



Comercio Electrónico para Exportadores

Oscar Barriga Gallarday

obarriga@hibu.com

11 de junio de 2014

Especialista de Marketing Digital

- Presencia en Reino Unido, Estados Unidos, España, Argentina, Chile y Perú y centros de producción en India, Filipinas y Colombia
- Presencia de más 55 años en Perú
- Más de 400,000 webs producidas a nivel mundial
- **PaginasAmarillas.pe** genera más de 3 millones de visitas mensuales



Otros Directorios

- Guías especializadas por industria y en diversos formatos
- Complemento ideal para llegar a potenciales clientes
- Tamaños de anuncio y lugares especiales para cada presupuesto



Páginas Amarillas Impresas

- Más de 50 años conectando a compradores y vendedores
- Tamaños de anuncio y lugares especiales para cada presupuesto



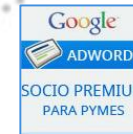
Websites

- Construidas profesionalmente y optimizadas para buscadores
- Diseño moderno y personalizado con contenido relevante escrito por redactores expertos
- Soporte para modificaciones y registro en los motores de búsqueda



Search Marketing

- Promover el negocio en la red de búsqueda de Google
- Campaña personalizada y optimizada por un experto certificado por Google
- Generación tráfico relevante al website



Páginas Amarillas Online

- Páginas Amarillas en Internet y aplicaciones móviles
- Listado de anuncios, banners y vídeos
- Perfiles de negocios completos que ayudan a convertir búsquedas en clientes potenciales



Banners

- Conseguir más tráfico de personas con una intención real de compra
- Destacar el negocio en un formato dinámico e interactivo
- Mayor impacto visual



Video online

- Más información sobre el negocio en el anuncio
- Mayor impacto visual
- Mayor probabilidad de aumentar el número de impactos y por tanto los posibles contactos
- Ayuda al posicionamiento ya que los principales buscadores dan prioridad a los anuncios que contienen objetos multimedia



Miércoles del Exportador



FECHA	TEMA
16/04/2014	Introducción al marketing por Internet
23/04/2014	Plan de marketing online para empresas exportadoras
14/05/2014	La web exportadora: diseño, usabilidad y experiencia de usuario
21/05/2014	Cómo posicionar su sitio web en buscadores en Internet
28/05/2014	Publicidad online para la empresa exportadora
04/06/2014	Social media marketing para empresas exportadoras
11/06/2014	Comercio electrónico para las exportaciones
02/07/2014	Métricas y analítica del sitio web para la toma de decisiones

Tipos de Sitios Web

Sitio Informativo

The screenshot shows the homepage of v. ARENDONK, a shoe brand. The header includes the logo and navigation links like 'Home', 'Over van Arendonk', 'Dames', 'Heren', 'Onze Merken', 'Nieuws', 'Winkels', and 'Contact'. A search bar is present. The main banner features the slogan 'WE LOVE UGG australia' and images of UGG boots. Below this, there's a section titled 'SHOP STRAKS ALS EERSTE ONLINE' with a sign-up form for a newsletter. The central content area is titled 'Geschiedenis Van Arendonk Schoenen' and contains a detailed paragraph about the brand's history, starting from 1884. To the left, there's a sidebar titled '5 WINKELS OPTIMALE SERVICE' listing retail locations in Breda, Den Bosch, Eindhoven, Tilburg, and Groningen with their addresses and phone numbers.

Tienda Virtual (e-Commerce)

The screenshot displays the Shoe Mark e-commerce website. The header features the brand name 'Shoe Mark' and navigation links for 'Men', 'Woman', 'My Account', 'Login', and 'Sign Up'. A 'Your Cart' icon is visible. Below the header, there's a 'Latest Products' section with four shoe thumbnails. A 'Category' sidebar on the left lists options like 'Men's', 'Womens', 'Kids', 'Accessories', and 'Giveaway Element'. The main content area includes a 'SPECIAL OFFERS' section with two shoes marked with red 'SALE' banners. Below that is a 'Products' grid showing several 'Dewel Hortalgia Hi Trainer' shoes with their prices. The footer contains sections for 'Products', 'Site Info', 'About Us', and a 'Newsletter' sign-up form.

Sitio Web

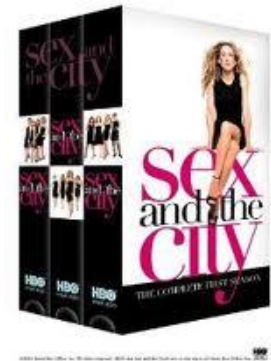
Beneficios

- **Relación** con potenciales clientes locales e internacionales
- **Comunicación** con usuarios y prospectos
- Mejorar la **credibilidad y reputación** de modernidad
- Crear o fortalecer la **imagen profesional**
- **Promoción** de nuevos productos y servicios, de forma rápida y a bajos costos
- **Venta en línea**
- **Atraer potenciales socios** de negocios
- **Distribuir noticias y contenido** relevante sobre la empresa a los medios e industria



¿Qué es Comercio Electrónico?

“El comercio electrónico, también conocido como e-commerce (electronic commerce en inglés), consiste en la compra y venta de productos o de servicios a través de medios electrónicos, tales como Internet y otras redes informáticas.”



