



Programa de comercio electrónico - PROMPERÚ

**Daniel
Anteparra**

Especialista en Oportunidades Digitales

danteparra@promperu.go.pe

Lima, 06 de septiembre del 2023

CONTENIDO

PROGRAMA DE COMERCIO ELECTRÓNICO

01

CAPÍTULO 1: PROGRAMA DE COMERCIO ELECTRÓNICO: METODOLOGÍA, FASES, REQUISITOS Y APLICACIÓN

02

CAPÍTULO 2: LECCIONES APRENDIDAS Y VITRINA GRÁFICA



CAPÍTULO 1: DEFINICIONES





DEFINICIONES

COMERCIO ELECTRÓNICO

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



COMERCIO ELECTRÓNICO TRANSFRONTERIZO

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





PRINCIPALES MODALIDADES DE COMERCIO ELECTRÓNICO



B2C

B2C

Comercio electrónico de empresas a consumidores.

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



B2B

B2B

Comercio electrónico de empresa a empresa.

Ejemplo: Alibaba, Dhgate, etc.



C2C

C2C

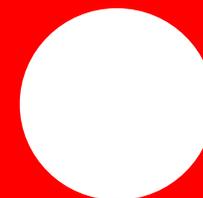
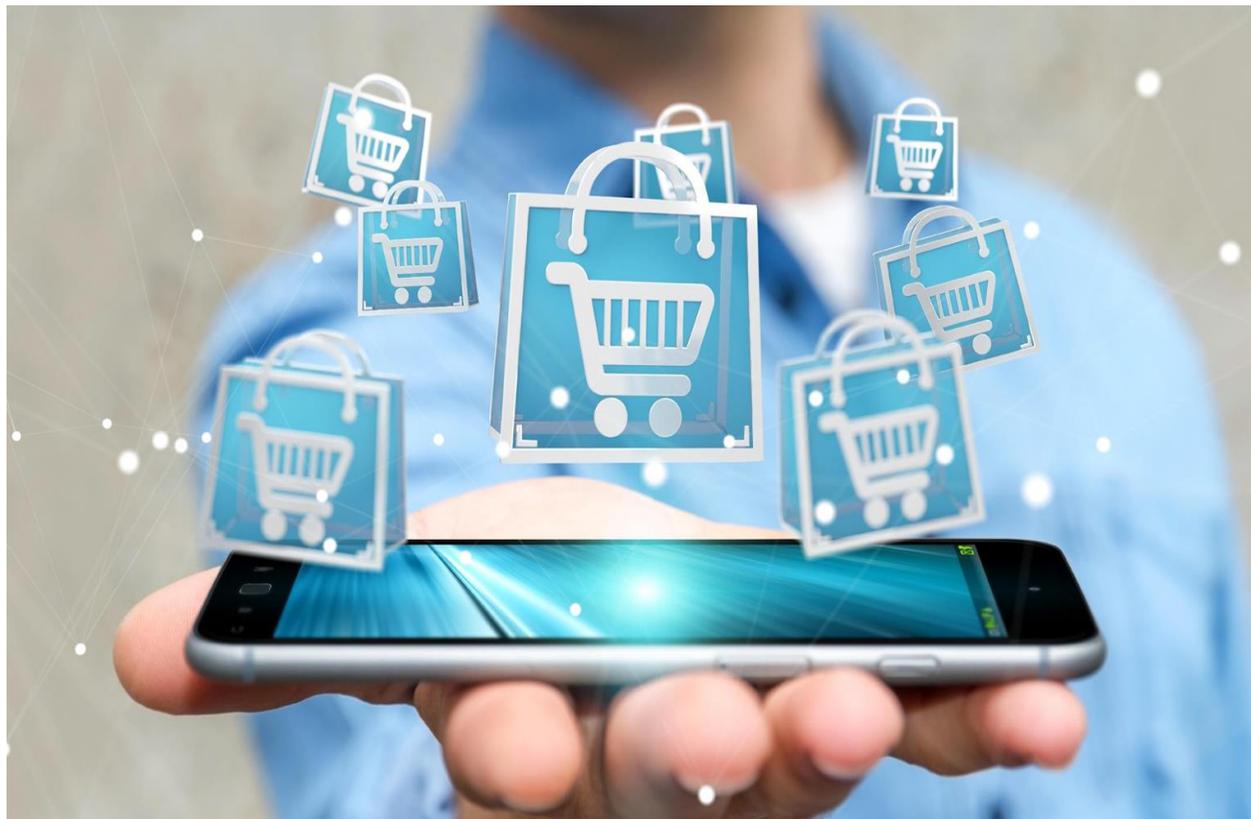
Comercio electrónico de cliente a cliente. Ejemplo: eBay, mercado libre, etc.

