



Programa Comercio Electrónico de PROMPERÚ

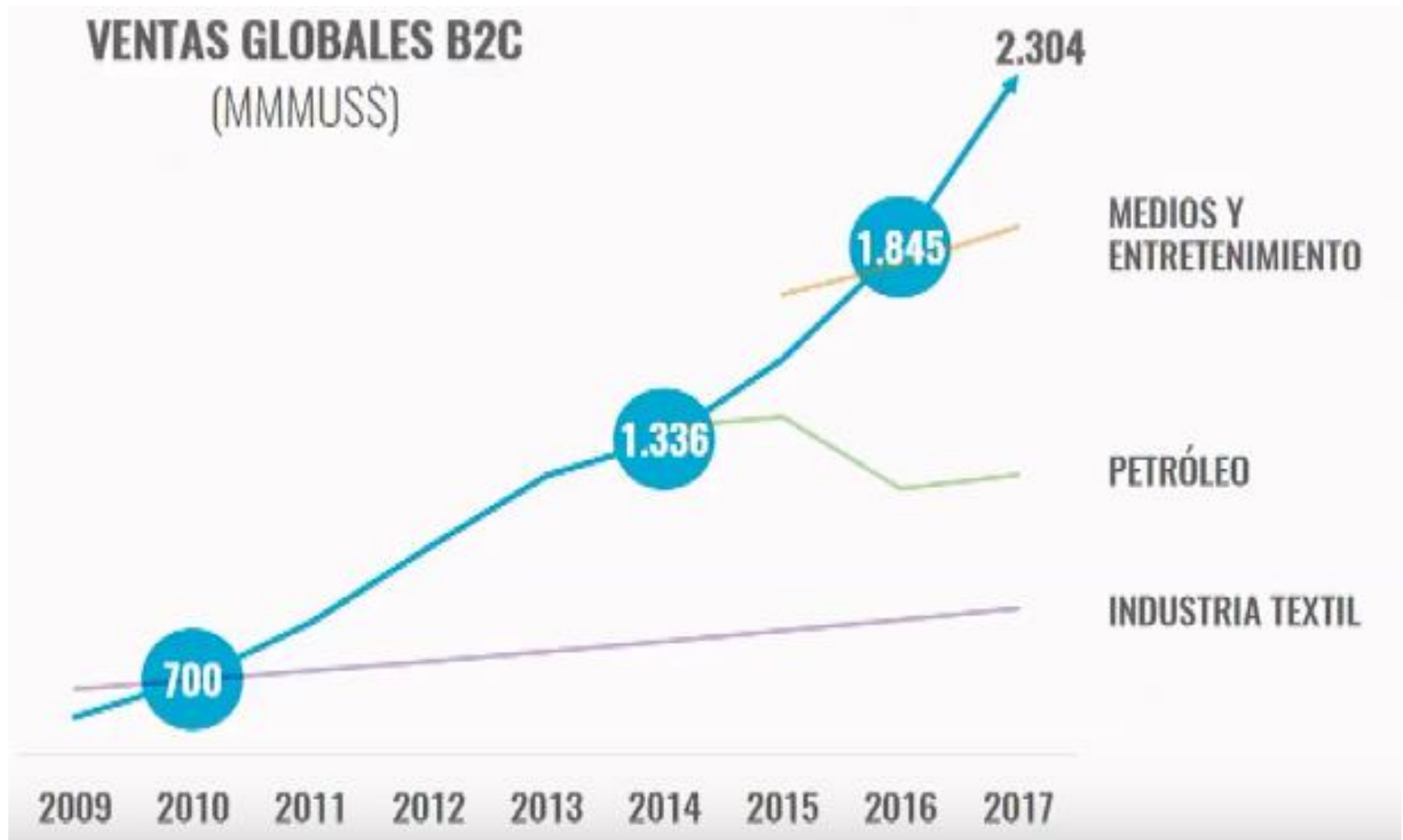
Omar Guerra Zavaleta

Seminario Miércoles del Exportador - PromPerú

19 de septiembre de 2018

Lima, Perú

Cifras eCommerce



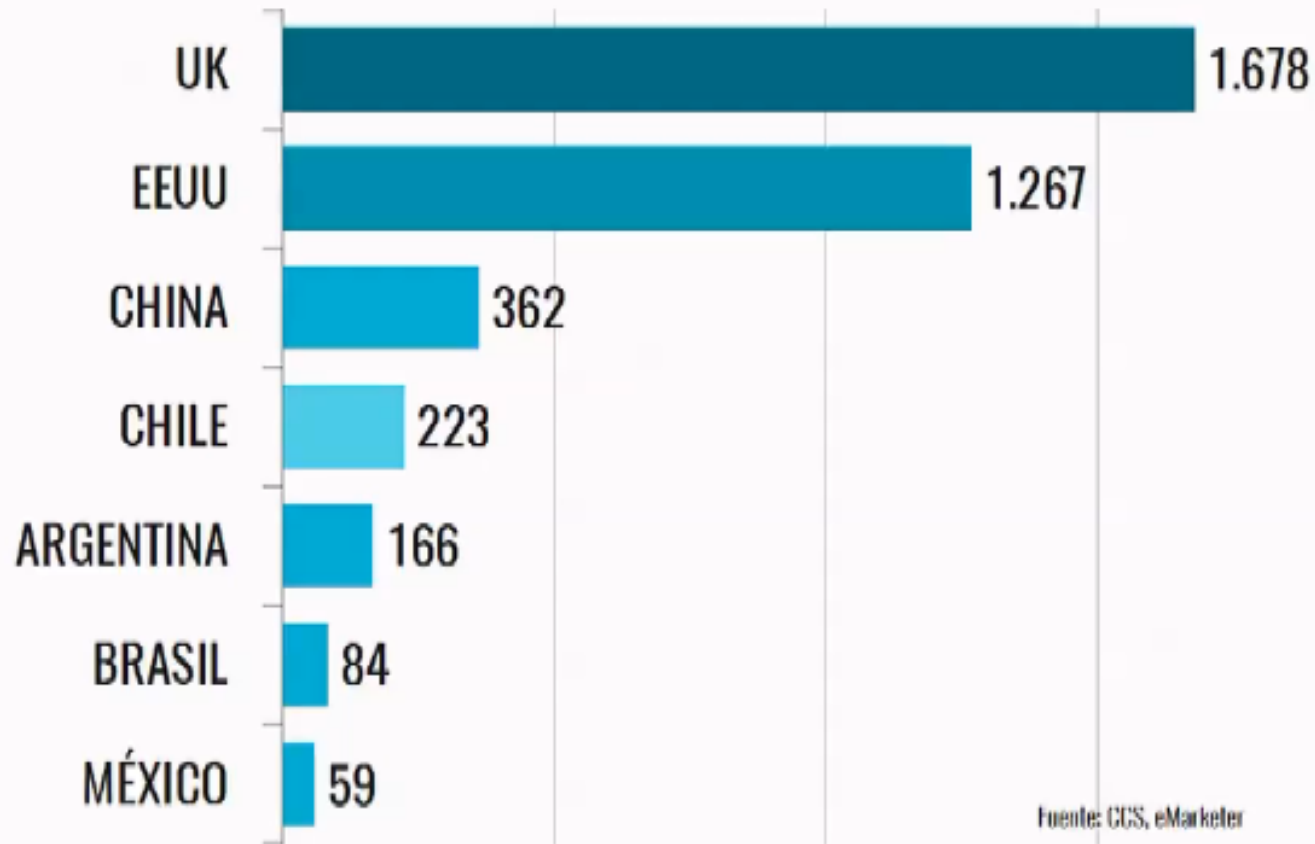
Fuente: Netrica.com - 2018

Cifras eCommerce



Cifras eCommerce

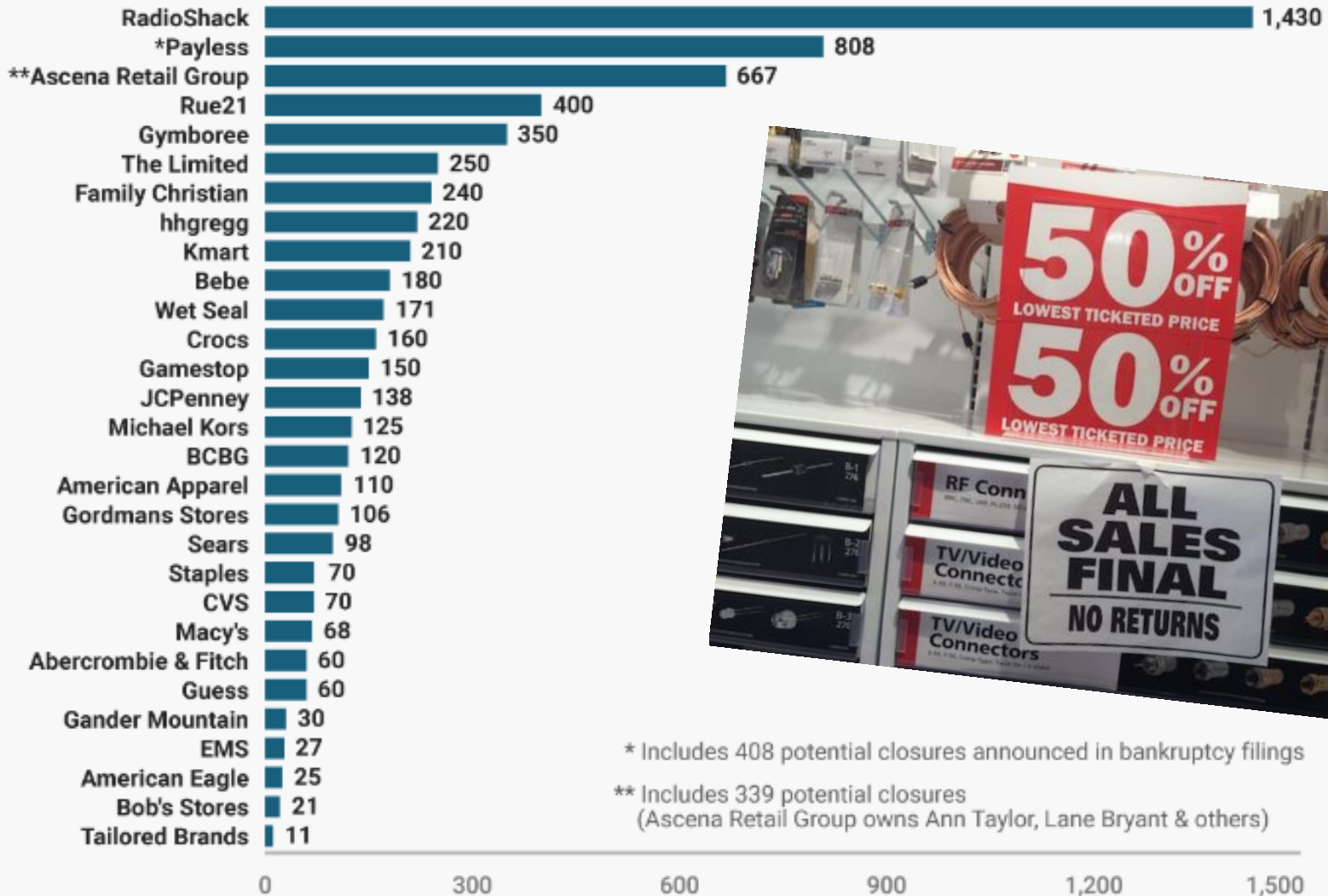
VENTAS eCommerce POR HABITANTE (US\$)



RETAIL

APOCALYPSE

NUMBER OF RETAIL STORES CLOSING IN 2017



* Includes 408 potential closures announced in bankruptcy filings


** Includes 339 potential closures
(Ascena Retail Group owns Ann Taylor, Lane Bryant & others)

CRISIS DEL RETAIL EN USA





**INEFICIENCIA
de un retail
tradicional**



**Lo mismo paso
hace 50 años con
el mercadismo y
los mall**



Persona trabaja todo el día:

Ir a la tienda: 30 min

Escoger: 20 min

Regresar: 30 min

3 Hrs libres al día

**Le quitas el 40%
del tiempo libre**

amazon

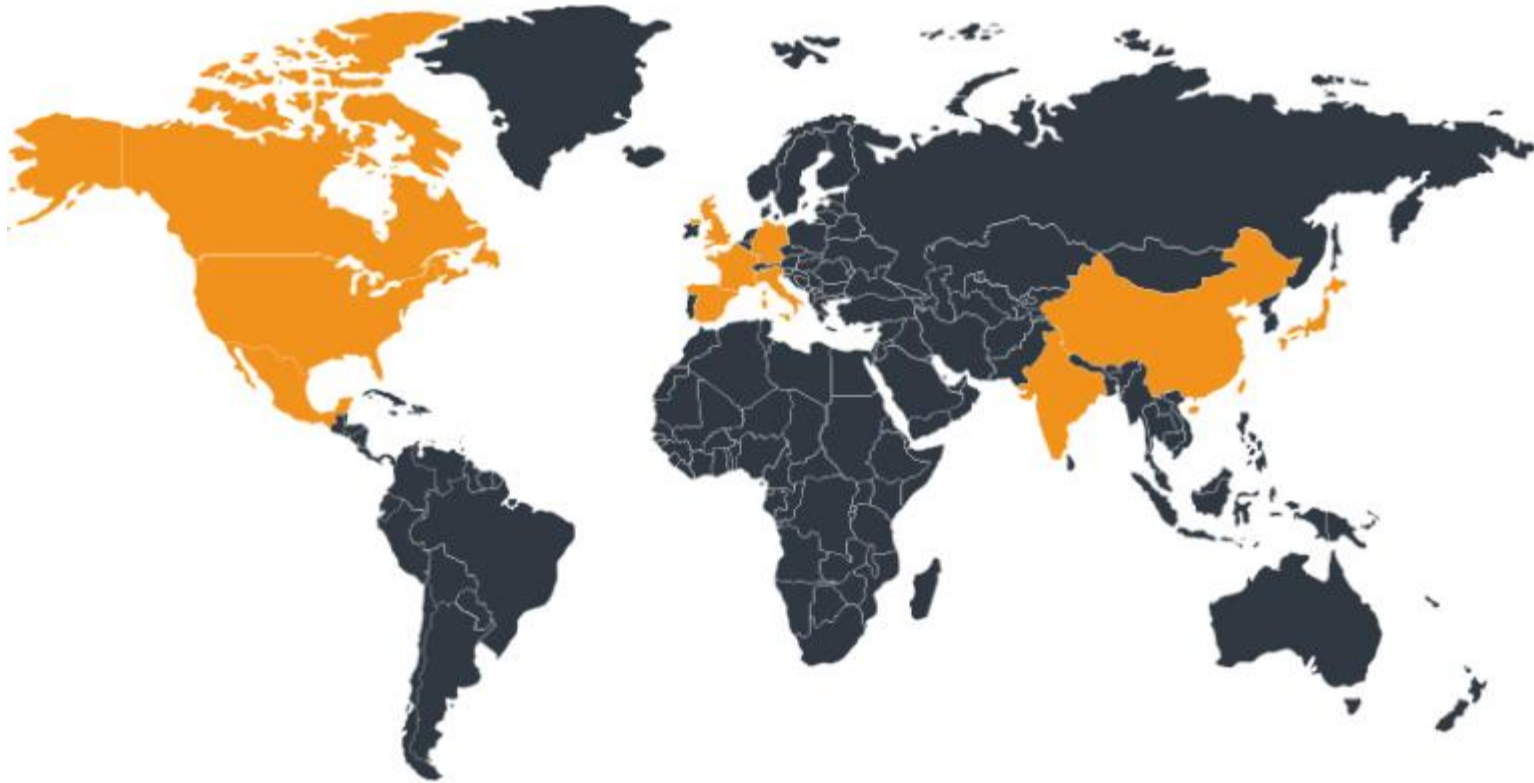




**Amazon.com es un
retail?**



Amazon.com es una empresa de servicios con dos palancas muy fuertes : TECNOLOGÍA y LOGÍSTICA



11

Marketplace

120+

Centros
de logística

180+

Países con clientes
fieles de Amazon

30+

Categorías
de productos

Marketplaces de Amazon

América del Norte

Estados Unidos

Canadá

Méjico

Europa

Reino Unido, Alemania, Francia, Italia, España

Asia

China






Japón






India








Chile es el
primer país de la
región que amazon
ingresa








Rank ⓘ	Website ⓘ	Category ⓘ	Change ⓘ	Avg. Visit Duration ⓘ	Pages / Visit ⓘ
1	amazon.com	Shopping > General Merchandise	=	00:05:59	8.67
2	ebay.com	Shopping > General Merchandise	=	00:06:00	7.86
3	taobao.com	Shopping > General Merchandise	=	00:05:42	4.55
4	aliexpress.com	Shopping > General Merchandise	=	00:08:16	10.77
5	tmall.com	Shopping > General Merchandise	+1	00:02:37	5.37
6	amazon.de	Shopping > General Merchandise	-1	00:06:57	10.36
7	amazon.co.jp	Shopping > General Merchandise	=	00:06:12	8.31
8	amazon.co.uk	Shopping > General Merchandise	=	00:06:02	9.12
9	ebay.co.uk	Shopping > General Merchandise	=	00:08:42	10.65
10	amazon.in	Shopping > General Merchandise	=	00:04:38	6.76

Rank ⓘ	Website ⓘ	Category ⓘ
1	 google.com	Internet and Telecom > Search Engine
2	 facebook.com	Internet and Telecom > Social Network
3	 youtube.com	Arts and Entertainment > TV and Video
4	 amazon.com	Shopping > General Merchandise
5	 yahoo.com	News and Media

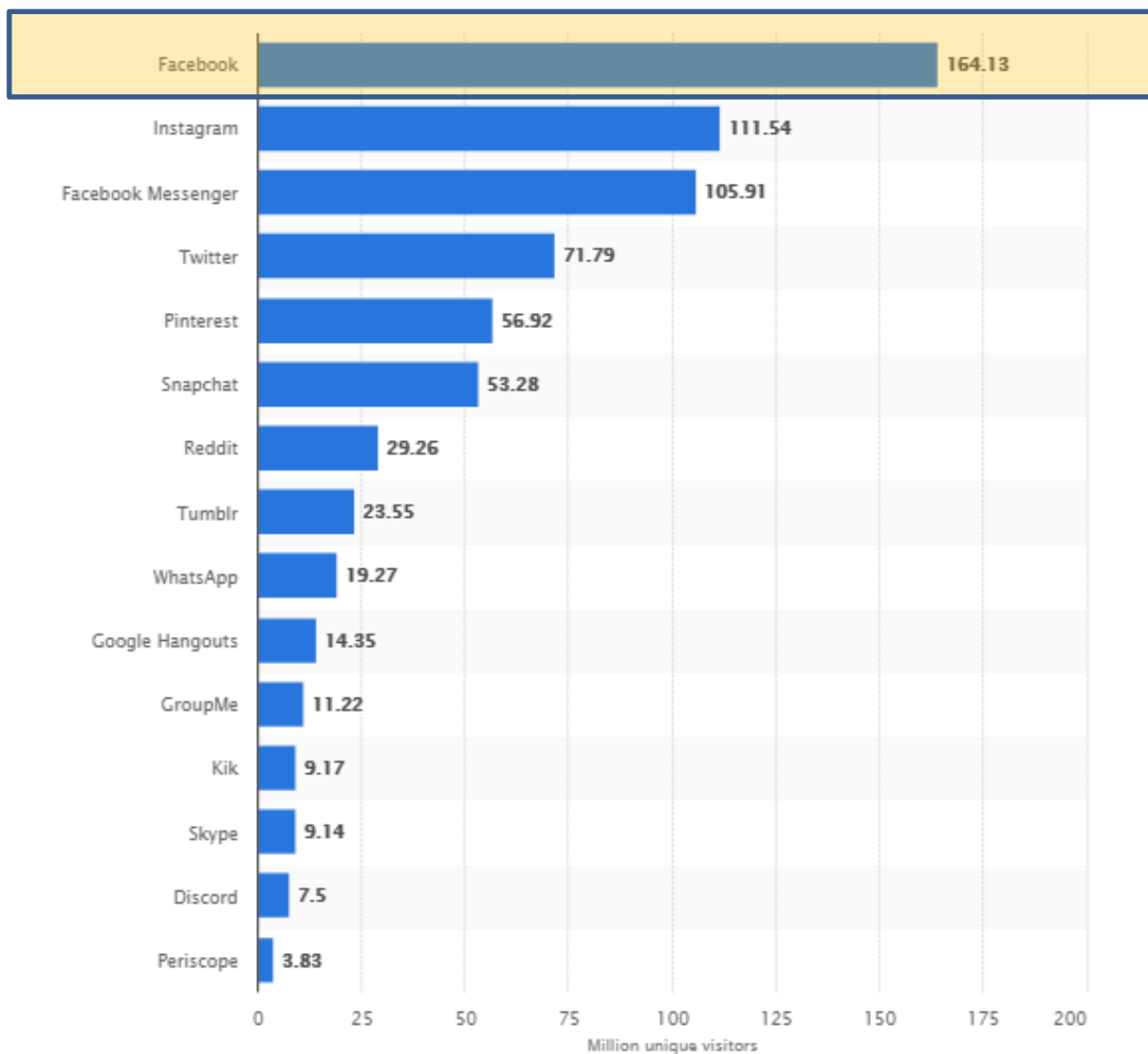
Rank ①	Website ①	Category ①
1	 google.es	Internet and Telecom > Search Engine
2	 google.com	Internet and Telecom > Search Engine
3	 youtube.com	Arts and Entertainment > TV and Video
4	 facebook.com	Internet and Telecom > Social Network
5	 amazon.es	Shopping > General Merchandise

Rank ①	Website ①	Category ①
1	 google.com	Internet and Telecom > Search Engine
2	 google.ca	Internet and Telecom > Search Engine
3	 youtube.com	Arts and Entertainment > TV and Video
4	 facebook.com	Internet and Telecom > Social Network
5	 amazon.ca	Shopping > General Merchandise

Rank ⓘ	Website ⓘ	Category ⓘ
1	 google.de	Internet and Telecom > Search Engine
2	 google.com	Internet and Telecom > Search Engine
3	 youtube.com	Arts and Entertainment > TV and Video
4	 facebook.com	Internet and Telecom > Social Network
5	 amazon.de	Shopping > General Merchandise

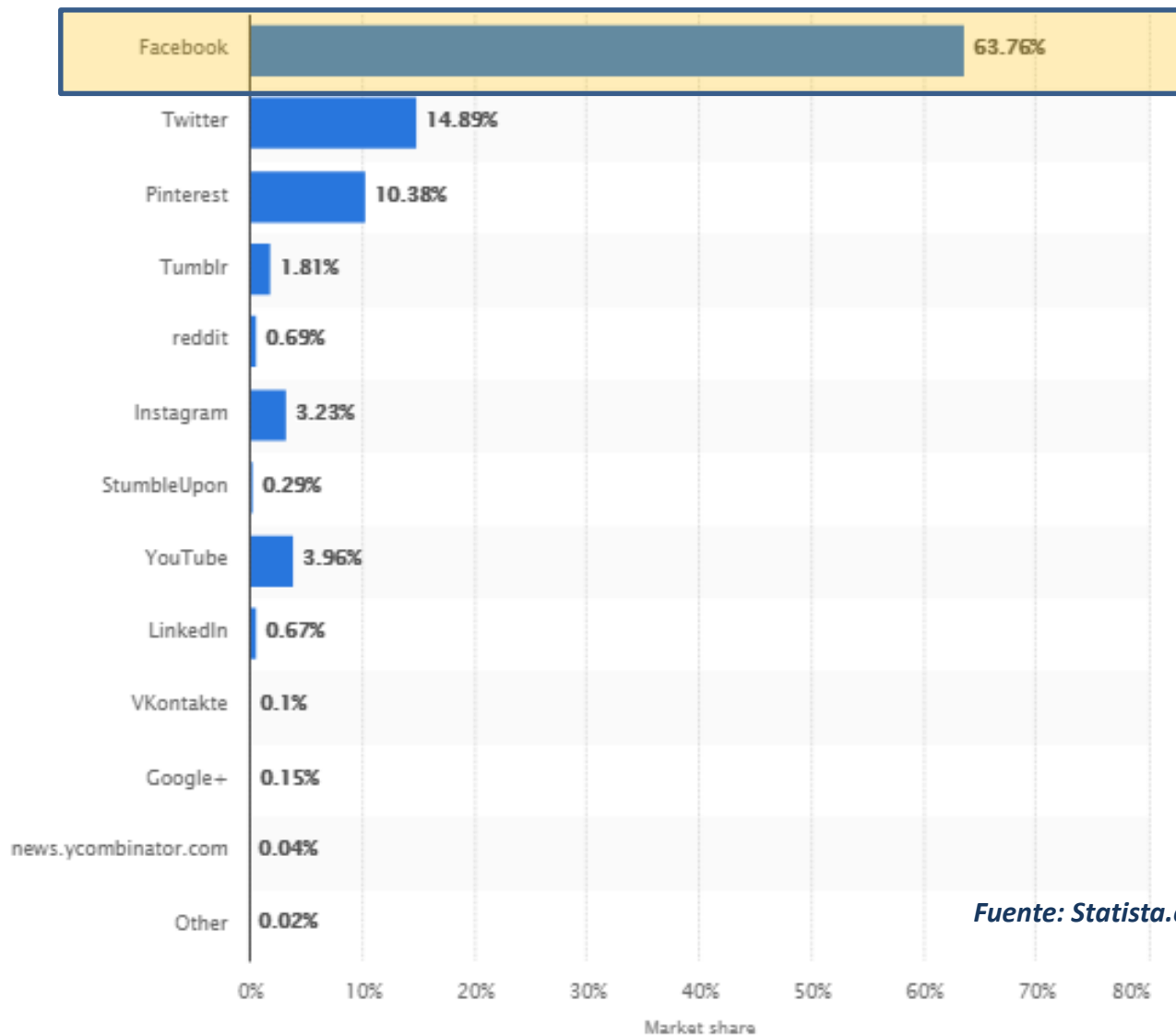
Rank ①	Website ①	Category ①
1	 google.fr	Internet and Telecom > Search Engine
2	 google.com	Internet and Telecom > Search Engine
3	 facebook.com	Internet and Telecom > Social Network
4	 youtube.com	Arts and Entertainment > TV and Video
5	 leboncoin.fr	Shopping > Classifieds
6	 orange.fr	Internet and Telecom > Telecommunications
7	 amazon.fr	Shopping > General Merchandise