¿Qué es Comercio Electrónico?

Comercio electrónico directo:

Que, por referirse a bienes o servicios digitales, se concreta y ejecuta completamente por vía informática.



Comercio electrónico indirecto:

Referido a bienes o servicios físicos que aún cuando permitan una celebración por medios tecnológicos, requieren del medio físico tradicional para su cumplimiento.



Tipos de Comercio electrónico

También se suele categorizar en comercio electrónico de empresa a empresa (B2B), de empresa a consumidor (B2C), de consumidor a consumidor (C2C).



 Apple Store





¿QUÉ IMPULSA EL E-COMMERCE EN LA REGIÓN?

EL ESTUDIO DE AMÉRICA ECONOMÍA INTELLIGENCE DETECTÓ CINCO ASPECTOS A LOS QUE PRESTAR ATENCIÓN

Compradores jóvenes	Quiénes crecieron en los 90`s tienen menos aversión a la tecnología. Al incorporarse al mercado laboral, aumentan su poder adquisitivo. Hoy son los que proporcionalmente más gastan en la red.
Banda ancha	América Latina y el Caribe fue la tercera región de mayor crecimiento en las conexiones de banda ancha en 2005, y totalizó 8,2 millones.
Medios de pago electrónico	Pese a que la penetración aún es baja, la tarjeta de crédito es el medio preferido en la región, y concentra el 90% de las transacciones. Visa es la más utilizada con el 55% de las preferencias.
Mayor oferta	La incorporación de las pymes está dando variedad a la oferta. En los últimos años su participación se ha multiplicado. Además, muchos grandes comercios aún no comienzan a operar en la red.
Más seguridad	Pese a los temores de los usuarios, las cifras de fraude en la región son bajas. Las asociaciones de México y Brasil coinciden en que éste no afecta a más del 0,03% de las transacciones.

Razones para no comprar por Internet

% sobre total de internautas no compradores (Año 2011)

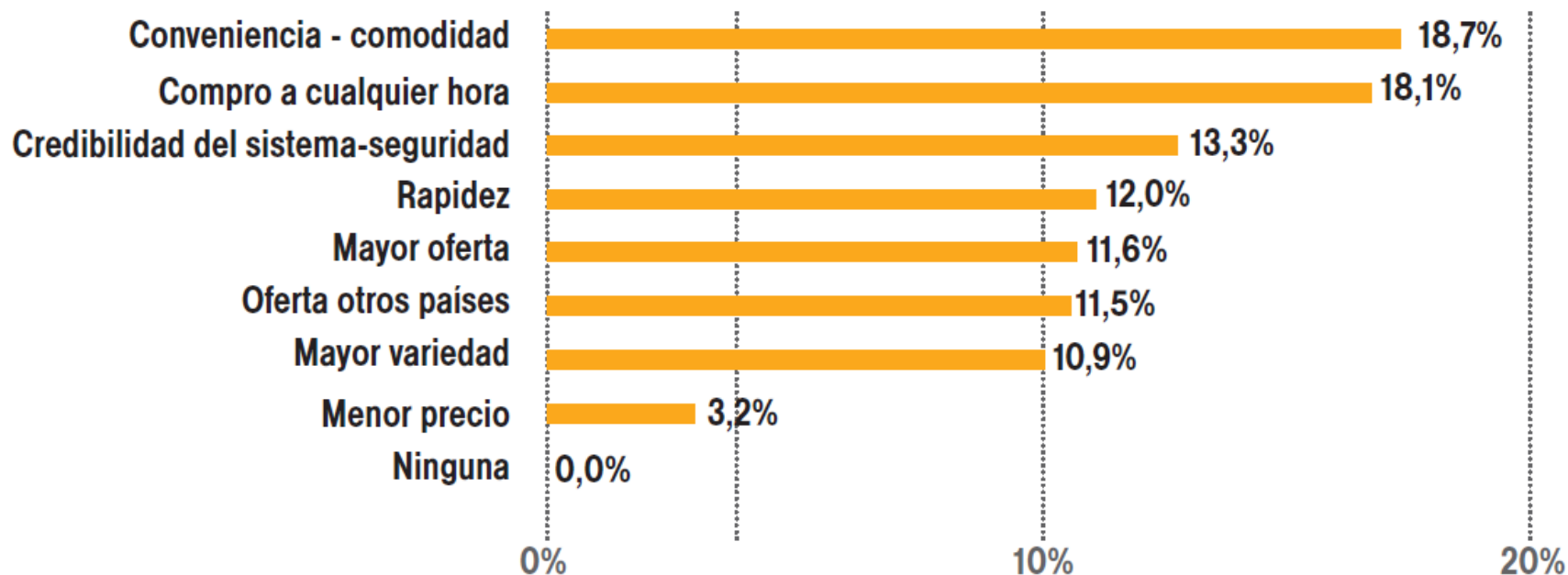


Fuente: ONTSI

VIRTUDES DEL E-COMMERCE

Comunidad de lectores, LATAM. 08, respuestas múltiples

Fuente: AméricaEconomía Intelligence



A favor

- Ahorro de tiempo
- Comodidad
- Precios más bajos
- Acceso a productos difíciles de encontrar
- Mayor ámbito de selección
- Mayor información sobre el producto
- Mayor facilidad para recibir las compras

