

Tendencias del E-commerce y Mejores Prácticas para hacer Crecer tu Negocio



PayPal: Comercio sin fronteras

Rubens Pasquale
rpasquale@paypal.com

Seminario Miércoles del Exportador - PromPerú
17 de Febrero de 2016

Lima, Perú



Desarrollo de Negocios Transfronterizos para Latinoamérica Hispana



Agenda

Tendencias del e-commerce a nivel mundial

Los carros de compra vs *market places*

Mejores prácticas para hacer crecer tu negocio

PayPal como aliado de negocio transfronterizo

Preguntas

Agenda

1. Tendencias del e-commerce a nivel mundial
2. Los carros de compra vs *market places*
3. Mejores prácticas para hacer crecer tu negocio
4. PayPal como aliado de negocio transfronterizo
5. Preguntas

Tendencias globales

*Este estudio se realizó con IPSOS MORI
una agencia independiente
a ~23,000 consumidores
a finales de 2015
en 29 países*

¿Por qué compramos fuera de nuestras fronteras?

Principales razones de compras transfronterizas

1. Mejor precio

¿Por qué compramos fuera de nuestras fronteras?

Principales razones de compras transfronterizas

Mejor precio

2. Productos
no disponibles
en mi localidad

¿Por qué compramos fuera de nuestras fronteras?

Principales razones de compras transfronterizas

Mejor precio

Productos no
disponibles en mi
localidad

3. Descubrir
productos
nuevos/interesantes

¿Por qué compramos fuera de nuestras fronteras?

Principales razones de compras transfronterizas

Mejor precio

Productos no
disponibles en mi
localidad

Descubrir productos
nuevos/interesantes

4. Mayor variedad y
estilo de productos

¿Por qué compramos fuera de nuestras fronteras?

