

Seminarios Miércoles del exportador

Cómo posicionar productos agroexportables en mercados internacionales a través del marketing digital

Lima, 25 de febrero de 2026



El cambio que lo explica todo en B2B



Digital no reemplaza las ferias: decide quién llega a la mesa.

1 Investiga antes de responder

El buyer ya revisó tu web, LinkedIn y referencias antes de contactarte

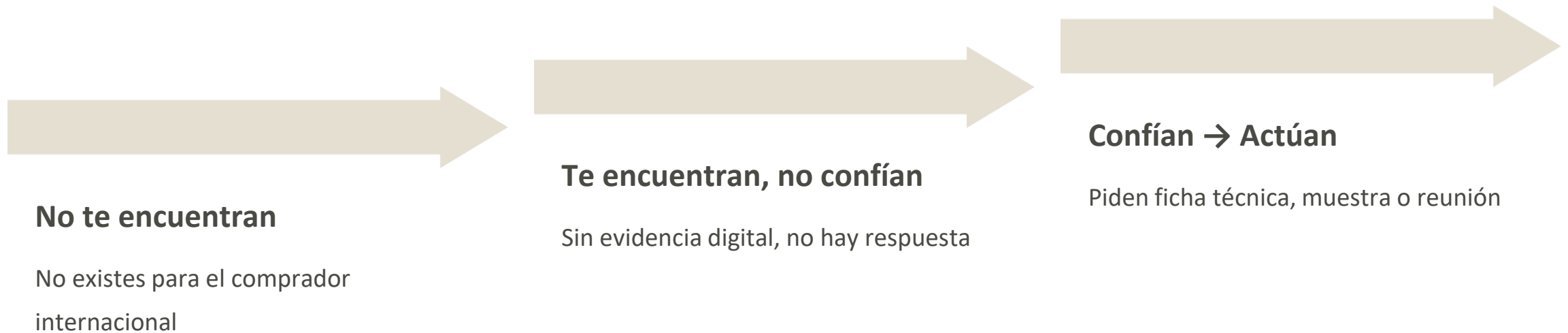
2 Compara sin pedirte reunión

Evalúa proveedores en silencio, con lo que encuentra online

3 Reduce riesgo con evidencia

Necesita pruebas digitales para justificar su decisión

Implicancia para agroexportadores



📄 Tu presencia digital ya es parte del *due diligence* del buyer.

**"No compites por
precio si posicionas
por valor."**

Valor

Confianza + consistencia + evidencia

Precio bajo sin marca

Carrera al fondo



Marco E² — Negocio Estable y Escalable

Estable

Los cimientos que sostienen tu operación comercial

- Mensaje claro y diferenciado
- Activos digitales listos
- Proceso semanal consistente

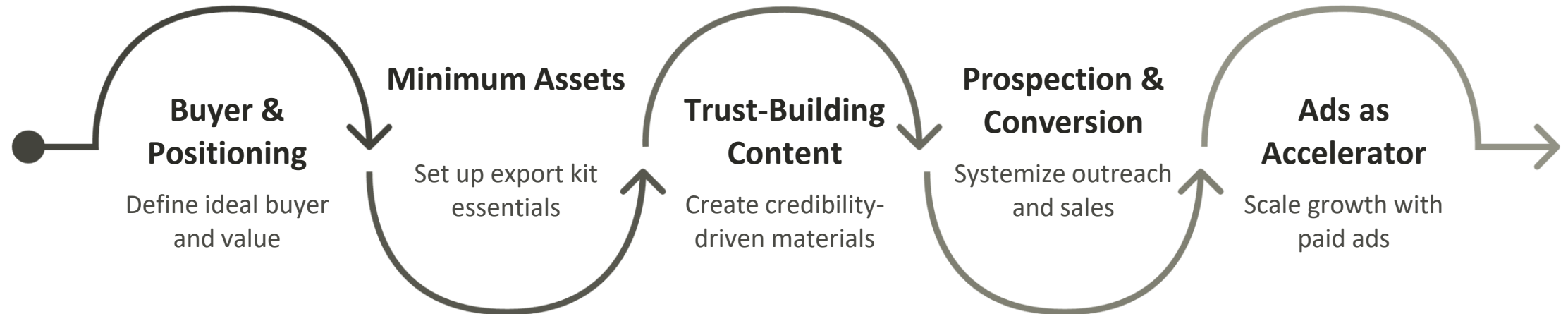
Escalable

Los aceleradores que multiplican tu alcance

- Automatización de seguimiento
- Remarketing a visitantes
- Medición y optimización continua

Primero orden, luego aceleración.