Las aplicaciones de redes sociales móviles más populares en los ESTADOS UNIDOS

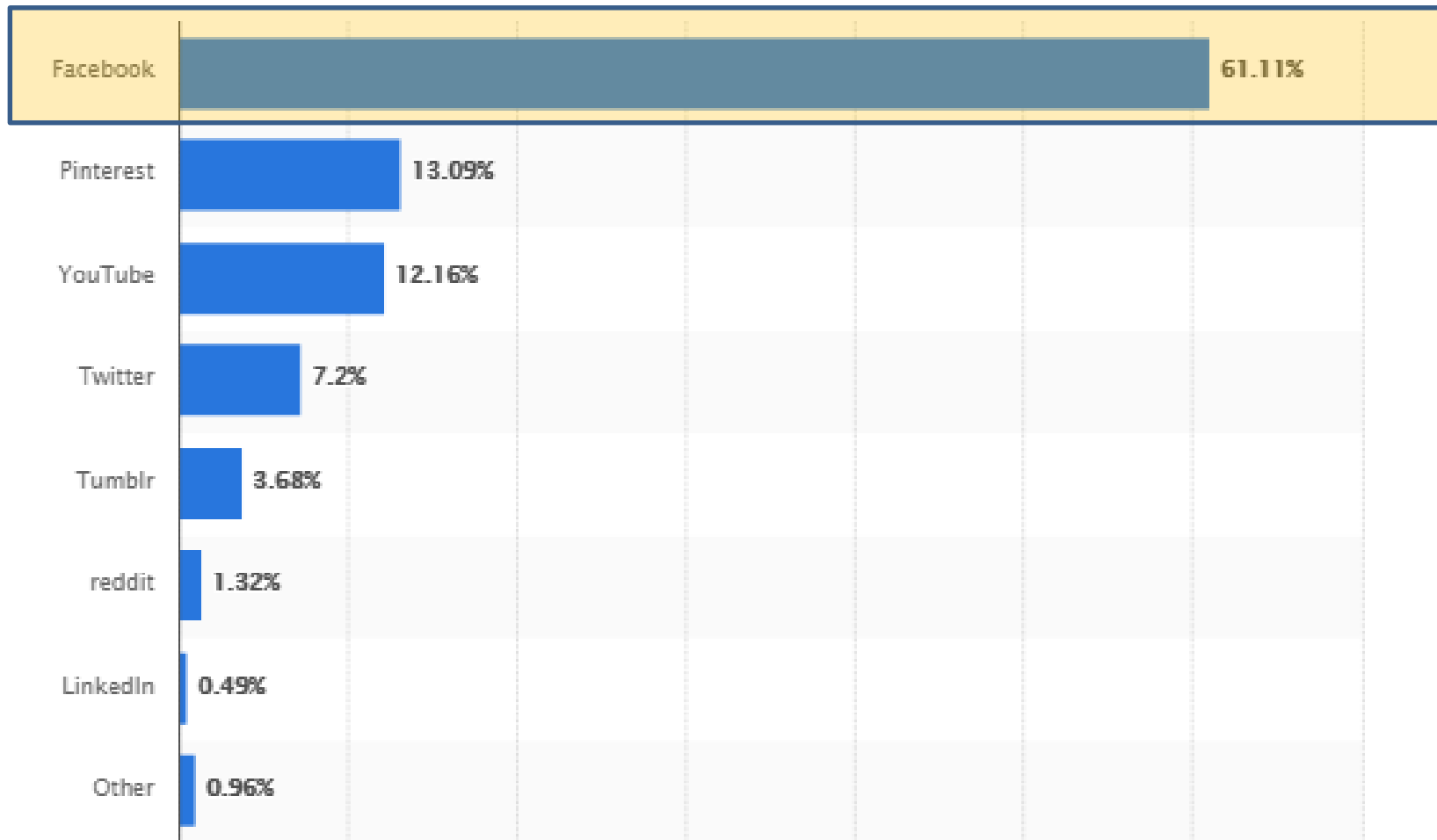


Fuente: Statista.com

Las aplicaciones de redes sociales móviles más populares en los INGLATERRA

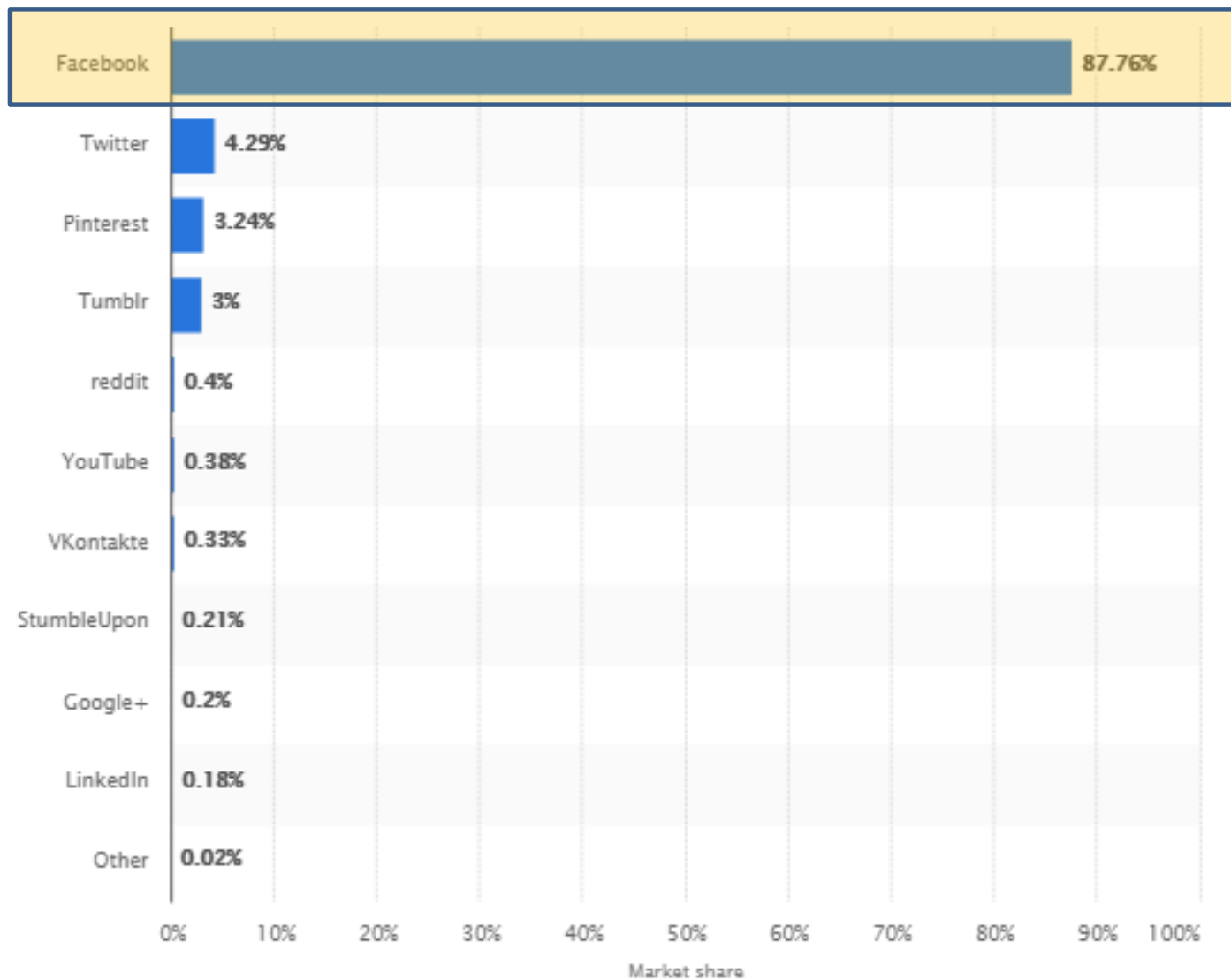


Fuente: Statista.com



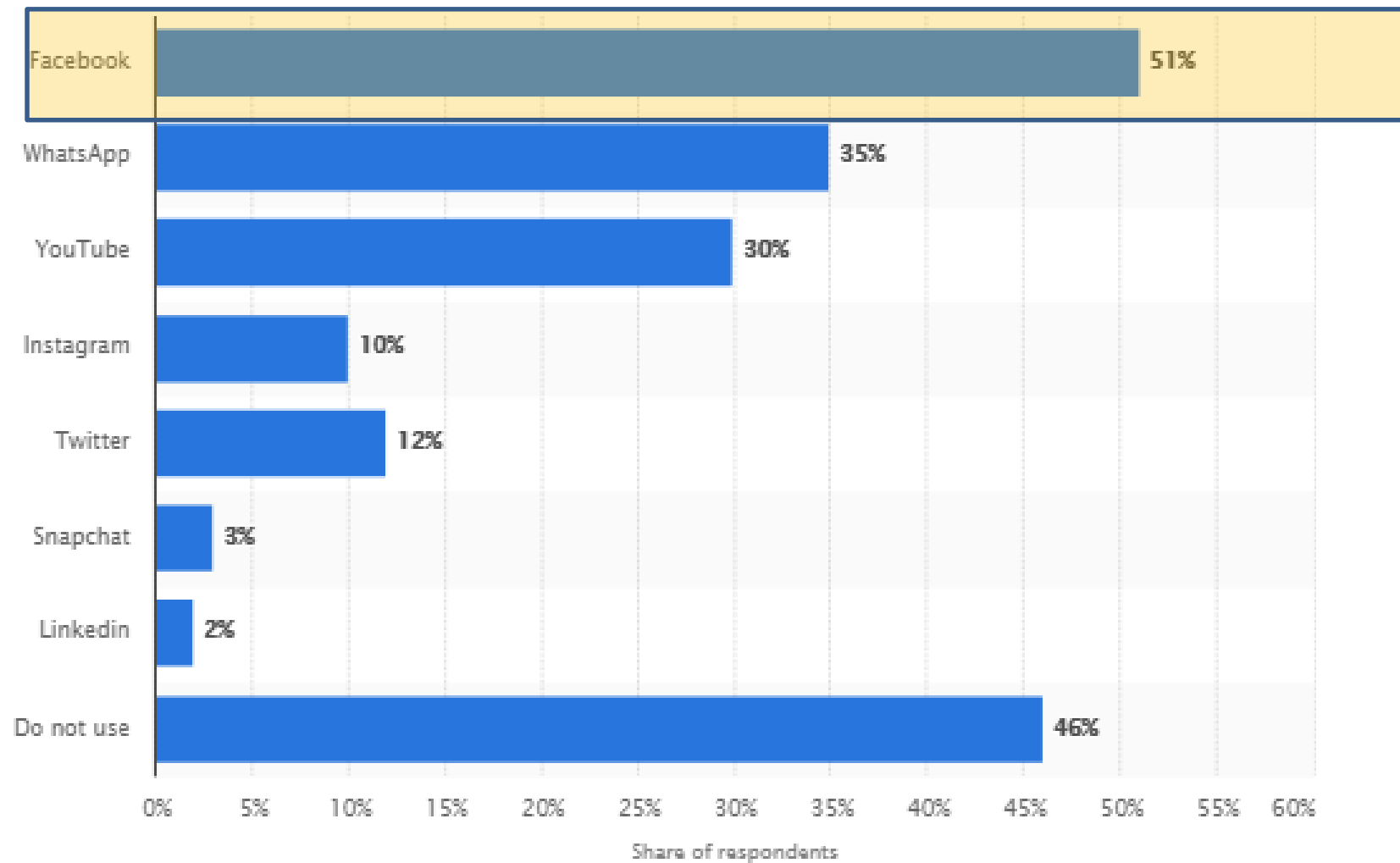
Market share in percent

Las aplicaciones de redes sociales móviles más populares en los **ITALIA**



Fuente: Statista.com

Las aplicaciones de redes sociales móviles más populares en los PERÚ



Fuente: Statista.com

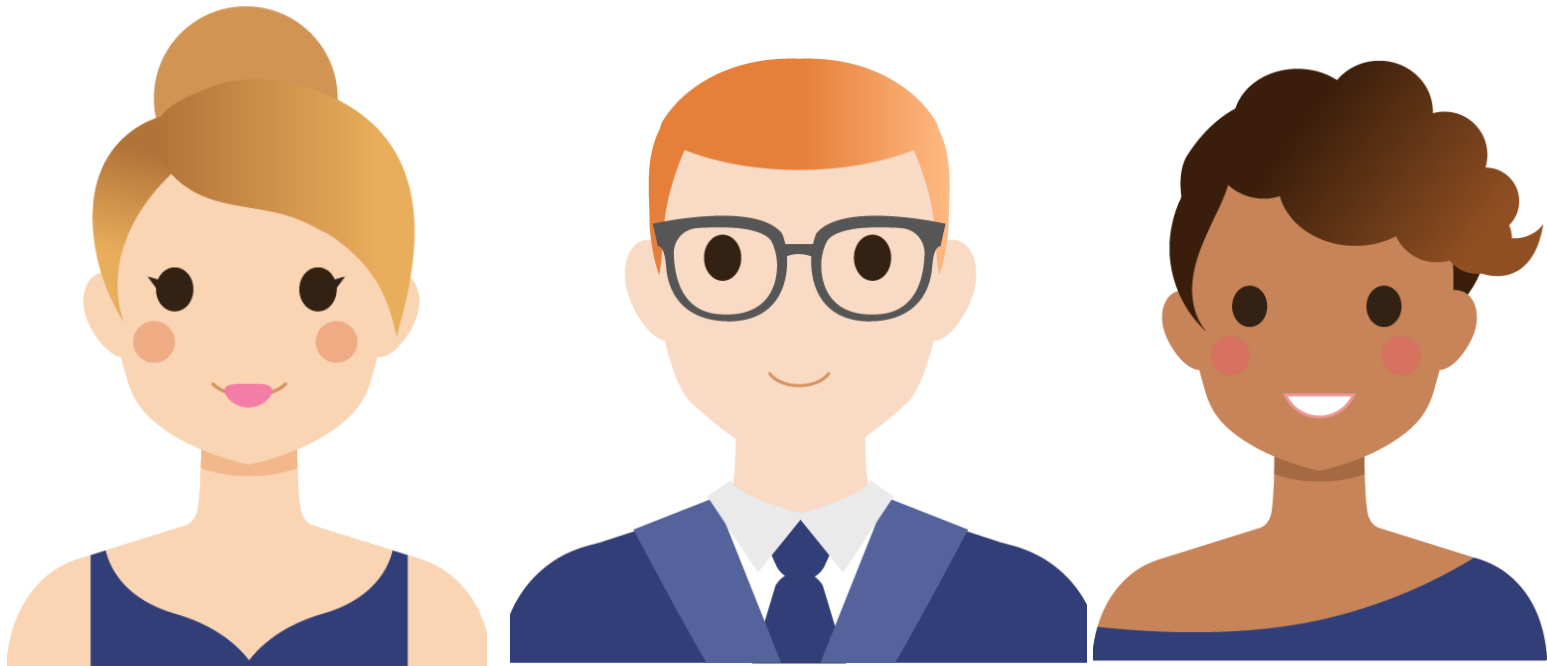


**EL FUTURO ES
AHORA**



NATIVOS DIGITALES

HOY TODOS SOMOS UN PERFIL



CANALES DE VENTA

Tradicional



Multicanal



Omnicanal

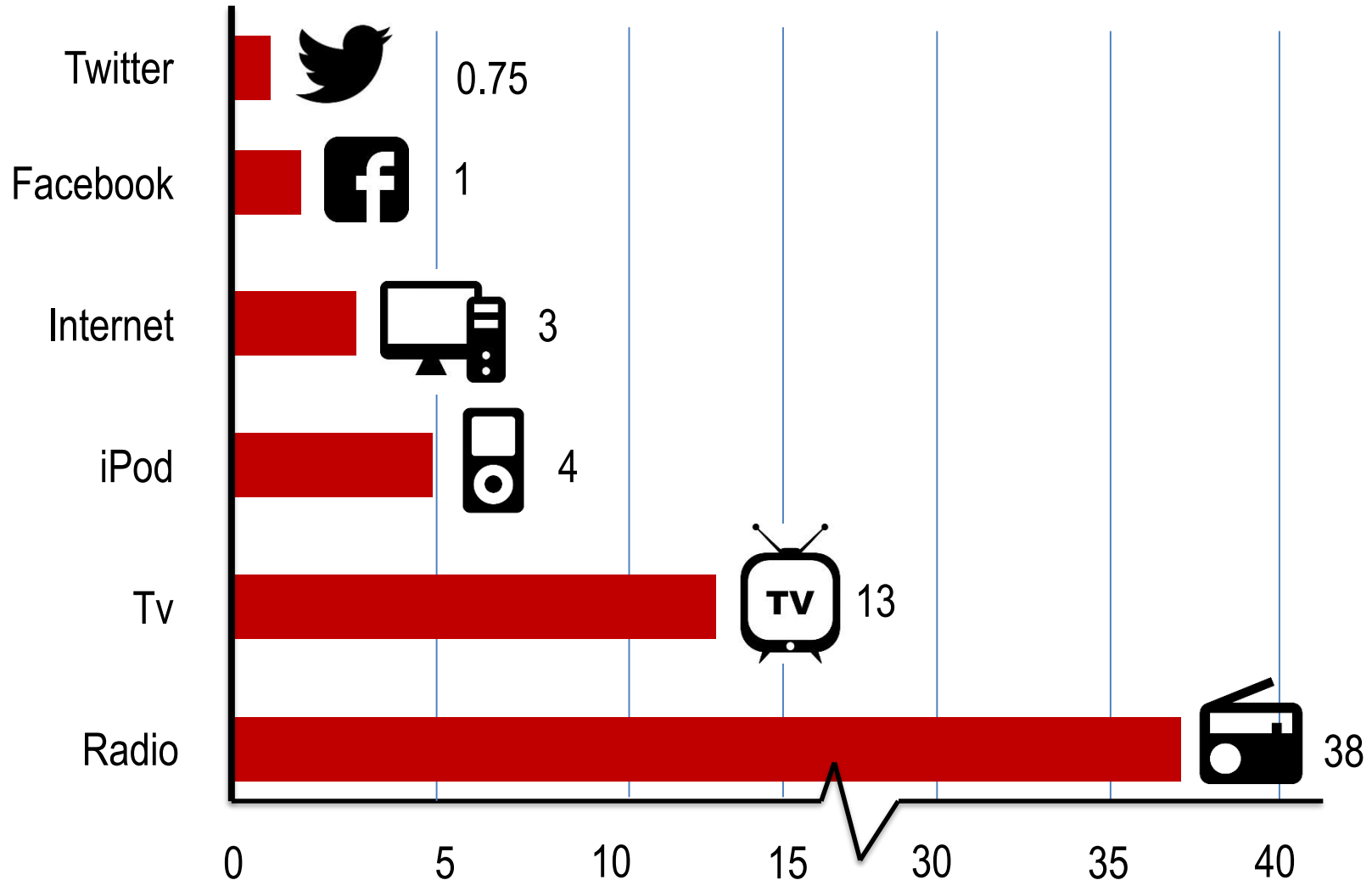


Velocidad de Cambio



Para llegar a una audiencia de 50 millones se tardó

To reach an audience of 50 million it took



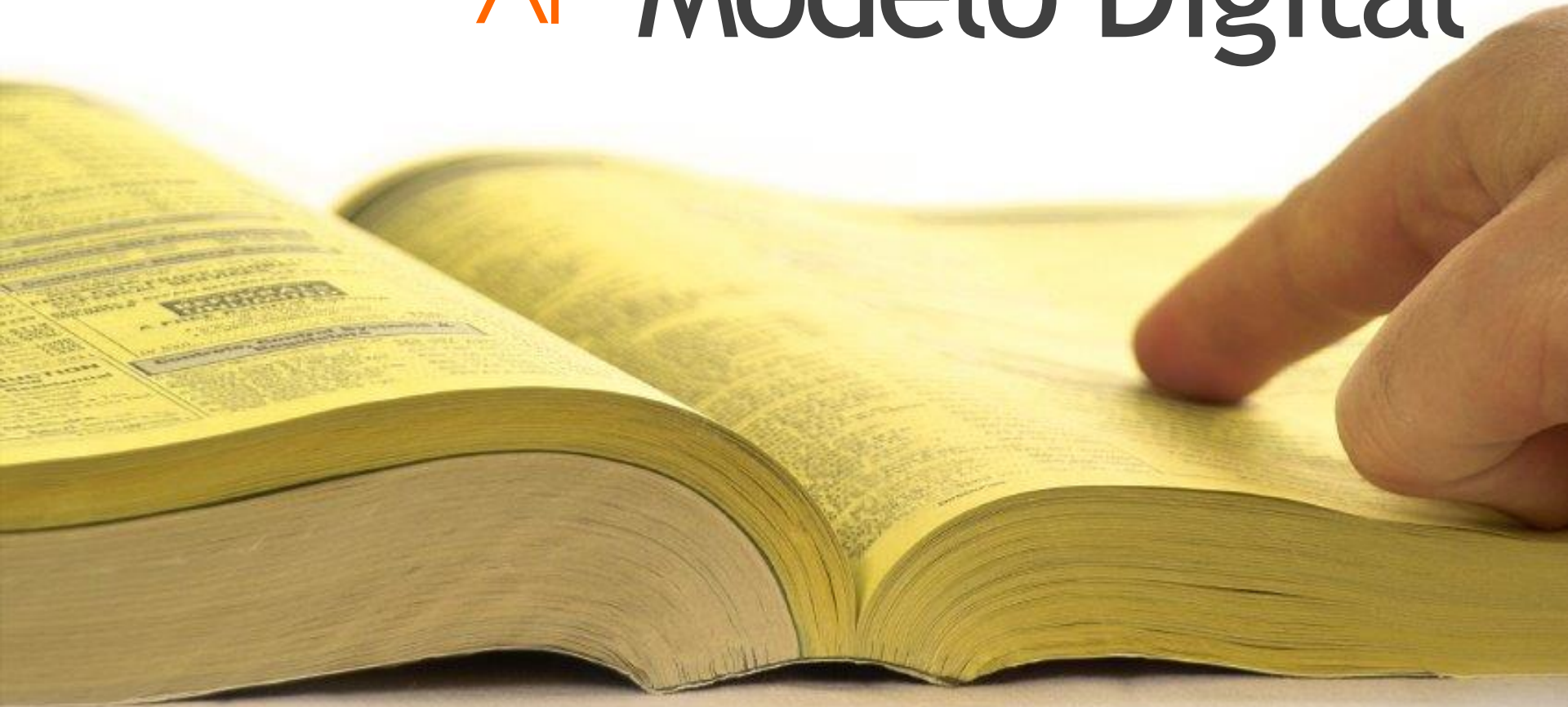


Llamadas 50s
Eran Lujo



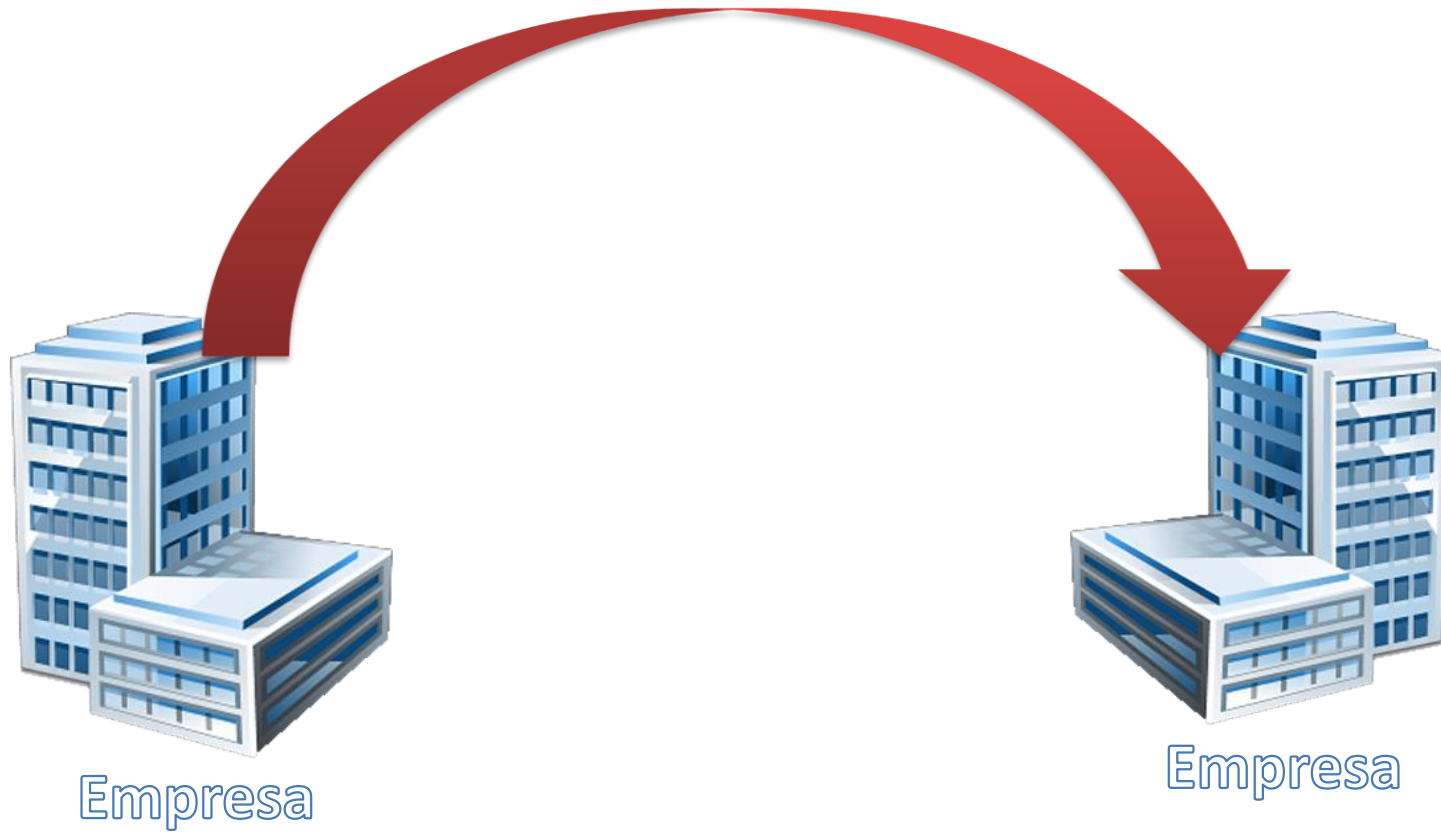
Llamadas 2006 se redujo en 86%
2016 costo casi nulo

La Pyme no se adapta todavía AI Modelo Digital



B2B

Business to Business





Estará presente en:



Pabellón
PERÚ NATURA

Booth N15

PERUVIAN NATURE PRESENTE EN EXPO PERÚ CHINA 2014

Ministra de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) y presidenta del Consejo Directivo de PROMPERÚ, Magali Silva Velarde-Álva, motiva al empresario chino a ver al Perú como su próximo hub en América Latina.



CALLE LAS GARDENIAS MZ I, LOTE 12,
PRADERAS DE LURÍN, LIMA 16 - PERÚ

Tel.: 511 - 7178720

sales@peruviannature.com

PRODUCTO DESTACADO

INGREDIENTES

Plantas Medicinales

Vegetales

Frutas

Granos

PRODUCTOS TERMINADOS

Cápsulas

Doypacks

También puede descargar nuestro catálogo de productos en PDF.



Graviola

[*Annona muricata*]



Graviola