Principales razones de compras transfronterizas

Mejor precio

Productos no disponibles en mi localidad

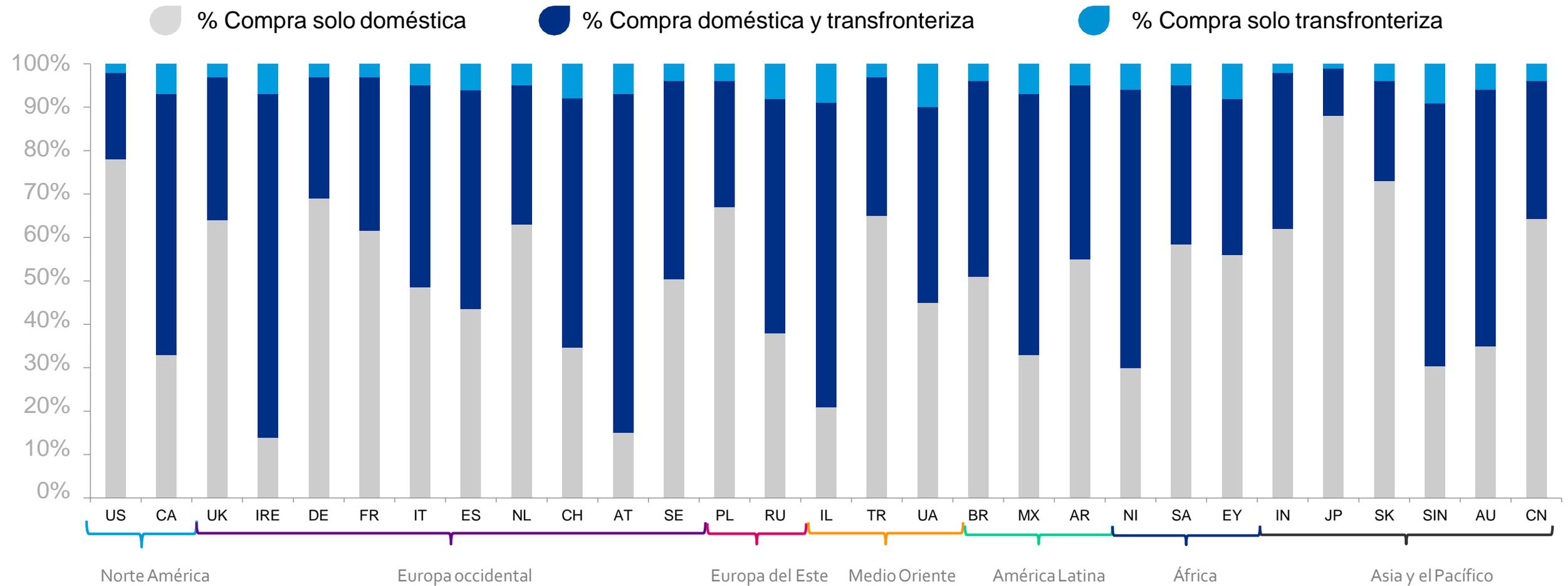
Descubrir productos nuevos/interesantes

Mayor variedad y estilo de productos

5. Reputación de la tienda en línea donde compro (ej. eBay, Amazon)

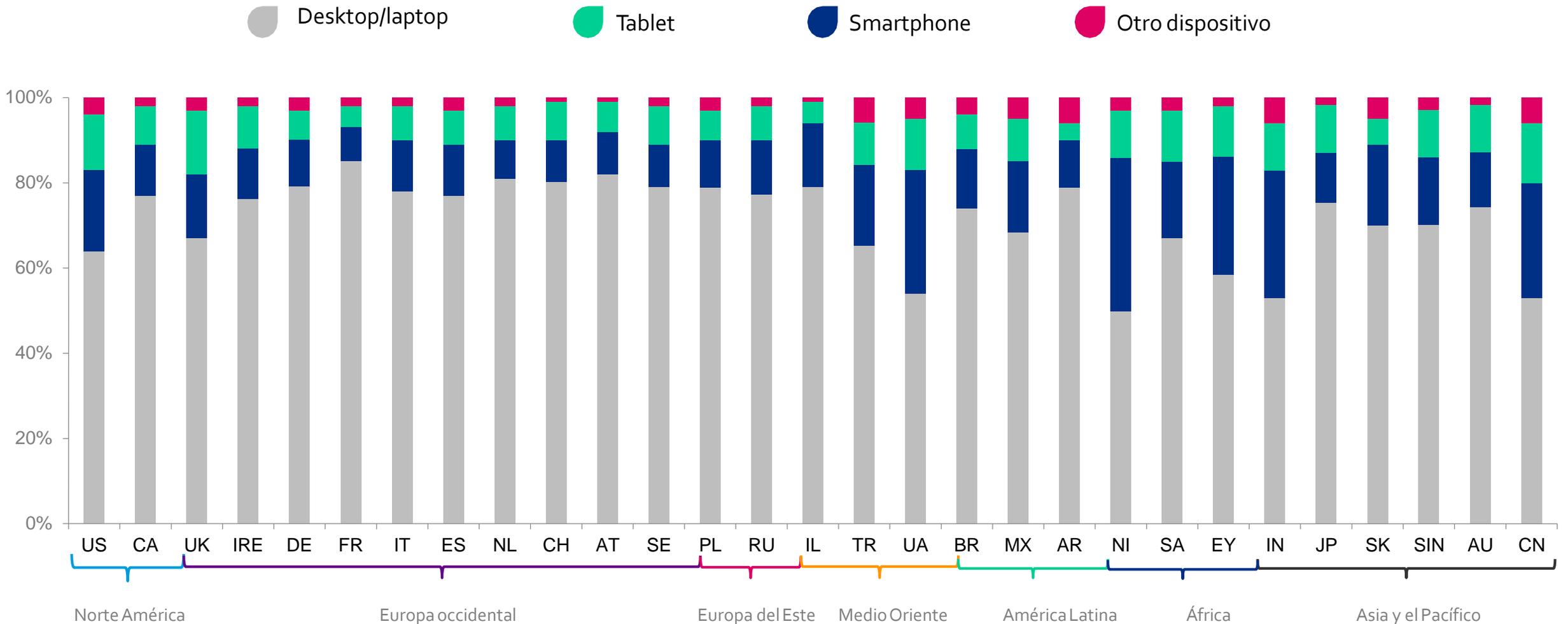
La incidencia de compra en línea transfronteriza es más común en Irlanda, Austria e Israel

Reporte individual de compras transfronterizas en los últimos 12 meses



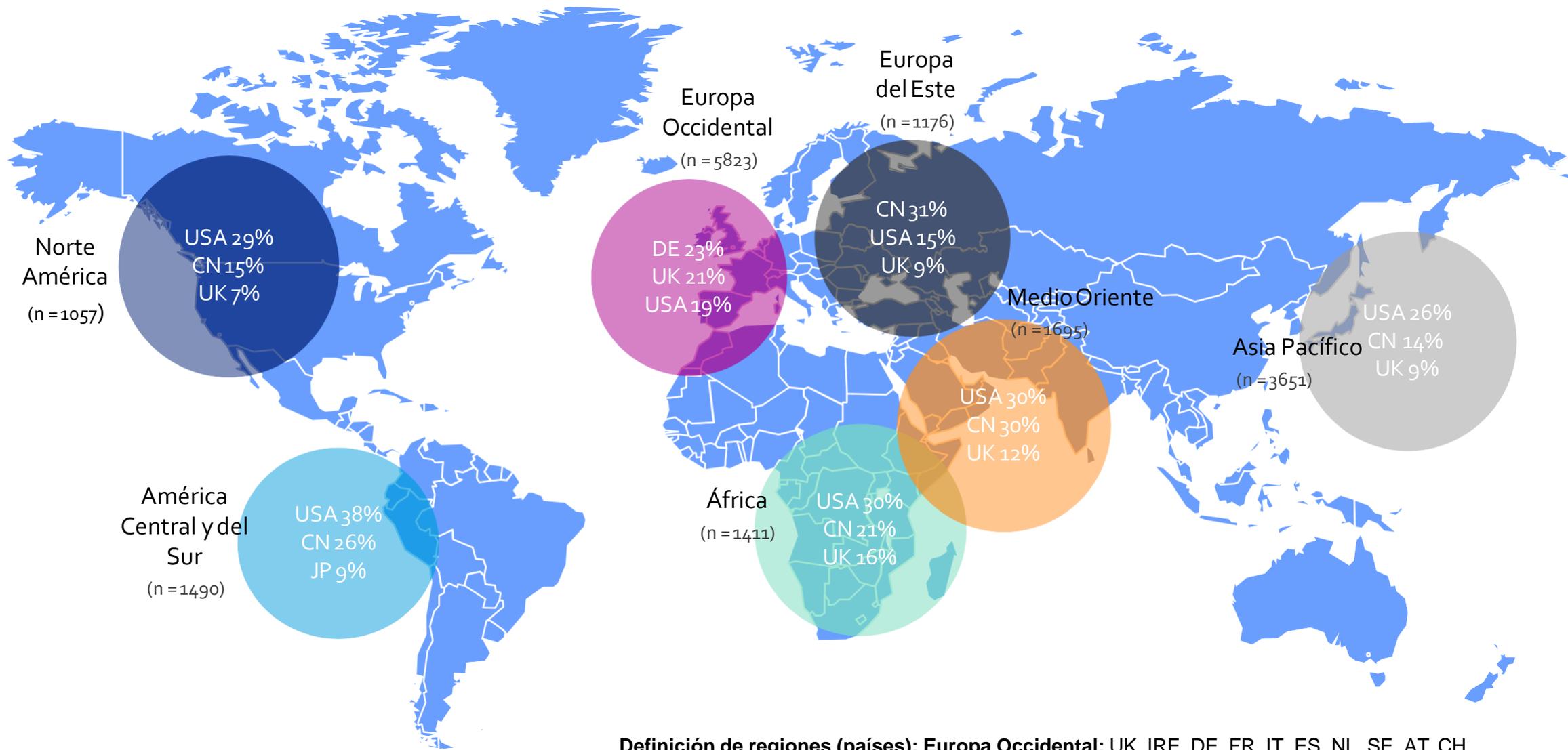
La mayoría de las compras transfronterizas aun se realiza desde la computadora, sin embargo cambia a paso acelerado

Porcentaje promedio de compra transfronteriza por tipo de dispositivo en los últimos 12 meses