En contra

- Coste de los envíos
- Imposibilidad de ver-tocar los productos
- Problemas de devolución.
- Preocupación por la seguridad del pago
- Imposibilidad de preguntar.
- Lentitud de los sitios web.
- Preocupación por tiempos de entrega.
- Placer de la compra física



Elementos del Comercio Electrónico

- Dominio
- Alojamiento
- Tecnología
- Medios de Pago
- Operador logístico
- Marketing por Internet
- Seguridad
- Operaciones
- Atención posventa



Modelo de Ingresos



- Venta directa
- Publicidad
- Suscripciones
- Porcentaje sobre transacciones
- Modelos de Afiliación



Venta directa

Mercado Virtual o mall virtual, un servicio de hospedaje para comerciantes en línea que carga cuotas por disposición, listados mensuales y por transacción. Puede además proveer transacciones automatizadas y servicios de relaciones de mercado.



El modelo de publicidad en la Web es una extensión del modelo tradicional de transmisión de medios. El medio de transmisión, en este caso, un sitio Web, provee contenidos (usualmente, pero no necesariamente, de forma gratuita) y servicios (como correo electrónico, salas de conversación y foros) mezclados con mensajes publicitarios en la forma de banners. Los banners pueden ser la principal o única fuente de ingresos para el medio.

The logo for El Comercio.pe, consisting of the text "El Comercio.pe" in a black, serif font. The ".pe" is in a smaller, sans-serif font. The text is set against a solid yellow rectangular background.The logo for The New York Times, featuring the text "The New York Times" in a classic, black, serif font.The logo for terra MR, featuring the word "terra" in a lowercase, black, sans-serif font. The letters "M" and "R" are in a smaller, uppercase, sans-serif font, positioned to the right of the word "terra".

Suscripciones



Servicios de Contenido: provee contenidos en texto, audio o video a los usuarios que se suscriben por una cuota para obtener acceso al servicio.

Servicios de Red de Persona a Persona: son conducidos por la distribución de información enviada por usuarios, tal como individuos buscando antiguos compañeros de escuela.

Servicios de Confianza: se dan en la forma de membresías que cumplen con un código explícito de conducta, y en el cual los miembros pagan una cuota de suscripción.

Proveedores de Servicios de Internet (ISPs o PSIs): ofrecen conectividad de red y servicios relacionados con una suscripción mensual.

SEMANAeconomica.com



GESTIÓN

mercadeoglobal.com



Porcentaje sobre transacciones



Corredor de subastas: conduce subastas para vendedores (individuos o comerciantes). El corredor carga una cuota determinada al vendedor en base al valor de la transacción. Las subastas varían ampliamente en términos de las reglas para realizar ofertas.



Modelos de Afiliación



Intercambio de Banners: negocia la colocación de banners en una red de sitios afiliados.

Pago por clic: un sitio que paga a sus afiliados por el número de clics desde su sitio.

Compartición de ganancias: ofrece una comisión de porcentaje de la venta basado en clics desde el sitio del afiliado con lo cual el usuario compra un producto de forma subsecuente.



¿Qué es una conversión web?

Una conversión se produce cuando un visitante completa una acción que tú quieres que haga. Ejemplos de ello son suscribirse a un boletín (newsletter), solicitar un DVD donde se explica mejor el producto/servicio o realizar una compra on-line.