Producto en corteza, polvo o corte para te, de aspecto homogéneo, obtenido a través de procesos especiales que aseguran la ausencia de patógenos, dando como resultado un producto estable y seguro. Parte utilizada: hoja



PRESENTACIONES

Graviola Leaf Premium

Graviola Extract

Graviola Extract

Extracto (Spry Dry), Soluble en Agua y Alcohol, contiene un alto contenido de Alcaloides.



Ficha Técnica

PREMIADO COMO EL MEJOR AGROEXPORTADOR EN EL PERU DEL AÑO 2012

Alimentos orgánicos andi



- Maca
- Cacao
- Yacón
- Lúcumá
- Aguaymanto
- Camu Camu
- Maíz Morado
- Algarrobo
- Otros Productos



Incrementa el libido

B2c

Business to Consumer



07:50:50
HRS MINS SEGS

SOLO POR HOY NO LO DEJES PASAR
**GRAN PRECIO DE
LOCURA EN LINIO -35%**



TV LED SMART 3D 40"
FULL HD - UN40H6203
~~S/. 1,999~~
S/. 1,299

SAMSUNG

COMPR YA



VENTAS A EMPRESAS

VENDE CON NOSOTROS

AYUDA

INICIAR SESIÓN

MI CARRITO

(0)

Buscar por palabras claves, marcas, productos

BUSCAR

S/. 0.00

TECNOLOGÍA

ELECTRODOMÉSTICOS

HOGAR

DEPORTES

CUIDADO
PERSONAL Y
SALUD

NIÑOS Y BEBÉS

MÁS

Linio
FASHION

/ Computadoras / Tablets y Accesorios

CATEGORÍA

- LAPTOPS Y NOTEBOOKS
- DESKTOP Y ALL-IN-ONES
- APPLE
- GAMERS
- TABLETS Y ACCESORIOS
 - Tablets
 - iPad
 - Accesorios
- MONITORES
- SCANNERS
- IMPRESORAS Y CONSUMIBLES
- SOFTWARE
- FUNDAS Y MOCHILAS
- GADGETS
- ACCESORIOS

Ordenar por Popularidad ▼

273 ITEMS ENCONTRADOS



SAMSUNG
Samsung Galaxy Note
8" + MicroSD 32GB +
Antivirus - Blanco
~~S/. 1,199.00~~
S/. 999.00



AOC
AOC - Tablet D79T78
Android 4.2 8GB - Blanco
~~S/. 389.00~~
S/. 369.00



HP
HP - Notebook HP 14-
d003la Procesador : E1-2100
500GB 2GB...
~~S/. 1,199.00~~
S/. 999.00



TECHSONIC
Techsonic - Tablet TV
Digital R702T 7" Android 4.2
4GB...
~~S/. 249.00~~
S/. 197.00



La Belleza de una Flor es eterna en la memoria



(511) 692-0999

(98) 827*1840