Solo Europa Occidental tiene mayor preferencia por comprar dentro de Europa

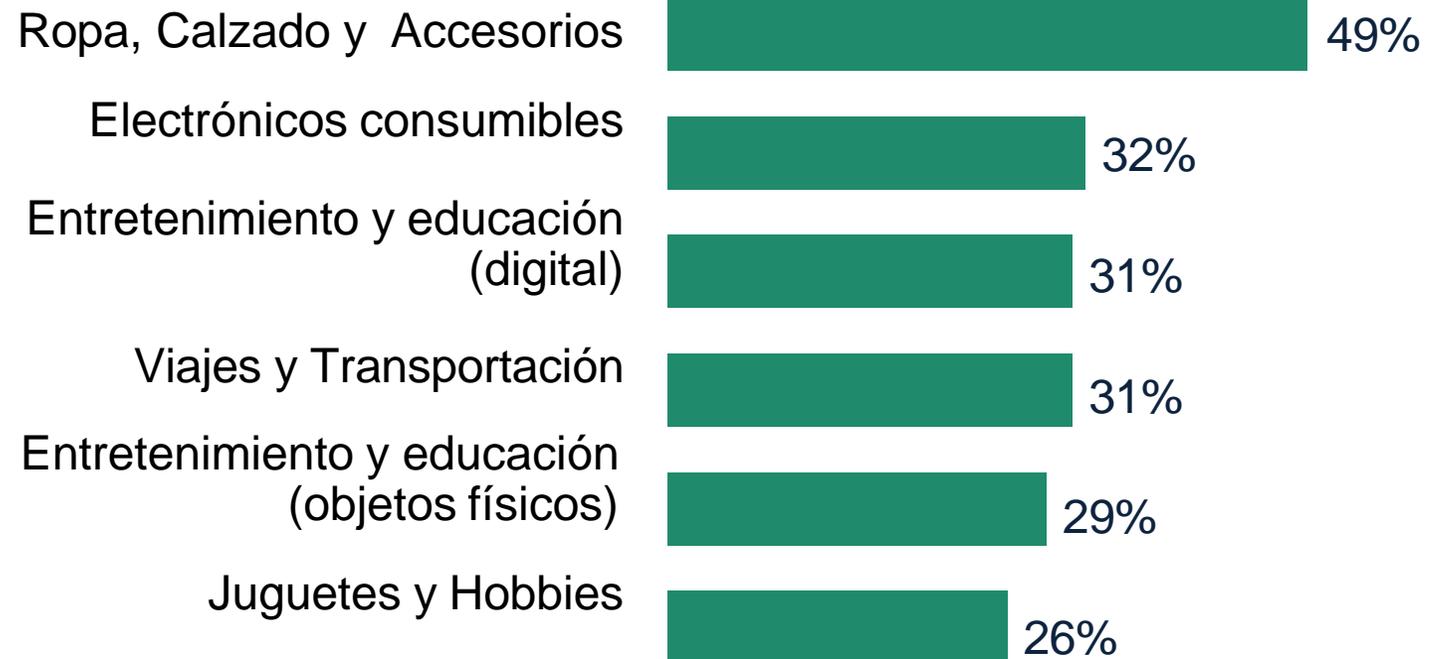
% de compradores residentes en cada región comprando fuera de sus fronteras en sitios del país mencionado



Definición de regiones (países): Europa Occidental: UK, IRE, DE, FR, IT, ES, NL, SE, AT, CH, Europa del Este: PL, RU; Norteamérica: USA, CA; Latinoamérica: MX, BR, AR; Medio Oriente: TR, IL, UAE; Asia/Pacífico IN, CN, AU, JP, SK, SG África: NG, SA, EG

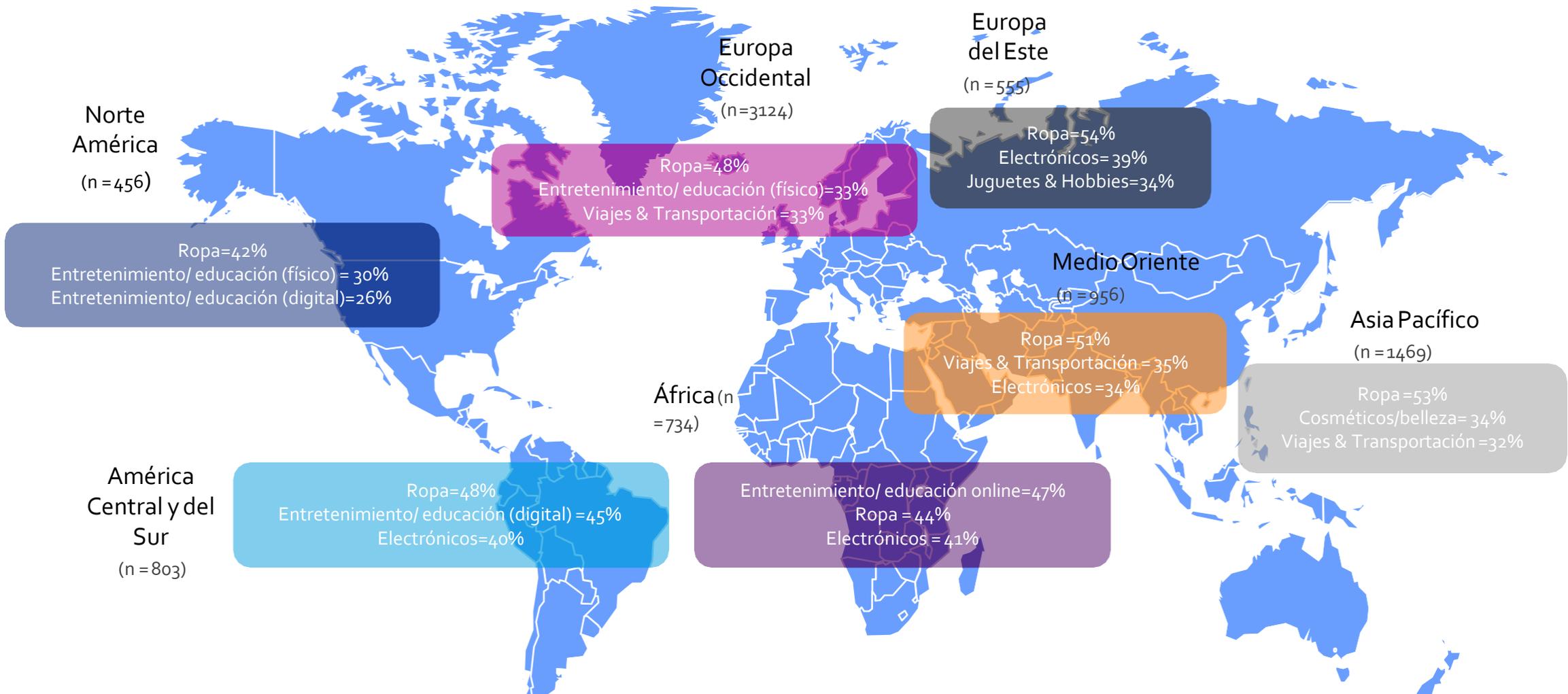
En la mayoría de las regiones del mundo, ropa, calzado y accesorios son los segmentos preferidos en compras en línea entre países