CAPÍTULO 1: PROGRAMA DE COMERCIO ELECTRÓNICO (Metodología, fases, requisitos y proceso de aplicación)

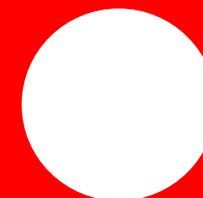




¿QUÉ ES EL PROGRAMA DE COMERCIO ELECTRÓNICO?



Instrumento para incrementar y diversificar las exportaciones a través de los canales digitales.



Dirigido a PYMEs de alimentos, confecciones, joyería, artículos de regalo y decoración para el hogar.



ANTECEDENTES

Nace el programa como una acción de sensibilización.



2019

Se incorpora la prospectiva y se consolida el programa a través de una dinámica matricial



2018

Se agrega el componente de promoción comercial “Transfronterizo”



2020



METODOLOGÍA

01



Prospección comercial

02



Capacitaciones

03



Asistencia

04



Articulación



BENEFICIOS DEL PROGRAMA

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



FASES

PROGRAMA DE COMERCIO ELECTRÓNICO

Fase 1
ACELERADOR
e-COMMERCE

Fase 2
e-COMMERCE
TRANSFRONTERIZO

CARACTERÍSTICAS DE LA FASE 1 ACELERADOR

Dirigido a	Empresas micro, pequeña y mediana exportadoras o potenciales exportadoras
Objetivo	Fortalecer las capacidades de las empresas participantes en módulos esenciales para el comercio electrónico transfronterizo como: marketing digital, comercio electrónico y logística para comercio electrónico.
Metodología	Capacitación
Productos y Beneficios	<ul style="list-style-type: none">✓ Modelo de negocios para comercio electrónico transfronterizo.✓ Plan logístico y estructura de costos para comercio electrónico transfronterizo.✓ Plan de marketing digital (acciones de branding, posicionamiento en redes sociales, campañas digitales en web).✓ Identificación de la plataforma de comercio electrónico más adecuada para su oferta.✓ Asistencia en articulación comercial (pago a suscripción en emarketplaces).