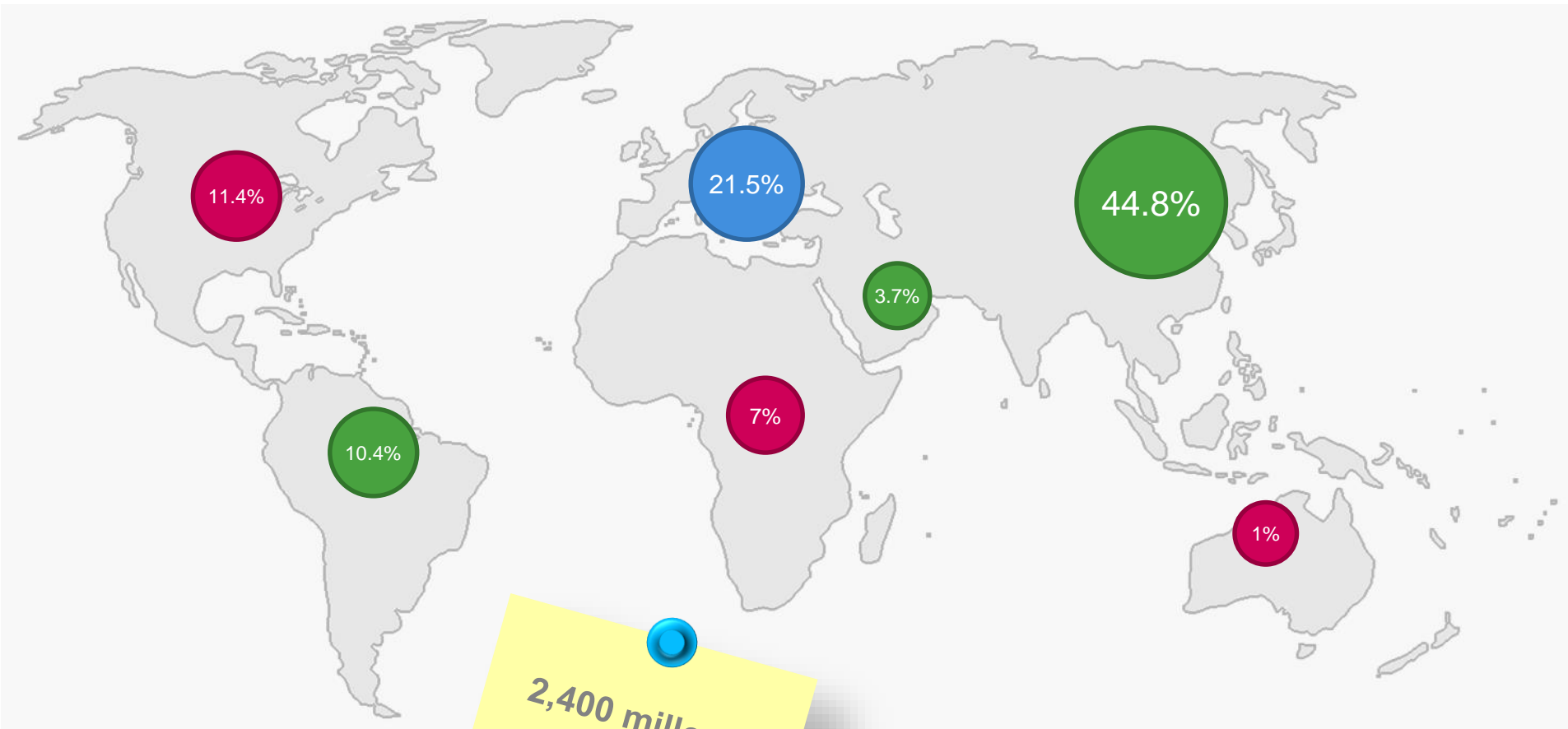


El embudo de la conversión



¿De qué sirve tener un
sitio web si no me pueden
encontrar, contactar,
visualizar, leer?

