

# PROMPERÚ

**Miercoles del Exportador**  
**Comercio Electrónico**



*prom*  
perú

MATRIX



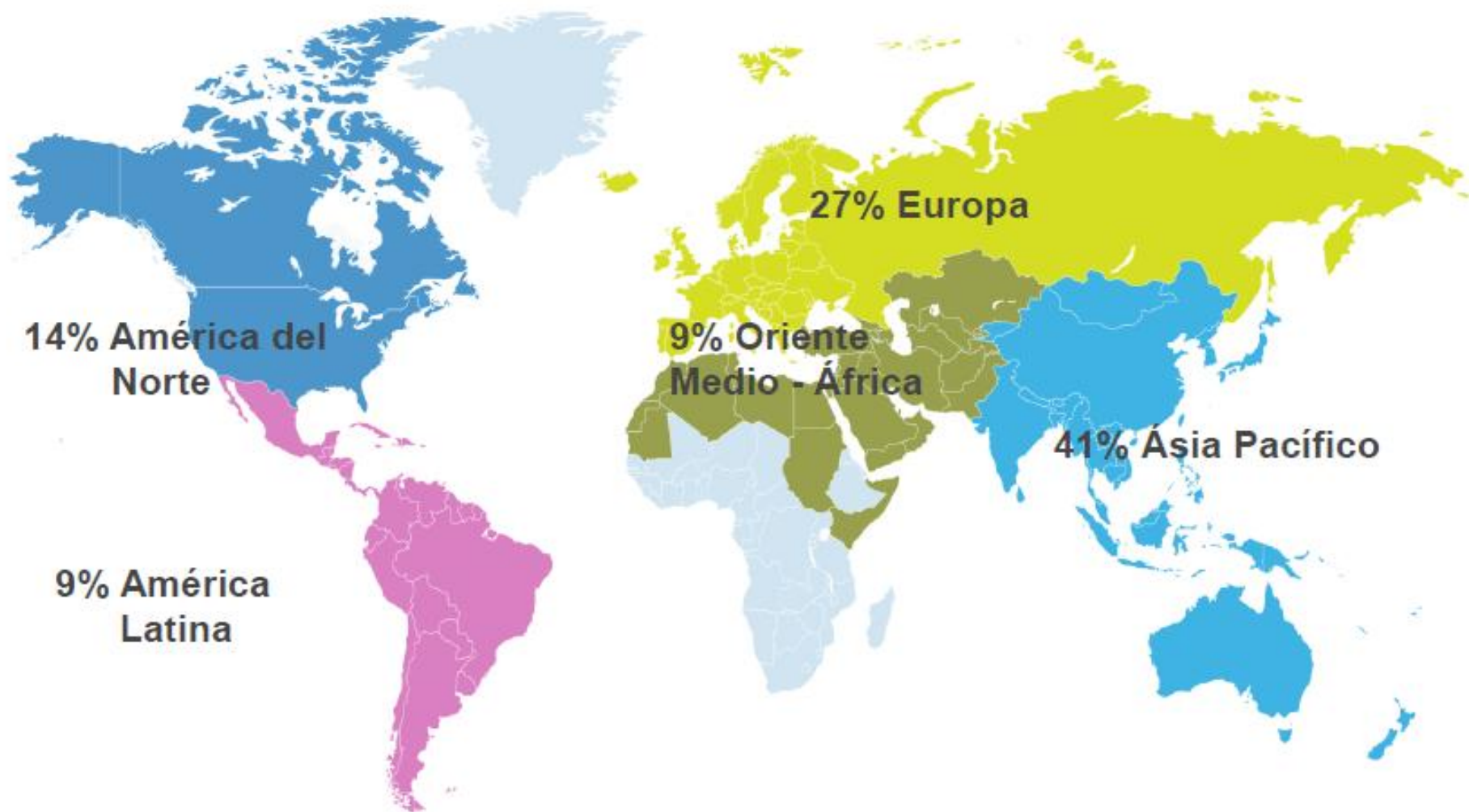
# ÍNDICE

- El Mercado y las oportunidades
- Los consumidores ¿Dónde están? ¿Qué hacen?
- El Negocio
- ¿Mi Web o mi tienda online? , Estrategia
- Buenas prácticas y conclusiones

# EL MERCADO Y LAS OPORTUNIDADES

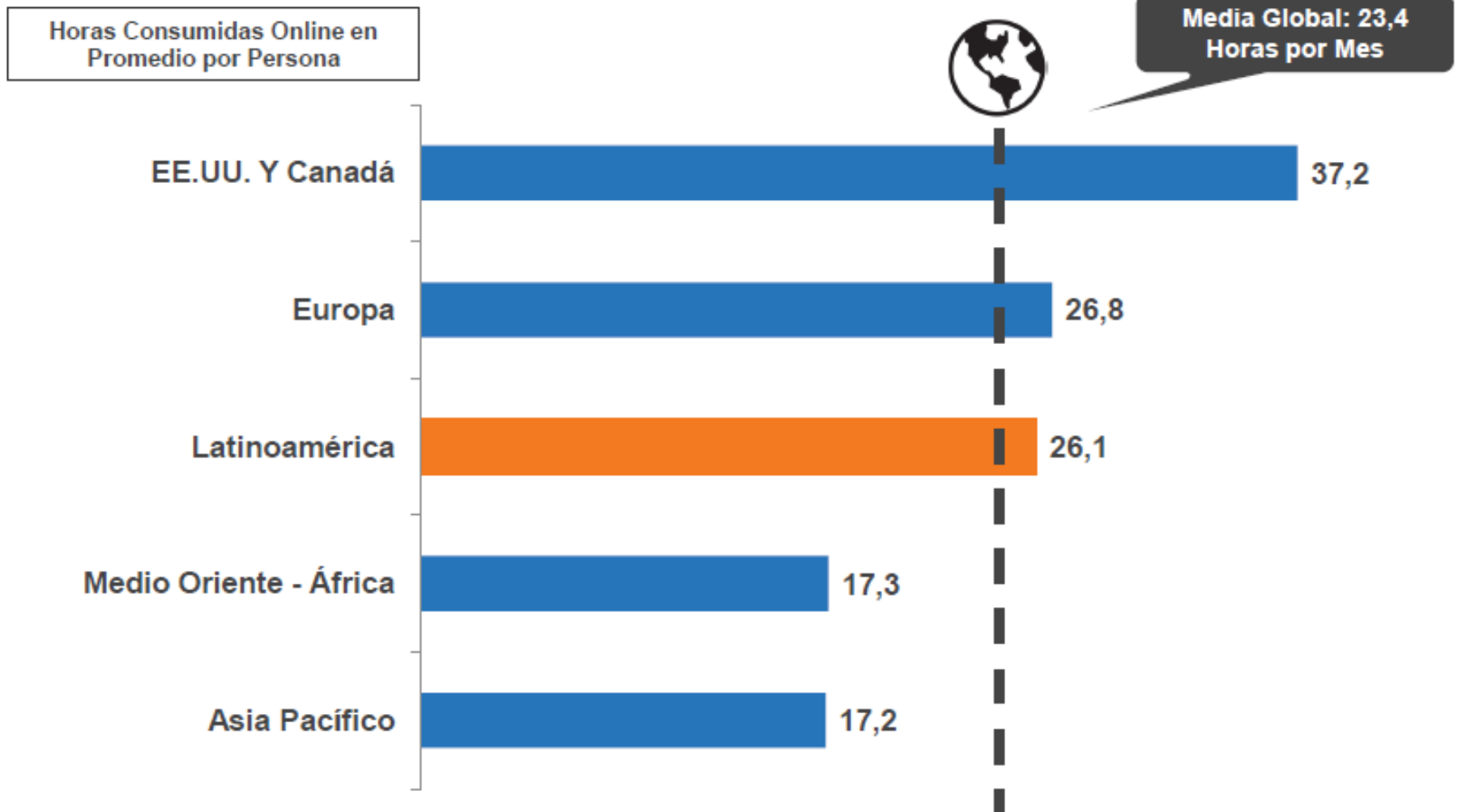
# Distribución de la Audiencia Global

Asia-Pacífico y Europa son las Regiones con Mayor Audiencia Online



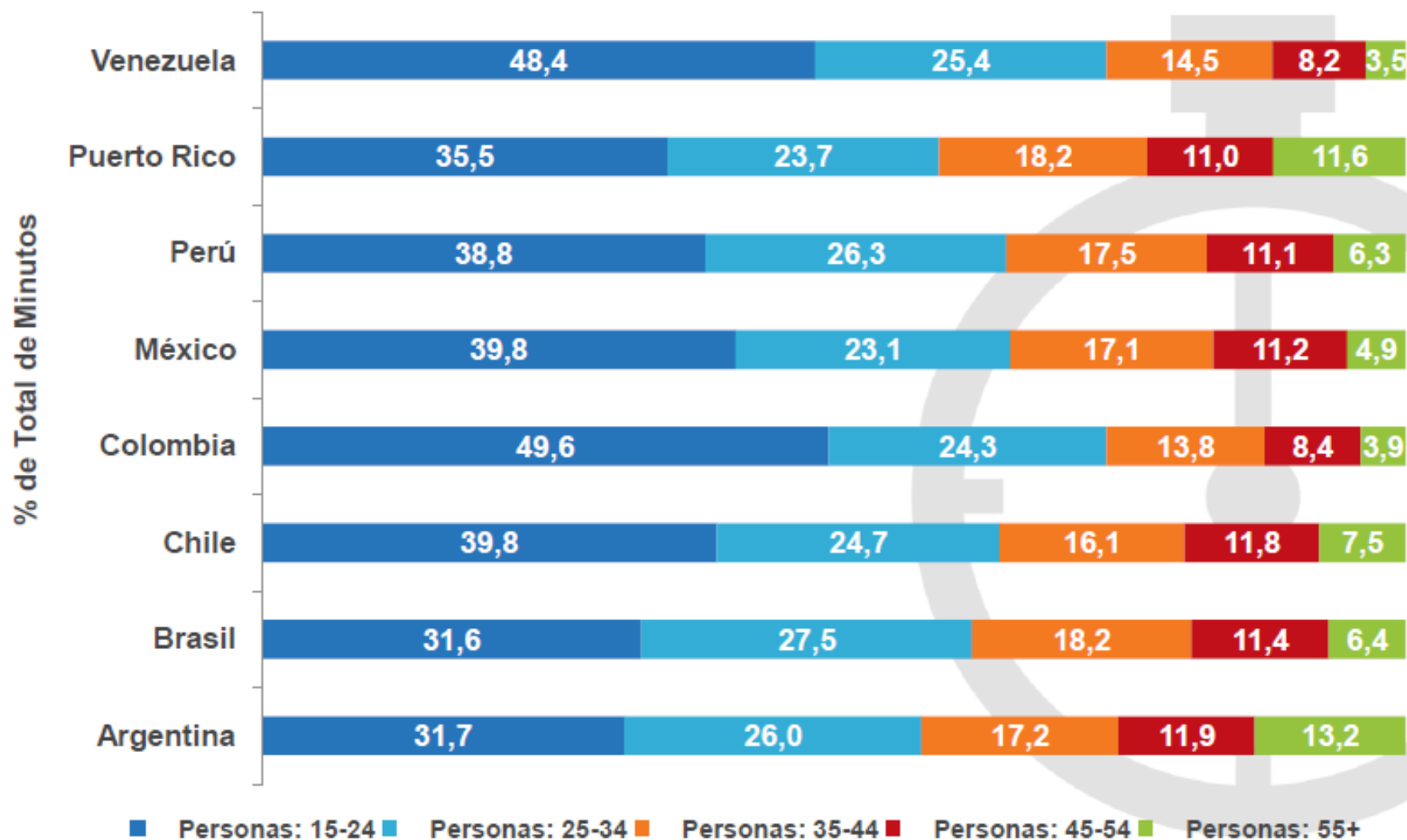
# Latinoamérica Sobre el Promedio Global de Afinidad Online

## En América del Norte Se Encuentran los Usuarios Más Involucrados

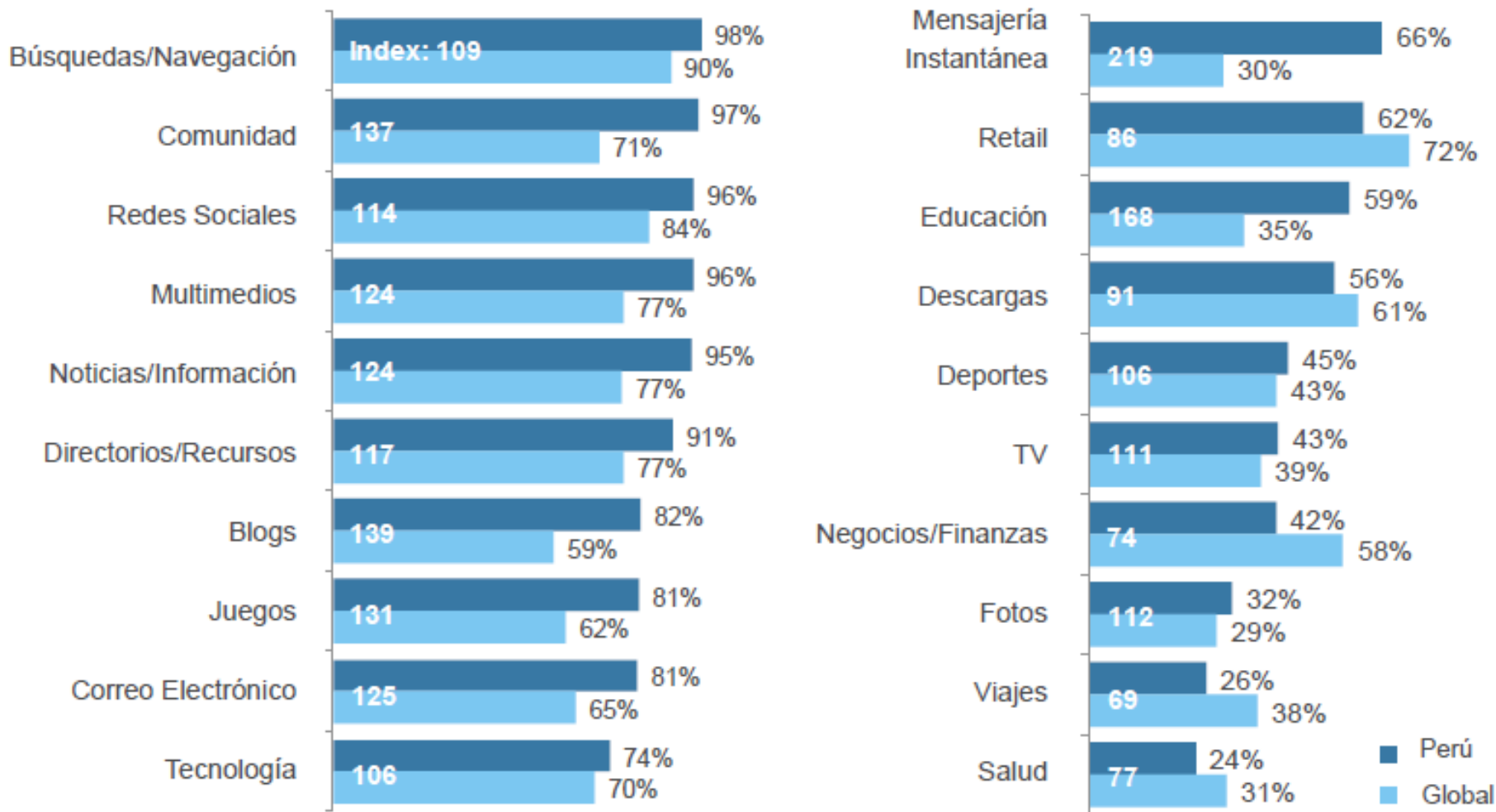


# Composición Porcentual de Total de Minutos Online

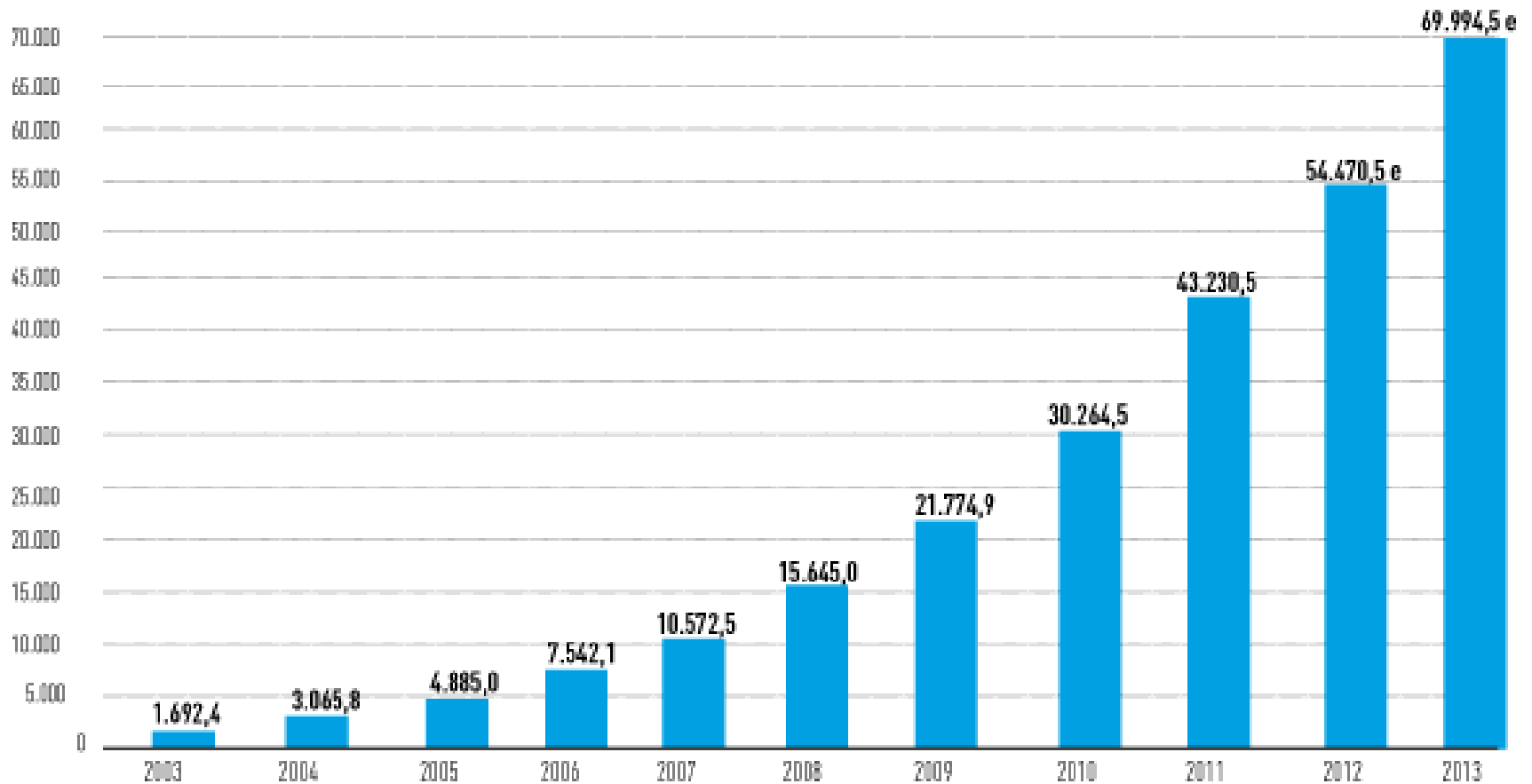
Casi el 50% de la población Venezolana y Colombiana Tiene entre 15-24 años



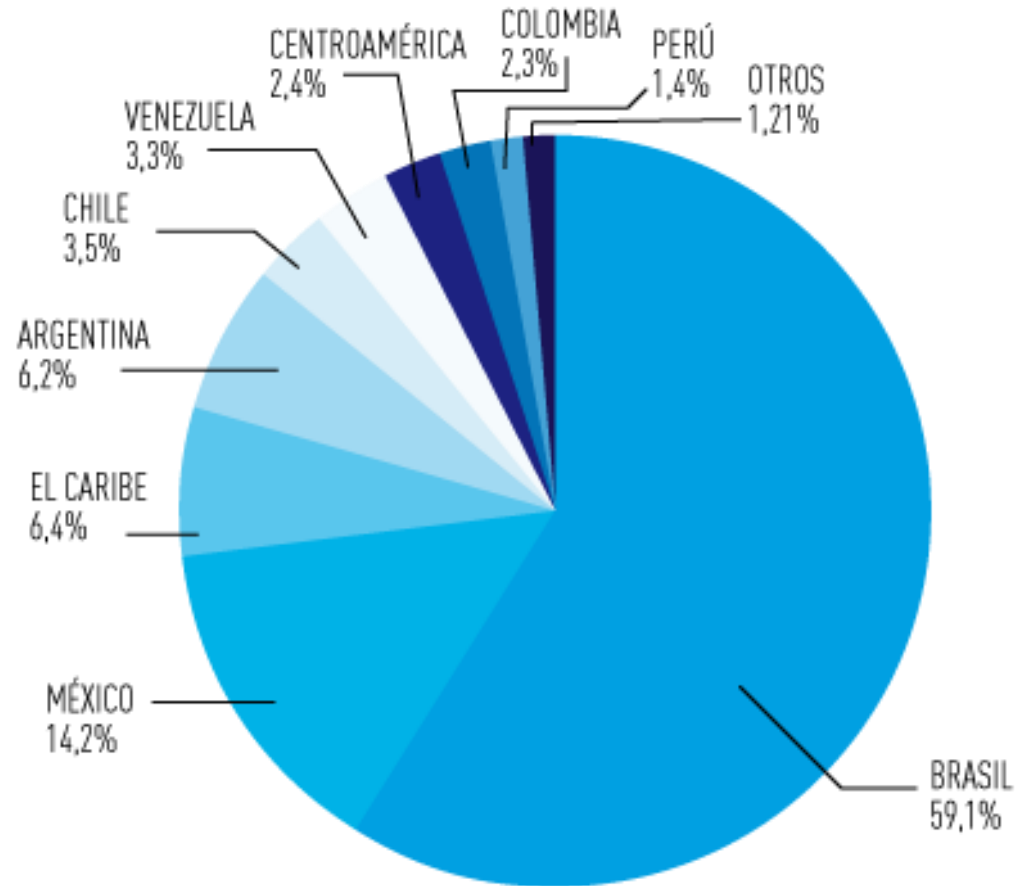
# ¿QUE ACTIVIDADES ONLINE HACEN LOS LATINOS?