Categorías favoritas de compradores en línea entrevistados, % que ha hecho una compra



Solo los Africanos tienen como segunda opción la ropa en sus preferencias de consumo

% of de compradores transfronterizos comprando en cada categoría



Definición de regiones (países): Europa Occidental: UK, IRE, DE, FR, IT, ES, NL, SE, AT, CH, Europa del Este: PL, RU; Norteamérica: USA, CA; Latinoamérica: MX, BR, AR; Medio Oriente: TR, IL, UAE; Asia/Pacífico IN, CN, AU, JP, SK, SG África: NG, SA, EG

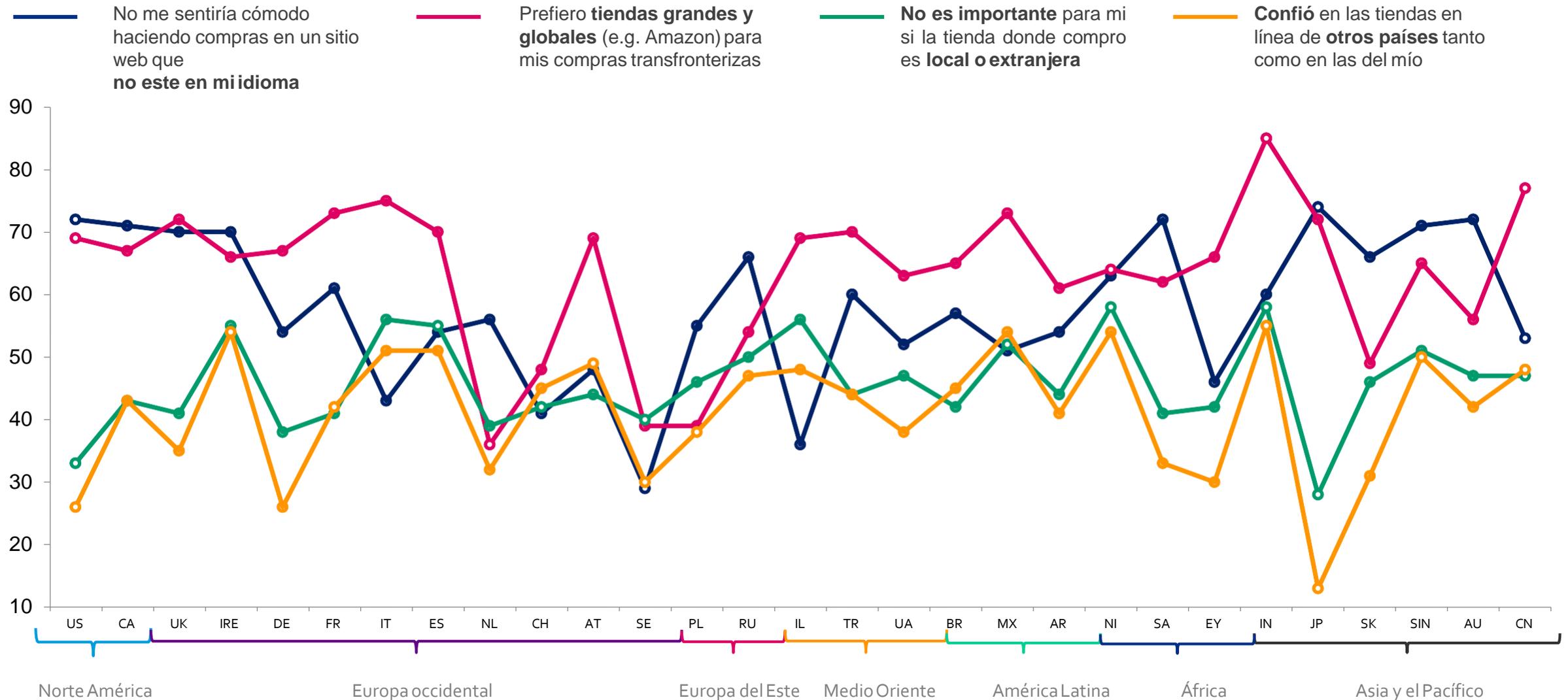
El reconocimiento del sitio web, el precio final y el idioma del usuario son importantes para los compradores transfronterizos

Porcentaje de los encuestados de acuerdo con la frase



Las actitudes frente al comercio transfronterizo varían ampliamente entre países

Actitudes comparada entre países, % de usuario que está de acuerdo con la frase



Los costos de envío y seguridad en la compra son los principales catalizadores de compras transfronterizas

De igual forma, las barreras están representadas por envíos y seguridad de pagos

Principales catalizadores identificados



1

Envío gratuito



Los costos de envío y seguridad en la compra son los principales catalizadores de compras transfronterizas

De igual forma, las barreras están representadas por envíos y seguridad de pagos

Principales catalizadores identificados



1

Envío gratuito



2

Método de pago seguro



Los costos de envío y seguridad en la compra son los principales catalizadores de compras transfronterizas

De igual forma, las barreras están representadas por envíos y seguridad de pagos

Principales catalizadores identificados



1

Envío gratuito



2

Método de pago seguro



3

Bienes no disponibles en mi localidad



Los costos de envío y seguridad en la compra son los principales catalizadores de compras transfronterizas

De igual forma, las barreras están representadas por envíos y seguridad de pagos

Principales catalizadores identificados



1

Envío gratuito



2

Método de pago seguro



3

Bienes no disponibles en mi localidad



4

Devolución gratuita

Los costos de envío y seguridad en la compra son los principales catalizadores de compras transfronterizas