ERRORES Y CASUÍSTICA IDENTIFICADA EN LAS EMPRESAS



01

**CARECEN DE
ARGUMENTO DE VENTA**

02

**FALTA DESARROLLAR
HABILIDADES BLANDAS
PARA UNA BUENA
NEGOCIACIÓN**

03

**NO DISPONEN DE
INFORMACIÓN
COMERCIAL (FICHA
TÉCNICA, CATÁLOGOS,
ETC)**

04

**PROBLEMAS EN EL
CONTROL DE CALIDAD**

05

**EN OCASIONES, NO
RESPETAN LOS
ACUERDOS SUSCRITOS
CON LOS
COMPRADORES**

06

**POCO CONOCIMIENTO
DE LOS CANALES
DIGITALES PARA
PROMOVER SUS
VENTAS**

ERRORES Y CASUÍSTICA IDENTIFICADA EN LAS EMPRESAS

07

**FALTA DE ADAPTACIÓN
DEL PRODUCTO AL
MERCADO OBJETIVO**

08

**NO ESTÁN
BANCARIZADAS O
DISPONEN DE CUENTAS
PERSONALES PARA
HACER NEGOCIOS**

09

**NO TIENEN REGISTRO
DE MARCA**

10

**MALA ELABORACIÓN
DE DOCUMENTOS DE
EXPORTACIÓN**

11

**NO SABEN DESTACAR
EL VALOR AGREGADO
DE SUS PRODUCTOS**

12

**NO VEN COMO UNA
NECESIDAD LA
IMPLEMENTACIÓN DE
ACTIVOS DIGITALES**



INDICADORES FASE ACELERADOR

EMPRESAS Y PROGRAMAS



2100

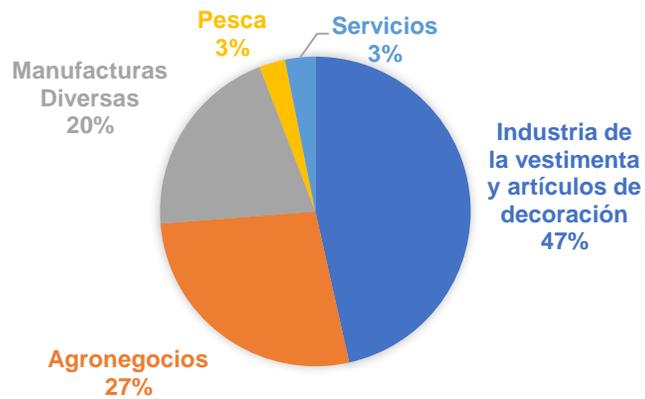
Empresas capacitadas a nivel nacional



35

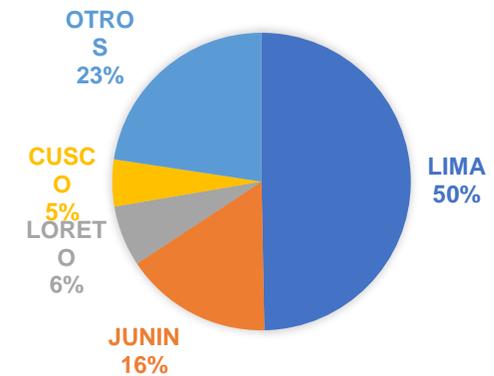
Programas de capacitación

SECTORES



Diciembre 2022

REGIONES



CARACTERÍSTICAS DE LA FASE 2 TRANSFRONTERIZO

Dirigido a

Empresas micro, pequeña y mediana exportadoras.

Objetivo

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

Metodología

Prospección, asistencia focalizada y articulación.

Productos y Beneficios

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

RESULTADOS ALCANZADOS DESDE EL 2018 AL 2022

PROGRAMA DE COMERCIO ELECTRÓNICO



RESULTADOS 2022

PROGRAMA DE COMERCIO ELECTRÓNICO



PROYECTOS DE COMERCIO ELECTRÓNICO TRANSFRONTERIZO

Holanda:

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

Reino Unido

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

Francia

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

LEYENDA

- PROYECTOS 2019
- PROYECTOS 2020
- PROYECTOS 2021
- PROYECTOS 2022

China

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

Japón:

