

Exportando con **Exporberto**



**SUBTEMA:
PROGRAMA DE COMERCIO
ELECTRÓNICO DE
PROMPERÚ**

TABLA DE CONTENIDO

Contenido

Presentación del subtema	1
¿Dónde nos encontramos en el curso?	1
Objetivo general	1
Objetivos específicos de aprendizaje	1
5. Programa de comercio electrónico de PROMPERÚ	2
5.1. Beneficios del programa	2
5.2. Metodología del programa	2
5.3. Fases del programa	3
5.4. Proceso de aplicación	6
5.5. Metas al 2021 del programa	6
Glosario	8
Referencias bibliográficas	9
Sobre PROMPERÚ	10
Contáctanos	10

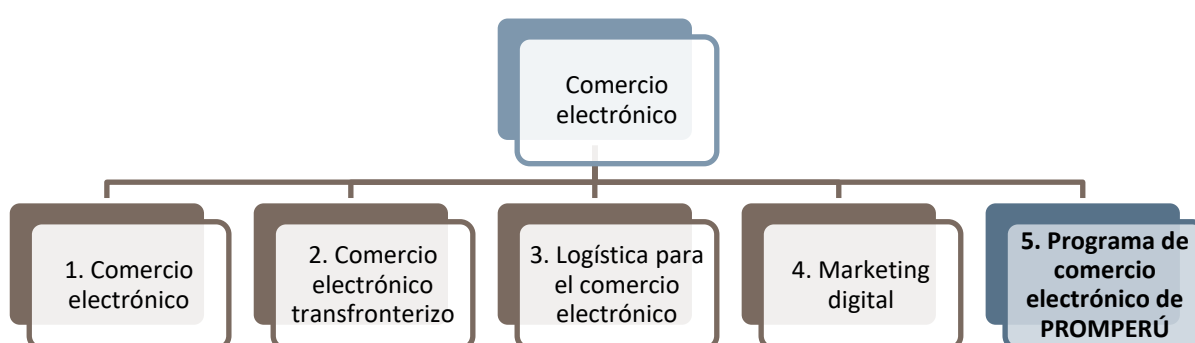
Presentación del subtema



Amigo exportador:

Queremos que este curso sea didáctico y de gran utilidad, para ello necesitamos tu colaboración. Aquí te explicamos el marco general de este subtema.

¿Dónde nos encontramos en el curso?



Objetivo general

Este subtema te permitirá conocer el Programa de comercio electrónico de PROMPERÚ y los requisitos para participar.

Objetivos específicos de aprendizaje

A través del desarrollo del subtema "Programa de comercio electrónico de PROMPERÚ", podrás:

- Conocer el Programa de comercio electrónico de PROMPERÚ.
- Conocer los beneficios del programa para las empresas de comercio electrónico.
- Conocer la metodología del programa para las empresas de comercio electrónico.
- Identificar las fases del programa en relación al estado de las empresas.
- Conocer el proceso de aplicación al Programa de comercio electrónico de PROMPERÚ.
- Conocer las metas al 2021 del Programa de comercio electrónico de PROMPERÚ.

5. Programa de comercio electrónico de PROMPERÚ

El Programa de comercio electrónico de PROMPERÚ es un instrumento para incrementar y diversificar las exportaciones a través de los canales digitales, auspiciado por PROMPERÚ.

El programa está dirigido a PYMEs de alimentos, confecciones, joyería, artículos de regalo y decoración para el hogar; y comprende actividades de capacitación, asistencia y promoción comercial.

5.1. Beneficios del programa

El programa ofrece los siguientes beneficios:



Fuente: Programa de comercio electrónico. Elaboración propia.

5.2. Metodología del programa

La metodología del programa se divide en cuatro aspectos:



Fuente: Programa de comercio electrónico. Elaboración propia.

La prospección comercial incluye la identificación de las principales tendencias para la venta online de productos peruanos, principales plataformas *e-commerce* y líneas de productos y sectores con mayor oportunidad.

Las capacitaciones abordan el desarrollo de modelo de negocio para *e-Commerce*, desarrollo de una estrategia digital e imagen corporativa *ecommerce*. Asimismo, el desarrollo del plan de marketing digital, Plan *e-Logistics* y *Company profile*.

La asistencia se brinda en la negociación *e-Commerce* y **adecuación** de producto, así como la integración con soluciones logísticas y plataformas electrónicas desde origen.

La articulación involucra la asociación con *e-marketplaces* y portales verticales: *Alibaba, ebay, Amazon, Dhgate, PcHome, Books*, entre otros. Por otro lado, se articula con centros de distribución, operadores *e-retail, Sellers*, TV Shopping y otros canales *retail online*.