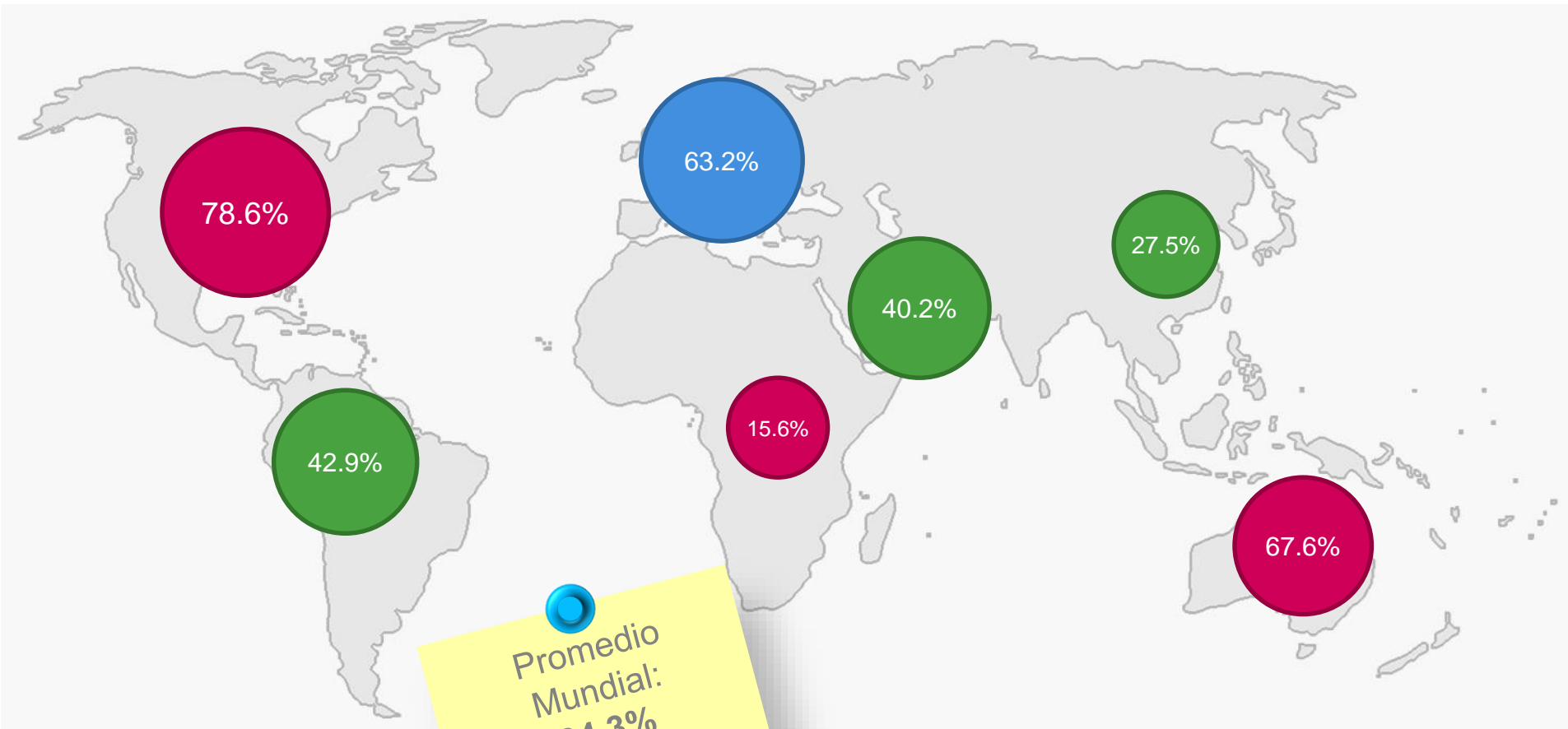
Usuarios de Internet en el mundo



2,400 millones
usuarios de
Internet

Imagen: © 2009 www.outline-word-map.com
Fuente: Internet World Stats

Penetración de Internet en el mundo



Promedio Mundial: 34.3%
Perú: 36.5%

Imagen: © 2009 www.outline-word-map.com
Fuente: Internet World Stats

17,4% del tráfico web mundial es a través de dispositivos móviles

% páginas vistas desde dispositivos móviles.



* StatCounter defines mobile as a pocket-sized computing device, excluding tablets

Herramientas de marketing online

Search

- Posicionamiento en buscadores
- Link building (Construcción de enlaces)

Presencia Online

- Directorios / Marketplaces
- Videos
- Móviles

Social Media

- Blogs
- Redes sociales
- Relaciones Públicas

Comunicación Offline

- Publicidad tradicional
- Directorios
- Venta directa
- Promoción de ventas
- Relaciones Publicas
- Patrocinios

Comunicación Offline

- Correo directo
- Exhibiciones
- Merchandising
- Empaques
- Voz a voz

Email Marketing

- Boletines
- Ofertas
- Base de datos

Publicidad Digital

- Banners
- SEM (Publicidad en Google)
- Directorios
- Publicidad en Facebook

Analítica

- Métricas web (Estadísticas)
- Conversiones



Presencia Online

Importancia para la empresa

Tu web debe ser el lugar con información más **actualizada y confiable** para el cliente

Se debe crear la **presencia online**, promoverla y mantenerla como generadora de valor para los clientes, prospectos y usuarios

+ 1800 millones


Usuarios con acceso a Internet en Europa, Asia y Norteamérica

Fuente: Internet World Stats.

+ 10 millones

De usuarios de Internet en Perú

Fuente: Internet World Stats



Más del 34% de penetración a nivel mundial

Presencia Online



Sitio web y blogs



En sitios sociales



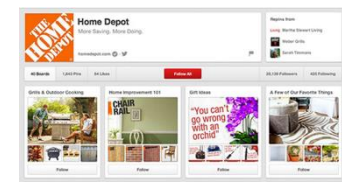
Facebook



Twitter

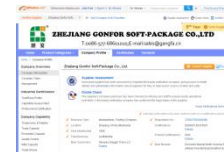


LinkedIn



Pinterest

En directorios especializados



Alibaba



PáginasAmarillas



Europages



Etsy



Novica

En resultados de búsqueda



¿Qué no debe faltar en una Web de Exportaciones?

Buscador



Shoes, Clothing, Bags, etc.

SEARCH 🔍

SEARCH BY: [Size](#), [Narrow Shoes](#), [Wide Shoes](#), [Popular Searches](#)



Ficha del Producto + Descarga

Altura de asiento con liftomat 150 mm [1]	410-550*
Altura de asiento con liftomat 200 mm [1]	485-660
Altura de asiento con liftomat 265 mm [1]	570-810
Altura de la pieza del respaldo [2]	440
Altura del punto de apoyo sobresaliente en cojines del respaldo [3]	170-260
Altura del punto de apoyo sobresaliente en cabezales [4]	560-780
Profundidad de asiento [5]	370-460
Altura de apoyabrazos [6]	-
Anchura de asiento [7]	490
Anchura máxima de la silla [8]	580
Diametro de reposapiés [9]	700
Diámetro de la base [9]	700
Peso	15,5 kg

HÅG Capisco 8126

Share |



Productos Relacionados

Kindle Fire Accessories

Recommended

Covers

Sleeves

Skins

Headphones

Power Adapters

Page 1 of 3



Protection Plan
for Kindle Fire
provided by SquareTrade

2-Year SquareTrade
Warranty plus Accident

★★★★☆ (1,130) \$44.99

Add to Cart



Marware Kindle Fire Clear
Screen Protector 2-Pack

★★★★☆ (990) \$7.99

Add to Cart



Kindle Fire Charger / AC
Adapter

★★★★☆ (134) \$19.99

Add to Cart



Kindle Fire Lightweight
MicroShell Folio Cover by

★★★★☆ (1,938) \$29.99

Add to Cart



[Browse all Kindle accessories](#)



Información de Contacto



Fully Managed Dedicated

- Light Duty
- Medium Duty
- Heavy Duty

Unmanaged Dedicated H

- Atom™ Server
- SandyBridge™ Server
- Westmere™ Server

Shared Web Hosting

- Level 1, Level 2, Level 3

LET'S CHAT

1 (800) 345-7084

MI PERU PRODUCTS EXPORT SAC

Oficina Central:

Av. Aviación N° 5092 - 450
Santiago de Surco
Lima 33 – Perú

Tel: (511) 689 – 1842

Fax: (511) 689 – 1842

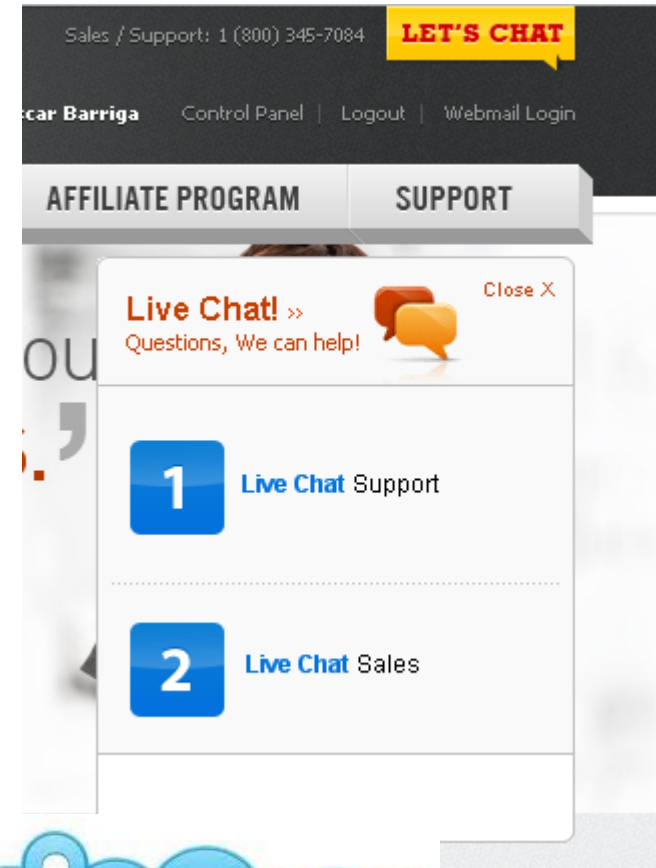
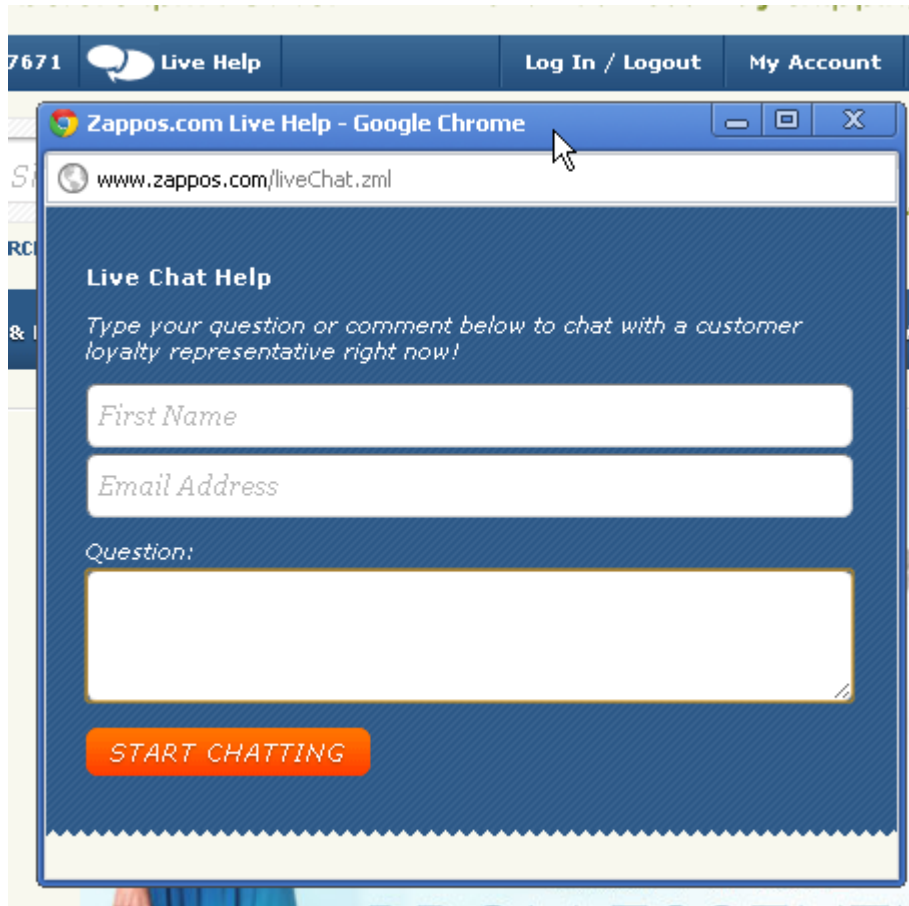
Móvil: (511) 98 125*1658

E-mail:

contact@miperuproducts.com



Chat en Línea



Certificación y Seguridad



Seguridad:



Social Media



A row of five social media sharing buttons. Each button consists of a top box showing a count and a bottom box with the platform's icon and name. From left to right: 1. Twitter: top box shows '4', bottom box shows the Twitter bird icon and 'Tweet'. 2. Facebook: top box shows a thumbs-up icon and '6', bottom box shows a checkmark icon and 'Me gusta'. 3. Google+: top box shows '1', bottom box shows the 'g' icon and '+1'. 4. LinkedIn: top box shows '3', bottom box shows the 'in' icon and 'Share'. 5. Facebook: top box shows '6', bottom box shows the 'f' icon and 'Share'.