Ruta de 5 pasos — Tu mapa de acción



Esto es lo que vamos a construir juntos. Cada paso se apoya en el anterior.

Índice

1 Buyer Persona

2 Activos Mínimos

3 Creación de Contenido

4 Conversión

5 ADS

6 Diagnostico

1 ¿A quién le vendes?



¿A quién le vendes en B2B?



Importador / Trader

Busca volumen, consistencia y cumplimiento logístico



Distribuidor

Valora presentación, margen y rotación de producto



Retail / Category Manager

Prioriza diferenciación, certificaciones y precio competitivo



Procesador / Industria

Exige especificaciones técnicas precisas y estabilidad de suministro

Tu contenido cambia según quién decide.



Qué quiere el buyer — y qué teme

✓ Deseos

Continuidad

Suministro predecible

Calidad

Estándares consistentes

Cumplimiento

Documentación en orden

Velocidad

Respuesta ágil

⚠ Temores

Incumplimiento

Entregas fallidas

Inconsistencia

Calidad variable

Riesgo reputacional

Proveedores no verificables

Regulatorio

Problemas de compliance

Tu marketing debe reducir riesgo, no solo promocionar.

La pregunta clave para tu mensaje

¿Qué riesgo le quitas?

Identifica el miedo principal de tu buyer y elimínalo con evidencia

¿Qué garantía le das?

Define compromisos concretos que puedas cumplir consistentemente

¿Qué evidencia lo prueba?

Certificaciones, datos, testimonios, historial de cumplimiento

📄 Cuando respondes estas tres preguntas, sales del commodity.



Plantilla de propuesta de valor

Lista para usar — completa con tu producto y mercado:

Para **[buyer]** que necesita **[resultado]**, ofrecemos **[producto]** con **[evidencia]**, logrando **[beneficio]**, mediante **[método/proceso]**.

Ejemplo: Café especial

Para **tostadores europeos** que necesitan **perfil consistente**, ofrecemos **café de origen único** con **cupping score +84**, logrando **diferenciación en anaquel**, mediante **lotes trazables y envío directo**.

Ejemplo: Palta fresca

Para **importadores de EE.UU.** que necesitan **ventana confiable**, ofrecemos **palta Hass calibre 60-70** con **certificación GlobalG.A.P.**, logrando **cero reclamos por condición**, mediante **cadena de frío monitoreada**.

Diferenciarte sin inventar — Menú de valor

Valor tangible

- **Consistencia**

Estándares y control de calidad documentados

- **Trazabilidad / Origen**

Lotes rastreables, historia del producto

- **Certificaciones**

Auditorías, sellos, compliance verificable

Valor emocional

- **Capacidad y cumplimiento**

Volumen, ventanas de cosecha, puntualidad

- **Innovación**

Presentación, empaque, nuevos formatos

- **Impacto social**

Comunidad, sostenibilidad, historia humana

Tu valor es una combinación: técnico + historia.

Marca en B2B – No es "branding bonito"

Marca = **confianza repetible**. Es un atajo mental para el buyer.



Señales visuales consistentes

Logo, colores, estilo fotográfico reconocible



Mensaje claro

Propuesta de valor que se entiende en 10 segundos



Evidencia accesible

Certificados, fichas y datos a un clic de distancia




Respuesta rápida

Tiempo de respuesta menor a 24h

Mensaje anti-commodity – Antes y después

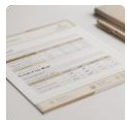
Producto	❌ Commodity	✅ Posicionado por valor
Café	"Vendemos café"	Consistencia de taza + trazabilidad + cumplimiento
Palta	"Vendemos palta"	Calibre/condición + ventana + logística + reclamos bajos
Cacao	"Vendemos cacao"	Perfil sensorial + laboratorio + sostenibilidad verificable

 Posicionar = decir no a competir solo por precio.

