tu oferta exportable y fortalecer tu presencia en los mercados digitales internacionales, aprovechando estrategias innovadoras que impulsen el posicionamiento de tu negocio.

Más información →

Enlace: <https://exportemos.pe/laboratorioexportador>