Platform	Count	Action
Twitter	4	Tweet
Facebook	6	Me gusta
Google+	1	+1
LinkedIn	3	Share
Facebook	6	Share



Preguntas y Respuestas



Have questions? We've got answers.

Frequently asked questions

Are project templates, private items, and time tracking available in the new Basecamp?

If you're a Basecamp Classic user looking for these features in the new Basecamp, please [review these specific questions and answers](#).

Where did my projects go in my Basecamp Classic account?

When a project is imported to the new Basecamp it's automatically "archived" in your current Basecamp Classic account. You can access these projects and reactivate them by clicking the "archived projects" link below your list of projects on the right side of the Dashboard in your Basecamp Classic account. [Here's a quick walkthrough showing you how to unarchive a project.](#)

Why didn't all my projects from my Classic account move over to my new Basecamp account?

The most common cause is that your Basecamp Classic project contains a message, to-do, or file marked "private". The new Basecamp doesn't support private items, so any projects which include private items cannot be imported. We're planning on bringing a private feature to the new Basecamp in the not so distant future, so you'll need to hold off on importing those projects for now.

If I'm a Basecamp Classic subscriber, is the new Basecamp free?



Cientes internacionales



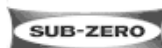
Millions of entrepreneurs, freelancers, small businesses, and departments inside big organizations rely on our web apps.



Meet some customers

Our loyal customers include designers, developers, freelancers, lawyers, accountants, architects, non-profits, charities, universities, PR firms, retailers, manufacturers, consultants, authors, publishers, government agencies, students, marketers, airlines, restaurants, filmmakers, farmers, and just about everyone in-between.

The world's most popular brands depend on our products every day. We'll never take their trust — or your trust — for granted.



Testimonios

Meet a few of our happy customers from all around the world.



Stephen Voss

Photographer, Stephen Voss Photography

WASHINGTON DC — I take pictures for magazines, newspapers and organizations around the world. My clients are The Wall Street Journal, National Public Radio, The Guardian, The Atlantic Monthly, Time, and Smithsonian Magazine among others.



Jon Dokulil

Hudl Product Manager, Agile Sports

Technologies

LINCOLN, NEBRASKA — Agile Sports helps coaches and athletes prepare smarter and faster. Our products — Hudl and Hudl Pro — connect teams around the information they need to win.



Mari Luangrath

Owner, Foiled Cupcakes

CHICAGO, ILLINOIS — We bake and deliver seriously delicious cupcakes to Chicago and the surrounding suburbs.



Lugares de Exportación



Información Proceso de Envío

SHIPPING AND RETURNS

[Return Instructions](#) | [Shipping and Returns](#) | [Frequently Asked Questions](#)

FREE Shipping:

Unlike many other web sites that have special rules and lots of fine print, Zappos.com offers free shipping on all domestic orders placed on our website, with no minimum order sizes or special exceptions.

Just because shipping is free doesn't mean it should take a long time. Zappos.com understands that getting your items quickly is important to you, so we make every effort to process your order quickly. When you order from our website, you can expect to receive your order within 4-5 business days.

FREE Returns:

If you are not 100% satisfied with your purchase, you can return your order to the warehouse for a full refund (Returns must be unworn, in the state you received them, and in the original packaging). We believe that in order to have the best possible online shopping experience, our customers should not have to pay for domestic return shipping. So if for whatever reason you're not happy with your purchase, just go through our easy self-service return process (via [My Account](#)) to print out a free return label - your domestic shipping costs are prepaid.

[\(Self Service\) Return Instructions](#)

With Zappos Retail, Inc.'s 365 day return policy, there are no special catches or exceptions. All we ask is that you send the items back to us in the original packaging, and make sure that the merchandise is in the same condition.

- You can return your purchase for up to 365 days from the purchase date. If you purchase on 2/29 of a Leap Year, then you have until 2/29 the following Leap Year to return those orders. That's four whole years! Woot!
- Products must be in the condition you received them and in the original box and/or packaging.
- Return shipping is absolutely FREE.
- You will be provided with a pre-paid UPS domestic or USPS domestic label to return the purchase to us.*
- Please do not send your purchase back to the manufacturer.

Return With Zappos.com - It's Easy:



ZAPPOS FAMILY CULTURE

[Learn what inspires Zappos.com to provide the best service!](#)

ZAPPOS FAMILY CORE VALUES:
[10 Values We Live By »](#)

CUSTOMER TESTIMONIALS:
[Customers Connect »](#)

ENJOY FUN AND A LITTLE WEIRDNESS:
[Check out Blogs »](#)

THE ZAPPOS.COM EXPERIENCE:
[Share Your Videos »](#)

UNIQUE CUSTOMERS:
[Furry Customers »](#)
[Customers In Training »](#)

BECOME A PART OF THE ZAPPOS FAMILY CULTURE:
[Careers »](#)

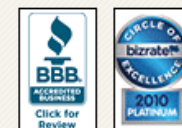
SHOP WITH CONFIDENCE



SHOPPING ON ZAPPOS.COM IS SAFE AND SECURE. GUARANTEED!