Si bien este es un modelo propuesto por los autores en la publicación, lo realmente importante para que dicho instrumento funcione es su proceso de elaboración y que sea producto del consenso de todos los miembros de la familia, o, por lo menos, de quienes tienen el control de la empresa.

El momento ideal para la elaboración del protocolo familiar es cuando existen buenas relaciones entre los integrantes de la familia, por ello no es recomendable hacerlo cuando existan conflictos o tensiones.

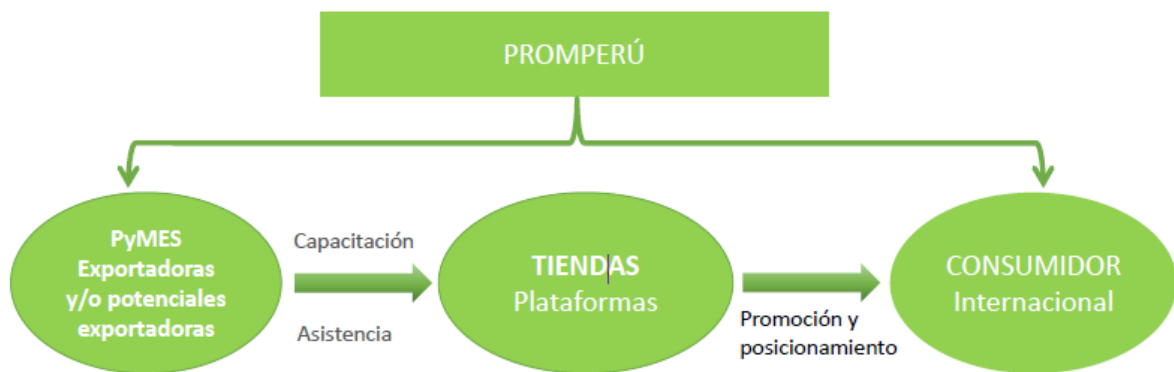
5.3. Fases del programa

El programa cuenta con dos fases:

Fase 1: Acelerador *e-commerce*

- **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.
- **Productos y beneficios:**
 - 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*).
- **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.
- **Requisitos:**
 - 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 fundación¹.
 - Ser una empresa con potencial exportador² o empresa exportadora³.
 - No tener deudas con PROMPERÚ.
 - Tener una página web (no debe estar en construcción).
 - Haber completado el test del exportador, ficha *e-commerce* y la posterior entrevista con PROMPERÚ
 - Que la gerencia de la empresa establezca un compromiso formal con PROMPERÚ para ingresar al programa de comercio electrónico de la ruta exportadora.



Fuente: Programa de comercio electrónico.

Fase 2: *e-commerce* transfronterizo

- **Dirigido a:** empresas micro, pequeña y mediana exportadoras.

¹ En caso la empresa postulante no cumpla con este requisito, pero si muestra un alto potencial, pasará por la evaluación del especialista sectorial quien determinará su pase a la fase aceleración.

² Empresa que ha obtenido un puntaje igual o mayor a 1.5 en el test exportador.

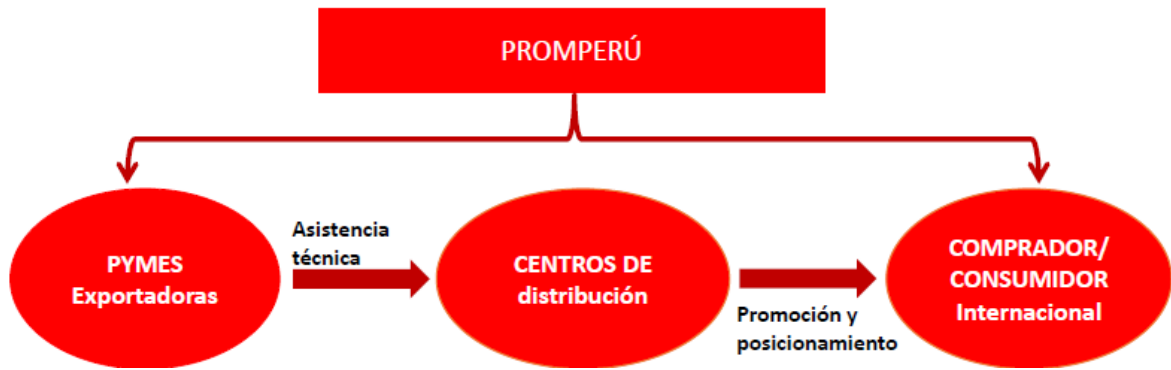
³ Empresa que muestra registro de exportación en los últimos dieciocho (18) meses por montos igual o superior a los 5000 dólares en valor FOB.