2 Activos Mínimos



Export Digital Kit — Lo mínimo para que te crean



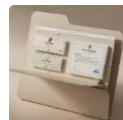
Ficha técnica (PDF)

Specs completas del producto para el equipo técnico



Ficha comercial (1 página)

Resumen ejecutivo para el decisor de compra



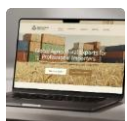
Certificaciones + evidencia

Carpeta organizada con todos tus sellos y auditorías



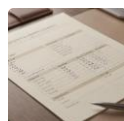
Fotos y video reales

Campo, planta, packing — contenido auténtico



Landing para importadores

Página web con un solo objetivo: generar conversación



Datos comerciales

MOQ, Incoterms, ventanas de despacho

Sin esto, tu prospección se cae.

Ficha técnica: checklist B2B



01

Especificaciones

Variedad, calibre, humedad, Brix, etc.

02

Empaque y presentaciones

Formatos disponibles, pesos, materiales

03

Certificaciones

Sellos vigentes y entes certificadores

04

Vida útil y almacenamiento

Condiciones de temperatura, humedad relativa

05

Logística y tolerancias

Requisitos de transporte, defectos permitidos

06

Contacto rápido

Nombre, correo, WhatsApp — respuesta en 24h

Esto reduce ida y vuelta — y aumenta respuestas.

Ficha comercial (1 página) — Estructura

Pensada para el **decisor**, no para el técnico.