You'll pay nothing if unauthorized charges are made to your credit card as a result of shopping at Zappos.com.

SAFE SHOPPING GUARANTEE



All information is encrypted and

Información Proceso de Pago

Comprar es Seguro en IQuiero



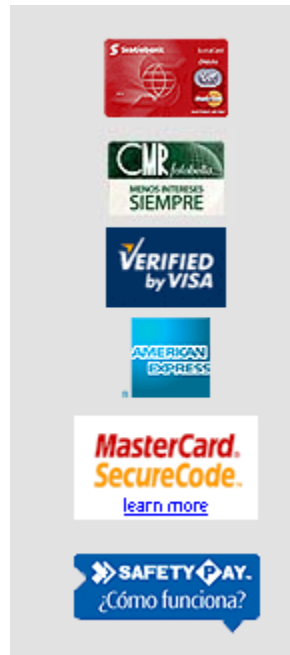
Protección al comprador

Las transacciones realizadas en [iquiero.com](#) viajarán a través de internet en forma encriptada vía SSL.



Transacción segura

Tenemos el certificado de seguridad emitido por Thawte SSL DV CA.



PROTECTING YOUR PERSONAL INFORMATION

Shop With Confidence! | [Protecting Your Personal Information](#) | [Privacy Policy](#)

Secure Sockets Layer (SSL Technology)

Zappos.com uses Secure Sockets Layer (SSL) technology to provide you with the safest, most secure shopping possible. SSL technology enables encryption (scrambling) of sensitive information, including passwords and credit card numbers, during your online transactions. All of the forms on our site are secured with SSL technology so your personal information is safe and out of malicious hands.

VeriSign



VeriSign, Inc. is a technology company that specializes in data encryption and e-commerce. It is one of the most recognized companies for certifying that a website is secure and encrypted. With VeriSign, you can feel confident shopping on our website!

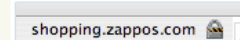
Trustwave - Information Security & Compliance



Click on the Trustwave Trusted Commerce Seal for details regarding the Trustwave.com security services provided to Zappos.

You can also find verification of this certificate on some Zappos.com secure pages, like our billing pages. While on one of these pages, simply click on the key or lock image in the bottom bar of your browser window will appear with our site security information:

example:



Look for a key or lock icon at the bottom of your browser window.

Industry Standard Firewalls

Zappos.com servers are protected by secure firewalls—communication management computers specially designed to keep your information secure and inaccessible by other Internet users. So you're absolutely safe while you shop.

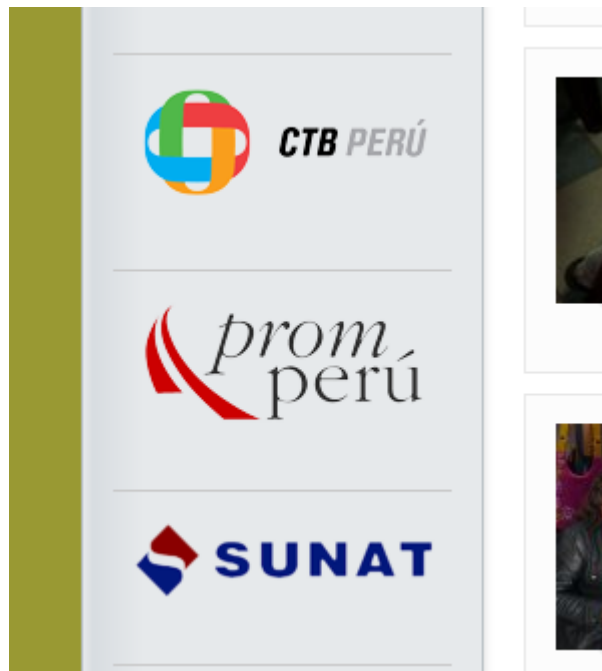
SSL Technology, Trustwave, and Industry Standard Firewalls all work together to ensure your privacy and to protect your personal data.

Privacy Policy

Zappos.com doesn't like it when someone gives away our personal information and neither do you! That's why we don't sell or share your personal information with anyone. Our Privacy Policy details how your personal information may be used.

[Read More About the Privacy Policy](#)

Enlaces a Promperú, ADEX, Mincetur



Idiomas



¿Cómo escoger un buen proveedor para el diseño de tu web?

- Trayectoria, años de experiencia
- Trabajos realizados
- Cartas de Recomendaciones de otros clientes
- Tiempo del Proyecto (2 meses)
- Garantía y Servicio Post-Venta
- ¿Tiene página Web?



¿Cómo escoger un buen proveedor para el diseño de tu web?

- Autogestión (Administrador de la Web)
- Derechos de Propiedad, Dominio, Hosting y Web
- Penalidades
- Evalúa varias alternativas
- Copia de Respaldo de tu Web
- Nunca pagues el 100% desde el inicio





¡Muchas Gracias!

Oscar Barriga G.
obarrigag@hibu.com