# GASTO TOTAL DEL E-COMMERCE DE AMÉRICA LATINA (EN US\$ MILLONES)



# EL E-COMMERCE HABLA PORTUGUÉS



## EL E-CONSUMO EN EL MAPA

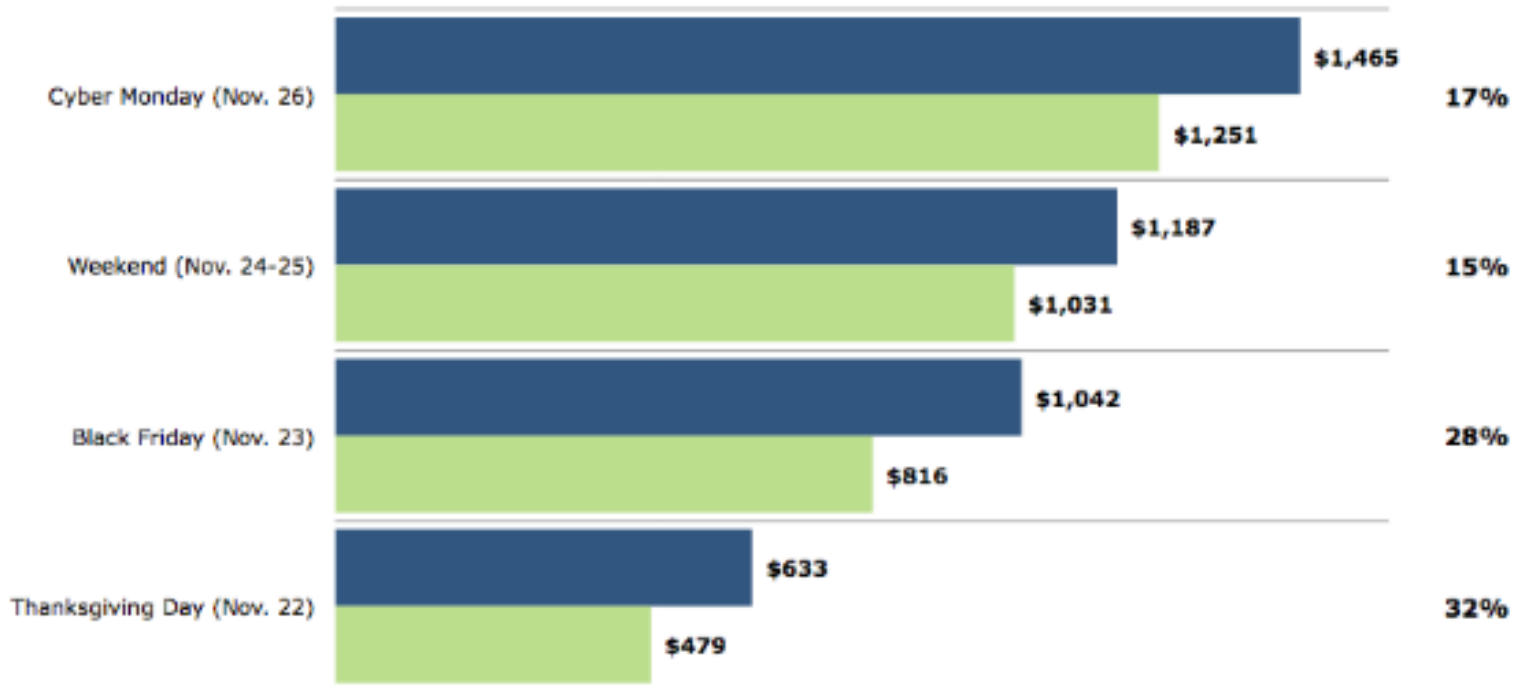
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
BRASIL	2.269,9	3.540,5	4.898,7	8.572,6	13.230,4	17.851,4	25.552,8
MÉXICO	567,1	867,6	1.377,0	2.010,0	2.624,9	4.330,5	6.137,1
EL CARIBE	731,0	949,3	1.104,9	1.244,7	1.455,9	1.895,5	2.752,0
ARGENTINA	240,9	378,1	561,5	732,8	875,0	1.797,6	2.695,3
CHILE	242,8	471,8	687,5	919,5	1.027,9	1.141,6	1.489,9
VENEZUELA	253,4	489,6	821,5	787,8	906,1	1.117,8	1.418,4
CENTROAMÉRICA	189,2	359,9	499,0	563,9	637,2	729,6	1.051,0
COLOMBIA	150,3	175,0	201,3	301,9	435,0	606,8	998,0
PERÚ	109,1	145,5	218,2	250,9	276,0	426,9	611,0
OTROS	131,3	164,8	203,0	260,9	306,5	366,9	525,0
LATAM + EL CARIBE	4.885,0	7.542,1	10.572,5	15.645,0	21.774,9	30.264,5	43.230,5

# CYBERMONDAY

## Thanksgiving Weekend Retail E-Commerce Spending

\$ millions, % change year-over-year compared to corresponding days in 2011

**2012 v. 2011**

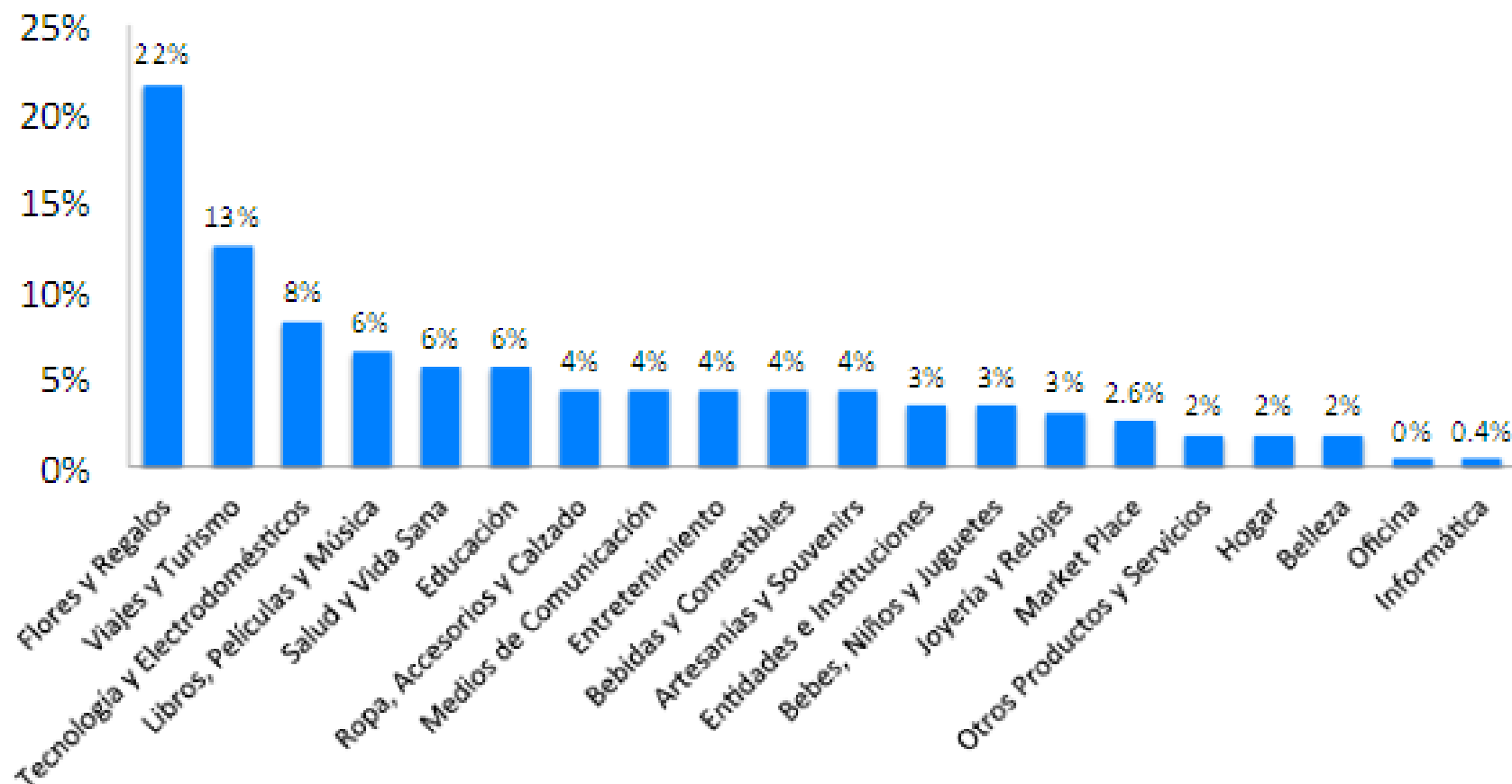


# 'Cyber Monday' en Perú elevó el comercio electrónico en más de un 2.000%

El evento promovido por la Cámara de Comercio de Lima logró que algunas empresas vendan lo mismo que venderían normalmente en un mes



# E-COMMERCE PERÚ



# UNA EMPRESA EXPORTADORA MIRA EL MUNDO



- Las oportunidades se dan cada segundo
- El mundo está comprando con crisis o sin ella



# ¿QUÉ HERRAMIENTAS TENGO A LA MANO?

- Trademap
- Siicex (Promperú)



**Pulse aquí  
para crear su  
cuenta**

Over 5300 products traded by over 220 countries and territories. Import & export values, volumes, growth rates, market shares, graphs ...

- Data Availability
- Reference Material
- Glossary
- FAQ
- Condition of Use
- About

**What's new**

**World Tariff Profiles 2009**  
01/02/2010 11:00:00 AM  
An ITC, UNCTAD, WTO joint publication on the bound and applied tariffs

Not registered yet? [Create your account here.](#)

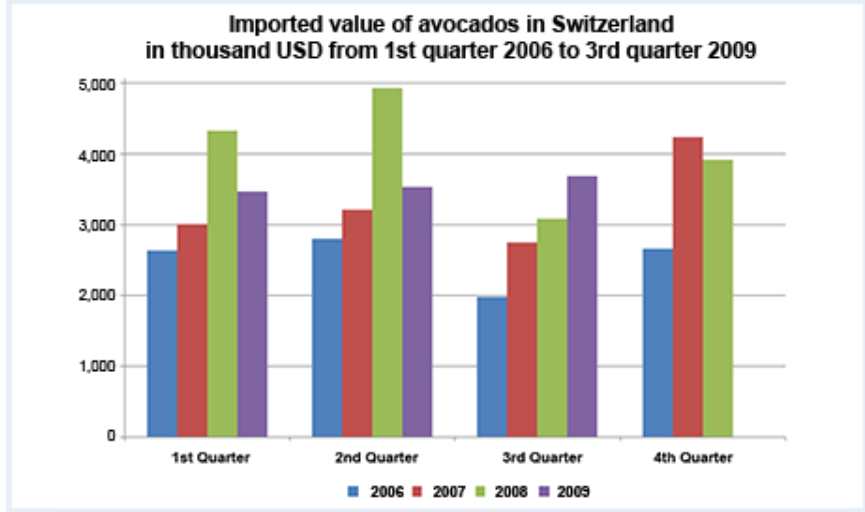
Trade Map provides users with indicators on export performance, international demand, alternative markets and the role of competitors. Trade Map covers 220 countries and territories and 5300 products of the Harmonized System. Trade data is also available at the tariff line level for more than 120 countries and on a quarterly and monthly basis for more than 50 countries.

Email address:

Password:

Remember me.

[Forgot your password ?](#)



- More Analysis Tools :**
- [Market Access Map](#)
  - [Investment Map](#)
  - [Trade Competitiveness Map](#)
  - [Product Map](#)

Fuente: ITC

Importaciones  Exportaciones

Producto ▾

Single  Grupo

080610 - uvas frescas



[Búsqueda avanzada](#)

País  Grupo

Indicadores

Series Anuales

Series Trimestrales

Series Mensuales

Producto:  Grupo de productos:

Mundo  País:  Grupo de países:

Socio:  Grupo de socios:

otros criterios:

## Lista de los países exportadores para el producto seleccionado en 2008

Producto : 080610 uvas frescas

Tabla **Gráfico** Mapa

Exportar hacia    

número de líneas por página:

SH8	Exportadores	Indicadores comerciales								
		Valor exportada en 2008, en miles de USD	Saldo comercial 2008 en miles de USD	Cantidad exportada en 2008	Unidad de cantidad	Valor unitario (USD/unidad)	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2004-2008, %	Tasa de crecimiento anual en cantidad entre 2004-2008, %	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2007-2008, %	Participación en las exportaciones mundiales, %
	Mundo	5.726.954	-1.120.917	4.125.905	Toneladas	1.388	13	6	19	100
<input checked="" type="checkbox"/>	<a href="#">Chile</a>	987.718	987.068	836.790	Toneladas	1.180	13	4	28	17,2
<input checked="" type="checkbox"/>	<a href="#">Italia</a>	839.445	778.129	507.446	Toneladas	1.654	15	1	14	14,7
<input checked="" type="checkbox"/>	<a href="#">Estados Unidos de América</a>	786.633	-359.834	605.102	Toneladas	1.300	6	8	12	13,7
<input checked="" type="checkbox"/>	<a href="#">Países Bajos (Holanda)</a>	622.567	-122.107	244.371	Toneladas	2.548	22	12	56	10,9
<input checked="" type="checkbox"/>	<a href="#">Sudafrica</a>	314.290	311.256	261.519	Toneladas	1.202	3	4	0	5,5
<input checked="" type="checkbox"/>	<a href="#">España</a>	268.220	183.632	137.947	Toneladas	1.944	18	6	28	4,7
<input checked="" type="checkbox"/>	<a href="#">Brasil</a>	171.456	156.607	82.242	Toneladas	2.085	32	29	1	3
<input checked="" type="checkbox"/>	<a href="#">Turquía</a>	169.407	168.700	202.023	Toneladas	839	20	6	30	3
<input checked="" type="checkbox"/>	<a href="#">Egipto</a>	161.442	160.371	193.761	Toneladas	833				2,8
<input checked="" type="checkbox"/>	<a href="#">Grecia</a>	156.350	146.085	75.697	Toneladas	2.065	12	0	11	2,7

Página de inicio | Menú de selección | Inversión | Acceso a Mercados | Documentos de referencia | Mi cuenta | FAQ | Condiciones de utilización

Acerca de

Producto: 080610 - uvas frescas | Grupo de productos: Ninguno

Mundo  País  Chile | Grupo de países: Ninguno

Socio: Todos | Grupo de socios: Ninguno

otros criterios: Exportaciones | Indicadores | por país | Datos directos

### Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Chile en 2008

Producto : 080610 uvas frescas

Las exportaciones de Chile representan 17,25% de las exportaciones mundiales para este producto, su posición relativa en las exportaciones mundiales es 1

Tabla | Gráfico | Mapa

Exportar hacia

número de líneas por página: Por def

Comercio bilateral	Importadores	Indicadores comerciales											
		Valor exportada en 2008, miles de USD	Saldo comercial en 2008 en miles de USD	Participación de las exportaciones para Chile, %	Cantidad exportada en 2008	Unidad de medida	Valor unitario (USD/unidad)	Tasa de crecimiento de los valores exportados entre 2004-2008, %, p.a.	Tasa de crecimiento de las cantidades exportadas entre 2004-2008, %, p.a.	Tasa de crecimiento de los valores exportados entre 2007-2008, %, p.a.	Posición relativa del país socio en las importaciones mundiales	Participación de los países socios en las importaciones mundiales, %	Tasa de crecimiento de las importaciones mundiales en 2008
	Mundo	987.718	987.068	100	836.790	Toneladas	1.180	13	4	28		100	
	<a href="#">Estados Unidos de América</a>	484.427	483.778	49	435.021	Toneladas	1.114	8	1	13	1	16,7	
	<a href="#">Países Bajos (Holanda)</a>	94.558	94.558	9,6	95.623	Toneladas	989	15	11	63	2	10,9	
	<a href="#">Reino Unido</a>	66.624	66.624	6,7	62.790	Toneladas	1.061	17	9	24	3	9,9	
	<a href="#">Federación de Rusia</a>	57.017	57.017	5,8	45.438	Toneladas	1.255	34	24	128	5	7,6	
	<a href="#">República de Corea</a>	44.266	44.266	4,5	29.548	Toneladas	1.498	52	38	49	18	1	
	<a href="#">Venezuela</a>	36.430	36.430	3,7	4.702	Toneladas	7.748	167	75	284	35	0,4	
	<a href="#">México</a>	32.328	32.328	3,3	22.426	Toneladas	1.442	7	-4	-14	11	1,6	
	<a href="#">Zona Non</a>	10.874	10.874	1,1	16.614	Toneladas	1.108	2	10	51			