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

Taiwán

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

CANADÁ

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

EEUU

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

MÉXICO

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

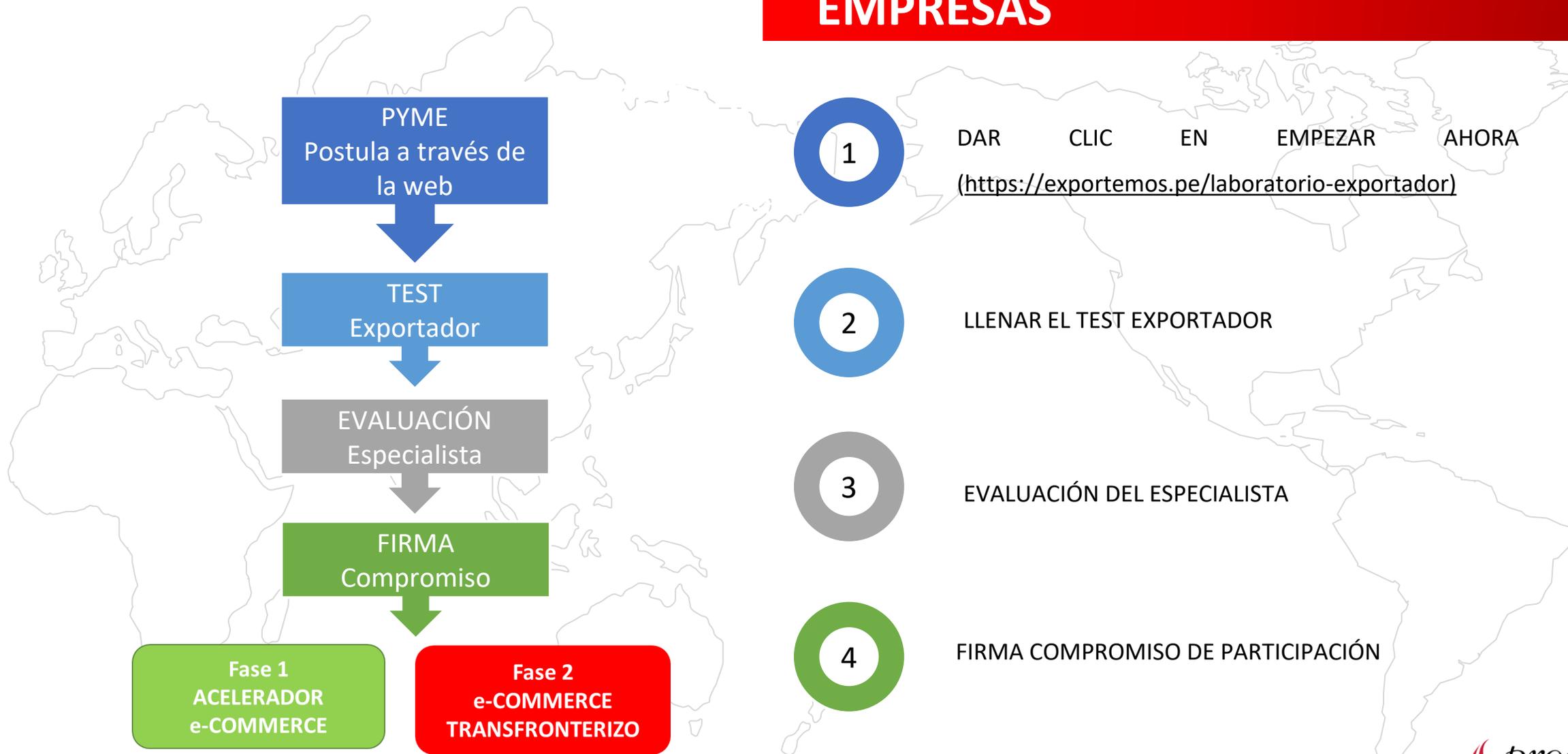
Chile

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

Argentina

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

PROCESO DE APLICACIÓN EMPRESAS



CAPÍTULO 2: 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



Wang Tsu-Chieh

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 Echenique



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

AMAZON - EEUU



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

Shattell

BEAN TO BAR CHOCOLATE

秘魯藜麥 單源黑巧

2017國際巧克力金獎

- 多國有機認證
- chuncho可
- 56%可可含量

秘魯原裝 | 包郵包稅

JD.COM - CHINA

秘魯進口 藜麥餅乾

INCA SUR

- 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

秘魯使領館重點支持

世界僅

秘魯使領館重點支持

180g

MADE IN PERU

MADE IN PERU



ACCIONES DE DIFUSIÓN – PROGRAMA CHINA





ACCIONES DE DIFUSIÓN – PROGRAMA CHINA



ACCIONES A TOMAR EN CUENTA

Diagnóstico
financiero

Aplicaciones **Sentinel**
Alertas y Reportes de Deudas

Usuario / DNI

Contraseña

No Cerrar Sesión

ENTRAR

¿Olvidaste tu contraseña?
«No tienes cuenta», [REGISTRATE AQUÍ](#)

*Se recomienda mantener en secreto su contraseña, su personal y su confidencialidad.

Ingresar a Sentinel Empresarial desde nuestra APP

¡DESCÁRGALA AHORA!

Disponible en App Store Disponible en Google play

ACCIONES A TOMAR EN CUENTA

Regulaciones
de acceso.
Registro FDA

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

Inicio Herramientas AGROEXPORTADO... x

1 / 1 168%

 **PRIOR NOTICE SYSTEM INTERFACE**  **FDA**
UNITED STATES FOOD AND DRUG ADMINISTRATION

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

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

Confirmation Number: 180263569614 

WEB ENTRY

Entry Identifier: ###-0938216-1  Status: Completed 

Port of Arrival: Baltimore, MD (1303)  Entry Type: Consumption 

Anticipated Arrival: 03/24/2019 12:00 

Submitter 

AGROEXPORTADORA DEL PERU SAC Name: Nombre Apellido
AV. CUALQUIERA, SAN JUAN DE LURIGANCHO Phone: 51-1-XXXXYYZZZ
LIMA, Lima Lima 36 e-mail: correo1@gmail.com
PERU