1

Promesa en 1 línea

Tu propuesta de valor condensada

2

3 diferenciales clave

Lo que te separa de la competencia

3

Capacidades

Volumen por semana/mes, formatos

4

Ventanas de cosecha

Calendario de disponibilidad

5

Mercados atendidos

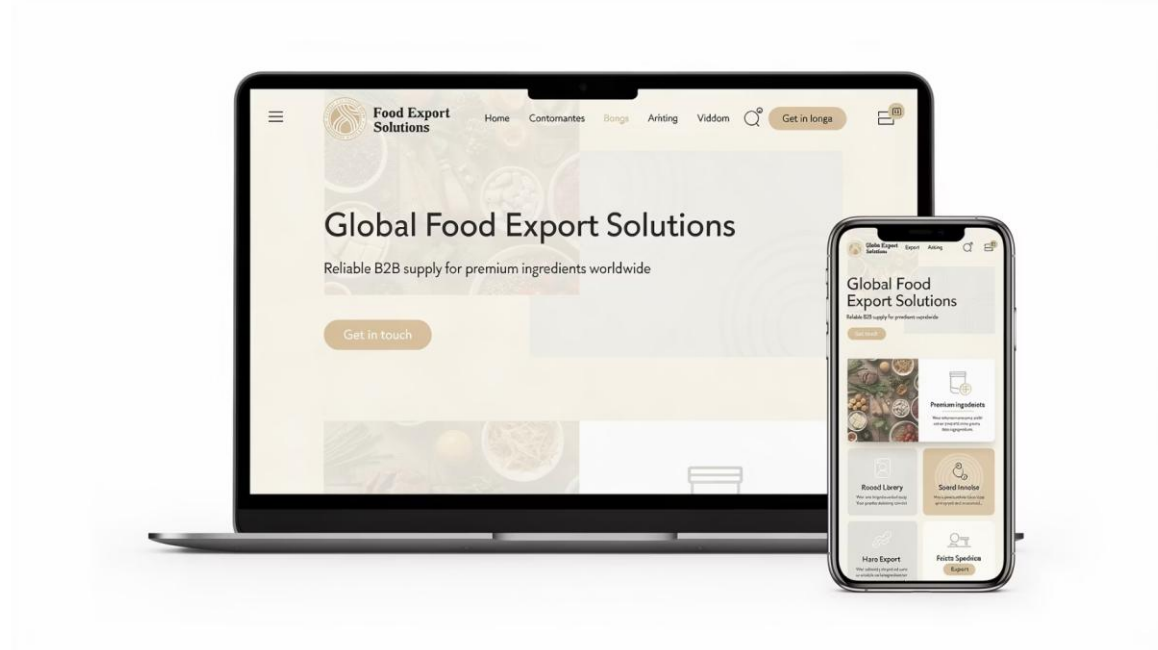
Experiencia previa por destino

6

CTA directo

Solicitar reunión / muestra

Landing para importadores — Estructura ganadora



1 Promesa + evidencia

Hero con propuesta de valor y prueba social

2 Productos / SKUs

Catálogo resumido con specs clave

3 Certificaciones y trazabilidad

Sellos visibles, auditorías accesibles

4 Capacidades + MOQ

Ventanas, volúmenes, Incoterms

5 CTA de conversión

"Solicitar ficha / muestra / reunión"

📄 Landing = 1 solo objetivo: iniciar una conversación.

Evidencias que aumentan credibilidad



Certificados

Orgánico, HACCP, BRC, GlobalG.A.P.



Auditorías

Controles de calidad documentados



Trazabilidad

Lotes rastreables, QR si existe



Fotos reales

Proceso, planta, equipo humano



Testimonios B2B

Clientes actuales que validan tu trabajo

El buyer compra "riesgo bajo". Tu evidencia es tu mejor argumento de venta.

Regulaciones — Mención inteligente



Claims y etiquetado

Varían por mercado — lo que funciona en EE.UU. puede no servir en la UE

Evita promesas no sustentadas

Cada afirmación debe tener respaldo documental verificable

Marketing + Compliance

Alinea tu comunicación comercial con los requisitos regulatorios del destino



Contenido que posiciona



Los 4 pilares de contenido B2B

Cada publicación debe encajar en uno de estos cuadrantes estratégicos.

Autoridad técnica

Calidad, proceso, control
— demuestra que sabes

Prueba

Certificaciones, auditorías,
resultados verificables

Origen / Marca

Historia, impacto social,
diferenciación real

Oferta

Capacidad, ventanas de
envío, CTA directa

 Cada post debe construir confianza, no solo llenar el feed.

Formatos que funcionan (sin gastar mucho)



Post LinkedIn

Insight + evidencia concreta



PDF descargable

Ficha técnica o catálogo corto



Video corto (15–30s)

Packing, control de calidad



Carrusel

Ventana + specs + CTA

Simple. Repetible. Consistente.



Plan para "no tengo tiempo"

3 posts por semana. 30–45 min cada uno. **Consistencia > perfección.**

Lunes

Evidencia / credencial

Certificaciones, auditorías, casos

Miércoles

Proceso / calidad

Detrás de cámaras, control, técnica

Viernes

Oferta + CTA

Disponibilidad, ventanas, contacto

Plantillas de contenido (copy rápido)

Te llevas **3 guiones repetibles** para no empezar de cero nunca más.