- 1 Inicio
- 2 Contáctenos
- 3 Preguntas frecuentes
- 4 Mi Cuenta
- 5 Regístrate
- 6 Mi carrito 0 items

- Cajas y Ramos
- Flower Cachorros
- Amor
- Arreglos Florales
- Nacimientos
- Condolencias
- Complementos
- Institucionales
- Globos con helio

Arreglos Florales



Aves & rosas

S/.105.00

- Comprar
- Detalles fotos



Heliconias & liliums

S/.99.00

- Comprar
- Detalles fotos



Liliums & girasoles

S/.139.00

- Comprar
- Detalles fotos



Combos



¡ÚLTIMOS DÍAS!

2x1

Invierno 2014
en miles de productos
seleccionados

Código de dscto

2POR1

EN PRODUCTOS
DE VERANO

el 2do a
MITAD
de precio

Código de dscto

2DOMITAD

1 - 100 de 367 artículos

Descuento ▼

Nuevos primero ▼

< 1 2 3 4 >

NUEVO



Zapatilla de Mujer Puma
NARITA W V2 14 Negro
S/. 219.00

NUEVO



Zapatilla de Mujer Merrell
GRASSBOW W Gris
S/. 299.00

NUEVO



Zapatilla de Mujer Merrell
AZURA 14 Topo
S/. 339.00

NUEVO



Zapatilla de Mujer Merrell
AVIAN LTH 14 Nutria
S/. 349.00

NUEVO



NUEVO



NUEVO



NUEVO



Filtrar por

Tipo

- Alpargata
- Ballerina
- Calzado
- Zapatilla
- Zapatilla Botín

Marca

- Adidas
- Adidas Neo
- Asics



(1) 446 4666

Perú Lima

Tipo de Cambio S/. 2.54

Perú Lima

- Buscar por ocasión



CAJAS



PELUCHES



ARREGLOS



NACIMIENTOS



REGALOS



TORTAS Y DESAYUNOS



VINOS Y LICORES



PROMOCIONES ROSATEL

Cajas con Rosas

REGISTRESE

BOLSA DE COMPRAS



12 Rosas Celebración CGCEL

S/. 105.00 \$ 41.34



18 Rosas CGB/18R

S/. 144.00 \$ 56.69



12 Rosas CGA

S/. 105.00 \$ 41.34



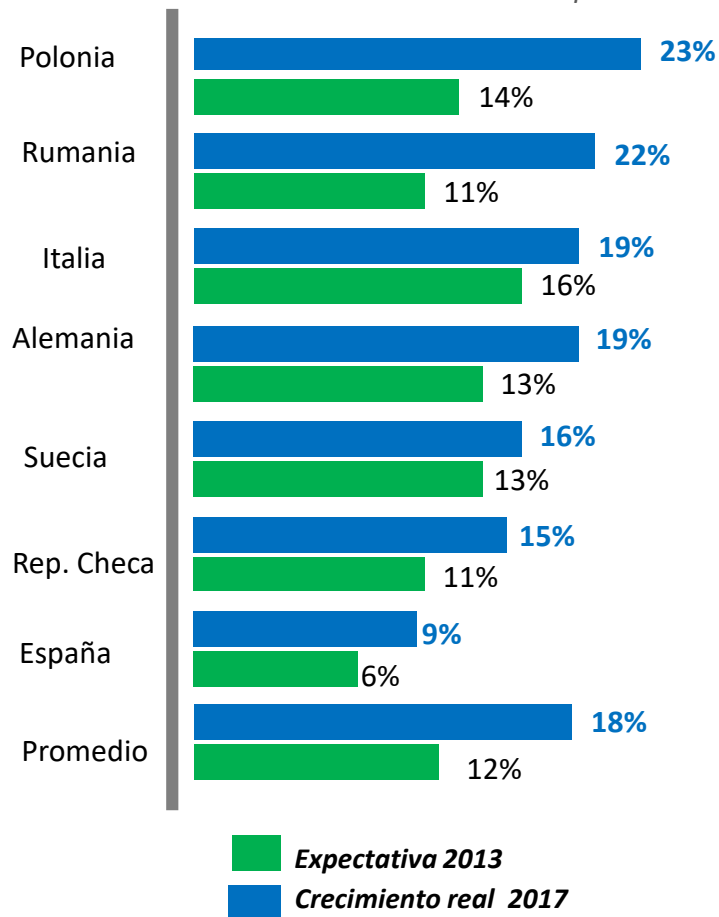
24 Rosas CGB24

S/. 170.00 \$ 66.93

Más allá de las expectativas

El e-commerce en Europa creció 18% en el 2017

Diferencia entre lo esperado y real crecimiento del comercio electrónico en Europa



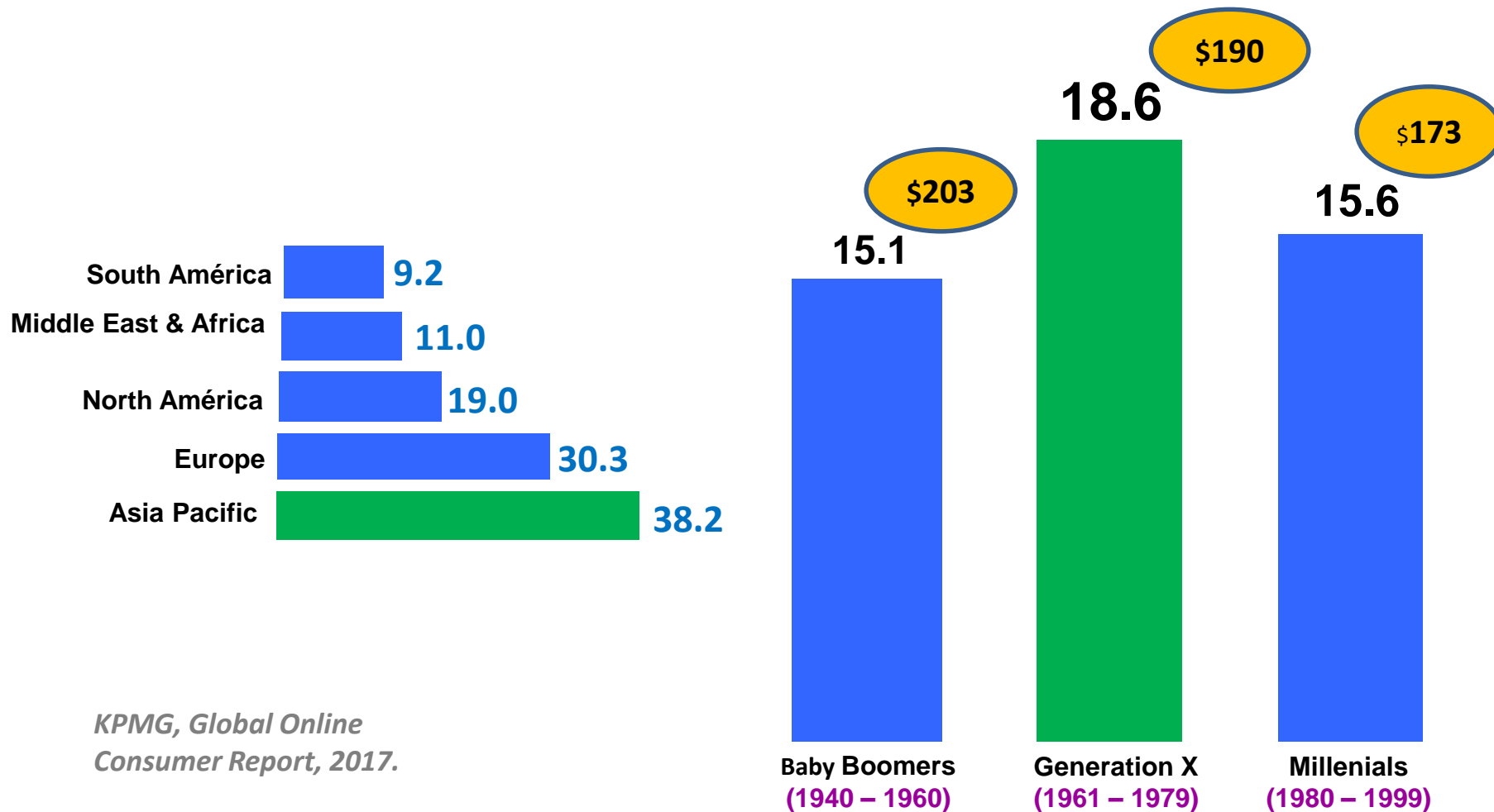
KPMG, Global Online Consumer Report, 2017.