Importer 

US IMPORTER COMPANY
ANY ADDRESS
SACRAMENTO, California 95726
UNITED STATES

Carrier 

HAMBURG SUED Mode of Transportation: Water, Vessel Container
Carrier Code (SCAC): SUDU 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 misdeeds. 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>)
Grupo/familia/clase	: Alimentos, Bebidas y Tabaco/ Alimentos Preparados y Conservados/ Materiales y Mezclas Instantáneas
Empresa	:
RUC	:
Dirección de la empresa	:
Partida Arancelaria	: 1904.20.00.00
Unidad de medida	: Gramos (g)
Registro Sanitario	:
Descripción General	: Hojuelas de <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 ¹ -10 ¹ UFC/g	Criterios microbiológicos establecidos - NTS Nº 071- MINSA/DIGESA-V.01. "Norma Sanitaria que establece los criterios microbiológicos de calidad sanitaria e inocuidad para los alimentos y bebidas de consumo humano" (R.M. Nº 591-2008/MINSA).
- Criterio microbiológico Mohos (NMP/g)	10 ³	10 ¹ -10 ¹ UFC/g	
- Criterio microbiológico Levaduras (NMP/g)	10 ³	10 ¹ -10 ¹ UFC/g	
- Criterio microbiológico Coliformes (UFC/g)	10 ²	10 ² -10 ² UFC/g	
- Criterio microbiológico <i>Bacillus cereus</i> (UFC/g)	10 ²	10 ² -10 ¹ 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:	-
Cacahuetes y productos derivados:	✓
Soja y productos derivados:	-
Leche y productos derivados (incluida lactosa):	-
Frutos de cáscara (*2):	✓
Apio y productos derivados:	-
Mostaza y productos derivados:	-
Granos de sésamo y productos derivados:	✓
Dióxido de azufre y sulfitos (*3):	-

Ausencia de alérgeno T: Puede contener trazas (*1) Trigo, centeno, cebada, avena, espelta, kamut e híbridos. (*2) Almendras, avellanas, nueces, anacardos, pacanas, pistachos, nueces de Brasil, nueces de macadamia o nueces de Australia y sus derivados. (*3) Concentraciones > 10 mg/kg o 10 mg/l expresados como SO2.

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

CERTIFICACIÓN

Certificación HACCP
Certificación de Biocomercio
Certificación Orgánica

ENVASE - PRESENTACIÓN

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

- Las siguientes presentaciones son:

Tipo de Envase	Presentación
Envase primario: Envase <i>doupack</i> trilaminado, metálico	XXX g
Envase primario: Envase <i>doupack</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%
Ferías 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-Chieh

The slide is part of a video call. On the right, a woman wearing glasses and a white face mask is visible. The slide content is in English and discusses digital marketing support for the Amazon Andes brand in Taiwan.

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

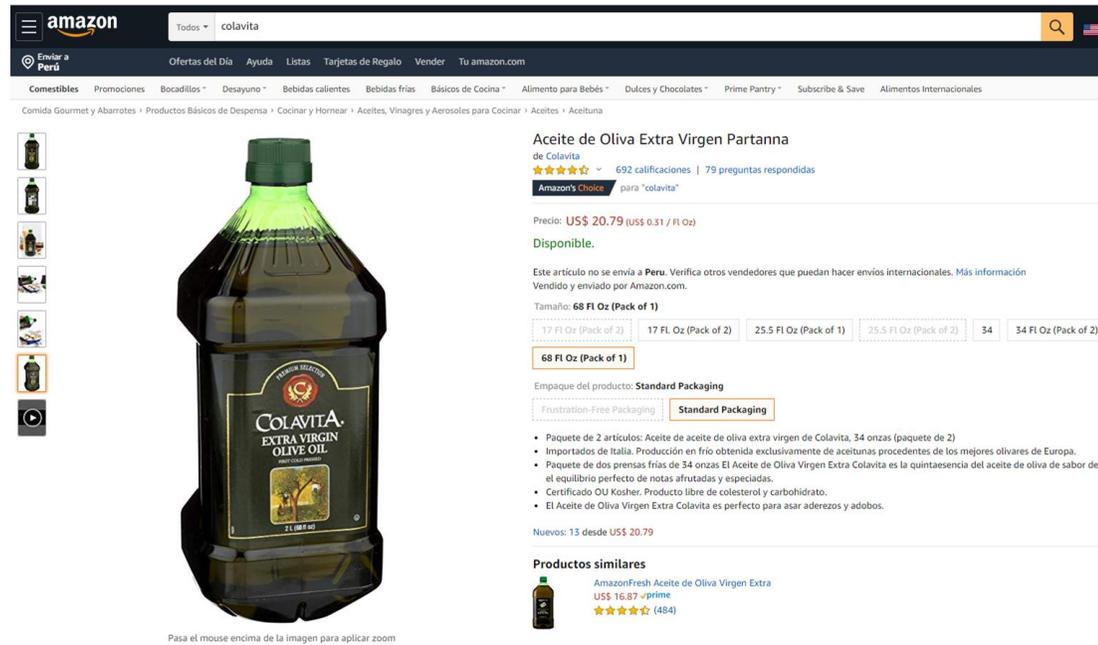
- ✓ Increases the body's immune level.
- ✓ Invigorating and restorative and rejuvenating.
- ✓ Restores the capacity and balances de mind.
- ✓ Relevant supplement in Sports.
- ✓ Reduces stress.
- ✓ Increases fertility in both sexes.