1

Autoridad

Problema → Cómo lo controlamos
→ Evidencia → CTA

2

Origen

Origen → Proceso → Impacto → CTA

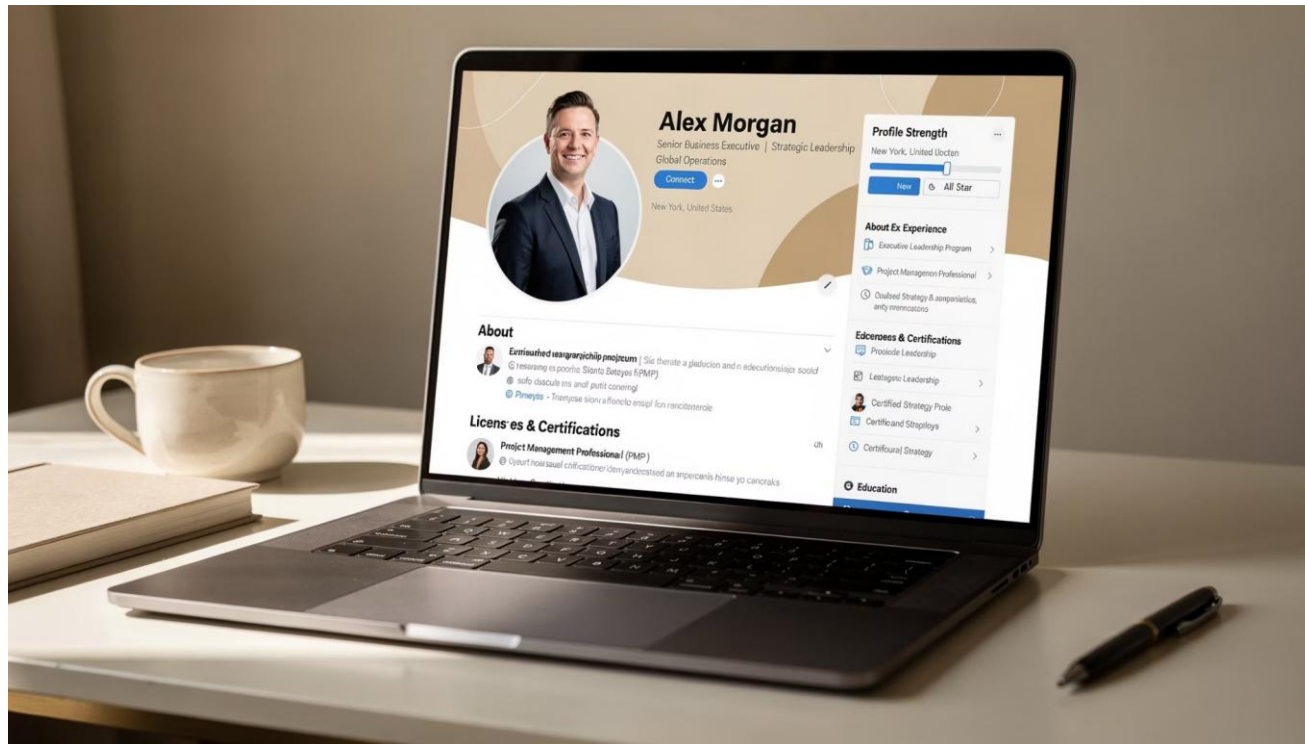
3

Oferta

Disponibilidad → Specs →
MOQ/Incoterms → CTA

LinkedIn: tu vitrina B2B

Antes de escribirle a un buyer, **te googlea**. Tu perfil es tu primera impresión.



- **Banner**

Promesa clara + certificaciones

- **Titular**

"Ayudo a [buyer] a [resultado] con [producto]"