De igual forma, las barreras están representadas por envíos y seguridad de pagos

Principales catalizadores identificados



1

Envío gratuito



2

Método de pago seguro



3

Bienes no disponibles en mi localidad



4

Devolución gratuita

Principales barreras identificadas



1

Costos de envío



2

Preocupación de que no llegue lo pedido



3

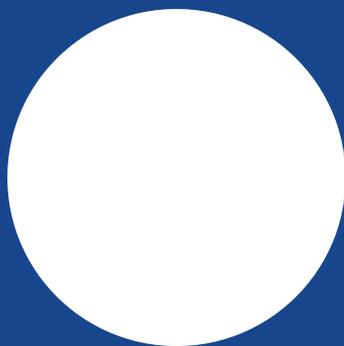
Tasas e impuestos aduaneros



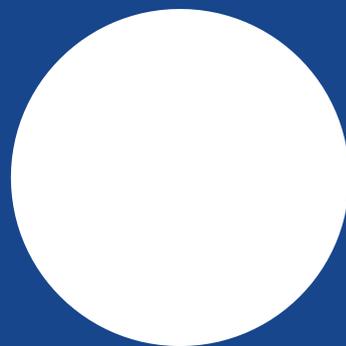
4

Quizás no reciba ayuda en caso de tener problema

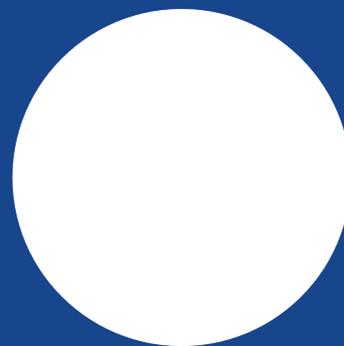
El dinero está cambiando



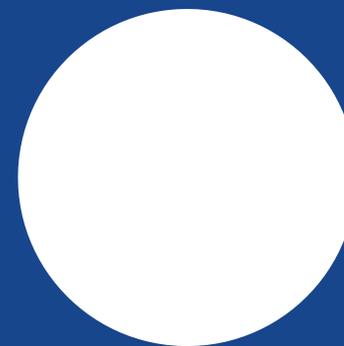
Adopción masiva de teléfonos inteligentes



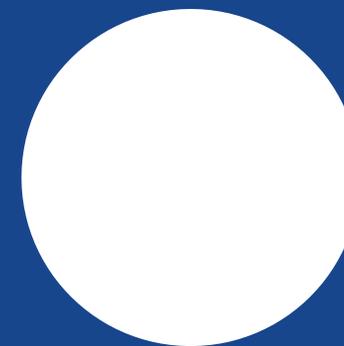
Digitalización del efectivo



Transformación de tarjetas



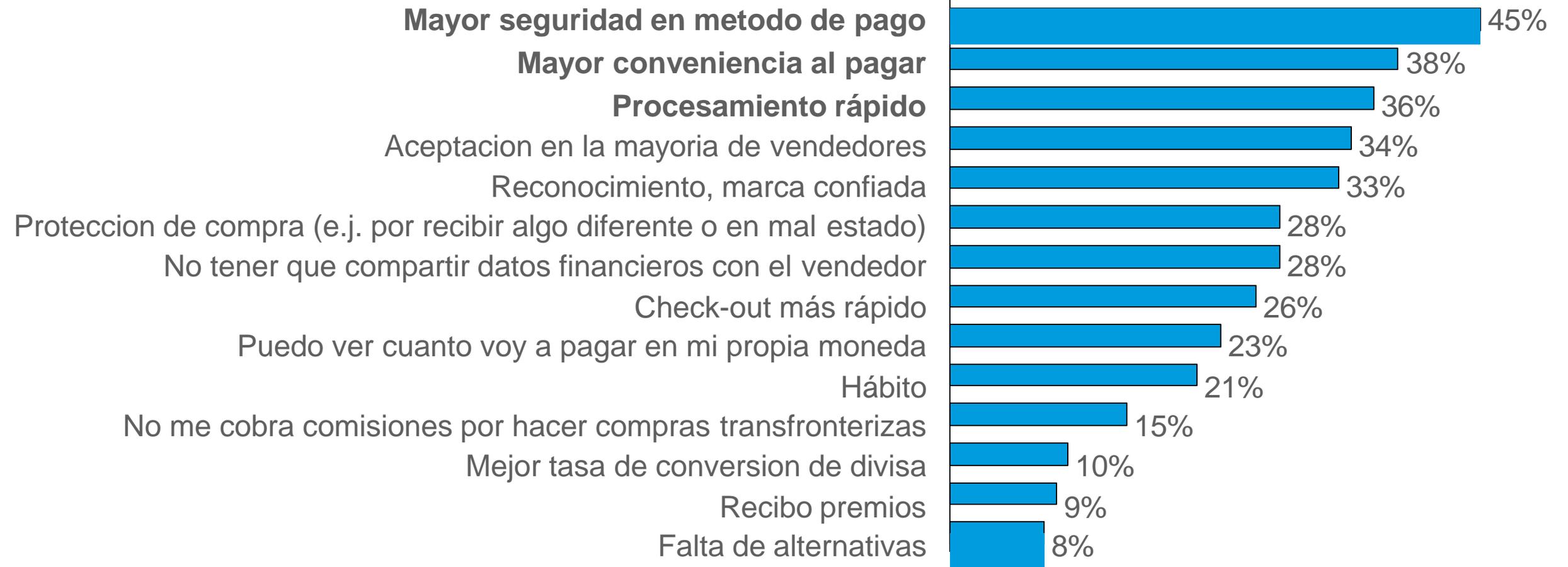
Fragmentación de tipos de pagos, tecnología y diversificación de canales