- **Objetivo:** Asistir y promover la oferta de las empresas exportadoras a través de su participación en los principales portales de comercio electrónico o *e-marketplaces*.
- **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 esperados:**
 - Reducir la brecha digital de las PYME exportadoras a nivel nacional
 - Fortalecer las capacidades de las PYME para realizar comercio electrónico transfronterizo
 - Incrementar ventas y diversificar mercados internacionales.
- **Requisitos:**
 - 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.
 - Ser una empresa exportadora⁴.
 - Tener registro de marca ante INDECOPI⁵.
 - No tener deudas con PROMPERÚ y clasificación de riesgo positivo SBS (Sentinel)⁶.
 - Tener una página web (no debe estar en construcción) y mínimo 02 redes sociales corporativas o de la marca activas (Facebook, Instagram, LinkedIn y/o Youtube).
 - Haber completado el test del exportador, ficha *e-commerce* y la posterior entrevista con PROMPERÚ.
 - Que la gerencia de la empresa establezca un compromiso formal con PROMPERÚ para ingresar al programa de comercio electrónico de la ruta exportadora.

⁴ Empresa que muestra registro de exportación en los últimos dieciocho (18) meses por montos igual o superior a los 5000 dólares en valor FOB.

⁵ La empresa postulante debe ser titular del registro de marca de INDECOPI o contar con un contrato de licencia de uso de la marca, con una vigencia no menor de (1) año a la fecha de postulación al programa.

⁶ Nivel de riesgo equivalente a un score de 0 a 2.



Fuente: Programa de comercio electrónico.

5.4. Proceso de aplicación



Fuente: Programa de comercio electrónico.

5.5. Metas al 2021 del programa

El programa tiene las siguientes metas al 2021:

- Creación de un ecosistema digital.
- Articular la oferta de 500 empresas en nuevos canales digitales a nivel internacional.
- Alcanzar US\$ 10 millones en ventas en comercio electrónico transfronterizo, hacia el 2021.

- Generar alianzas con operadores logísticos para la implementación de centros de distribución en destino.
- Alianza con principales plataformas electrónicas B2B y B2C a nivel internacional y operadores e-retail.

Glosario

- **Adecuación:** del inglés *customization*, implica tomar la iniciativa para adecuar la oferta de mercado.

Referencias bibliográficas

Anteparra, Daniel (2020) Programa de comercio electrónico. En: Seminarios Virtuales Miércoles del Exportador. Perú: PROMPERÚ
(<https://repositorio.promperu.gob.pe/server/api/core/bitstreams/2dd3fa81-4fe3-4b5a-912c-8110327a6e18/content>)


Sobre PROMPERÚ


La Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo-PROMPERÚ tiene como visión posicionar al Perú en el mundo a través de la promoción de su imagen, sus destinos turísticos y sus productos de exportación con valor agregado, contribuyendo al desarrollo sostenible y descentralizado del país.


En el campo de las exportaciones PROMPERÚ ofrece una amplia gama de servicios que promueven la internacionalización de las empresas peruanas:

- Orientación e información: servicios de orientación personalizada e información especializada sobre exportaciones e internacionalización empresarial.
- Capacitación: la más variada oferta de talleres y seminarios sobre comercio internacional que le permitirán fortalecer y ampliar sus conocimientos para exportar.
- Asistencia empresarial: asistencia técnica especializada y herramientas de adaptación del producto, gestión empresarial, facilitación y calidad que le permitirán dar el gran salto hacia la exportación de sus productos y servicios.
- Promoción: herramientas de promoción y contacto con compradores internacionales que permitirán ampliar su cartera de clientes con una mayor exposición de sus productos.

Contáctanos

 Plataforma de atención al exportador
[Av. Jorge Basadre 610 - San Isidro - Lima – Perú](#)

 WhatsApp: (+51) [990 060 194](https://wa.me/990060194)

 Aló Exportador: (+51) [604-5601](tel:6045601) | [604-5602](tel:6045602)

 Correo electrónico: exportaciones@promperu.gob.pe

 TelExportemos: solicita una cita virtual en <https://bit.ly/3rtjSQh>

 <https://www.facebook.com/promperu>

 <https://www.youtube.com/@promperu>

 <https://twitter.com/Promperu>

www.promperu.gob.pe