- **Acerca de**

Evidencia concreta + CTA

- **Destacados**

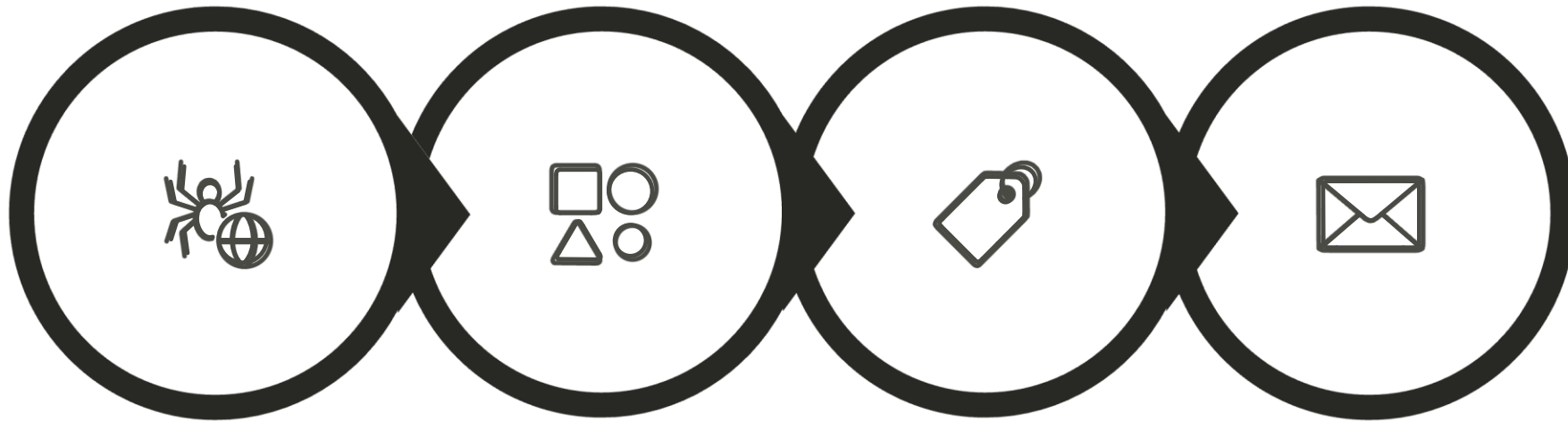
Ficha, landing, catálogo

4 Prospección y conversión



Brevo: setup mínimo (sin complicar)

Automatiza seguimiento básico sin equipo grande.