Incremento en fraude y crimen cibernético

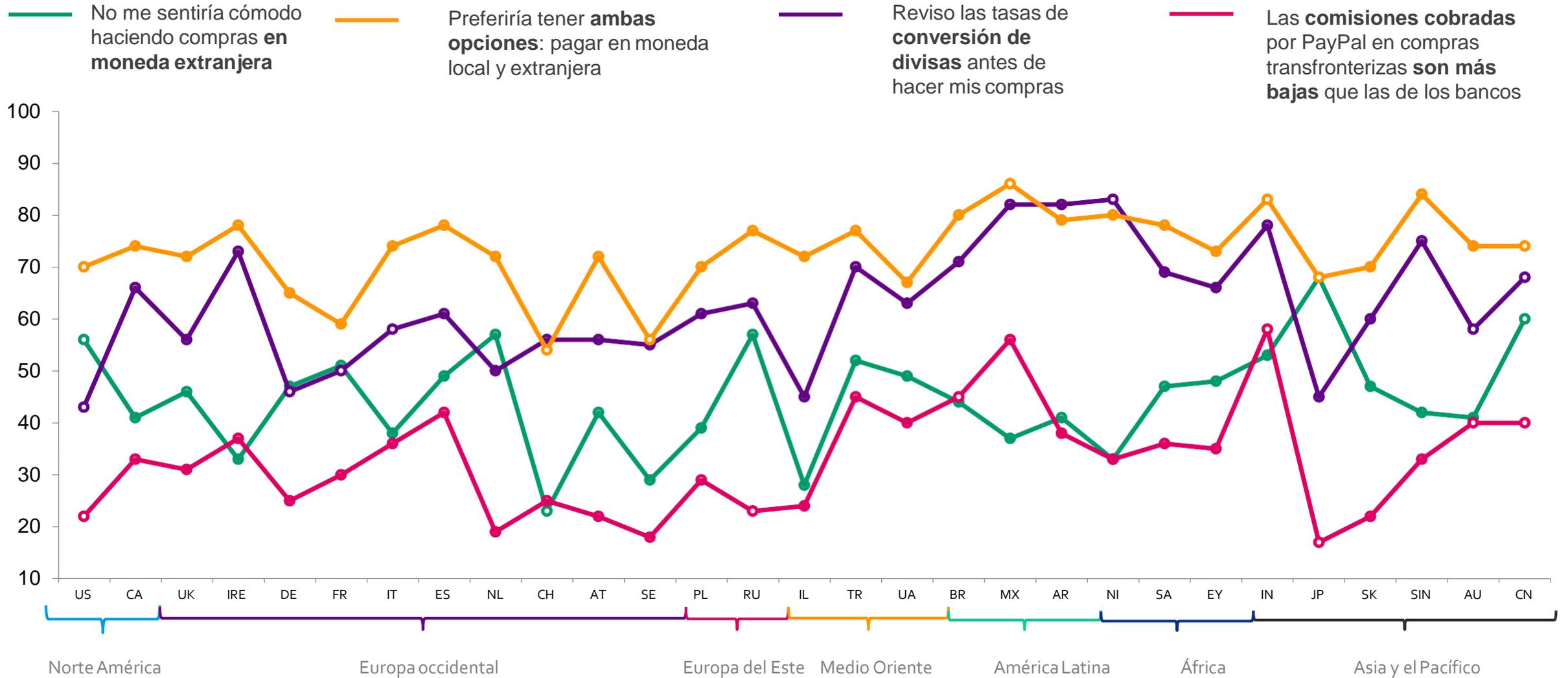
Seguridad y conveniencia son factores determinantes en el método de pago

Razones de preferencia de método de pago, % de compradores transfronterizos que dio preferencia



Las actitudes frente a conversión de divisas en compras transfronterizas

Porcentaje de los compradores que esta de acuerdo con la frase



Agenda

1. Tendencias del e-commerce a nivel mundial
2. Los carros de compra vs *market places*
3. Mejores prácticas para hacer crecer tu negocio
4. PayPal como aliado de negocio transfronterizo
5. Preguntas

Los carros de compra vs las plataformas de ventas

Carros de compra para hacer tu website

Market Places

VS

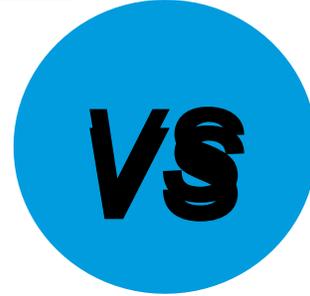
La mejor opción dependerá de tus capacidades y necesidades

Carros de compra para hacer tu sitio web

- **Formatos sencillos de usar y personalizar**

Market Places

- **Fácil de usar, pero no personalizable**



La mejor opción dependerá de tus capacidades y necesidades

Carros de compra para hacer tu sitio web

- Formatos sencillos de usar y personalizar
- **Control de experiencia de usuario**

Market Places

- Fácil de usar, pero no personalizable
- **No se puede controlar experiencia de usuario**

VS

La mejor opción dependerá de tus capacidades y necesidades

Carros de compra para hacer tu sitio web

- Formatos sencillos de usar y personalizar
- Control de experiencia de usuario
- **Requiere inversión en SEM para atraer tráfico y SEO tener relevancia en buscadores**

VS

Market Places

- Fácil de usar, pero no personalizable
- No se puede controlar experiencia de usuario
- **Gozan de amplia reputación y marca y generan tráfico por ti**

La mejor opción dependerá de tus capacidades y necesidades

Carros de compra para hacer tu sitio web

- Formatos sencillos de usar y personalizar
- Control de experiencia de usuario
- Requiere inversión en SEM para atraer tráfico y tener relevancia en buscadores
- **Costos variables pero muy accesibles de entrada**

VS

Market Places

- Fácil de usar, pero no personalizable
- No se puede controlar experiencia de usuario
- Gozan de amplia reputación y marca y generan tráfico por ti
- **Cobran una comisión por venta considerable**

La mejor opción dependerá de tus capacidades y necesidades

Carros de compra para hacer tu sitio web

- Formatos sencillos de usar y personalizar
- Control de experiencia de usuario
- Requiere inversión en SEM para atraer tráfico tener relevancia en buscadores
- Costos variables pero muy accesibles de entrada
- **Puede requerir capacidad y recursos técnicos**

VS

Market Places

- Fácil de usar, pero no personalizable
- No se puede controlar experiencia de usuario
- Gozan de amplia reputación y marca y generan tráfico por ti
- Cobran una comisión por venta considerable
- **No requiere capacidad ni recursos técnicos**

La mejor opción dependerá de tus capacidades y necesidades

Carros de compra para hacer tu sitio web

- Formatos sencillos de usar y personalizar
- Control de experiencia de usuario
- Requiere inversión en SEM para atraer tráfico tener relevancia en buscadores
- Costos variables pero muy accesibles de entrada
- Puede requerir capacidad y recursos técnicos
- **La decisión de “abrir” o “cerrar” es tuya**

VS

Market Places

- Fácil de usar, pero no personalizable
- No se puede controlar experiencia de usuario
- Gozan de amplia reputación y marca y generan tráfico por ti
- Cobran una comisión por venta considerable
- No requiere capacidad técnica
- **Malas calificaciones impactan tus ventas**

Agenda

1. Tendencias del e-commerce a nivel mundial
2. Los carros de compra vs *market places*
3. Mejores prácticas para hacer crecer tu negocio
4. PayPal como aliado de negocio transfronterizo
5. Preguntas