Fuente: ITC

Gráfico de barras: valor exportada

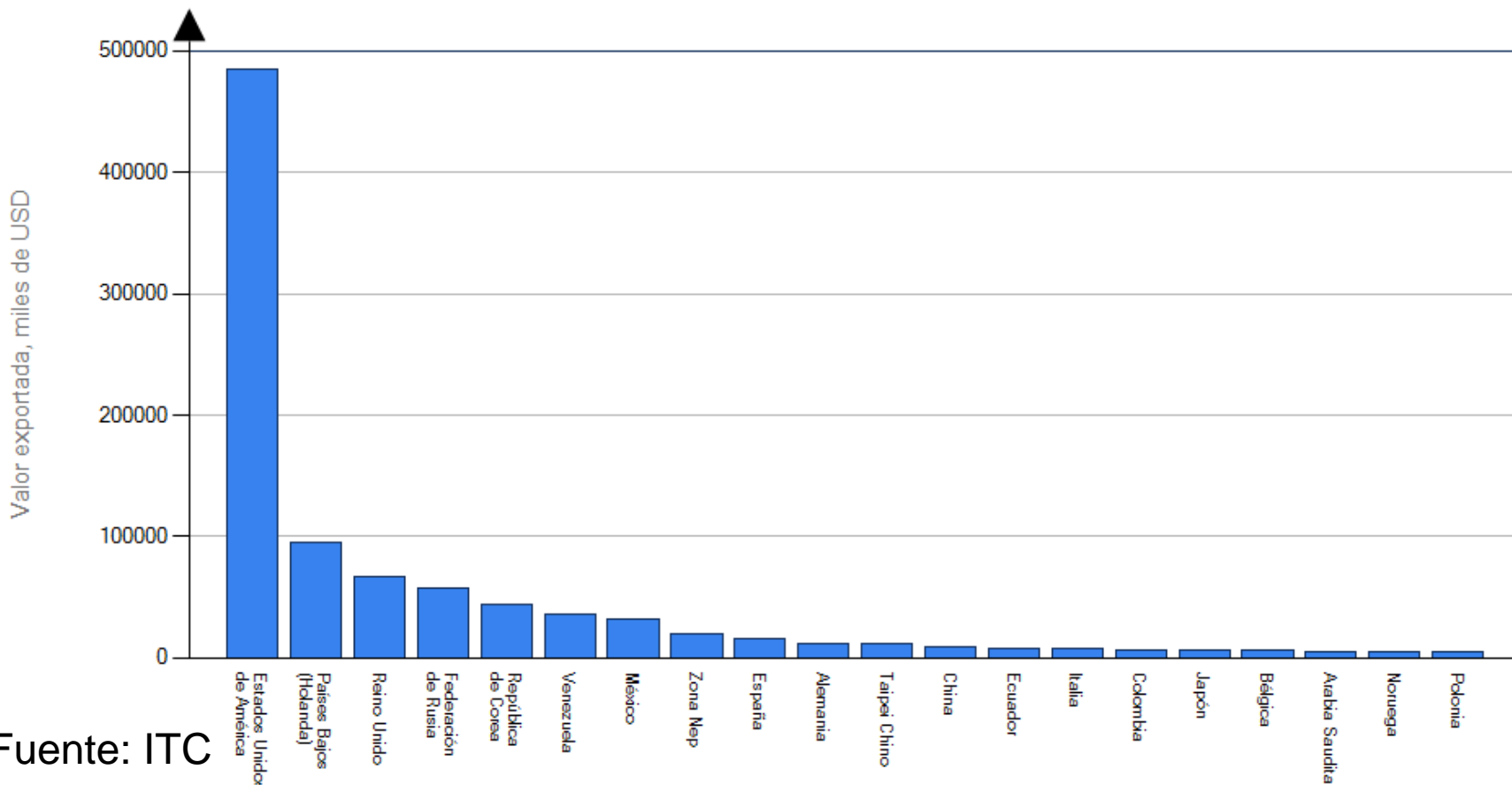


Desde  hasta  País

Indicador estadístico adicional

Actualizar >

### Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Chile en 2008 Producto : 080610 uvas frescas



Fuente: ITC

Carte **Participación en las exportaciones para Chile**

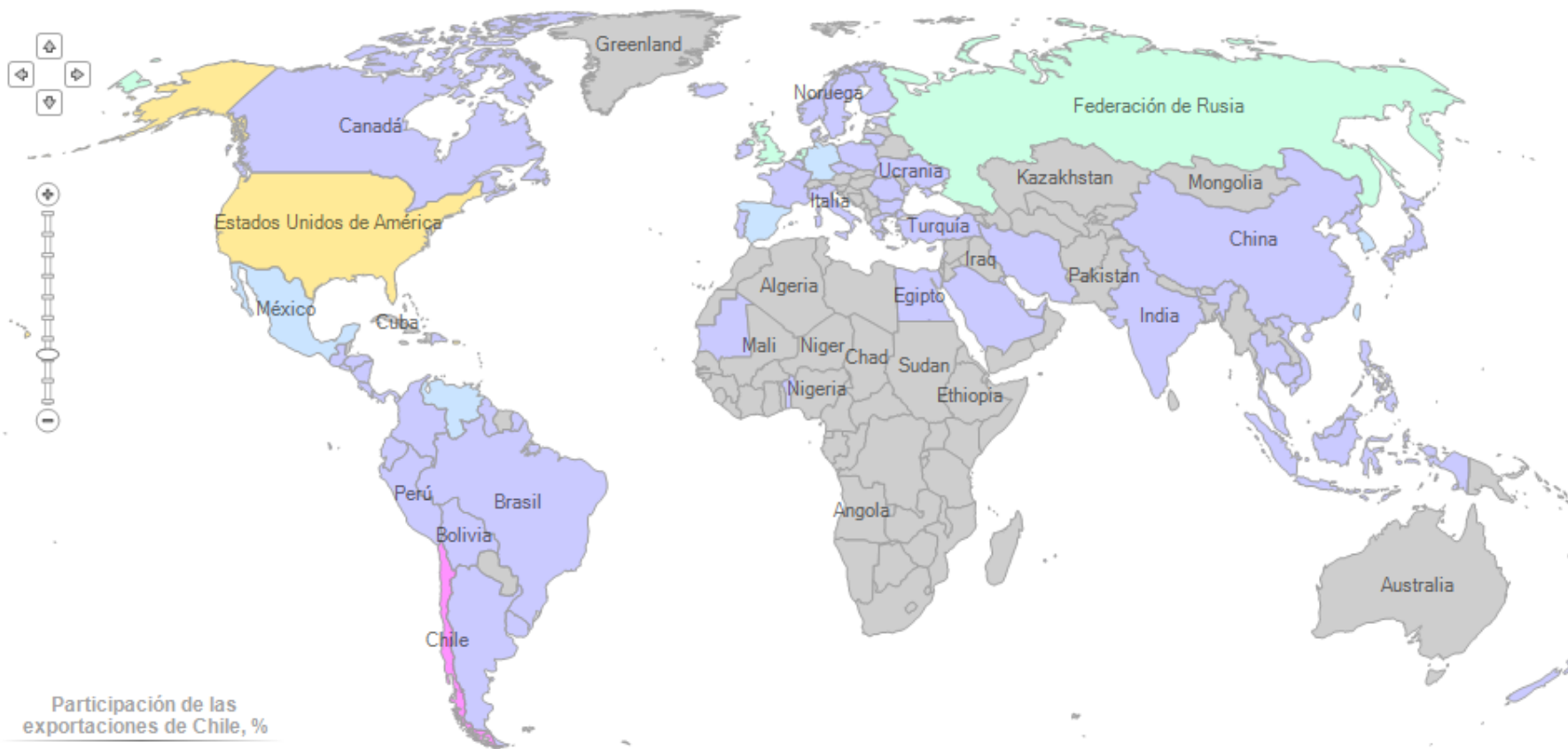
Reset zoom view

Indicador estadístico adicional

Ninguno

### Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Chile en 2008

Producto : 080610 uvas frescas



Participación de las exportaciones de Chile, %

- N.A.
- 0 - 1 %
- 1 - 5 %
- 5 - 10 %
- 20 - 51 %

Fuente: ITC

t: <https://twitter.com/msalazark>

# 4 PILARES PARA EXPORTAR

**SIICEX**  
Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior

¿Qué es el SIICEX? Preguntas Frecuentes Glosario Herramientas de Análisis Buscar Partida

**PROMO:**  
**EJE EXPORTADOR 2012**  
Organiza PromPerú  
Contacto: promo2@promperu.gob.pe  
Teléfono: 616-7400 anexo 2402 - 2612

**MERCA DOS EMERGENTES**

**3 AL 7 DE DICIEMBRE**  
ejeexportador.pe

1 2 3 4 5

Ruta exportadora 28 de noviembre del 2012 **Récord de Exportaciones 2011** Informes de las exportaciones peruanas por sectores

Recomendar 284 Twitter 24

**PRODUCTO / MERCADO**

Búsqueda de producto

[Lista Completa](#) | [Búsqueda Avanzada](#)

Búsqueda por mercado  
Afganistán

**ESTADÍSTICAS**

- Nacionales
- PromperuStat
- Estadísticas de Biocomercio
- Internacionales

**CAPACITACIONES**

- Capacitaciones Organizadas por PROMPERU
- Miércoles del Exportador
- Relaciones con Explotadores
- Capacitaciones Organizadas por PROMPERU

**ESTUDIOS Y PERFILES DE MERCADO**

Ingrese el nombre del Estudio a buscar:

Ingrese el nombre del Estudio a buscar:

**CAPACITACIONES** **ESTUDIOS Y PERFILES DE MERCADO**

t: <https://twitter.com/msalazark>

# ARANCELES

¿Qué es el SIICEX? Preguntas Frecuentes Glosario Herramientas de Análisis Buscar Partida

**SIICEX**  
Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior

**ExportaFácil**

SERVICIOS AL EXPORTADOR

**ExportaFácil**

**PARTIDAS ARANCELARIAS DEL PRODUCTO, EXPORTADAS EN LOS ÚLTIMOS AÑOS**

⚠ "Las partidas de exportación listadas a continuación pudieran contener otros productos o especies"

PARTIDA	DESCRIPCIÓN DE LA PARTIDA	FOB-11	%Var11-10
691390000	LAS DEMAS ESTATUILLAS Y DEMAS ARTICULOS PARA ADORNOS DE CERAMICA	6,756,081	51%
9602009000	LAS DEMAS MATERIAS VEGETALES O MINERALES PARA TALLAR, TRABAJADAS Y MANUFACTURAS DE EST	1,154,697	-23%
6912000000	VAJILLA Y DEMAS ART.DE USO DOMESTICO, HIGIENE O TOCADOR,DE CERAMICA, EXCEPTO PORCELANA	669,609	52%
9205909000	LOS DEMÁS	551,320	8%
6914900000	LAS DEMAS MANUFACTURAS DE CERAMICA	372,212	-5%
9505100000	ARTICULOS PARA FIESTAS DE NAVIDAD	261,487	-53%

Inteligencia de Mercados :.  
Directorios :.  
Enlaces de Interés :.  
Calendario de Actividades :.  
Comuníquese :.

# LA REFERENCIA EN PERÚ

## COMERCIO PERÚ

### PRINCIPALES EMPRESAS EXPORTADORAS

Empresa	%Var 11-10	%Part. 11
JALLPA NINA S.A.	25%	14%
INTERCRAFTS PERU SOCIEDAD ANONIMA...	28%	6%
TAHUA POTTERY S.A.C.	17%	4%
INDUSTRIAS KILIMANJARO S.A.C.	--	4%
ALLPA S.A.C.	-40%	4%
INVERSIONES NEW ORDER S.A.C.	--	4%
R.BERROCAL S.A.C.	130%	3%
INDUSTRIAS NEWARTS SOCIEDAD ANONI...	366%	3%
COTIZALIA TRADING LINE S.A.C.	--	3%
Otras Empresas (373)	--	41%

Fuente: SUNAT

### PRINCIPALES MERCADOS

Mercado	%Var 11-10	%Part. 11	FOB-11 (miles US\$)
Estados Unidos	26%	32%	2,151.22
Venezuela	300%	22%	1,468.37
Italia	3%	9%	638.00
Colombia	1290%	8%	572.98
Japón	62%	8%	530.33
España	30%	4%	282.62
Ecuador	12%	4%	238.67
Alemania	7%	3%	176.47
Francia	-17%	2%	114.85
Otros Países (46)	--	9%	582.58

Fuente: SUNAT

### PRECIOS FOB REFERENCIALES EN KILOGRAMOS (US\$ / KGR)

2011												2010											
DIC	NOV	OCT	SEP	AGO	JUL	JUN	MAY	ABR	MAR	FEB	ENE	DIC	NOV	OCT	SEP	AGO	JUL	JUN	MAY	ABR	MAR	FEB	ENE
1.72	14.30	13.32	17.14	12.23	16.36	8.82	10.73	10.09	20.68	7.92	18.63	10.43	7.81	11.14	4.76	8.14	6.92	9.46	9.28	8.43	8.79	6.47	7.10

# EN EL MUNDO

## COMERCIO MUNDO

### CÓDIGO ARMONIZADO

↳ 691390 ESTATUILLAS Y DEMÁS ARTÍCULOS PARA ADORNO, DE CERÁMICA DISTINTA DE LA PORCELANA, N.C.O.P.

### PRINCIPALES 10 PAÍSES IMPORTADORES

Nº	País	%Var 10- 09	%Part 10	Total Imp. 2010 (millon US\$)
1	Estados Unidos	21%	27%	253.23
2	Alemania	2%	12%	129.85
3	Italia	4%	7%	81.71
4	Países Bajos	6%	7%	72.34
5	Francia	-3%	6%	69.78
6	Reino Unido	4%	5%	55.38
7	Bélgica	3%	3%	33.89
8	Suiza	3%	3%	28.70
9	Federación Rusia	76%	3%	16.72
61	Perú	68%	0%	0.50
	Otros Países (93)		28%	279.59

Fuente: COMTRADE

### PRINCIPALES 10 PAÍSES EXPORTADORES

Nº	País	%Var 10- 09	%Part 10	Total Exp. 2010 (millon US\$)
1	China	56%	63%	412.63
2	Alemania	-2%	7%	68.82
3	Países Bajos	-0%	6%	57.04
4	Portugal	39%	4%	32.66
5	Bélgica	-10%	3%	33.37
6	Italia	10%	3%	26.48
7	México	0%	2%	21.41
8	Francia	-48%	2%	30.88
9	Tailandia	-10%	1%	14.40
17	Perú	-0%	0%	4.47
	Otros Países (81)		10%	99.47

Fuente: COMTRADE

t: <https://twitter.com/msalazark>

# EN EL MUNDO

## ARANCELES PREFERENCIALES

### CÓDIGO ARMONIZADO

↳ 691390 ESTATUILLAS Y DEMÁS ARTÍCULOS PARA ADORNO, DE CERÁMICA DISTINTA DE LA PORCELANA, N.C.O.P.

### APC PERU-EEUU (Cronograma EEUU)

#### Harmonized Tariff Schedule of the United States - US HTS (SA 2002)

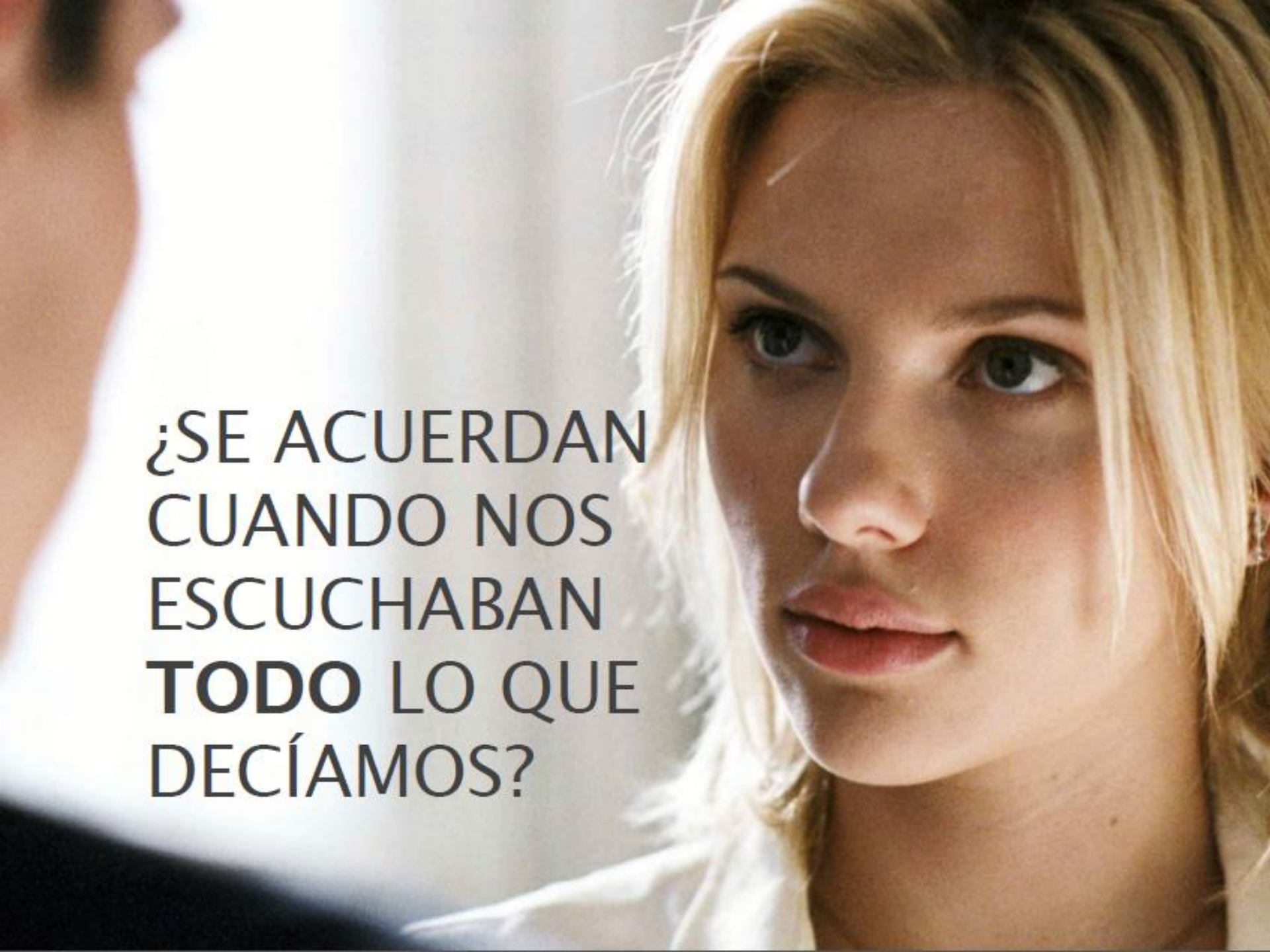
Subpartida	Descripción	Arancel Preferencial
		Ad valorem (%)
69139010	Ceramic (o/than porcelain or china) statues, statuettes, handmade flowers, val. o/\$2.50 each, of original work by professional sculptors	0.00 %
69139020	Ornamental articles of ceramic tile	0.00 %
69139030	Earthenware ornamental articles, having a reddish-colored body and a lustrous glaze of differing colors	0.00 %
69139050	Ceramic (o/than porcelain, china or earthenware) ornamental articles, nesoi	0.00 %

# LOS CONSUMIDORES

# VIDEO: EL NUEVO CONSUMIDOR



¿CÓMO SON LOS USUARIOS?  
¿CÓMO PUEDO SABER QUE LES INTERESA?  
¿CÓMO SABER QUE BUSCAN?  
¿DÓNDE NAVEGAN?