Landing

Formulario

Etiquetas

Secuencia

1 landing por línea

Producto específico, propuesta clara

1 formulario

Solicitar ficha o catálogo

Etiquetas

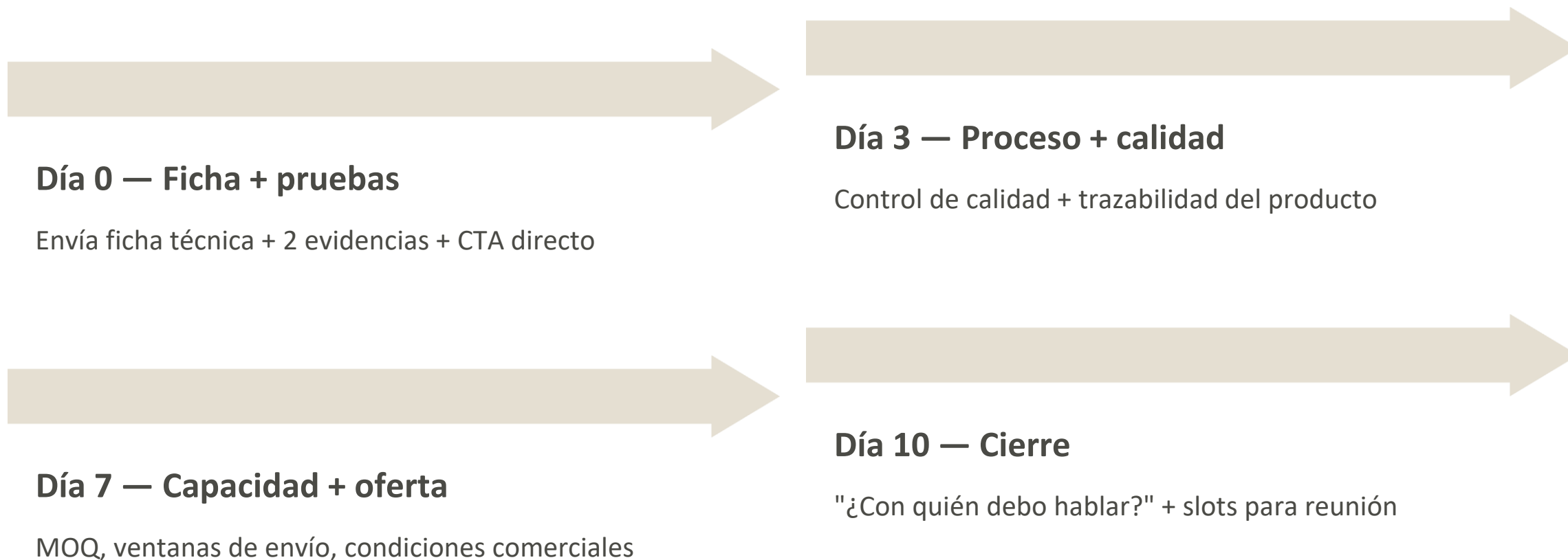
Mercado + interés del lead

1 automatización

Secuencia de 4 correos

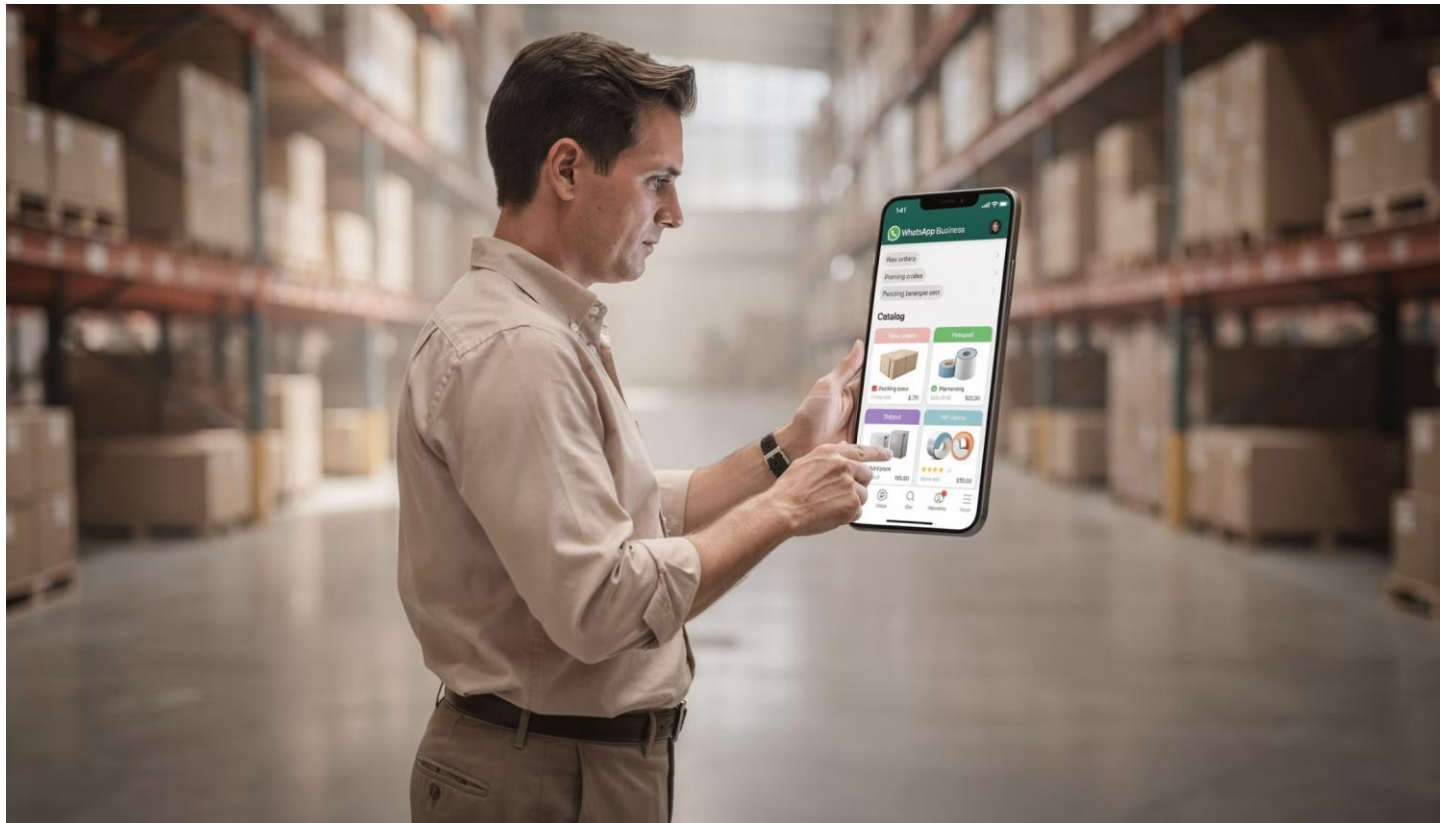
Secuencia de emails: 10 días, 4 correos

Cada correo reduce una duda del buyer.



WhatsApp Business: seguimiento profesional

WhatsApp no es informal si lo operas bien.