Número promedio de transacciones en línea más altas entre la Generación X



Comportamiento del consumidor – transacciones en línea

Promedio de transacciones en línea, por persona por año, regionalmente, 2017

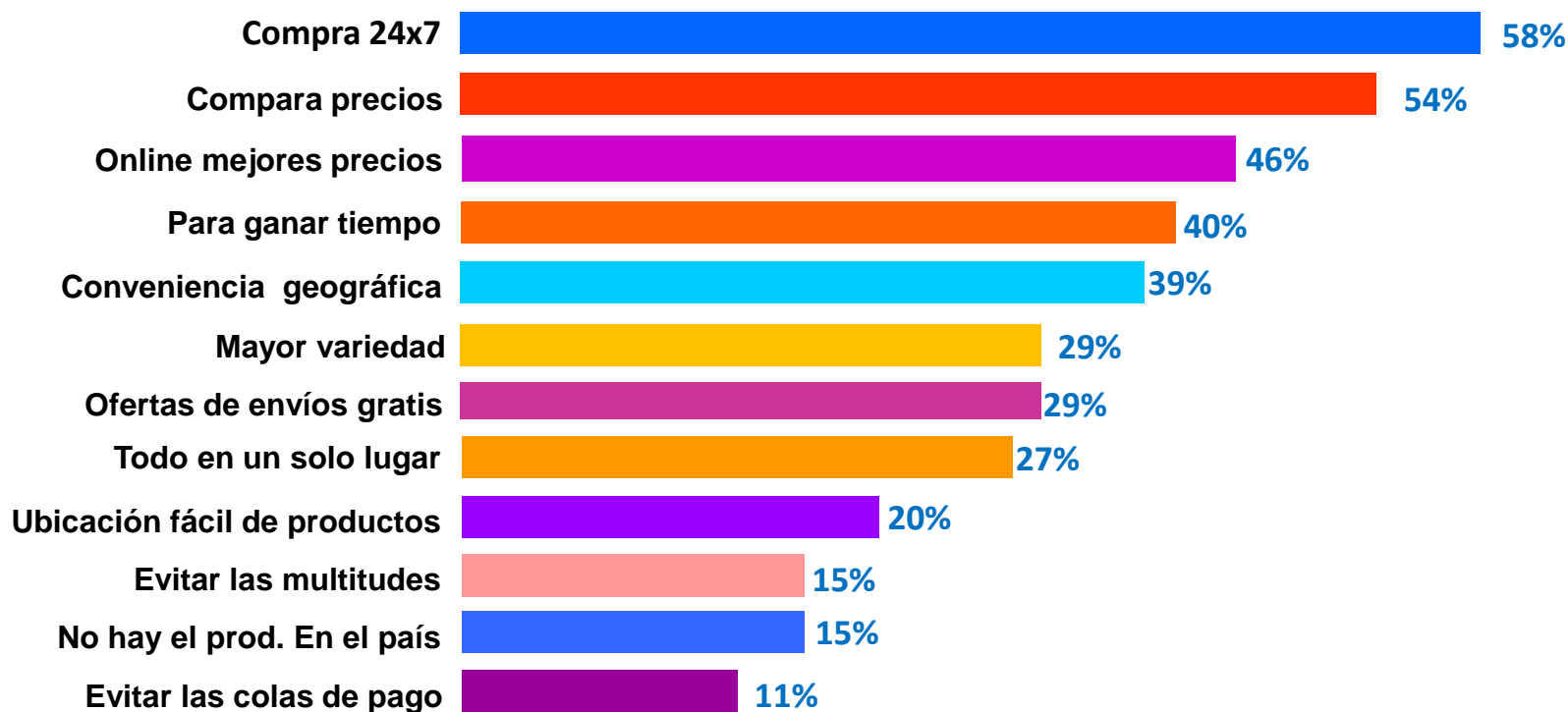


KPMG, Global Online Consumer Report, 2017.

La mayoría de los consumidores prefieren las compras en línea para comprar las 24 horas

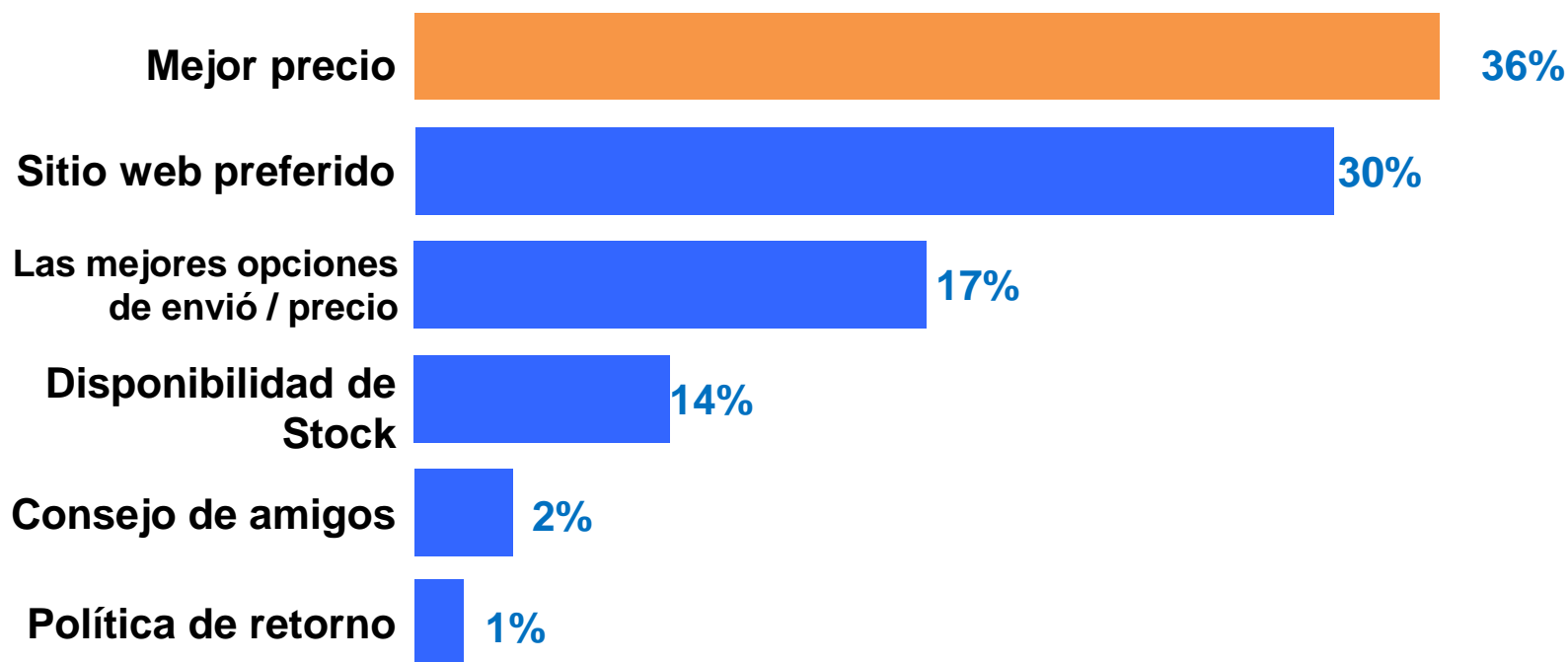


Motivos del consumidor para comprar en línea en lugar de en las tiendas, 2017

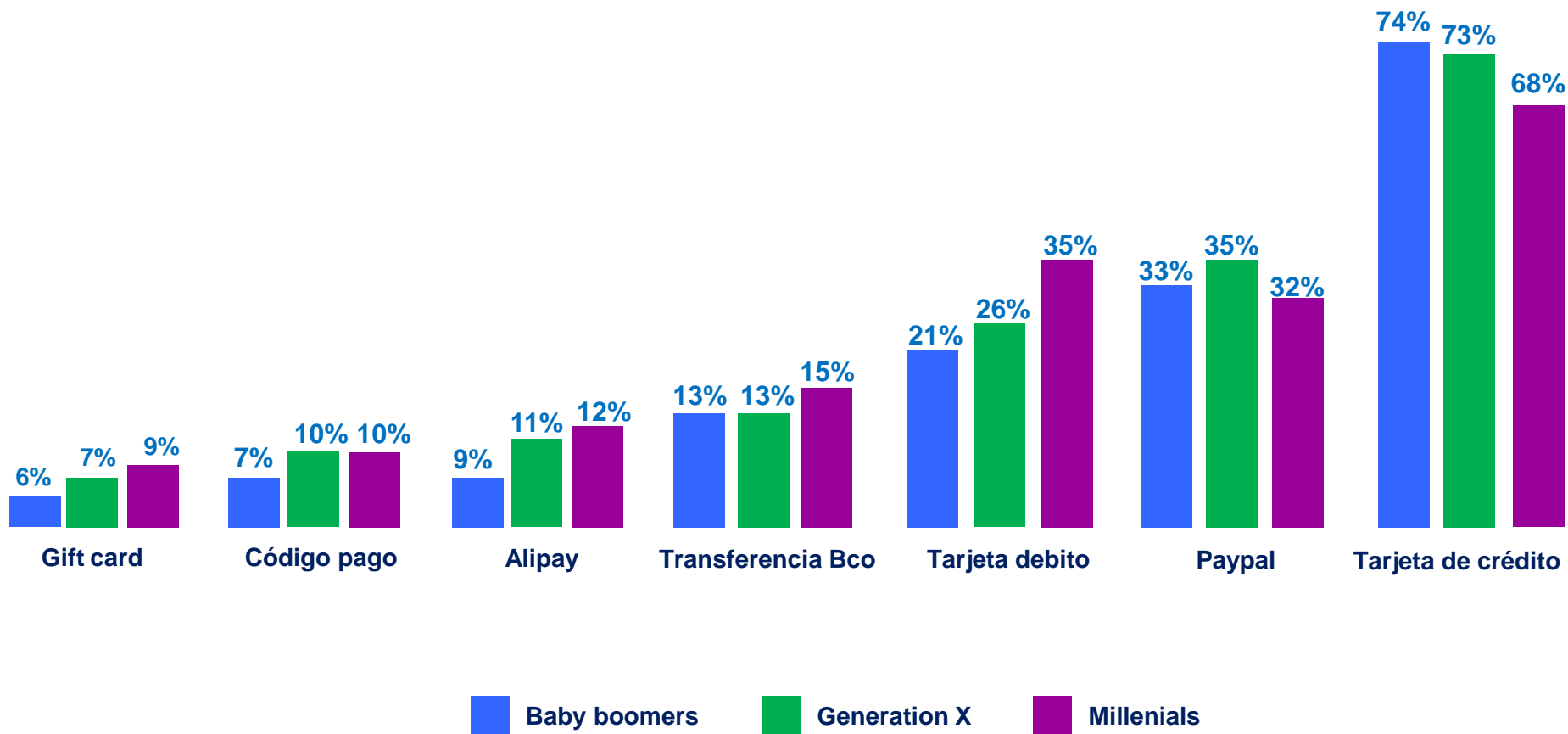


KPMG, Global Online Consumer Report, 2017.

Factores importantes para los consumidores al momento de decidir dónde comprar productos



Comportamiento del consumidor para la decisión de compra 2017



KPMG, Global Online
Consumer Report, 2017.