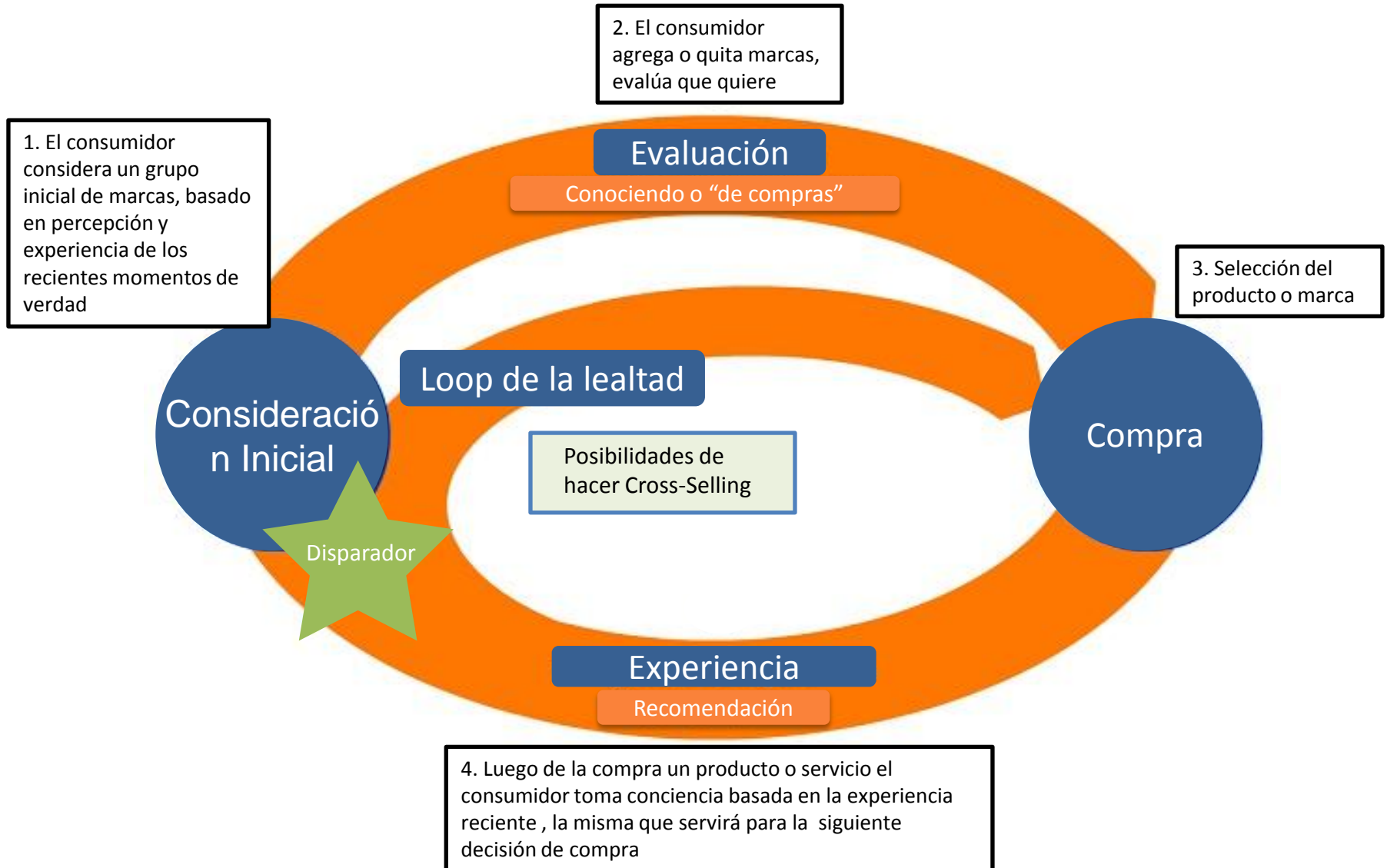
¿SE ACUERDAN  
CUANDO NOS  
ESCUCHABAN  
**TODO** LO QUE  
DECÍAMOS?

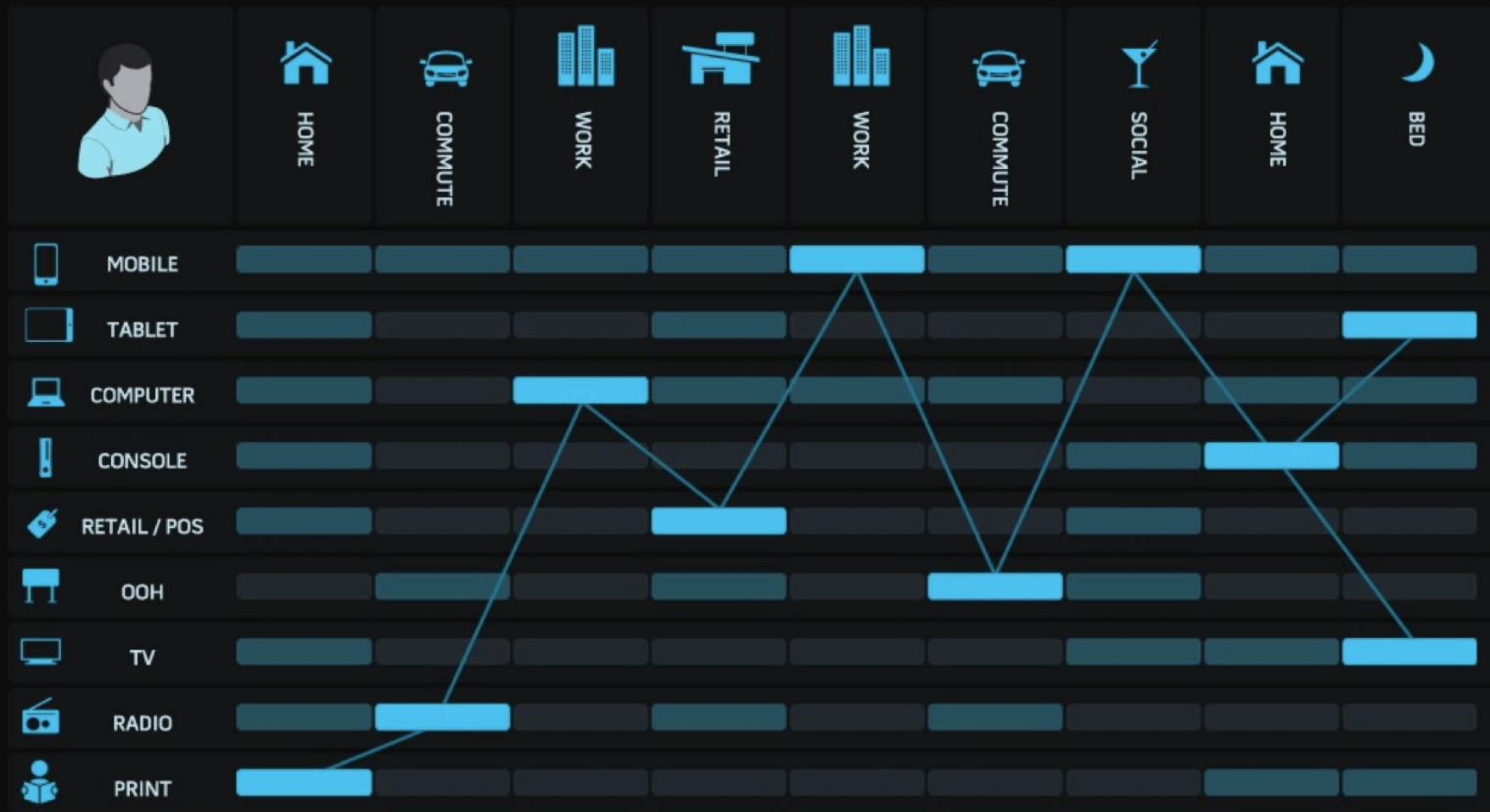


**¡Y NOS CREIAN!**

**EL 70% DE LA GENTE BUSCA EN  
INTERNET ANTES DE REALIZAR  
UNA COMPRA**

# CONSUMER DECISION JOURNEY





¿Cómo es el día del consumidor?

Menos de un 25 % de las búsquedas de 'cafe' pertenecía a la categoría Alimentación y bebidas. [Más información.](#)

## Tendencias de búsqueda

Interés en Búsqueda en la Web: **cafe, esparragos**. España, 2004 - hoy, Alimentación y bebidas.



### Explorar tendencias

Búsquedas más populares

### Términos de búsqueda



×

×

+ Añadir término

▶ Otras comparaciones

### Limitar a

Búsqueda en la Web ▶

España ▶

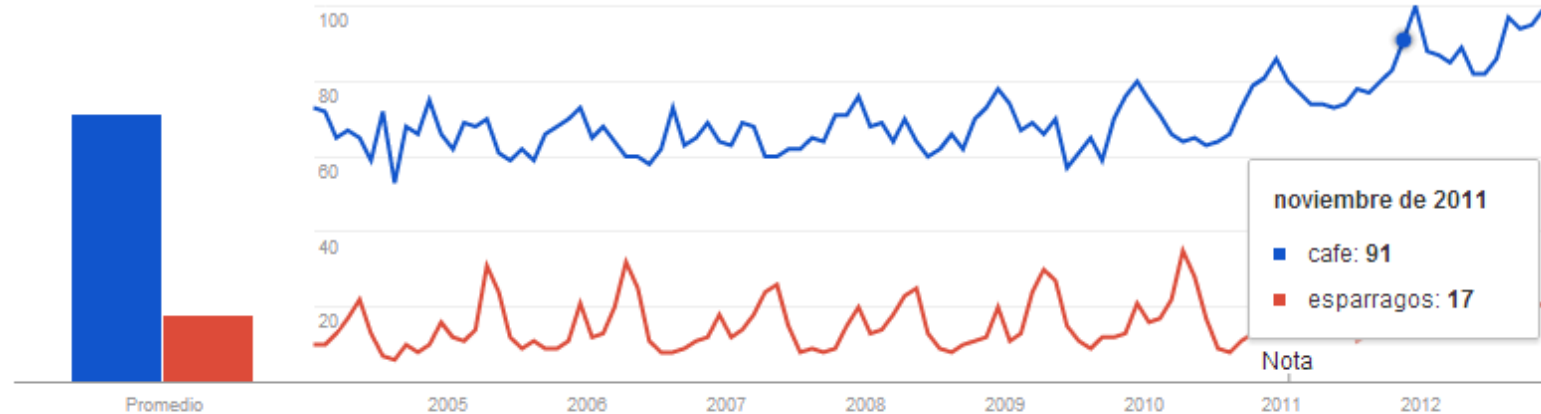
### Interés a lo largo del tiempo ?

El número 100 representa el pico en el volumen de búsquedas

Comparar con la categoría ?

Titulares de noticias ?

Previsión ?



Insertar

# Tendencias

# Herramienta: Google Trends

		mensuales <sup>?</sup>		mensuales <sup>?</sup>		locales		(Búsqueda) <sup>?</sup>	
<input type="checkbox"/>	cafe ▾	Baja	55.600.000	1.220.000					S/.2.67
<input type="checkbox"/>	[cafe] ▾	Baja	301.000	12.100					S/.9.44
<input type="checkbox"/>	grano de cafe ▾	Baja	27.100	2.900					S/.1.98
<input type="checkbox"/>	cafe peruano ▾	Baja	18.100	480					S/.4.21
<input type="checkbox"/>	[grano de cafe] ▾	Baja	1.300	140					S/.13.59
<input type="checkbox"/>	importar cafe ▾	Baja	1.300	110					S/.1.94
<input type="checkbox"/>	[cafe peruano] ▾	Baja	390	16			-		S/.16.61
<input type="checkbox"/>	[importar cafe] ▾	Medio	22	< 10			-		S/.1.20

		Búsquedas globales mensuales <sup>?</sup>		Búsquedas locales mensuales <sup>?</sup>		Tendencias de búsqueda locales		CPC aproximado (Búsqueda) <sup>?</sup>	
<input type="checkbox"/>	restaurant ▾	Baja	101.000.000	3.350.000					S/.1.27
<input type="checkbox"/>	de cafe ▾	Baja	55.600.000	1.220.000					S/.2.56
<input type="checkbox"/>	cafe cafe ▾	Baja	55.600.000	1.220.000					S/.2.60
<input type="checkbox"/>	con cafe ▾	Baja	55.600.000	1.220.000					S/.2.64
<input type="checkbox"/>	el cafe ▾	Baja	55.600.000	1.220.000					S/.2.59
<input type="checkbox"/>	coffee ▾	Baja	45.500.000	450.000					S/.2.89
<input type="checkbox"/>	coffee shop ▾	Baja	13.600.000	246.000					S/.3.30
<input type="checkbox"/>	cafe shop ▾	Baja	11.100.000	246.000					S/.3.45
<input type="checkbox"/>	cafeteria ▾	Baja	1.500.000	246.000					S/.1.40
<input type="checkbox"/>	cafes ▾	Baja	16.600.000	201.000					S/.3.48
<input type="checkbox"/>	cafetera ▾	Medio	450.000	201.000					S/.1.37

TIENEN INTERESES  
HERRAMIENTA: GOOGLE KEYWORD TOOL

[Buscar por ubicación](#)
[Buscar ubicaciones](#)
[Planificación de público](#)

Buscar [Ubicaciones](#) ordenados por [Coincidencia de público](#) Mostrar como máximo [250](#) resultados. [Restablecer filtros](#) [Volver al principio](#)

**Público**
[Geografía](#)
[Idioma](#)
[Datos demográficos](#)
[Actividad online](#)
[Intereses](#)
[Adjunte público al nuevo plan de medios.?](#)

**Región:** [España](#) | **Idioma:** [Español](#) | **edad.:** [25 - 34](#) | **Intereses:** [Alimentación y bebidas](#) [Café y té](#)

**Contenido**
[Contenido del sitio](#)
[Temas](#)
[Excluir temas](#)
[Orientación a sitios](#)
[Ubicación](#)

[Formatos](#)
[Atributos](#)
[Clase de navegador](#)
[Planes de medios y listas](#)

**Palabras clave de contenido:** [salud](#)

[+ Añadir seleccionados](#)
[Exportar](#)
[Gráfico](#)
[Exportar a AdWords](#)

				Índice de comp.	Público Cober.	VU (cookies)	Región VU (cookies)
<input type="checkbox"/>	<b>Ubicación</b>	<b>Tipo</b>	<b>Categoría</b>				
<input type="checkbox"/>	<a href="#">(GDN)isasaweis.com</a>	[A]	Maquillaje y cosmética	200	2,6%	150mil	450mil
<input type="checkbox"/>	<a href="#">(GDN)isasaweis.com::videotutoriales de belleza y cocina,Middle center</a>	[A]	Pérdida de peso	190	2,5%	150mil	450mil
<input type="checkbox"/>	<a href="#">(GDN)isasaweis.com::Sitewide - Todo el sitio,Middle</a>	[A]	Pérdida de peso	190	2,5%	150mil	460mil
<input type="checkbox"/>	<a href="#">(GDN)isasaweis.com::blog y videos de belleza y cocina,Top center</a>	[A]	Pérdida de peso	190	2,5%	150mil	460mil
<input type="checkbox"/>	<a href="#">(GDN)youtube.com</a>	[A]	Música y sonido	66	49,0%	2,8M	57M
<input type="checkbox"/>	<a href="#">(GDN)madrid.salir.com</a>	[A]	Restaurantes	110	0,8%	43mil	230mil
<input type="checkbox"/>	<a href="#">(GDN)salir.com</a>	[A]	España	100	5,8%	330mil	2M
<input type="checkbox"/>	<a href="#">(GDN)cocina.facilísimo.com</a>	[A]	Cocina y recetas	96	3,2%	180mil	1,1M
<input type="checkbox"/>	<a href="#">(GDN)directoalpaladar.com</a>	[A]	Cocina y recetas	95	3,8%	220mil	1,4M
<input type="checkbox"/>	<a href="#">(GDN)recetascomidas.com</a>	[A]	Cocina y recetas	96	2,7%	150mil	970mil
<input type="checkbox"/>	<a href="#">(GDN)euroresidentes.com::Cocina argentina,Varias ubicaciones</a>	[A]	Cocina mediterránea	95	1,2%	70mil	440mil
<input type="checkbox"/>	<a href="#">(GDN)pequerecetas.com</a>	[A]	Cocina y recetas	94	1,7%	96mil	620mil
<input type="checkbox"/>	<a href="#">(GDN)petitchef.es</a>	[A]	Cocina y recetas	94	2,3%	130mil	850mil
<input type="checkbox"/>	<a href="#">(GDN)mundorecetas.com</a>	[A]	Cocina y recetas	93	3,0%	170mil	1,1M
<input type="checkbox"/>	<a href="#">(GDN)mis-recetas.org::Las paginas de recetas alimentos técnicas</a>						

NAVEGAN EN ALGUNOS SITIOS  
 HERRAMIENTA: GOOGLE AD PLANNER

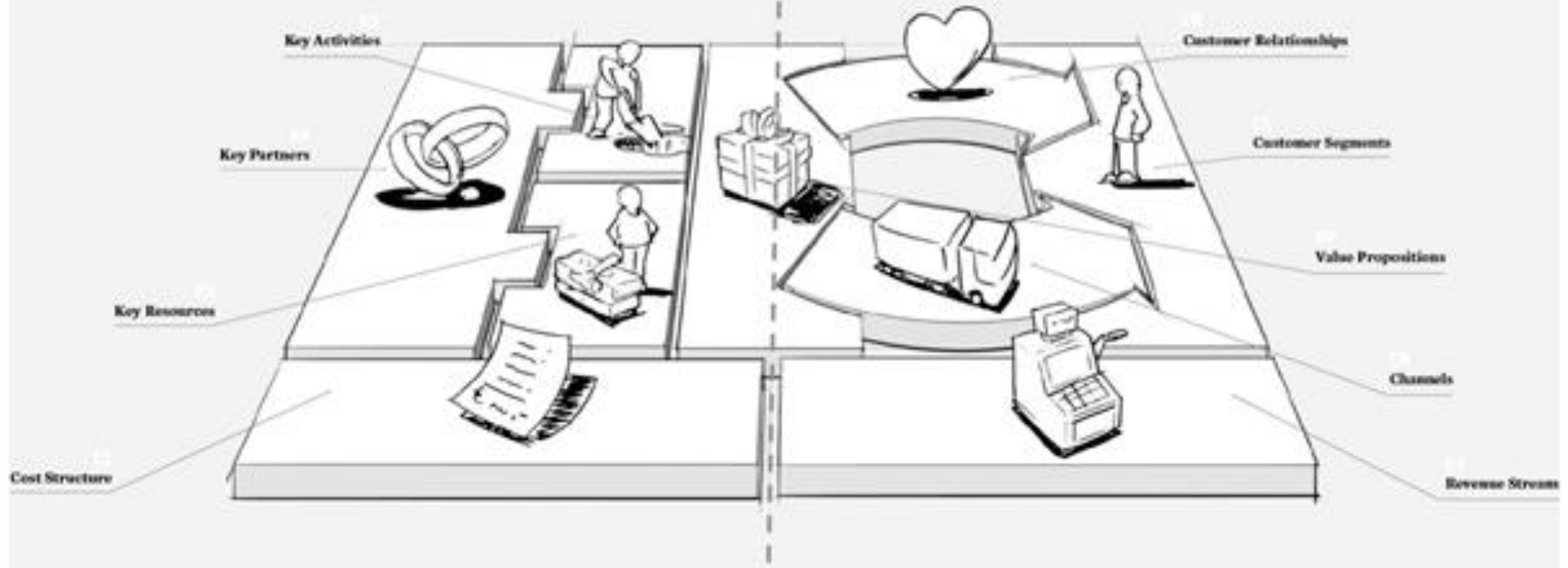
# LOS NEGOCIOS



CREADAS PARA GENERAR VALOR

# EMPRESA

# MERCADO



PRIMERO: TENER UN MODELO DE NEGOCIO



# Introducción

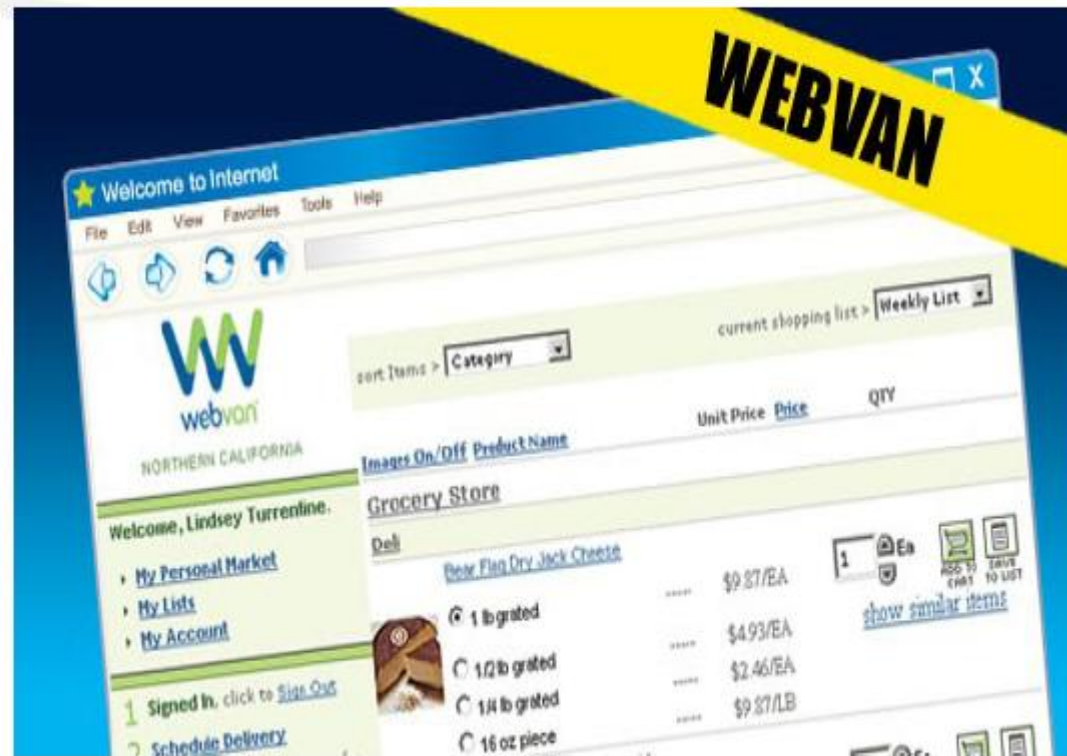
## Casos No Exitósos

### WEBVAN

Verduras hacia donde quieras...