1. Identifica tu mercado objetivo: diseña una experiencia de compra robusta



2. Optimiza tu sitio: responsivo en móviles y con relevancia en buscadores

IBM 

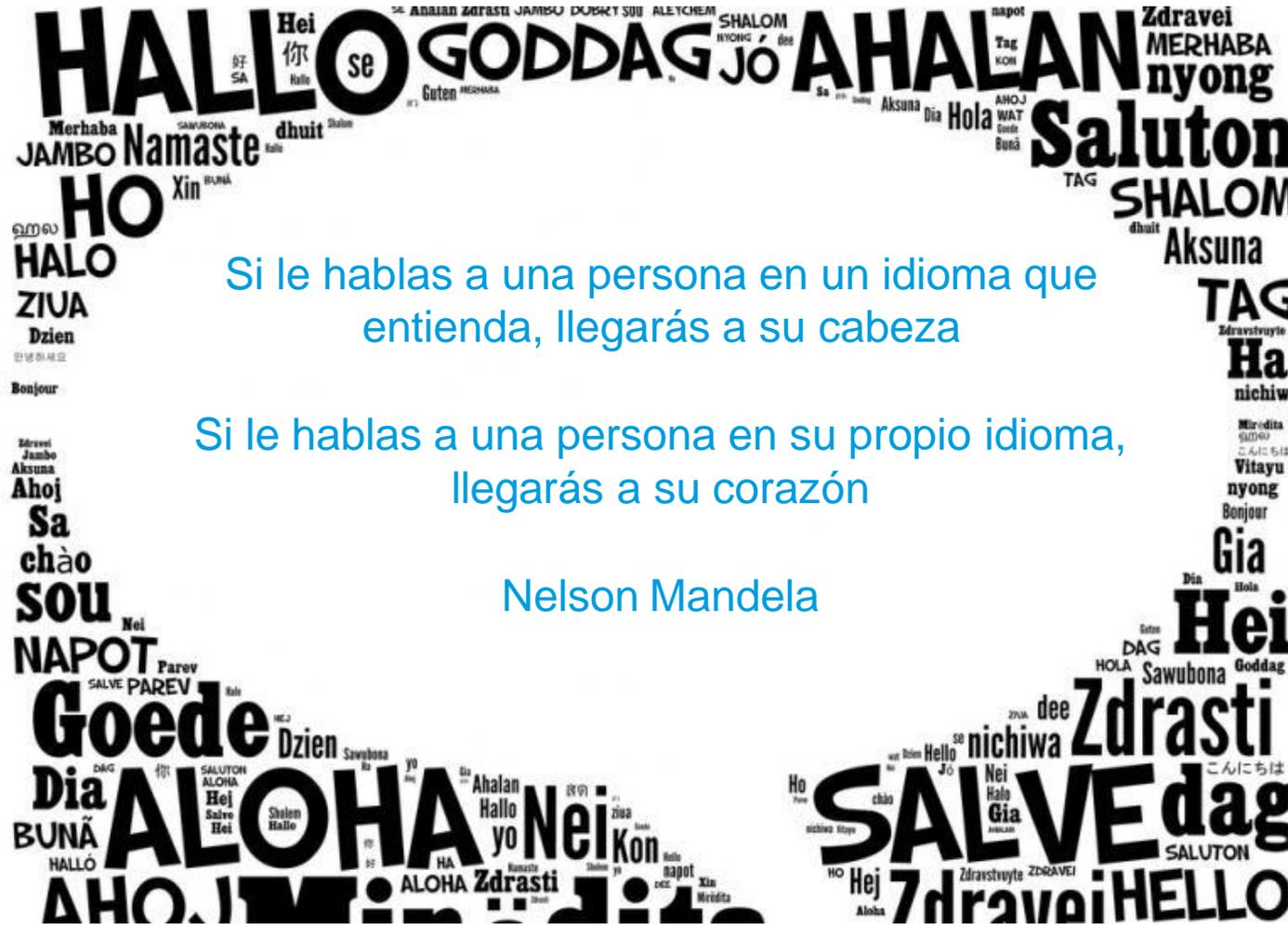
91%
OF MOBILE USERS
keep their device within arm's reach
100% of the time



#IBMMobile

The infographic features a black background with white and yellow text. At the top right is the IBM logo with a globe icon. The main text is centered and reads '91% OF MOBILE USERS keep their device within arm's reach 100% of the time'. Below the text is a stylized illustration of a teal hand holding an orange smartphone. At the bottom right is the hashtag #IBMMobile.

3. Habla el idioma del comprador y entiende las diferencias culturales



Si le hablas a una persona en un idioma que entienda, llegarás a su cabeza

Si le hablas a una persona en su propio idioma, llegarás a su corazón

Nelson Mandela

4. Facilita el proceso de compra: envíos, devoluciones, impuestos y tasas



5. Acepta la moneda del comprador



6. Utiliza medios de pagos seguros, reconocidos y fáciles de usar



Agenda

1. Tendencias del e-commerce a nivel mundial
2. Los carros de compra vs *market places*
3. Mejores prácticas para hacer crecer tu negocio
4. PayPal como aliado de negocio transfronterizo
5. Preguntas

El gasto en compras transfronterizas se espera triplique en el mundo en los próximos 5 años....

...claramente exportar es una gran oportunidad para crecer

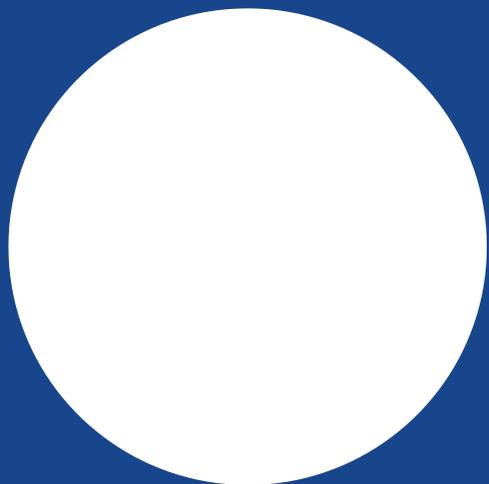
¿Cómo podemos ayudarte en PayPal?