¿Por qué utilizar el E-commerce para exportar nuestros productos?

**Vitrina global
24 x 7**

**Acerca a la empresa a
clientes en todo el
mundo**

**Rápida difusión
de la oferta
exportable**

**Múltiples
plataformas y
opciones de pago
on-line**



**Rapidez en
cotización y venta
de productos**

**Mercados establecidos
con millones de
visitantes al día**

**Bajos costos de
entrada**



EXPORTACIÓN



TAMBIEN ES EXPORTACIÓN...





CLIENTE EXCLUSIVO



Exporta Fábrica

Un servicio de **Serpo**
El Comercio

NOMBRES Y APELLIDOS
**FRANK
GONZALES CAMPOS**

RUC:
104042257



LOMEJORDE LACTOSA
www.mvps.com



Modelo de Negocio - B2B

Transfronterizo



¿Por qué?



Internet
Cambio al mundo



Internet
Cambio al
consumidor



**El consumidor
internacional
Está adecuado al
formato Online**



TIPS
Para realizar
comercio
electrónico



Los usuarios no leen, ESANEAN



**Los dos primeros párrafos deben de mostrar
la información mas importante**



Tiempo de respuesta

Menos de 1Seg.: Da la impresión de libertad de navegar

Un Segundo: Se considera una respuesta Instantánea.

10 Segundos: Es el limite de espera tolerado, por encima de este tiempo el usuario cambia de pagina.

Regla básica: Ahorra Clics



No me hagas pensar

uuuun



STEVE KRUG

¿Venta Online o venta tradicional?



Canal Convencional de Venta

Tienen varios intermediarios que añaden costo al producto

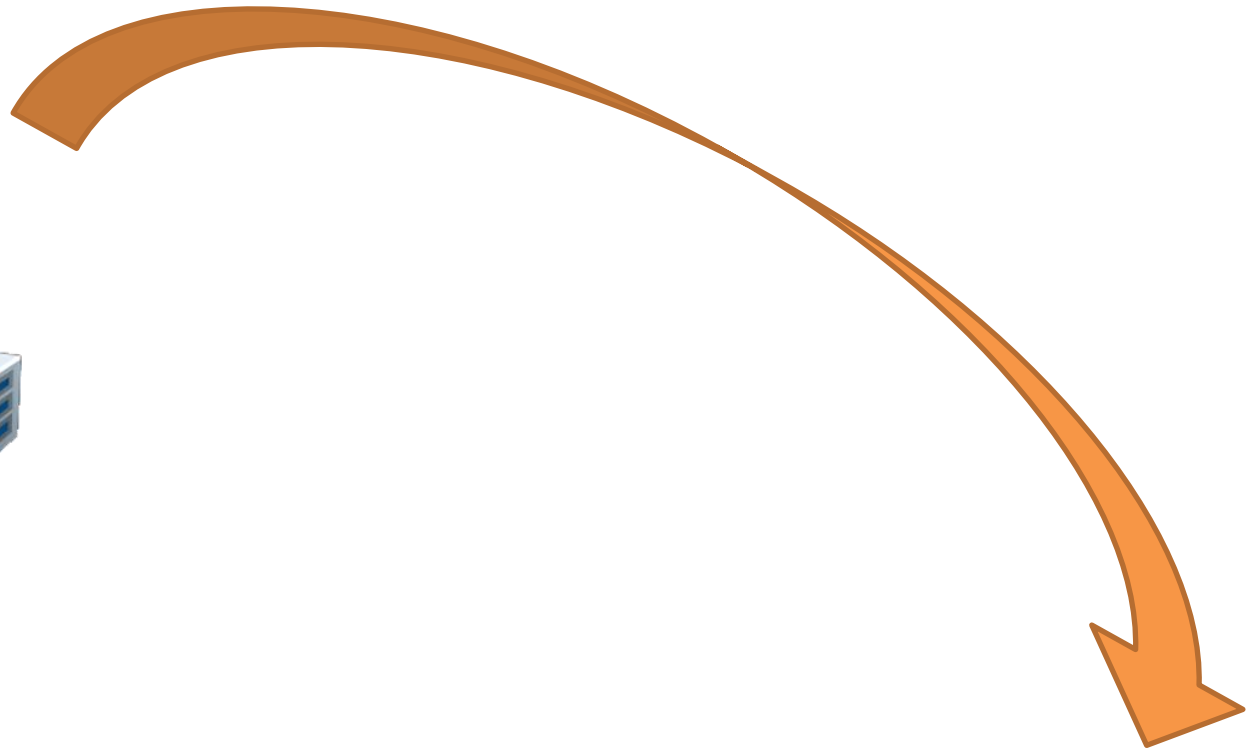


Canal Directo – Comercio Electrónico



Productor

45%



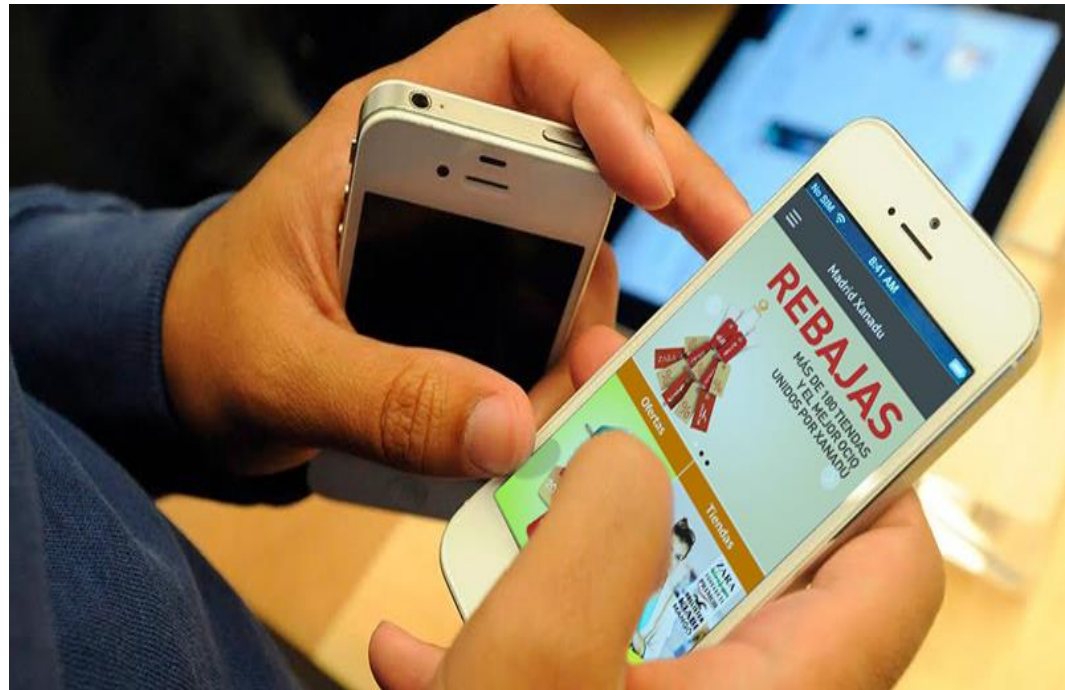
45%

Cliente Final



¿Qué es el Programa de Comercio Electrónico?

- Instrumento para incrementar las exportaciones a través de los canales digitales.
- Dirigido a empresas Pyme de los sectores alimentos, industria de la vestimenta, joyería, artículos y regalos y decoración para el hogar, manufacturas diversas y servicios.
- Comprende actividades de capacitación, asistencia y promoción.



Beneficios del programa de Comercio Electrónico



- **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).**



Metodología de intervención



Capacitaciones

- Modelo de negocios ecommerce / e-logistics
- Desarrollo de estrategia digital / Plan de marketing digital



Asistencia

- Diagnóstico para optimización de website cross border
- Asesoría especializada

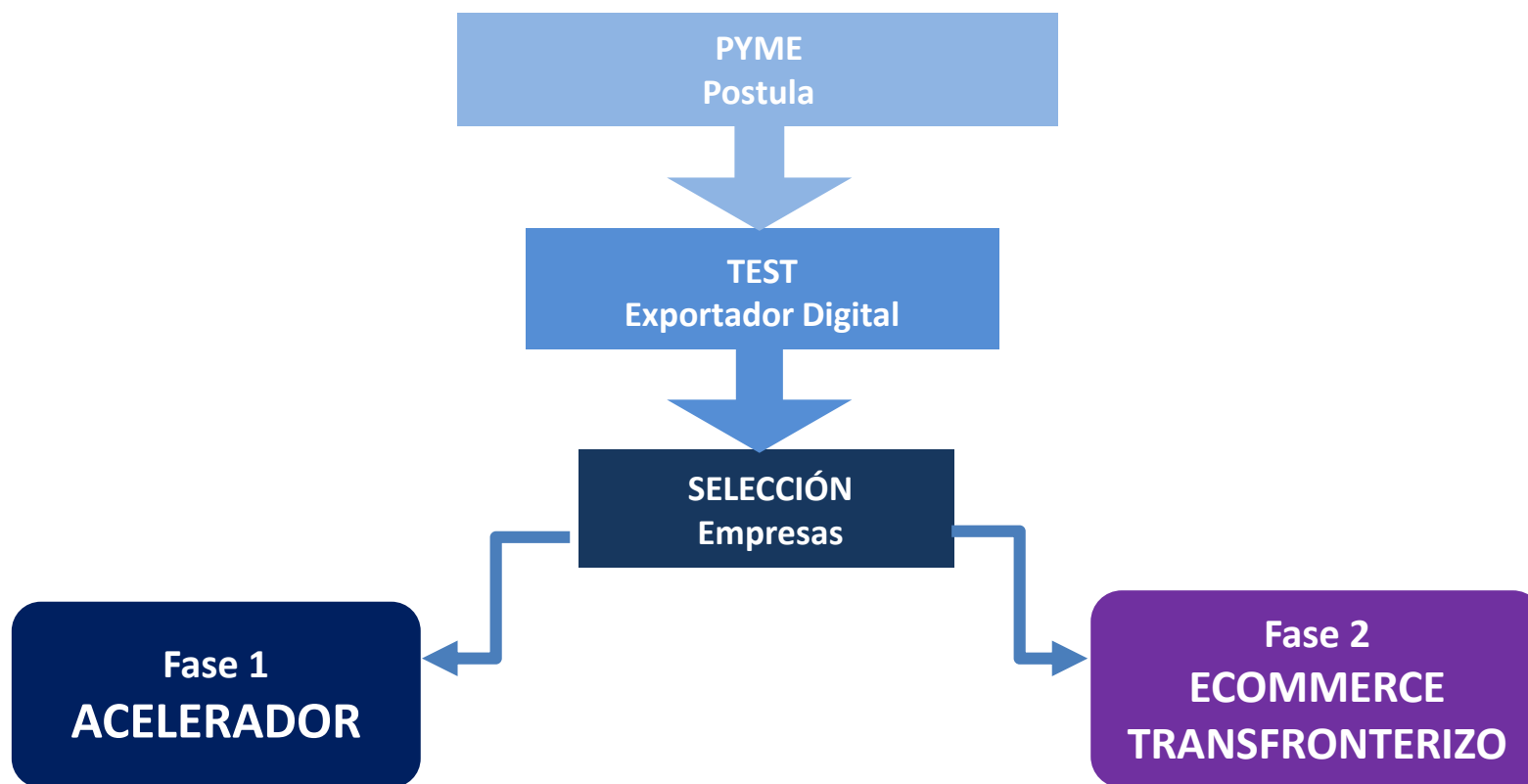


Articulación

- e-marketplaces y portales verticales: Alibaba, ebay, Amazon, Dhgate, PcHome, Momo, etc.
- Convenios con operadores logísticos.



Selección de las Pyme



PERFIL EMPRESARIAL

Fase 1 – Acelerador

Características de las empresas:

- ✓ Empresas exportadoras o potenciales exportadoras
- ✓ Poca o nula experiencia en el formato digital:
 - ✓ No cuentan con página web o no está optimizada para realizar comercio electrónico transfronterizo (fotografías, textos enriquecidos, contenidos de valor)
 - ✓ No cuentan con redes sociales o no tienen actividad constante
 - ✓ No cuentan con **huella digital** (SEO, SEM)
 - ✓ Sin experiencia en **medios de pagos** digitales
- ✓ Desconocimiento de la **logística ecommerce**
- ✓ No cuentan con plan de marketing digital

Fase 2 - Ecommerce transfronterizo

Características de las empresas:

- ✓ Empresas exportadoras
- ✓ Cuentan con página web optimizada para comercio electrónico pero no realizan acciones de posicionamiento.
- ✓ Cuentan con redes sociales y evidencian acciones de promoción, difusión e inversión digital
- ✓ Cuentan con huella digital
- ✓ Cuentan con plan de marketing digital
- ✓ Cuentan con capacidad financiera

Características de la Fase 1 – ACELERADOR



Fase 1 – ACELERADOR

¿Quiénes pueden Postular?