Venta de verduras vía internet, estaban en muchas ciudades de USA.

**Problema:**  
Mínimo margen de ganancias  
Stocks limitados  
Tercerización





# Introducción Casos No Exitósos

## KOZMO.COM

Reparto hasta la puerta de tu casa...

Repartían de todo

Por bicicleta, auto, a pie,  
transporte público

**Problema:**

Costo bajo de delivery  
Distancias muy largas  
Poca ganancia

The screenshot shows the Kozmo.com website interface. At the top, there is an orange header with the Kozmo.com logo and the text "movies, CDs, food, electronics & more... free delivery to you in under an hour." Below the header, the main content area is green and contains the text "where do you want your delivery?". There are two columns of input fields: "new users:" with a "delivery zip:" field and a "GO!" button; and "members:" with "user name:" and "password:" fields. Below these fields, there are two radio button options: "Delivery to me" (selected) and "Send a gift delivery to someone else". At the bottom of the form, there is a "Delivery zip code:" field and another "GO!" button.



### **Errores particulares**

- Modelo económico no sustentable
- Poco trabajo de PR Digital
- Medios de pago adecuados para su público objetivo

### **Problemas de la cadena de valor (No solo digital)**

- Soporte Logístico
- Soluciones para el mercado
- Miopía Gerencial
- Confianza del consumidor

# FACTORES QUE RETRASAN EL DESARROLLO DEL E-COMMERCE

## (Puntos críticos: Capacitación + Logística + Seguridad)

### EMPRESA

### CONSUMIDOR

Sobreatención al canal tradicional  
 Temor a competir con el canal principal  
 Preferencia porque el cliente visite la tienda física

Percepción de poco interés de los consumidores por comprar en línea  
 Percepción sobre poca rentabilidad en el canal virtual

Miopia gerencial

Implementación compleja

Falta de competencia en el canal virtual

Falta de una política de Estado que promueva la reducción del fraude

Percepción sobre altos niveles de fraude en el Perú

Falta de apoyo de los bancos para reducir fraude

La falta de disponibilidad o dificultad para utilizar medios de pago

La costumbre, a la gente le gusta probar, le gusta ir a tiendas y le gusta regatear

Necesidad de asesoramiento personal durante la compra

Desconfianza resultante de la percepción que se tiene sobre la idiosincrasia del peruano (viveza)

Temor al fraude

La cercanía de las tiendas al consumidor

Falta de respaldo por parte de las compañías, entidades financieras y del Estado

Falta de difusión acerca de la posibilidad y de las ventajas de comprar en línea

Temor a que el ciclo de la venta no se cierre adecuadamente

Necesidad de tener el producto inmediatamente

Falta de oferta

Falta de referentes confiables que hagan uso del medio exitosamente

Temor a sobrepasar las posibilidades de pago mensual

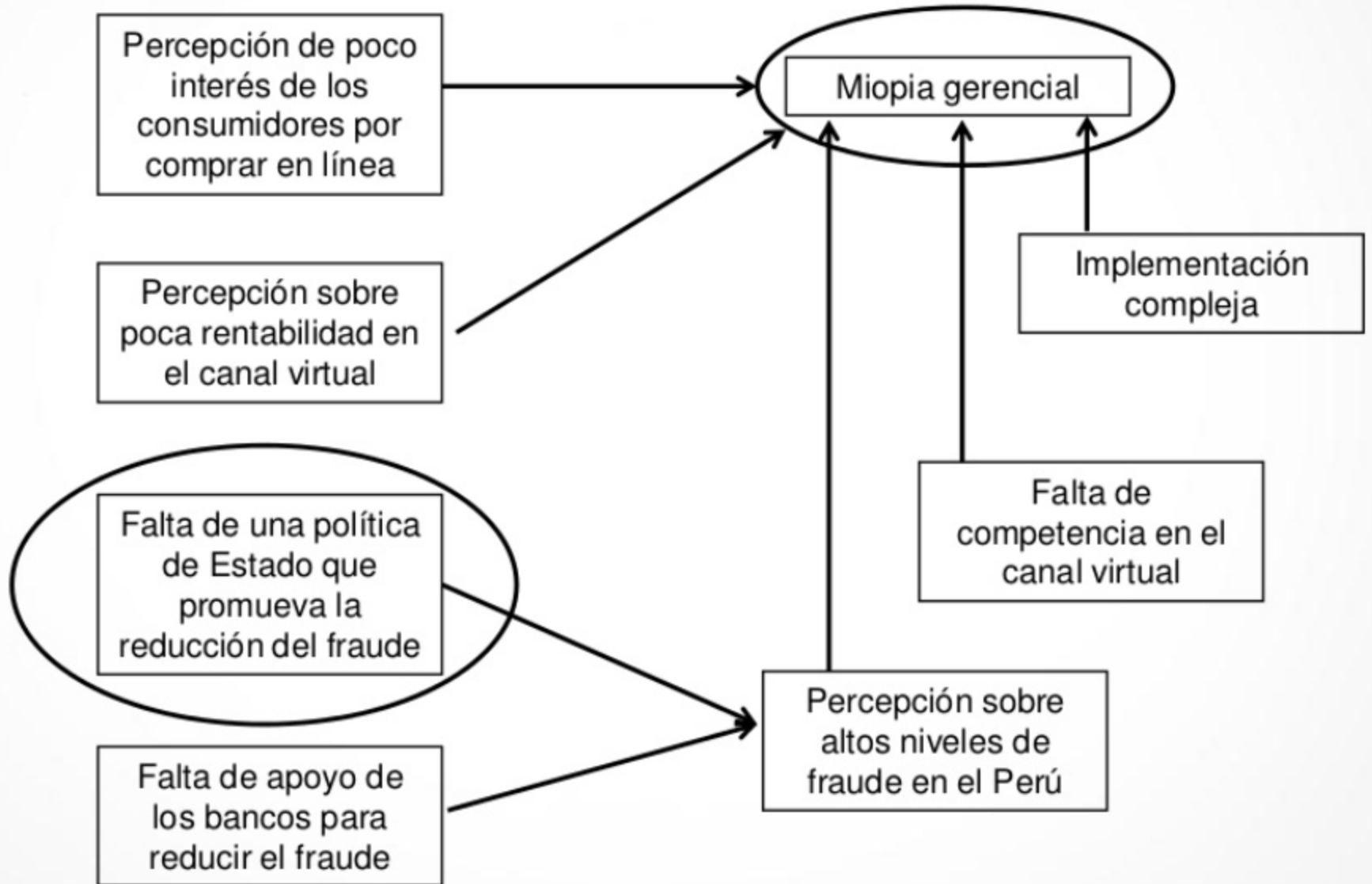
Complacencia con la oferta física de bienes y servicios

Percepción sobre las capacidades técnicas de la persona para realizar compras en línea

DESINCENTIVOS DEL CONSUMIDOR PARA LA COMPRA EN LÍNEA

<http://www.capece.org.pe/>

# EMPRESA



# CONSUMIDOR

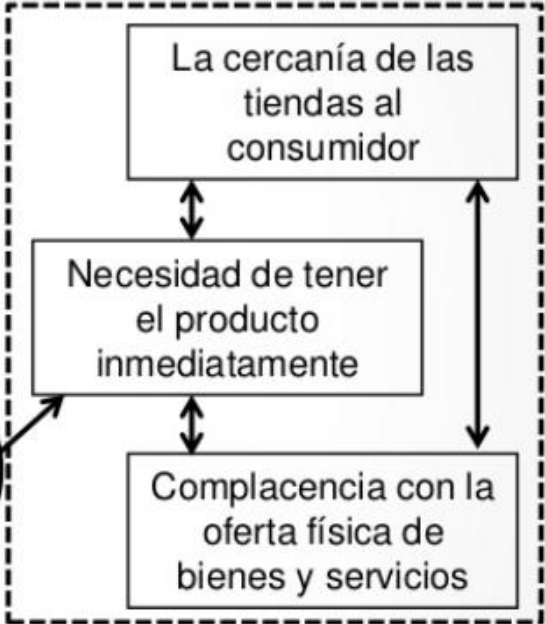
La falta de disponibilidad o dificultad para utilizar medios de pago

La costumbre, a la gente le gusta probar, le gusta ir a tiendas y le gusta regatear

Necesidad de asesoramiento personal durante la compra

Desconfianza resultante de la percepción que se tiene sobre la idiosincracia del peruano (viveza)

Temor al fraude



Falta de respaldo por parte de la compañías, entidades financieras y del Estado

Falta de difusión acerca de la posibilidad y de las ventajas de comprar en línea

Temor a que el ciclo de la venta no se cierre adecuadamente

Falta de oferta

Falta de referentes confiables que hagan uso del medio exitosamente

Temor a sobrepasar las posibilidades de pago mensual

Percepción sobre las capacidades técnicas de la persona para realizar compras en línea



- Las dos herramientas básicas del e-commerce son el marketplace y el portal de e-commerce
- No solo es lo que se ve lo que importa, hay más

# MEDIOS DE PAGO

	Visa	Mastercard	Safety Pay	2 Checkout	Paypal
<b>Costo afiliación</b>	\$800 + Igv	\$500 + Igv	\$800 + Igv	\$49	\$0
<b>Renovación</b>	\$500 + Igv	\$300 + Igv	0	0	\$0
<b>Comisión</b>	5%	5%	3%-5%	5.5%	5%
<b>Deposito en cuenta</b>	48 horas	48 horas	48 horas	15 días	48 horas
<b>Costo por transacción</b>	0	0	0	\$0.45	\$0.5
<b>Facilidad para el usuario</b>	Buena	Buena	Regular	Fácil	Regular
<b>Entidades financieras locales</b>	Todos	Todos	BCP, BBVA, Scotiabank Interbank,	Cuentas en USA	Cuentas en USA
<b>Integración</b>	Web services	Trama	Web services	Interfase simple	Interfase Simple
<b>Asesoría</b>	Si	Si	Si	Poca	Poca



# Tiendas virtuales Medios de Pago

## TODO EN UNA



¿Cómo funciona?

¿Porqué es Seguro?

¿Los beneficios?

Contáctenos

BizPay es la solución de comercio electrónico que permite que su empresa reciba pagos vía cualquiera de las tarjetas de crédito afiliadas a BizLinks.la entre otras tarjetas dependiendo de su banco y país en el que usted reside..



### Práctico

Con BizPay su empresa podrá vender bienes, servicios... prácticamente todo!



### Seguro

Con BizPay sus transacciones están protegidas.



### Contáctenos

"En BizPay estamos interesados en que su negocio se desarrolle en el mundo entero."





# Tiendas virtuales

## Medios de Pago - Safetypay

### ¿Cómo funciona SafetyPay?

#### Pago de ventas online:

Creado para cobrar ventas realizadas en las tiendas online de los comercios afiliados.





El medio de pago más utilizado por empresas en Perú:

- Tarjeta de Crédito (80%)
- Safety Pay (31%)
- Pay Pal (22%)
- 2CO (12%).



# Tiendas virtuales

## Consideraciones logísticas



<http://www.youtube.com/watch?v=gEESQrADeJ8>



# VIDEO: DELIVERY





# Tiendas virtuales

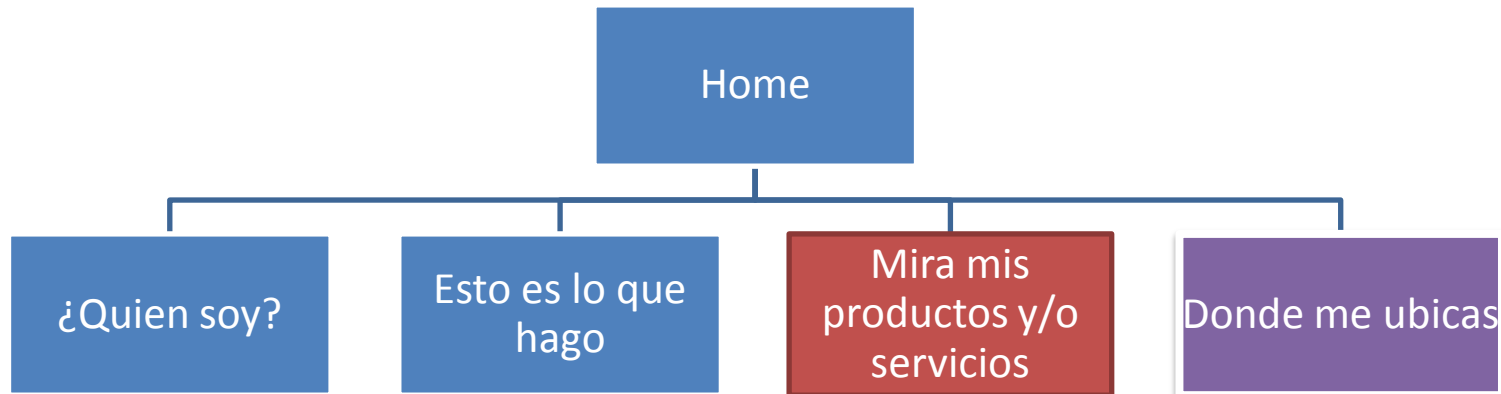
## Consideraciones Logísticas

- Es la pieza que necesariamente debe existir para negocios que dependen de la entrega de productos físicos
- Incluso comprar un seguro requerirá de la entrega física de la póliza

# ¿MI WEB O MI TIENDA ONLINE? ESTRATEGIA



# Tiendas virtuales ¿Distinto a un sitio web?

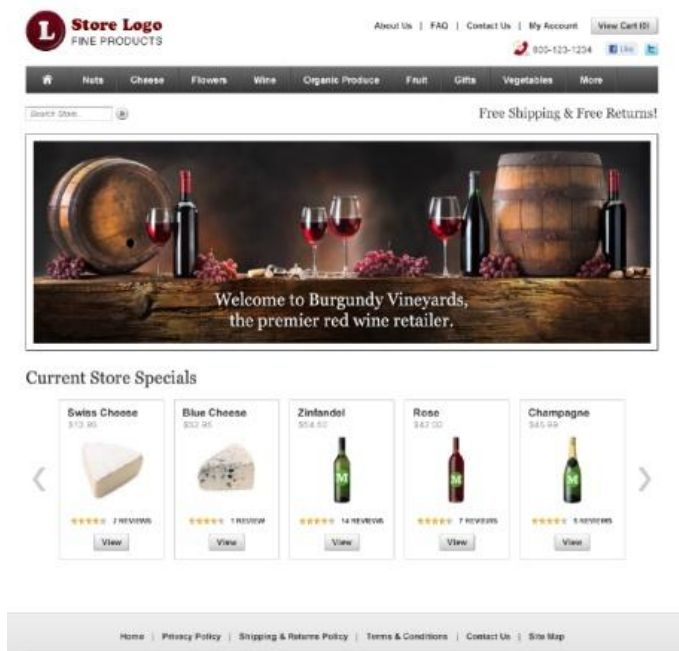


- Las fotos son muy importantes , deberían ser las vedettes del sitio.
- Las Promociones deben estar presentes siempre. Debe existir un valor para el cliente que no encuentra en otro lado
- Tener información de contacto siempre presente
- Categorías de productos
- Ficha de productos
- Buscador interno



# Tiendas virtuales ¿Cómo funcionan?

## Lo que ves



## Lo que No





# Tiendas virtuales

## Como implementar

- Existen varias opciones de desarrollo
  - Autogestión
    - Znode
    - Tienda Maestra
  - Content Management System (CMS)
    - Magento
    - Prestashop
    - Joomla
  - Ad hoc (A la medida)
    - Varias empresas locales



## Acceso de por vida a tu propia tienda virtual

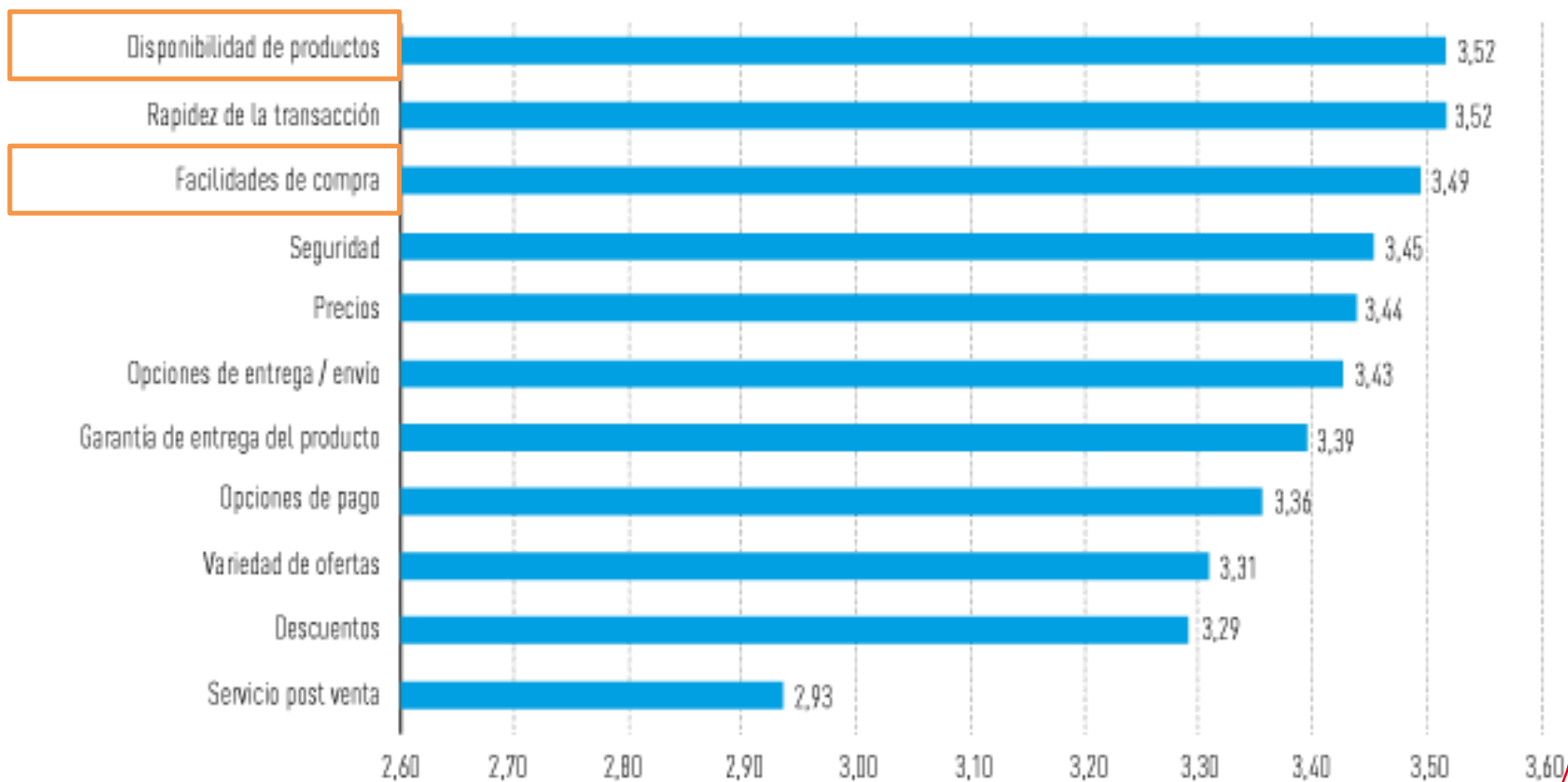
Obten acceso a la aplicación web de nuestra Tienda Virtual, totalmente administrable y amigable a los buscadores.