Nuestra visión

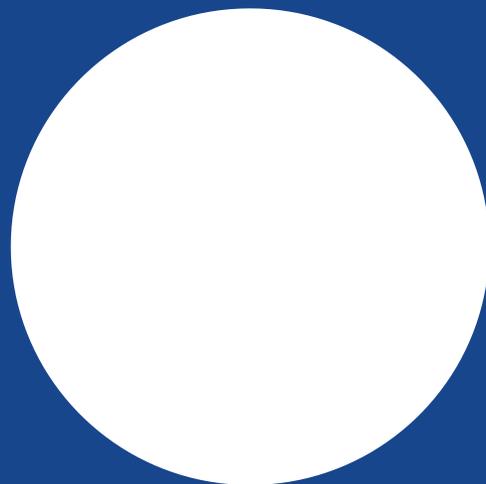
Satisfacer la necesidad de una red financiera **justa, segura e inclusiva** para **permitir** la participación de **todas las personas** en la economía global



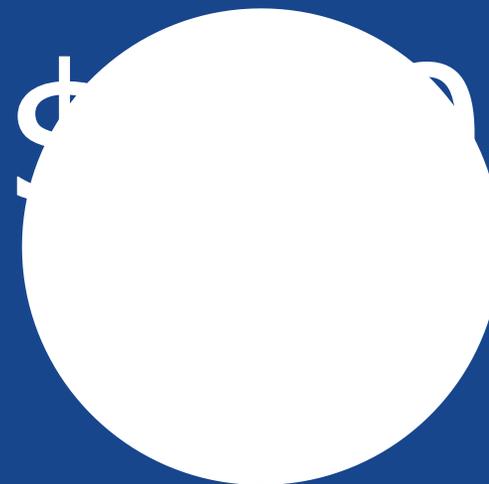
Nuestra presencia internacional



De los compradores en mercados clave¹, 79% utilizó PayPal para pagos transfronterizos entre Junio 2012 y Junio 2013.



En 2014, 94 millones de personas de mercados clave¹ compraron con PayPal fuera de sus fronteras



El comercio transfronterizo se espera que sobrepase los \$300 Billones USD en 2018 en los mercados clave¹

1. Mercados clave: : Estados Unidos, Reino Unido, Alemania, Brasil, China y Australia

Fuente: Modern Spice Routes, PayPal y Nielsen, Julio 2013

173M

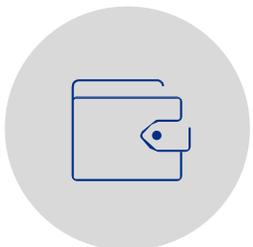
Cuentas activas de consumidores



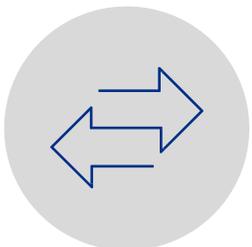
NUESTRAS VENTAJAS

203

Mercados



#1 Billetera digital
más confiada



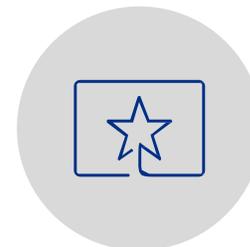
Red doble



Seguridad, Detección de
Fraude y Manejo de
Riesgo



Plataforma
Global



Sistema de
tecnología y
plataforma abierto



Múltiples
opciones de
fondeo



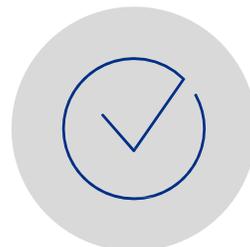
Base sólida de
clientes activos



Relación directa



Protección de
datos



Apegados a la
regulación de cada
uno de los
mercados donde
participamos



Soporte al
usuario

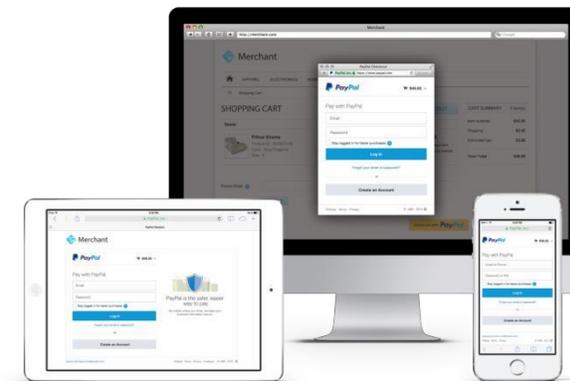
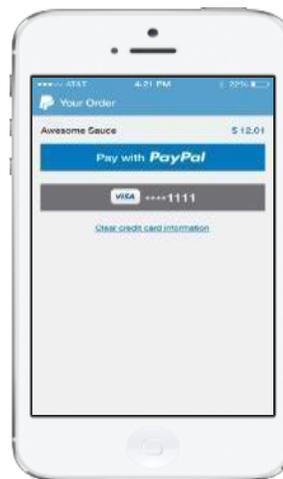


Análisis de datos



Confidencial y propiedad de PayPal Inc © 2016

¿Por qué el consumidor quiere PayPal?



Simplicidad

- + Registro fácil y rápido
- + La cuenta PayPal no conoce fronteras ni barreras entre el mundo online y offline

Seguridad

- + Protección al consumidor
- + No se comparte información financiera con los comercios

Flexibilidad

- + Donde sea, como sea, cuando sea
- + Pagos a prácticamente cualquier hora del día

¿Por qué el comercio quiere PayPal?



Conversión

- + Mayor índice de conversión de pagos en el mercado
- + Menor índice de declinación
- + Débito y crédito



Seguridad

- + Algoritmos sofisticados de prevención de riesgo
- + Protección al vendedor



Ventas incrementales

- + Abrir las puertas a compradores de cualquier parte del mundo
- + Financiamiento en EEUU y Canadá

El envío de las compras devueltas va por nuestra cuenta...

Los consumidores que paguen con PayPal sus compras transfronterizas tendrán acceso al programa de cobertura de **gastos de devolución**

No hay costos asociados para el comprador o el vendedor: queremos ayudar a reducir las barreras del comercio internacional

¿Cómo funciona? El comprador regresa el paquete al comercio y solicita el reembolso de los gastos de **devolución directamente a PayPal**

Agenda

1. Tendencias del e-commerce a nivel mundial
2. Los carros de compra vs *market places*
3. Mejores prácticas para hacer crecer tu negocio
4. PayPal como aliado de negocio transfronterizo
5. Preguntas

-Question-



Muchas gracias!

Atención a ventas:

ventas-clac@paypal.com

Rubens Pasquale- Desarrollo de Negocios Transfronterizos

rpasquale@paypal.com

Adriana Peón –Directora PyMes Latinoamérica

apeon@paypal.com