Empresas Pyme exportadoras o potenciales exportadoras

Beneficio

Articulación a emarketplaces a nivel internacional y acceso a beneficios en tarifas logísticas

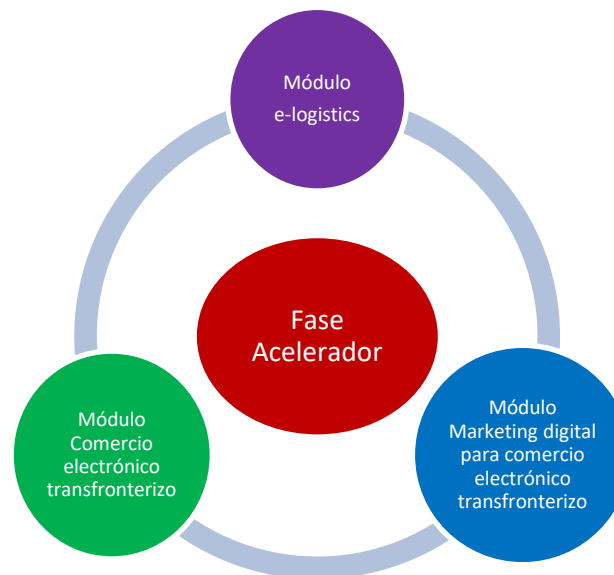
Productos

- ✓ Modelo de negocios en 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)
- ✓ Diagnóstico financiero para promoción digital
- ✓ Asistencia en articulación comercial (pago a suscripción en emarketplaces)

Características de la Fase 1 – ACELERADOR

Fase 1 – ACELERADOR

- Programación continua durante todo el año donde las empresas podrán postular y son desarrollados en los laboratorios ADOC a nivel nacional.
- La fase acelerador incluye 03 módulos de capacitación.
- Cada módulo de capacitación tiene una duración de aproximadamente 1 mes.
- Al término de la fase las empresas acceden al beneficio de los descuentos con DHL y otros socios estratégicos.
- Articulación de oferta de productos en los principales emarketplaces

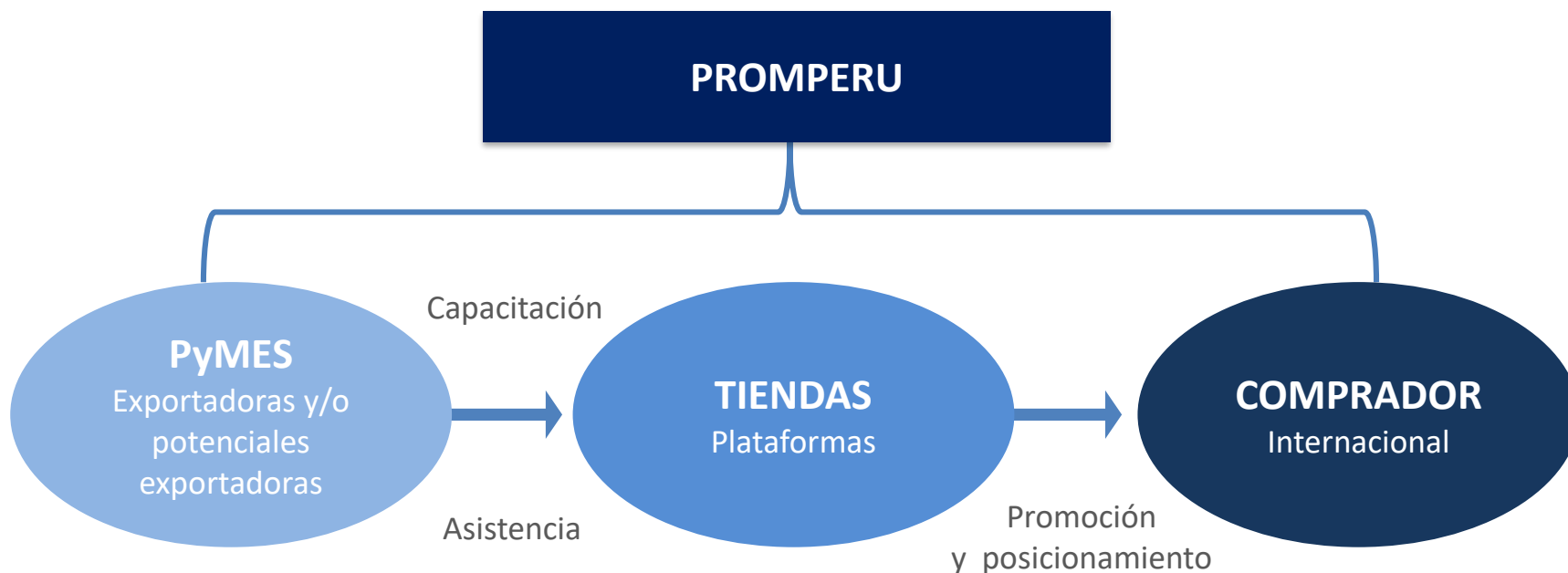


Características de la Fase 1 – ACELERADOR



RESULTADOS ESPERADOS:

- Reducir la brecha digital de las **PYME exportadoras** a nivel nacional
- Fortalecer las capacidades de las **PYME** para realizar comercio electrónico transfronterizo
- Generar oportunidades comerciales.



Fase 2 – Ecommerce transfronterizo

¿Quiénes pueden Postular?

Empresa Pyme exportadoras

Beneficio

- Articulación de sus productos a centros de distribución establecidos por PROMPERÚ a nivel internacional
- Beneficio en tarifas preferenciales en logística
- Posicionamiento de marca en país de destino

Productos a entregar

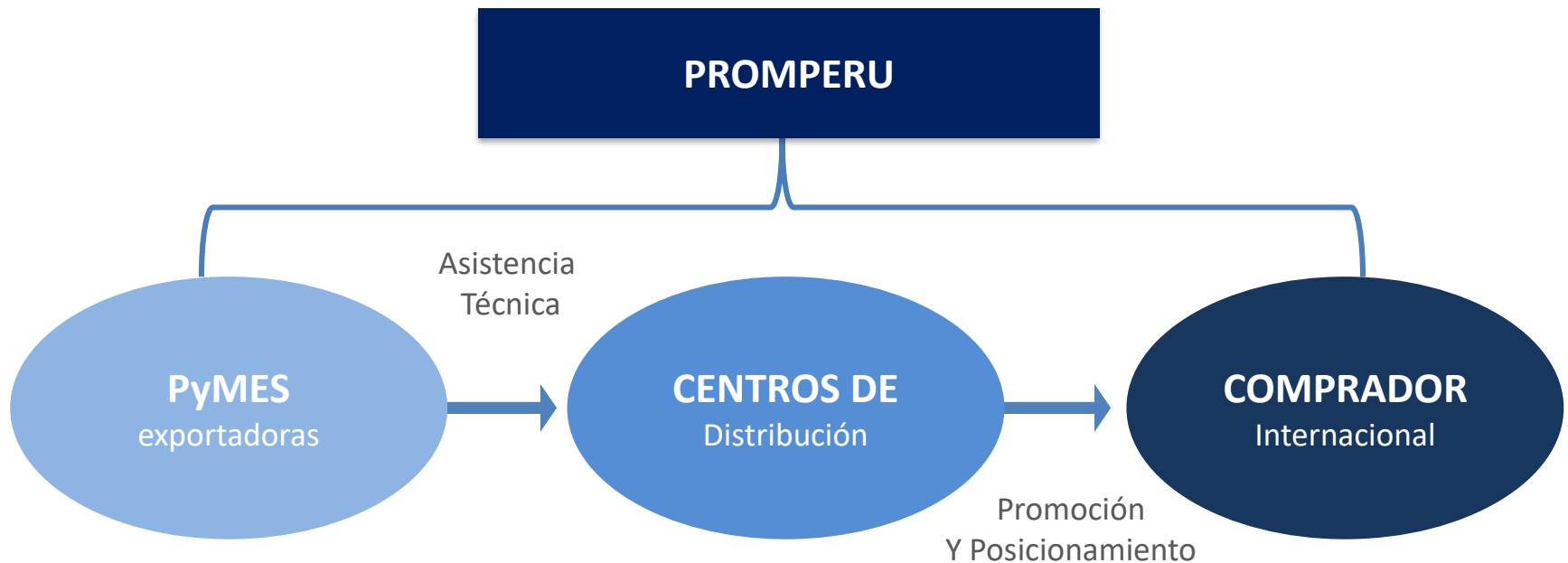
- ✓ Ejecución del plan de marketing de la empresa en el país de destino.
- ✓ Adecuación de contenidos digitales al país de destino
- ✓ Lanzamiento de sus productos en redes sociales, emarketplace y página web.
- ✓ Campaña de posicionamiento en el país de destino.
- ✓ Análisis de acceso a mercados de los productos a vender (tramitología, permisos)
- ✓ Análisis de costos en destino (envío, almacén y distribución).
- ✓ Consolidación de productos en el centro de distribución en destino.
- ✓ Análisis económico, financiero de la empresa exportadora

Características de la Fase 2 – ECOMMERCE TRANSFORNTERIZO

- El programa lanzará una convocatoria formal para que las empresas se sumen a la iniciativa a nivel nacional.
- Las empresas que inicien el programa pasarán por un proceso de pre selección el cual incluye visita a su planta, análisis de producto, análisis financiero y económico.
- Las empresas tendrán que pasar por un proceso de adaptación de producto (empaquete, etiquetado, etc.)
- Las empresas desarrollarán un proceso de análisis de su producción para el envío de un lote de sus productos a los mercados establecidos ya que estas deberán contar con un stock mínimo para él envío de sus productos al centro de distribución.
- Las empresas desarrollarán un cronograma de producción de acuerdo a los resultados de su primera venta en el país de destino.

RESULTADOS ESPERADOS:

- Incrementar exportaciones y posicionamiento de marcas
- Diversificación de mercados
- Generar oportunidades comerciales para las **PYME EXPORTADORAS**



Características de la Fase 2 – ECOMMERCE TRANSFORNTERIZO



Programas E-commerce 2018	Región	Empresas	Sponsor
Programa E-Commerce Art. Regalos y decoración	Lima	63	SECO
Programa E-Commerce Cafés Especiales	Cusco/Junín	26	SIPPO
Programa E-Commerce Artesanía y Textiles	Cusco	25	PROMPERÚ
Programa E-Commerce para prendas de bebés y niños en la UE	Lima	5	PUM
Programa E-Commerce de Productos Procesados	Lambayeque	30	SIPPO
Programa E-Commerce de Cacao Especiales	Piura / Amazonas	25	SIPPO
Programa E-Commerce de Mujeres Empresarias	Lima	18	PROMPERÚ
Programa E-Commerce de Productos de Alpaca y algodón	Arequipa	25	PROMPERÚ
Total 2018		217	

ARTESANÍAS INKA MAKI S.A.C.

- ❑ Productos de regalo y decoración
- ❑ Se benefició del convenio PROMPERÚ-DHL
- ❑ 300 envíos en 6 meses.
- ❑ Exporta a Estados Unidos (60%), Canadá, Reino Unido, Emiratos Árabes Unidos, Australia, España, Catar, Singapur, Holanda, Francia, entre otros.
- ❑ Usa plataformas Etsy, Novica, ebay.



<http://www.decorcontreras.com>

Video <https://youtu.be/BRR0JB-En4s>

Requisitos para formar parte del
PROGRAMA COMERCIO ELECTRONICO DE PROMPERÚ

- Ser una empresa formalmente establecida en el mercado, con un RUC activo.
- Tiempo de permanencia de la empresa en el mercado, desde su fundación, un año como mínimo.
- Sin deudas con PROMPERÚ
- Completar el test del Exportador en www.siicex.gob.pe/test .
- Completar el test del Exportador digital y entrevista con PROMPERÚ
- Que la Gerencia de la empresa establezca un compromiso formal con PROMPERÚ para ingresar al programa comercio electrónico de la ruta exportadora.

Para postular al programa Comercio Electrónico de PROMPERÚ las empresas deben completar sus datos [aquí](#)

Fase 1 – Acelerador

PROGRAMA	HORAS	EXPOSITOR	INICIO	FIN	VACANTES
Marketing digital para comercio electrónico transfronterizo	45	Christian Saldaña Paz	1/10/2018	7/11/2018	30
Comercio electrónico transfronterizo	30	Juan Manuel Huamancayo Pierrend	16/10/2018	20/11/2018	30

Para postular a los programas de la Fase 1 – Acelerador realizarlo a través de ruedasnegocios.promperu.gob.pe

PROGRAMA COMERCIO ELECTRÓNICO – SOCIOS



Principales plataformas de comercialización





Gracias

Teléfono: (511) 604-5601 / (511) 604-5602 / (511) 604-5603