Tomar TOUR

Probar DEMO



# Lo que más le importa al consumidor



TIENES UNA TIENDA ONLINE  
Y TIENES EL PROCESO PRODUCTIVO

¿ES SUFICIENTE?



Tu web

**PERO TU WEB NO LA CONOCE NADIE**

**Se necesitar plantear y ejecutar estrategias en buscadores, en redes sociales, hacer publicidad interactiva**

¿CÓMO PUEDO LLEGAR A LOS  
CONSUMIDORES?

ELLOS YA ESTÁN  
BUSCANDO



¿CÓMO PUEDEN LLEGAR A MI?

# MARKETING ONLINE

## Puntos de encuentro

- Buscador
- Tu propio Sitio Web
- Video
- Redes Sociales
- Móvil
- Navegando en portales

## Modelo de negocio

- Sitio web
- Tienda online
- Sitio móvil
- Aplicación móvil
- Estrategia en redes sociales
- Pautas de publicidad online
- Campañas de performance
- Tácticas mixtas (online / offline)



**Como haría un negocio para vender en una calle que no pasa nadie**



Acá hay más oportunidad

## LA IMPORTANCIA DEL TRÁFICO

- Si no hay tráfico, no posibilidad de ser popular
- Si no soy popular, el sitio no es relevante
- Si el sitio no es relevante, entonces eres invisible
- Si eres invisible, no tendrás prospectos, menos posibilidad de tener clientes.
- Sin posibilidad de clientes, no hay posibilidad de tener transacciones
- Si no hay transacciones, no hay negocio

# SEO Y SEM

## Patrocinados



alquiler de autos  Miguel Angel S... 5

**Búsqueda** Aproximadamente 6,260,000 resultados (0.23 segundos)

- Todo
  - Imágenes
  - Videos
  - Noticias
  - Más
- 
- La Web**
  - Páginas en español
  - Páginas de Perú
  - Páginas extranjeras traducidas
  - Más herramientas

Anuncios relacionados con **alquiler de autos** [¿Por qué estos anuncios?](#)

**Alquiler De Autos Baratos - Mejor Precio + Disponibilidad**  
[www.rentalcars.com/](http://www.rentalcars.com/)  
Llama Gratis O Reserva Online Ahora

Alquiler Autos Baratos    Protección Contra Robo  
KM ilimitado                      Cancelación Gratis

**Alamo alquiler de autos | Alamo.com**  
[www.alamo.com/](http://www.alamo.com/)  
\$25 menos en **alquileres** semanales y \$15 en **alquileres** 3 días y mas

**Autos en Estados Unidos | Budget.com**  
[www.budget.com/](http://www.budget.com/)  
Renta tu coche en US a Precios increíbles. Reserva ahora mismo!

Anuncios - [¿Por qué estos anuncios?](#)

**Renta de Coches Avis**  
[www.avis.com/](http://www.avis.com/)  
Sitio oficial de Avis. Excelentes precios en **Alquiler de Autos!**

**Alquiler coche**  
[www.alquiler-coches-baratos.com/](http://www.alquiler-coches-baratos.com/)  
Ahorre dinero en el **alquiler** de coches. Más de 1600 oficinas

**Alquiler De Autos Ofertas**  
[www.gpt.pe/Alquiler-Autos](http://www.gpt.pe/Alquiler-Autos)  
Mayor Disponibilidad a Mejor Precio Y Ofertas. ¡Reserva Ya! al 476-1639

**Alquiler De Carros Costa Rica**  
[www.avis.co.cr/](http://www.avis.co.cr/)  
En Costa Rica - Excelente Servicio Y Ofertas Especiales, ¡Consulte!

**Alquiler vehiculos Bs. As**  
[www.bairesrentacar.com.ar/](http://www.bairesrentacar.com.ar/)  
Promociones On Line Consultenos Precios Todo Incluido 6009-0679

**Alquiler de Vehículos**  
[www.trinyrent.com/Alquiler\\_Autos](http://www.trinyrent.com/Alquiler_Autos)  
**Autos**, Camionetas 4x4 Equipadas p/Minas.Reservas OnLine. Visitenos!

[Mira tu anuncio aquí >](#)

**Alquiler de Autos en Lima, Peru - Facil Rent a Car**  
[www.facil.com.pe/](http://www.facil.com.pe/)  
Facil.com.pe - **Alquiler de autos** Toyota Yaris y Corolla, mecanicos y automaticos, todos con A/C, impecables. Mejoramos ofertas, ¡llámenos.  
↳ Vehiculos - Reservas - Oficinas - Alquiler de coches en Lima

**Alquiler de Autos en Perú**  
[www.paginasamarillas.com.pe/Alquiler+Autos](http://www.paginasamarillas.com.pe/Alquiler+Autos)  
Encuentra **Alquiler de Autos** en Páginas Amarillas Perú.  
↳ Lima - Cusco - Piura - Tacna

**Alquiler de Autos en Lima con Budget Car Rental Perú - Alquiler de ...**  
[www.budgetperu.com/](http://www.budgetperu.com/)  
Conoce el Perú alquilando un auto o camioneta 4x4 de Budget Car Rental. **Alquiler de Autos** en Lima con la flota más variada. Renta de Camionetas en Lima, ...

**ORGANICO**

# ADSENSE – DISPLAY ADS



Buscar en: PAGINAS DEL PERU PAGINAS DE ADOONDE GOOGLE

HOY, 14 de Julio de 2011

- Inicio
- Diarios Peru
- Diarios Regionales
- Diarios Mundo
- Noticias
- Fútbol
- Televisión Peru
- Radios Peru
- Hoteles Peru
- Líneas Aéreas
- Tiempo Peru
- Mensajes Texto
- Horóscopo
- Esoterismo
- Videos
- Chicos
- Chicas
- Chat
- Peruanos Extranjero
- Amor
- Códigos Postales Peru
- Farmacias Lima
- Mi Vivienda
- Traductor
- Cine
- Calcular IMC

## Categorías

- Arte y Cultura
- Buscadores Guías
- Ciencia Tecnología
- Ciencias Sociales
- Comercio Finanzas
- Compras Productos
- Deportes
- Diversión Amor
- Educación
- Gobierno Peru
- Industria Peru
- Informática Internet
- Letras Literatura
- Música Peru
- Niños y Juegos
- Noticias Peru
- Organizaciones

## Paro de transportistas en Lima deja 35 detenidos por disturbios



Transportistas intentaron lanzar piedras, quemar llantas y bloquear vías. Villarán: Ceder a la presión de un paro significa mantener el caos en transporte



## Últimas Noticias

- Gana Perú: Aseguraremos estabilidad económica "fuera de toda duda"
- Keiko Fujimori dice que están evaluando indulto a su padre
- Perú enfrentaría a Colombia en cuartos de final de la Copa América
- Presidente Alan García inauguró tramo 1 del Tren Eléctrico
- Chile presentó dúo clásico ante Copa Internacional

Hoteles 5 Estrellas en Perú\*  
hasta un 70% menos\*  
AQUÍ ▶

AdondeMail

Departamentos en venta  
Autos nuevos y usados  
Juegos gratis flash

## Humor

Nando, un Chofer de Combi sin Escrúpulos...

## ¿Qué pasó en la historia

14 de Julio de 1979.- La Asamblea Constituyente aprueba una nueva Constitución con el objetivo de propiciar la progresiva democratización en Perú y el traspaso de poder a los civiles... Efermídes

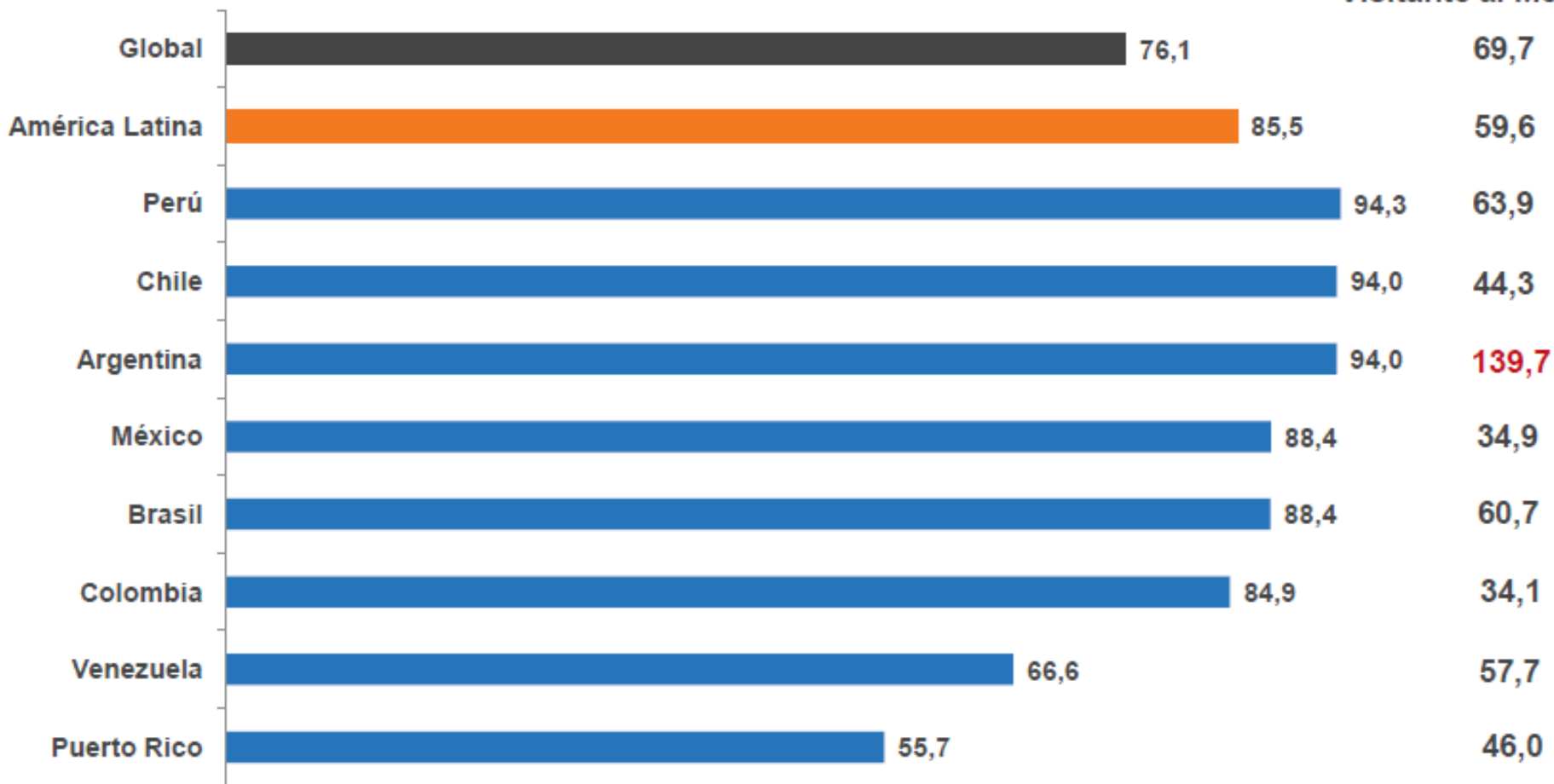
## Videos destacados de Youtube



# Categoría Noticias/Información - Más del 85% de los Latinos Online Visitan Sitios de Noticias

% Alcance sobre Audiencia Total de Internet

Minutos Promedio por Visitante al Mes



# ¿SON EFECTIVAS?

- Págs. Personales
- Política y Leyes
- Religión Misticismo
- Salud y Belleza
- Servicios
- Turismo Peru
- Adultos
- Educación**
- Promos Colegios
- Universidades
- Medio Ambiente
- Tareas Escolares
- Historia Peru
- Presidentes Peru
- Biografías Peru
- Museos Peru
- Embajadas
- Constitución Peru
- Santos y Fiestas
- Iglesias Lima

Unile presento duplica ante Corte Internacional de Justicia de La Haya



**Carátulas Diarios de Lima**

- Noticias Diarios Radio TV Video**
- Diarios del Peru
  - Diarios Deportes
  - Diarios Latinos
  - Noticias On Line
  - Agencias de Noticias
  - Revistas
  - Canales TV Perú
  - Radios Peru AM y FM
  - Radios On Line
  - Videos Gratis
  - Tiempo, Clima
  - Prensa, Periodistas

Correo / Portales	Teléfonos
Contactos	Chats
Humor	Gobierno
Bancos	Utiles
Diversión	Tareas

- Tareas
- Becas
- Ciberdocencia
- Ayuda Niños
- Primera Escuela
- Rincón del Vago
- Monografías
- Escolar.com
- Ilustrados
- Altillo

**Vacantes de Empleo**  
Encuentra el Empleo que buscas Postula a miles de Vacantes Hoy.  
[www.trabajando.pe](http://www.trabajando.pe)

**Encuentra pareja en Oasis**  
Servicio de Búsqueda 100% Gratis! Conoce a esa persona especial.  
[www.amoreonlinea.com](http://www.amoreonlinea.com)

**Mariachis con Violines**  
Mariachi Cielo de México, Llame al: Tlf 251-0331 N 417\*1589 RPM \*420344  
[mariachisenlimaperu.com](http://mariachisenlimaperu.com)

Anuncios Google

<b>Turismo</b>	<b>Diversión</b>	<b>Educación</b>
• Hoteles Perú	• Chats	• Historia

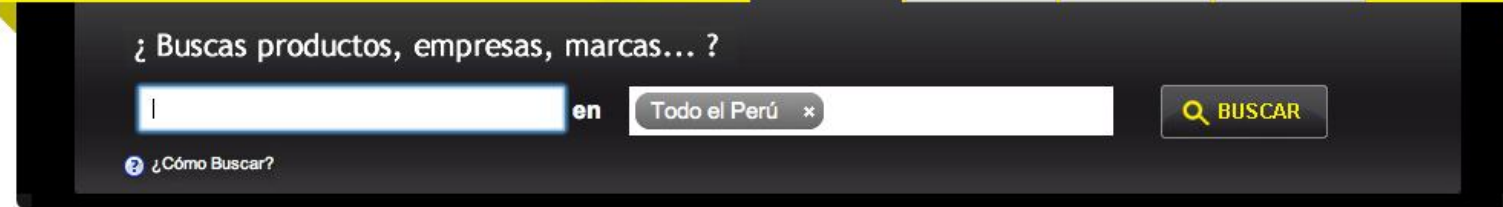
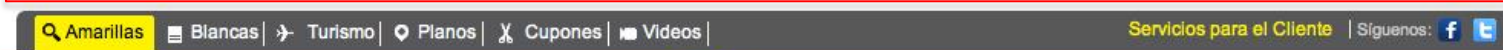
repetir

**movistar**

Compartida, la vida es más.



960x90



Sorpresa !

Destacados

**AIRE ACONDICIONADO**

- Uezu Ingenieros
- Cold Import
- Ingenieros Friotemp S.A.C.
- Refricorp
- A.I. R.

**CONSTRUCCIÓN: MÁQUINAS Y EQUIPOS**

- Edipesa
- Ferreyros
- Rivera Diesel
- Stenica S.A.
- Cresko

**MUEBLES DE OFICINA**

- Next Office S.A.C.
- Mepal
- Bismet
- Nogal
- Office Decor

**NOTARÍAS**

- Notaría Gonzales Loli
- Notaría Roxanna Reyes
- Notaría Acevedo Mendoza
- Notaría Zambrano
- Notaría Paino

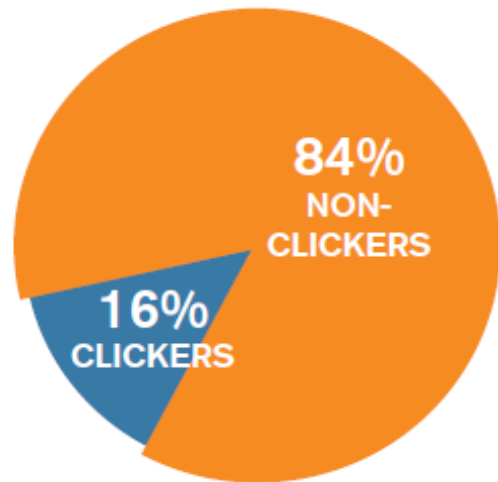


300x250



# ¿La gente hace click?

El click no es una medida apropiada para determinar la efectividad de la publicidad tipo display



# 84%

OF ALL U.S. INTERNET USERS  
DO NOT CLICK ON **ANY** ADS  
IN A GIVEN MONTH

4% heavy clicker  
4% moderate  
8% light clicker

# ¿Funciona el Click?

## CTR por industria:



0.06%  
Financial  
Services



0.07%  
Telecom



0.08%  
Travel



0.09%  
CPG/Retail/  
Wellness



0.10%  
Tech/Media/  
Entertainment



0.15%  
Auto

## CTR por país:



0.05%  
Finland



0.07%  
Australia



0.07%  
UK



0.08%  
Sweden



0.09%  
Canada



0.10%  
USA



0.11%  
Germany



0.12%  
Switzerland



0.14%  
Netherlands



0.17%  
Greece



0.19%  
Singapore



0.30%  
Malaysia

# RETARGETING

USUARIOS IMPACTADOS REITERADAS VECES EN EL PASADO

## View 1

LCD 40\"  
FULL HD  
Samsung  
~~\$299.990~~  
Normal \$549.000  
DVD de REGALO!

## View 2

LCD 40\"  
FULL HD  
Samsung  
~~\$299.990~~  
Normal \$549.000  
DVD de REGALO!

## View 10

LCD 40\"  
FULL HD  
Samsung  
~~\$299.990~~  
Normal \$549.000  
DVD de REGALO!

EN SU PROXIMA NAVEGACIÓN

LCD 40\"  
FULL HD  
Samsung  
~~\$299.990~~  
Normal \$549.000  
DVD de REGALO!

**SOLO POR HOY!**  
¿Qué esperas para tu LCD?

IRT  
Pantalla LCD  
**\$199.990**

Soporte de muro a \$1  
Al comprar un LCD entre 37\" a 63\"

Exclusivo en Falabella.com



# CROSS SELLING

USUARIOS QUE COMPRARON UN LCD



EN SU PROXIMA NAVEGACIÓN



# TAMBIÉN EN LOS VIDEOS



gangnam style



Explorar | Subir video

Miguel Angel Sala...