John Echenique

The slide features three images of Maca powder bags: one labeled 'Maca', one 'Maca Black Night', and one 'Maca Red'. On the right, a man in a white shirt is visible in a video call window. The slide lists technical specifications and health benefits for the product.

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). The product title is "Aceite de Oliva Extra Virgen Partanna" by Colavita. It has a 4.5-star rating from 692 reviews and is an Amazon's Choice product. 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 a "Productos similares" section with a smaller bottle of AmazonFresh Aceite de Oliva Virgen Extra for US\$ 16.87 (484 reviews).

amazon

Todos colavita

Enviar a Perú

Ofertas del Día Ayuda Listas Tarjetas de Regalo Vender Tu amazon.com

Comestibles Promociones Bocadillos Desayuno Bebidas calientes Bebidas frías Básicos de Cocina Alimento para Bebés Dulces y Chocolates Prime Pantry Subscribe & Save Alimentos Internacionales

Comida Gourmet y Abarrotes > Productos Básicos de Despensa > Cocinar y Hornear > Aceites, Vinagres y Aerosoles para Cocinar > Aceites > Aceituna

Aceite de Oliva Extra Virgen Partanna
de Colavita
★★★★☆ 692 calificaciones | 79 preguntas respondidas
Amazon's Choice para "colavita"

Precio: US\$ 20.79 (US\$ 0.31 / Fl Oz)
Disponibile.

Este artículo no se envía a Perú. Verifica otros vendedores que puedan hacer envíos internacionales. Más información
Vendido y enviado por Amazon.com.

Tamaño: 68 FL Oz (Pack of 1)

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 34 FL Oz (Pack of 2)

68 FL Oz (Pack of 1)

Empaque del producto: Standard Packaging

Frustration-Free Packaging Standard Packaging

- 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.

Nuevos: 13 desde US\$ 20.79

Productos similares

AmazonFresh Aceite de Oliva Virgen Extra
US\$ 16.87 ✓prime
★★★★☆ (484)

Pasa el mouse encima de la imagen para aplicar zoom

ACCIONES A TOMAR EN CUENTA

Registro de
marcas



The screenshot shows the IVIARCA.com trademark search interface. At the top, there is a navigation bar with a menu icon, the text "Español", and a login link "Iniciar sesión". Below this is a banner image of a city skyline with the text "Búsqueda de Marcas en Estados Unidos" and a search icon. Underneath the banner, there is a search input field with the placeholder text "Ingrese la marca que desea buscar...", a search button labeled "Buscar", and three dropdown menus for "Seleccione su Clase" (set to "Todas las clases"), "Estado de la marca" (set to "Todas"), and "Modo de búsqueda" (set to "Búsqueda normal"). A link "Buscador de Clases" is located below the dropdown menus.

IVIARCA.com
TRADEMARK SEARCH

Menu Español Iniciar sesión

América > Estados Unidos

Búsqueda de Marcas en Estados Unidos

Busque marcas en la Oficina Estadounidense de Marcas. Busque por Nombre de Marca, Número o Solicitante