Etiquetas

Nuevo → Pidió ficha → Pidió muestra
→ Negociación

Respuestas rápidas

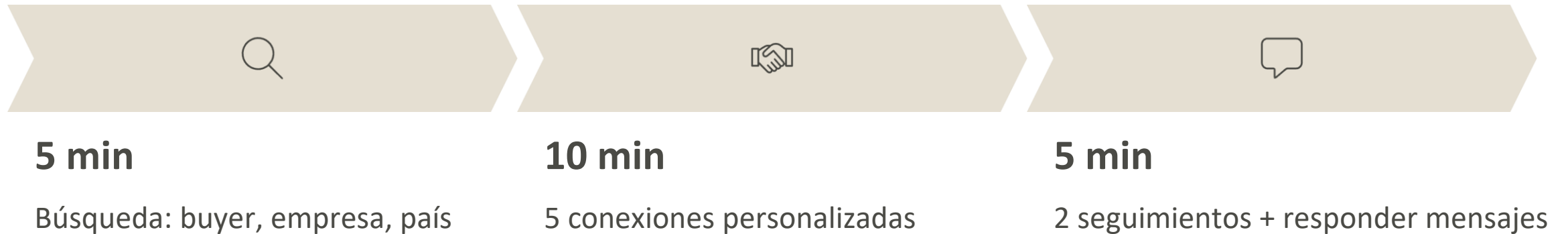
MOQ, ventanas, incoterms,
documentación

Catálogo

3–5 SKUs con specs principales

Prospección en LinkedIn: 20 min/día

Constancia diaria = pipeline.



📌 20 minutos al día generan más pipeline que una feria al año.

Mensajes que sí consiguen respuesta

No vendas. Abre conversación.

Conexión

"Vi que [contexto]. Trabajamos con [evidencia]. Me encantaría conectar."

Follow-up 1

"Te dejo specs + ventana disponible para [temporada]."

Follow-up 2

"¿Quién en tu equipo ve esta categoría? Feliz de enviarle info."

Calificación simple: prioriza tus leads

Te enfocas en los leads con más probabilidad de cerrar.

Criterio	Puntaje	Ejemplo
Fit (categoría/mercado)	1-5	Tu producto + su canal
Capacidad (volumen/MOQ)	1-5	Puede comprar tu mínimo
Timing (temporada)	1-5	Compra en los próximos 90 días
Interés (respuesta)	1-5	Respondió, descargó ficha



5 ADS



Ads: qué es y qué NO es

✓ Sí acelera

- Visibilidad y recordación de marca
- Remarketing a interesados reales
- Conversaciones calificadas más rápido

✗ No reemplaza

- Una propuesta débil o genérica
- Falta de evidencias y certificaciones
- Contenido inexistente o inconsistente

Creatividades que funcionan en B2B agro

Lo que vende es la **evidencia**, no el efecto visual.



Video 15s

Packing + calidad + 1 promesa clara



Carrusel

Specs + certificaciones + CTA



PDF Lead Magnet

Catálogo descargable o ficha técnica

Plan realista según tus recursos

El objetivo es **constancia**, no fuegos artificiales.



Nivel 1 — Bajo

Remarketing + 2 creatividades



Nivel 2 — Medio

Awareness + remarketing + landing optimizada



Nivel 3 — Medio+

Segmentación por país/interés + tests A/B

📌 Si el presupuesto es bajo, remarketing es oro puro.



Auditoria



Auditoría Express + Plan 30 Días

En 5 minutos sabrás tu cuello de botella.

Puntúate 0–2 en cada criterio:

#	Criterio	Tu puntaje (0–2)
1	Propuesta clara	—
2	Activos (kit comercial)	—
3	Contenido constante	—
4	Prospección activa	—
5	Seguimiento sistemático	—

Interpretación del puntaje: ¿qué hacer mañana?

0-4: Invisible

Kit + mensaje + landing. Empieza por lo básico.

5-7: Te ven pero no confían

Evidencia + contenido + secuencia de emails.

8-10: Listo para escalar

Ads + remarketing + optimización continua.

Mini plan 30 días

Semana 1

Propuesta + buyer + kit mínimo

1

2

Semana 2

Landing + Brevo + secuencia

Semana 3

9 contenidos + perfil LinkedIn

3

Semana 4

Prospección diaria + remarketing + ajustes

Si haces esto 30 días, pasas de **invisible** → **confiable** → **contactable**.

Seminarios Miércoles del exportador

Preguntas y respuestas

**Edgar Huamán
Carbajal**

edgar@agromarketinglatam.com