2



Anuncio (0:29)

0:00 / 4:23

## PSY Gangnam Style ( Official Video )



LPRodriguez93 · 26 videos



Suscribirse

13958339

37995

3547

dále like a Gillette Colombia en Facebook, para saber como.

0:13

0:18

2:41

1:46

3:24

Ver más videos de

**Gillette** GilletteLA



### Oppa Gangnam Chicser Style

de chicserooficial

906150

DESTACADOS



### Senna

de dgoCruz

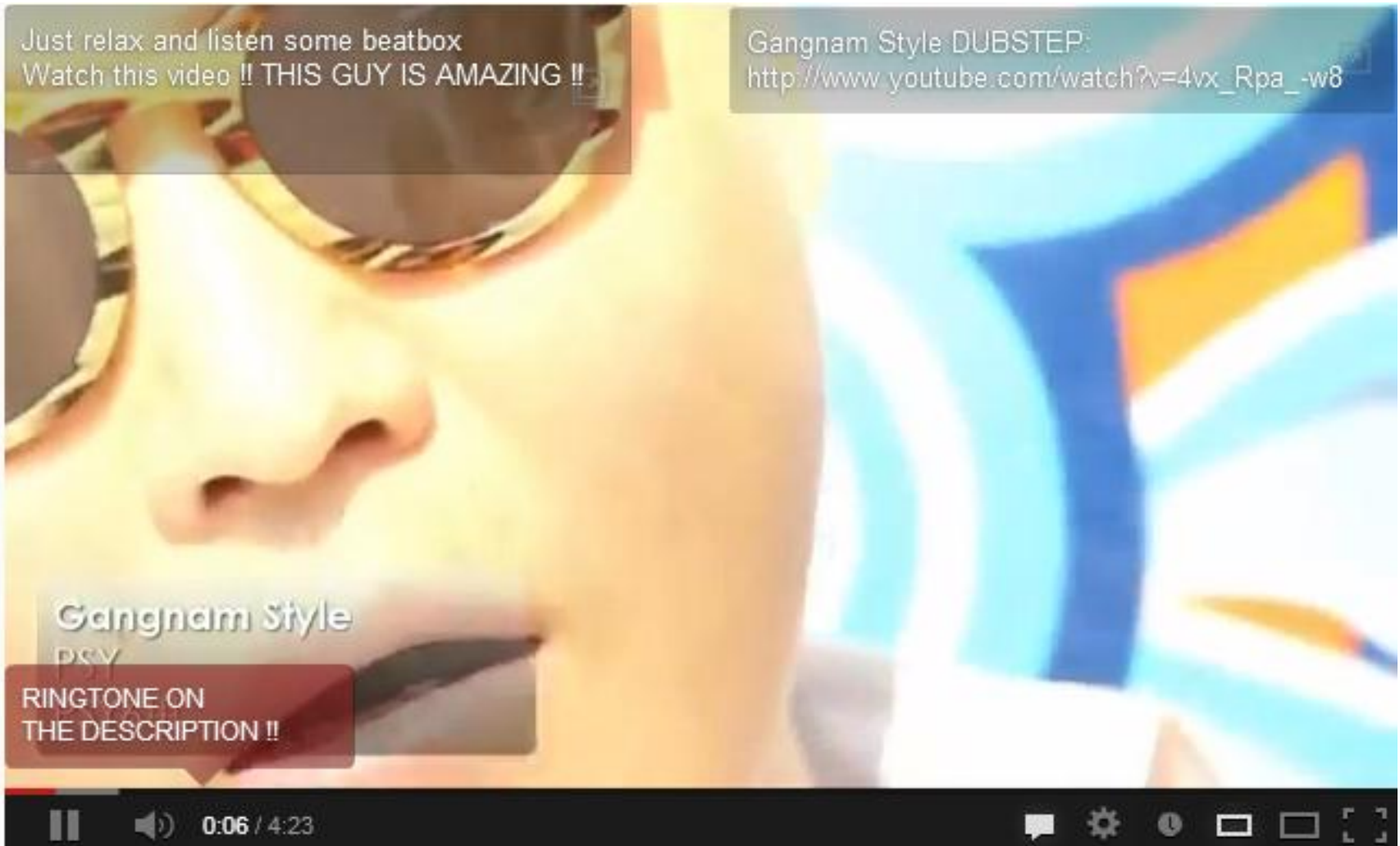
358379 reproducciones



### PSY (ft. HYUNA) 오빤 딱 내 스타일

de officialpsy

170075286 reproducciones



<http://www.youtube.com/watch?v=mYPvAMrMzwl>

t: <https://twitter.com/msalazark>

## VIDEO: LICUANDO UN IPHONE

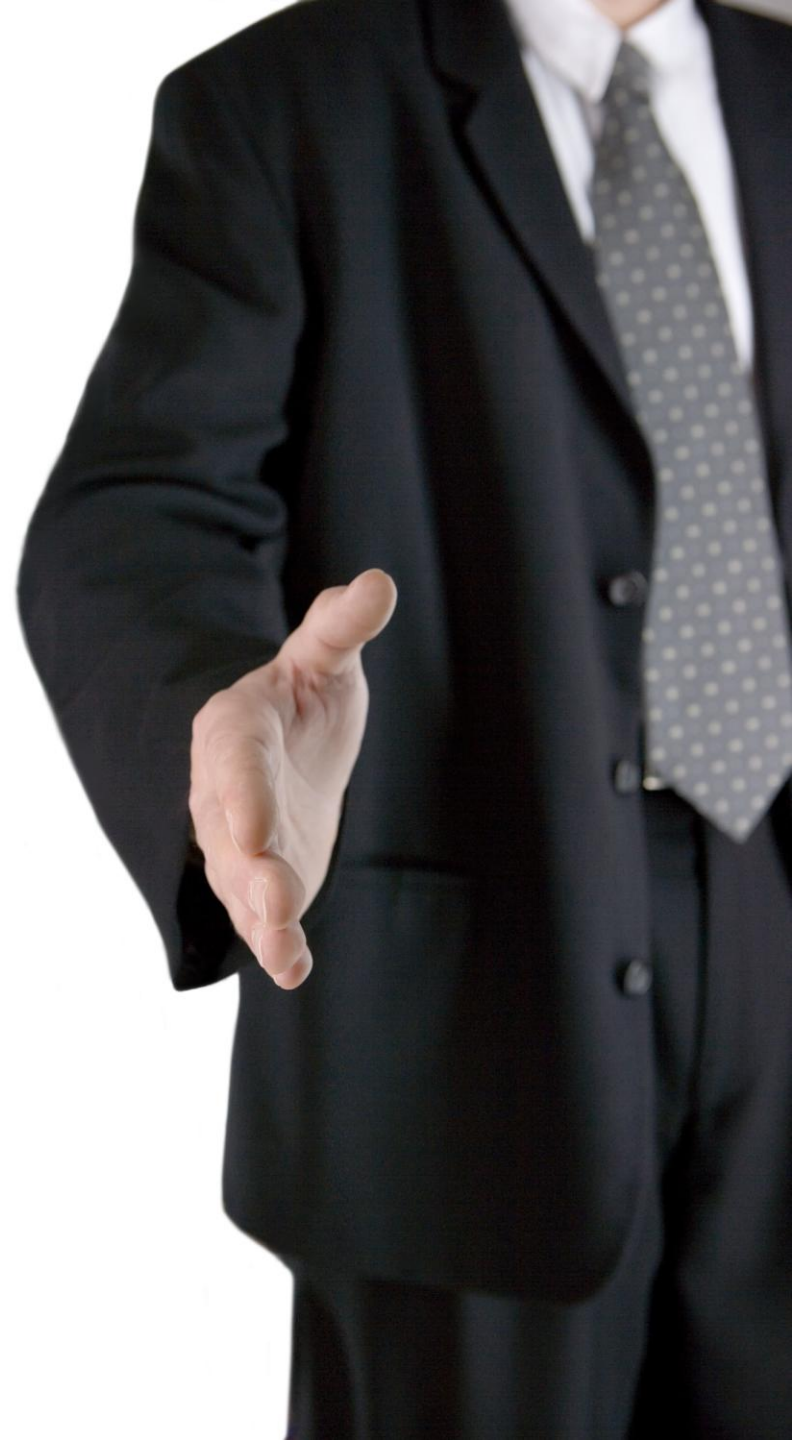




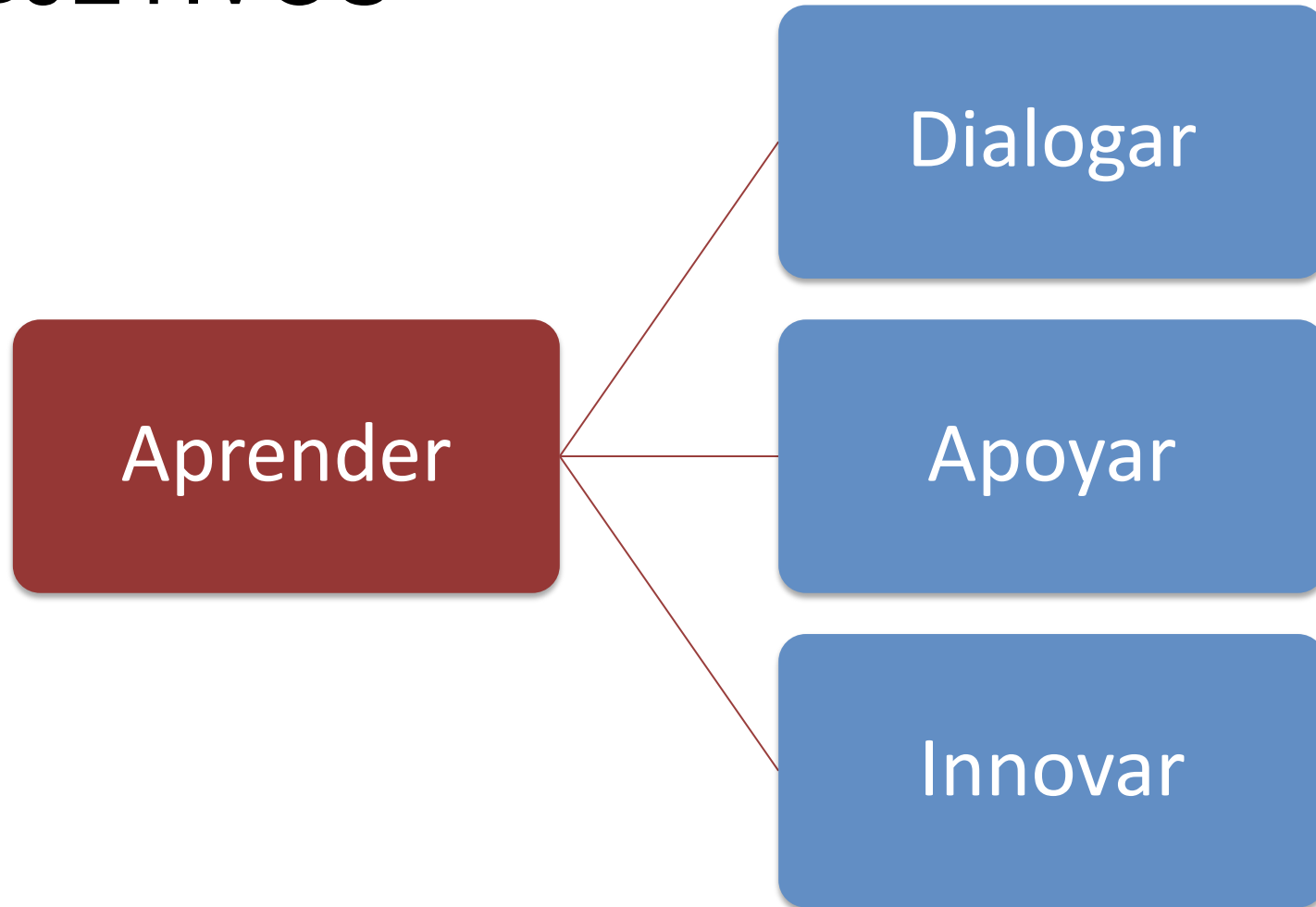
Foodspotting



- **Se trata de RELACIONES**

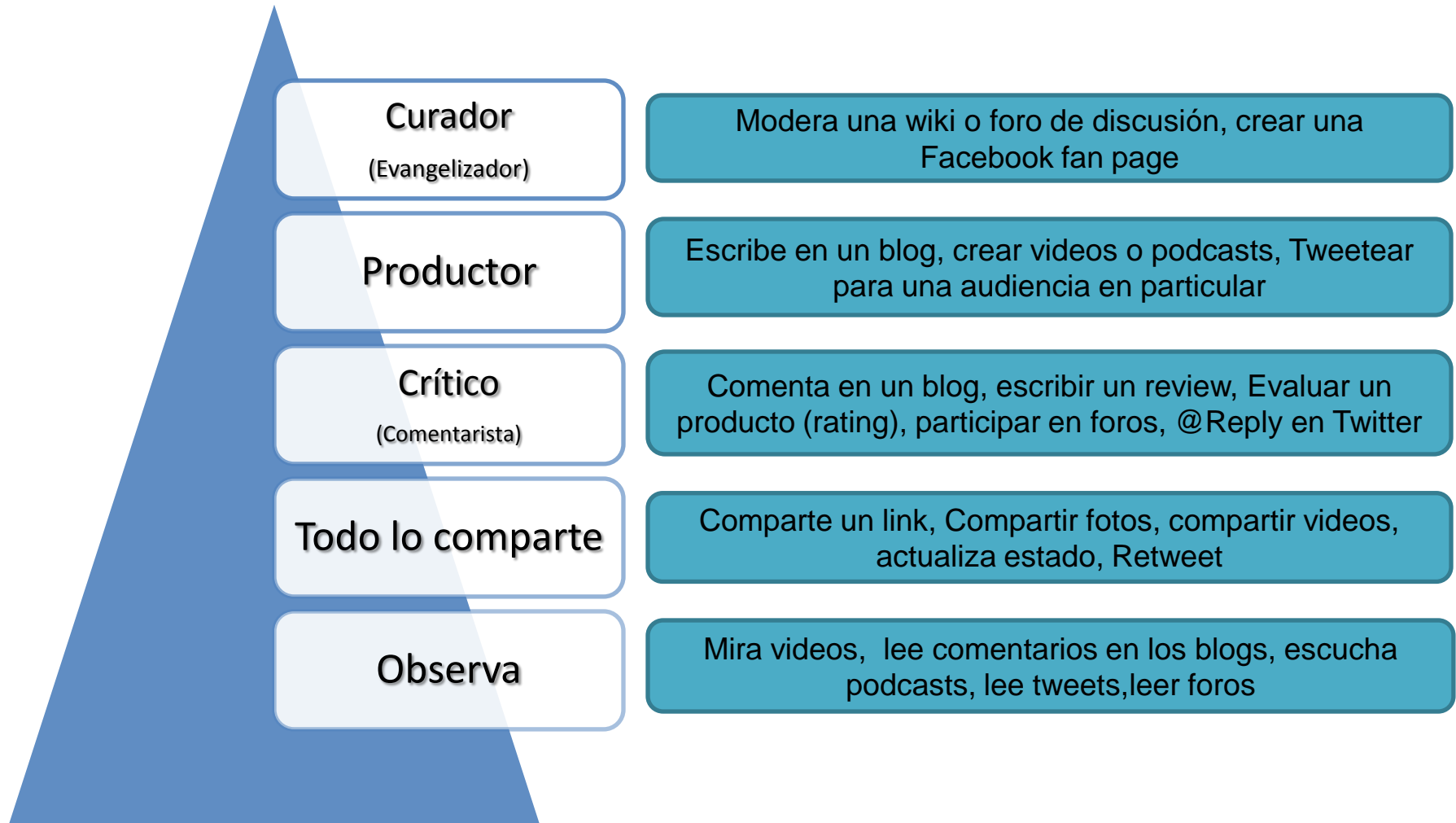


# DEFINIR ESTRATEGIA CON OBJETIVOS



# Engagement Pyramid

(Pirámide del compromiso)



# Movistar y claro dan apoyo a clientes a través de Twitter



**Movistar Perú**  
 @MovistarPeru Perú  
<http://www.movistar.com.pe>

✓ Siguiendo

Twitrear a @MovistarPeru

Tweets Favoritos Siguiendo Seguidores Listas

**MovistarPeru** Movistar Perú  
 Buenas noches. ¡Gana increíbles premios afiliándote a Atención en Línea y Recibo Digital! Podrás realizar todas... <fb.me/1kfMYnaVD>  
 hace 4 horas

**MovistarPeru** Movistar Perú  
 ¡Chatea con tus amigos y mantente siempre conectado! Con Movistar Messenger podrás chatear ilimitadamente desde tu... <fb.me/S6K2oGLZ>  
 hace 6 horas

**MovistarPeru** Movistar Perú  
 Esta Navidad compra un celular prepago o postpago y habla ilimitado con tus Dúos hasta el 31 de marzo. ¡No... <fb.me/1hnB5mjY>  
 hace 8 horas



**Claro Perú**  
 @ClaroPeru UT: -12.093692,-77.026831  
*Síguenos y forma parte de la comunidad de Claro Perú. Recuerda que estamos aquí para responder todas tus consultas o dudas de lunes a domingo de 9am a 11pm.*  
<http://www.claro.com.pe>

✓ Siguiendo

Twitrear a @ClaroPeru

Tweets Favoritos Siguiendo Seguidores Listas

**ClaroPeru** Claro Perú  
 @FraankSalcedo Hola Frank, por favor confirmanos si este inconveniente persiste utilizando tu chip en otro equipo adquirido en Claro. ^D  
 hace 29 minutos

**ClaroPeru** Claro Perú  
 @hoempler Carlos, por favor contáctate al 123 opción 9 para que un asesor de Atención Tecnológica te facilite el soporte que requieres. ^D  
 hace 33 minutos

**ClaroPeru** Claro Perú  
 @rosaangies Hola Rosa Angelica, por favor llámanos al 123 - 9 si tu servicio es móvil o al 0800-00-333 de ser fijo para poder ayudarte. ^D

# Pinterest

Pinterest

[Pinboards You Follow](#) | [Most Discussed](#) | [Everything](#) | [Gifts](#)

Search  Home Add Boards People About

or You (logged in as [jane123](#)) (logout)

- All
- Sites
- Food & Drink
- Travel
- DIY & Home Improvement
- Design
- Photography
- Apparel
- Home & Furniture
- Books
- Products
- Gifts
- Fun & Games & Kids
- Health
- Science & Nature
- Arts
- Working & Career
- Finance

**A FUN, INTERACTIVE WOULD-YOU-RATHER KIDS CREATE THEIR OWN BOOKS**

**WOULD-YOU-RATHER**

Share & Invite has a pair of their friends where you can create their own book.