Ingrese la marca que desea buscar... Buscar

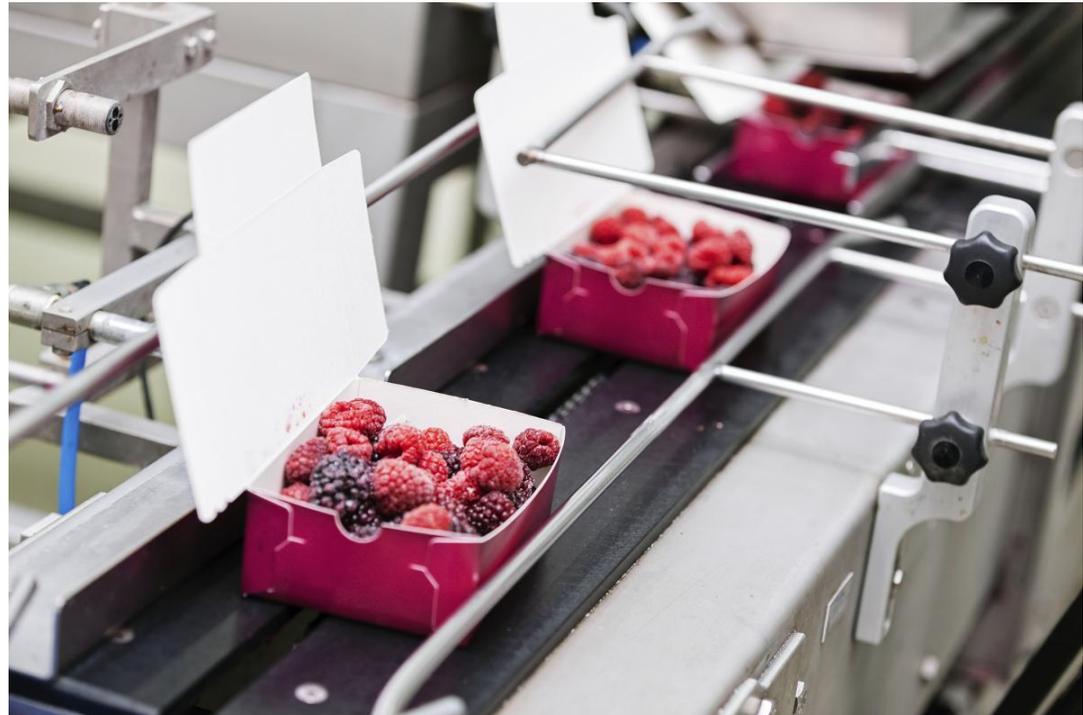
Seleccione su Clase Estado de la marca Modo de búsqueda

Todas las clases Todas Búsqueda normal

[Buscador de Clases](#)

ACCIONES A TOMAR EN CUENTA

Control de
calidad



ACCIONES A TOMAR EN CUENTA

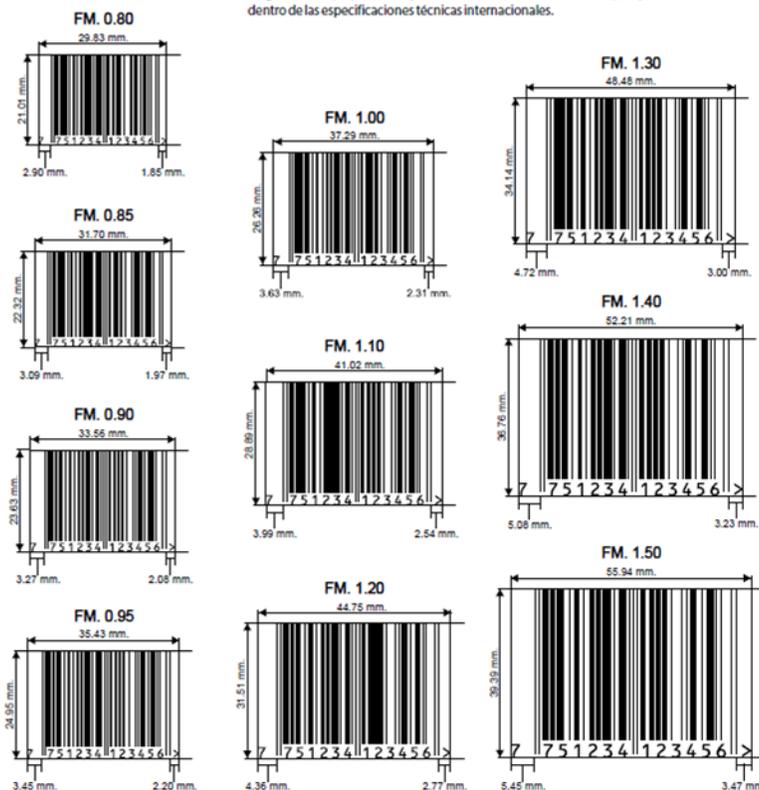


Código de barras

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 Peru 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