Pin by [Jessica Johnson](#) on [Pinterest](#)



Dear of yellow

Pin by [Jessica Johnson](#) on [Pinterest](#)



lol sorry

Pin by [Jessica Johnson](#) on [Pinterest](#)



Tags

Pin by [Jessica Johnson](#) on [Pinterest](#)



Sau

Pin by [Jessica Johnson](#) on [Pinterest](#)



Close on a black and white

Pin by [Jessica Johnson](#) on [Pinterest](#)



Wood light

Pin by [Jessica Johnson](#) on [Pinterest](#)



Pinning

Pin by [Jessica Johnson](#) on [Pinterest](#)

**BECAUSE SOMEONE DOESN'T LOVE YOU THE WAY YOU WANT THEM TO DOESN'T MEAN THEY DON'T LOVE YOU WITH ALL THEY HAVE.**

Love life

Pin by [Jessica Johnson](#) on [Pinterest](#)



They give

Pin by [Jessica Johnson](#) on [Pinterest](#)

*"The prettiest dresses are never to be taken off."*

Pin by [Jessica Johnson](#) on [Pinterest](#)



Anna Karenina

Pin by [Jessica Johnson](#) on [Pinterest](#)



Chicken with artichokes and sage

Pin by [Jessica Johnson](#) on [Pinterest](#)



Cute side table

Pin by [Jessica Johnson](#) on [Pinterest](#)



Snow White

Pin by [Jessica Johnson](#) on [Pinterest](#)



Decorative

Pin by [Jessica Johnson](#) on [Pinterest](#)



The living room

Pin by [Jessica Johnson](#) on [Pinterest](#)



Watermelon

Pin by [Jessica Johnson](#) on [Pinterest](#)



Tea Time

Pin by [Jessica Johnson](#) on [Pinterest](#)

**IT'S NOT ABOUT HOW MANY PEOPLE YOU MEET, IT'S ABOUT HOW MANY OF THEM ARE HAPPY.**

Life is short

Pin by [Jessica Johnson](#) on [Pinterest](#)



Love life

Pin by [Jessica Johnson](#) on [Pinterest](#)



Unfaded by Aileen Dorn

Pin by [Jessica Johnson](#) on [Pinterest](#)



Cupcake that made me cry

Pin by [Jessica Johnson](#) on [Pinterest](#)



Smoked Apple Potatoes - Oh my!

Pin by [Jessica Johnson](#) on [Pinterest](#)



Apple Potatoes

Pin by [Jessica Johnson](#) on [Pinterest](#)



Apple Potatoes - Oh my!

Pin by [Jessica Johnson](#) on [Pinterest](#)



Living room

Pin by [Jessica Johnson](#) on [Pinterest](#)



Decorative

Pin by [Jessica Johnson](#) on [Pinterest](#)



Light colors and white

Pin by [Jessica Johnson](#) on [Pinterest](#)



Scrap light

Pin by [Jessica Johnson](#) on [Pinterest](#)



How package

Pin by [Jessica Johnson](#) on [Pinterest](#)



An simple cake

Pin by [Jessica Johnson](#) on [Pinterest](#)



I don't know what it is about the TV screen, but I like it

Pin by [Jessica Johnson](#) on [Pinterest](#)



Pin by [Jessica Johnson](#) on [Pinterest](#)



Pin by [Jessica Johnson](#) on [Pinterest](#)



# PINTEREST EN PERÚ

“los usuarios de Pinterest tienen casi el doble de probabilidades de comprar en comparación con los usuarios de Facebook”

- **Infografías:** Las infografías son atractivos productos que pueden convertirse en una manera de promover los negocios en Pinterest.
- **Uso de libros electrónicos:** El uso de libros electrónicos, guías, informes y otros documentos útiles también es una forma excelente para promocionar un negocio en Pinterest.
- **Involucrar a los usuarios:** el principal objetivo debe ser atraer a los fans y hacer que se sientan especiales, tratar de que compartan el contenido, que también comenten, etc. Vender productos y servicios de forma directa debe de convertirse en algo secundario.
- **Mostrar los productos:** Una de las grandes ventajas de Pinterest es que se pueden mostrar los productos, a través de links o en carteleras, para que los clientes potenciales puedan notarlos y poder generar clientes potenciales.
- **Responsabilidad Social Empresarial:** Las personas suelen identificarse más con una empresa cuando esta genera acciones responsables hacia la comunidad.
- <http://business.pinterest.com/>



# Fossil

Official Fossil Pinterest page. We are a distinctive modern vintage design brand, fusing elements of vintage creative culture, Mid-Century Modern design, and contemporary fashion. Social@fossil.com



Repinea de



Joy Cho / Oh Joy!



Glitter Guide



Jeremy Pruitt

21 tableros

1,156 pines

84 "Me gusta"

[Seguir todos](#)

6,359 seguidores

56 siguiendo

[Actividad](#)

## Forever Fall

19 pines



[Seguir](#)

## Fall Lookbook

57 pines



[Seguir](#)

## What We're Into

236 pines



[Seguir](#)

## Graphic & Printspiration

69 pines



[Seguir](#)

## Color Blocking Genius

105 pines



[Seguir](#)

## Good Find!

63 pines



[Seguir](#)

## Must-Try DIYs

52 pines



[Seguir](#)

## Roses of Gold

44 pines



[Seguir](#)

## Happy Merry Celebrate

23 pines



[Seguir](#)

## Shades of Steel

68 pines



[Seguir](#)



# Zales

Silver and gold. Classic and bold. Diamonds, pearls and sparkles galore. Celebrations of love. Lovingly hand-pinned by our community manager, Sarah <sup>ASB</sup>

United States

Repinea de



Jade Olivia



Momma McCall



Tammy Metzger

31 tableros

2,072 pines

540 "Me gusta"

[Seguir todos](#)

2,293 seguidores

1,017 siguiendo

Actividad

## Candy Colored

71 pines

## Berry Blue

178 pines

## Juicy Green

103 pines

## Red Hot

14 pines

## Sweet Pink

85 pines



[Seguir](#)



[Seguir](#)



[Seguir](#)



[Seguir](#)



[Seguir](#)

## Decadent Black

24 pines

## Yummy Yellow

11 pines

## Crisp Champagne

6 pines

## Let's Get Married

245 pines

## Celebrate Brilliance

8 pines



[Seguir](#)



[Seguir](#)



[Seguir](#)



[Seguir](#)



[Seguir](#)



# LA OTRA PANTALLA: DISPOSITIVOS MÓVILES

## TECNOLOGÍA

# Operadoras móviles ya venden smartphones desde S/. 9.00

—El precio está sujeto a la suscripción de planes pospago de cargos fijos mayores y parte del mismo es subsidiado por las operadoras para que se vendan más rápido.

GERALDINE GARCÍA VELEZ MORO  
ggarcia@diariogestion.com.pe

El interés de las diversas operadoras de telefonía celular y de las empresas productoras de equipos móviles por ofertar equipos de mayor tecnología ha permitido que estén más al alcance del peruano promedio.

Tan es así que a la fecha un smartphone, o 'teléfono inteligente', ya se puede obtener por el precio de S/. 9, señaló Felipe Hughes, director de celulares de LG.

“Desde la segunda mitad del año ha habido una mayor proliferación de smartphones en el mercado, ya que ahora hay muchos más fabricantes que el año

## OTROSÍ DIGO

### Se viene ola de equipos 4G

**Apuesta.** Luego del lanzamiento de la tecnología 4G (HSPA+), al mercado, el próximo año el 30% de la oferta de smartphones serán compatibles con esta tecnología, dijo Felipe Hughes, director de celulares de LG. Estas declaraciones se realizaron luego que presentara su nuevo smartphone 'Optimus Pro', con sistema operativo Android 2.3, pantalla touch, teclado 'Qwerty', cámara de 3.2 megapíxeles, etcétera.

pasado, lo que permite traer equipos de menores precios”, explicó.

A ello se le suma el sacrificio que tienen que hacer las operadoras con el fin de po-



Cada vez más ingresan al país equipos con menores precios.

der ofrecer precios más accesibles. Ya que para venderlos a esos valores terminan subsidiando parte del precio final para que resulte más barato colocarlos.

Y es que el negocio más rentable para las empresas operadoras no es precisamente la venta de los equipos sino la afiliación de los planes pospago a los que se

## CIFRAS Y DATOS

•• **Ventas.** Al finalizar este año se venderán 1 millón de smartphones, facturando hasta US\$350 millones.

•• **CreCIMIENTO.** Hasta el mes de octubre el mercado de smartphones creció 65%.

•• **Android.** El 35% de los celulares inteligentes colocados al cierre del año tendrán sistema operativo Android.

•• **Navidad.** La campaña navideña representará el 40%.

suscriben los usuarios al comprar un smartphone, dijo Hughes.

En tanto, los smartphones que se comercializan a ese precio están sujetos a la sus-

cripción de los planes con mayores cargos fijos de su portafolio. Siendo una situación distinta al año pasado, en el que los celulares inteligentes no bajaban de los S/. 399.

De esta manera, la diferencia de precio entre los celulares inteligentes frente a los de gama baja ya no es abismal.

Inclusive llegan a ser aún menores en algunos casos, ya que los últimos en mención son vendidos a manera prepago, lo que no permite que tengan precios más bajos.

A este paso, detalló, no debería sorprendernos que en el transcurso del siguiente año se oferten equipos desde S/. 1, aunque esa decisión dependerá de cada operador.

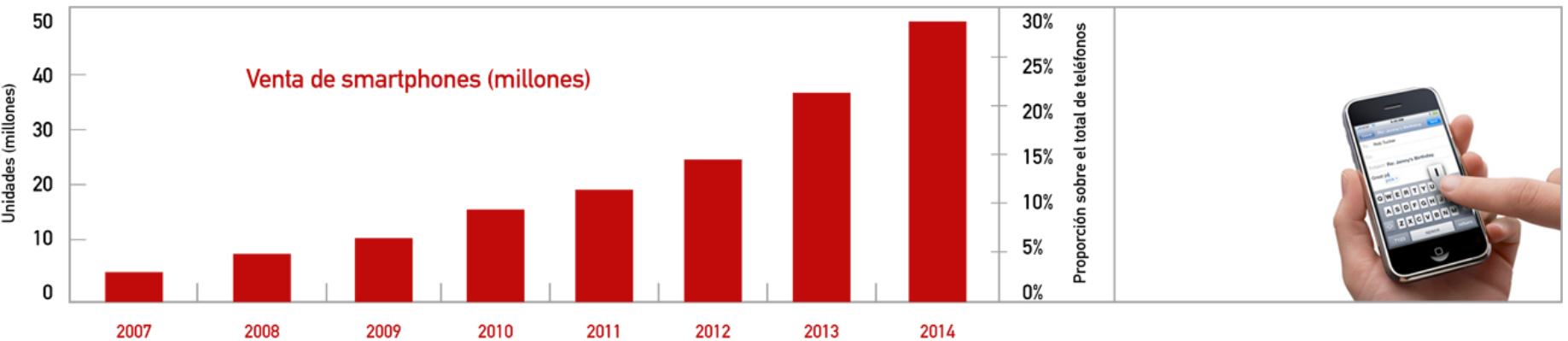
### Características

Estos equipos se caracterizan por tener funcionalidades limitadas en velocidad de descarga, tamaño de pantalla, etc.

“En estos equipos no sacrificamos tecnología sino algunas funcionalidades. En nuestro caso tenemos el 'LG Optimus Me', que es un smartphone más masivo”.

# VENTA DE SMARTPHONES

Venta de smartphones y proporción del total de teléfonos en América Latina, 2007 - 2014



# LA IMPORTANCIA DEL DISPOSITIVO MÓVIL

1. Dispositivo **personal y único**
2. Me conecto con lo que más quiero – **engagement**
3. **Localización**, ser relevante para el tiempo y lugar donde estas
4. Tiene **alta penetración**

# BUENAS PRACTICAS Y CONCLUSIONES



## Sobre la Conversión, ¿Como resolverlos?

- Calidad del servicio en línea
- Promociones
- Entrega de productos
- Asesoría
- Distribución y post-venta
- Medios de Pago
- Atención al cliente
- Incremento de la oferta en línea

## En Perú

- Tecnología e innovación (necesidad de cambio)
- Productos exclusivos (necesidad de seguridad)
- Alta calidad de vida (necesidad de tener)
- Comportamiento digitalizado (necesidad de ser )



# Comercio Electrónico Buenas Prácticas

The screenshot shows the Sagafalabella.com website. At the top, there is a search bar with the text "Buscar" and a magnifying glass icon. To the right, it says "Bolsa de compras" with "0 productos" and a shopping bag icon. Below this, there are links for "Fonocompras 203-7050", "Tiendas", and "Servicio al cliente". A navigation menu includes categories: "Electrohogar", "TV y Video", "Computación", "Tecnología", "Muebles", "Dormitorio", "Deporte", "Infantil", and "Belleza".

On the left side, there are four sections:

- Cómo comprar?** Mira lo fácil que es comprar en Sagafalabella.com
- Compras 100% seguras** Conoce nuestros rigurosos estándares de seguridad
- Guías de compra** Datos útiles para compras más informadas
- Catálogos Online** Entérate primero de nuestras novedades

The main banner features a gym bench with a barbell. The text reads: "HASTA 25% de descuento EN MÁQUINAS DE EJERCICIOS". Below this, it says "Ver todo Máquinas [+]" and "Body Sculpture BANCA DE GIMNASIO BW 2100-HWV". The price is listed as "Precio Internet S/. 299", with a crossed-out "Normal S/. 399" and "6 Cuotas CMR de S/. 77.33".

- Impulsa el comercio electrónico en el país a través de sus campañas en Internet, su participación en redes sociales y publicidad en medios masivos.
- Actualmente brinda una de las mejores experiencias de compra en internet





# Comercio Electrónico

## Buenas Prácticas

The screenshot shows the Wong website interface. At the top, the Wong logo is on the left, and navigation links for Inicio, Contáctenos, Mapa de sitio, and Teléfonos are on the right. Below this is a secondary navigation bar with links for TIENDA VIRTUAL, CATÁLOGO VIRTUAL, NOVEDADES, CALIDAD WONG, and SEGURIDAD Y PRIVACIDAD. The main content area features a large banner for 'Dulce Pasión! pastelería fina' with images of cakes. To the right, there's a 'TIENDA VIRTUAL' badge over an image of cheese and wine. Below the banner, there are several promotional tiles: 'PAPÁ eres mi idolo' with a 'Visita nuestro Catálogo Online' button; 'EXQUISITO ARTE HECHO PAN' with 'L'ARTISAN' branding; a tile for international customers asking 'Vivo en el extranjero, ¿puedo pagar con mi tarjeta de crédito?' with an 'ENTER ATE AQUI' button and a 'PREGUNTAS FRECUENTES' link with a question mark icon; and a Facebook promotion tile saying '¡YA ESTAMOS EN FACEBOOK!' with a thumbs-up icon and the text 'Dale clic a "Me gusta" y disfruta la experiencia Wong' and the Facebook handle '/WongOficial'. A customer service section on the right shows a woman with a headset and the text 'ATENCIÓN AL CLIENTE' and 'Estamos para atenderle cuando lo requiera. Solo llame al: (511) 613 8888'.

- Una de las primeras tiendas electrónicas en el Perú y que actualmente está incursionando en redes sociales y mejorando su plataforma para ofrecer una mejor experiencia al comprador.





# Comercio Electrónico

## Buenas Prácticas

Me gusta A 62 personas les gusta esto. Sé el primero de tus amigos.

**detalles y experiencias.com**

INICIO comienza aquí    ACTIVA TU REGALO pásala bien    ¿QUIÉNES SOMOS? un nuevo concepto    ¿CÓMO FUNCIONA? simple y divertido    CONTÁCTENOS ¿preguntas?

**Experiencias**

- Aventura
- Baile
- Belleza
- Fotografía
- Gastronomía
- Relax
- Bienestar
- Premium
- Originales

**Masaje Relajante**

Para disfrutar de un delicioso masaje en la tranquilidad de un Spa de lujo, a cargo de un especialista en relax.

[leer mas](#)

- Es una propuesta innovadora, con regalos originales, centrados en experiencias personalizadas.
- Su éxito se basa en ofrecer experiencias divertidas, con la ventaja de ahorrar tiempo en el proceso de organización.



# Comercio Electrónico

## Buenas Prácticas

¡Regístrate ahora y consigue S/25 por cada recomendación!

**GROUPON** Escoge tu ciudad: **Lima Playas**

Recibir los Groupones de Lima Playas:  
Introduce tu email

Groupones de hoy   Groupones recientes   ¿Cómo funciona?   **Regístrate**   **Login**

Oh no....Llegas tarde para este Groupon!   Regístrate a nuestro correo diario para que no te pierdas de otro Groupon!  
Introduce tu email    **Regístrate**

Recomendar este Groupon   Facebook   Twitter   Email

**Sabor nutritivo: Jugo + club sándwich con 55% de descuento en Mi Fruta**

**AGOTADO**

**Precio: S/.9,00**

Descuento 55%	Ahorra S/.11,00
------------------	--------------------

**AGOTADO**

Busca tu ciudad

**A-F**   **G-L**   **M-R**   **S-X**   **Y-Z**

Arequipa   Lima Norte  
Groupon Especial   Lima Playas  
Lima   Trujillo  
Lima Este

**Llega a miles de nuevos clientes con Groupon**

**Más información** Crece a través del boca a boca y multiplica tus ingresos, infórmate de cómo Groupon puede ayudarte con tu negocio

**Nuestro horario de atención telefónica es de lunes a viernes de 9 a 20 hs**

- Ha creado todo un vertical en el comercio electrónico.
- Actualmente contribuye a acercar a más personas al comercio electrónico





# Comercio Electrónico

## Buenas Prácticas

COMPRA O CREA CAMISETAS PERSONALIZABLES, SUDADERAS Y MÁS

**idakooos.pe** Ingresar, o Regístrate | Carro de compras

Buscar  Todos los productos  Live Chat En Línea Contáctanos al: 476-1283

**CAMISETAS** **SUDADERAS** **ENTERIZO DE BEBE** **BOLSOS** **TAZAS** **TODO**



### Compre productos populares

- |                                  |                                 |
|----------------------------------|---------------------------------|
| <a href="#">Caballero</a>        | <a href="#">Dama</a>            |
| <a href="#">Camiseta</a>         | <a href="#">Camiseta</a>        |
| <a href="#">Sudadera</a>         | <a href="#">Camiseta Raglan</a> |
| <a href="#">Capucha</a>          | <a href="#">Camiseta Ringer</a> |
| <a href="#">Niños y Bebés</a>    | <a href="#">Capucha</a>         |
| <a href="#">Enterizo de Bebe</a> |                                 |
| <a href="#">Accesorios</a>       | <a href="#">Regalos y Hogar</a> |
| <a href="#">Bolso</a>            | <a href="#">Taza</a>            |
| <a href="#">Mandil</a>           |                                 |

### Categorías populares



- Innovación y gran oferta de productos.

- Permite crear tus propios diseños; llegando a tener más de 3 billones de modelos para ofrecer en su tienda electrónica.





# Comercio Electrónico

## Buenas Prácticas

- Internet debe agregar valor diferencial al usuario para que decida comprar online.
- Webs usables
- Las ofertas y promociones por tiempos limitados y con productos de calidad generan ventas.
- Es más importante un contacto en la base de datos que un Like.
- La publicidad en Facebook y Google es el mejor medio para generar conversiones.
- Inspirar confianza y dar servicio de calidad.
- El ecommerce en celulares es una tendencia cada vez más cerca hay que tener las tiendas preparadas en versiones tanto para celulares como tablets.
- Hacer alianzas con el retail moderno
- Emplear tarjetars pre-pago

## CONCLUSIONES

- Muchas cosas para hacer, hay que priorizar.
- Tener un sitio web ya no es importante, es vital.
- Si quieres vender en línea, primero debes tener un modelo de negocio viable.
- El modelo e-commerce no solo es tener la tienda online, es tener el modelo de negocio incluido el soporte de transacciones y la logística.
- No importa donde esté tu público objetivo, Internet ofrece posibilidades de llegar a él.

# PROMPERÚ

## Anexo 1

## Checklist de un servicio tienda online

# Checklist de un servicio autogestionado

1. Cuanto tiempo toma configurar la tienda?
2. Cuantas llamadas haré al servicio al cliente (soporte)?
3. Cuanto duran estas llamadas?
4. Hablan tu idioma?
5. Cuando demora publicar un producto en la tienda?
6. Existen problemas técnicos
7. Número de productos en el catálogo
8. Servicios agregados para promocionar el sitio web
9. Exportación de datos del servicio para trabajos de segmentación
10. Visibilidad en sitio móvil
11. Usa mapas
12. Tiene información de contacto siempre visible
13. Maneja stock de fotos para presentación del sitio (Home)
14. Estadísticas básicas para control de información



**MUCHAS GRACIAS**

**Miguel Salazar Kovaleff**

**t: @msalazar**

**Email: msalazark@gmail.com**

