



PROGRAMA DE
E-COMMERCE
CROSS-BORDER

**BASES DE PARTICIPACIÓN
CRITERIOS DE SELECCIÓN**





¿Qué es el Programa e-commerce cross-border: **aceleración & onboarding**?

Es un programa que consta de dos etapas, con una duración total de **10 meses**, que apunta a potenciar la venta de productos de empresas uruguayas en **Amazon Estados Unidos**, mediante la preparación para exportar y la generación de capacidades vinculadas al e-commerce.

A partir de una convocatoria abierta a empresas de diversos sectores, se seleccionarán las participantes del programa que trabajarán junto con la consultora internacional **LAP Marketplace**, experta en ventas a través de *marketplaces* globales.

En una primera etapa, las empresas inscriptas tendrán acceso a los cursos virtuales de la plataforma LAP Academy, de los cuales deberán realizar dos: *Introducción al e-commerce cross-border* y *Cómo vender en Amazon Estados Unidos desde Latam*. Estos cursos no tienen un horario específico ni tampoco un límite de cupos para participar.

Finalizada esta etapa, se seleccionarán ocho empresas para participar de la segunda etapa del programa. La selección se realizará en función del desempeño en los cursos y los criterios establecidos en la **página 3**. Cada empresa recibirá asesoramiento y seguimiento individual de LAP Marketplace a lo largo de nueve meses, para prepararse para vender en Amazon Estados Unidos desde Uruguay.

A lo largo de este tiempo serán orientadas acerca de cómo cumplir con las regulaciones y requisitos de empaquetado para exportar a Estados Unidos, cómo registrar sus perfiles y productos en Amazon, cómo optimizar el envío de inventarios y cómo aumentar las ventas a través del marketing digital en *marketplaces*.



Objetivo del programa:

El Programa e-commerce cross-border tiene por objetivo promover a las exportaciones de mipymes uruguayas a través de canales digitales globales. Los objetivos específicos son:

- **Profesionalizar a las mipymes uruguayas** en la exportación mediante el uso de comercio electrónico.
- **Desarrollar y/o mejorar capacidades técnicas y comerciales** que faciliten operaciones de exportación efectivas necesarias para la conversión en plataformas globales.
- **Diseñar una estrategia de marketing digital en *marketplaces*** adaptada a cada empresa.
- **Adoptar procesos logísticos y de distribución** según los requerimientos de los canales digitales globales y de cada producto.
- **Fomentar el acceso a nuevos mercados** o la consolidación en mercados de exportación con el desarrollo de nuevos conocimientos.
- **Incrementar el empleo de calidad.**



¿Qué **apoyo** brinda Uruguay XXI?

La primera etapa de este programa es abierta a cualquier empresa que desee participar.

La segunda etapa contempla el otorgamiento de un subsidio que se ejecutará en una modalidad de cofinanciación.

Cada empresa seleccionada aportará USD 1.000 mediante transferencia bancaria a Uruguay XXI, a realizarse una vez firmado el contrato entre ambas partes.

El monto total del subsidio será destinado únicamente a los objetivos planteados por el proyecto e incluye los costos que se destinarán a publicidad digital en función de la estrategia pautada.



¿Cuáles son los **requisitos** para postularse?

Etapa I

→ Tener una empresa legalmente constituida con número de RUT.

Etapa II

→ Certificado PYME, vigente al momento de la postulación, emitido por la Dirección Nacional de Artesanías, Pequeñas y Medianas Empresas (Dinapyme) del Ministerio de Industria, Energía y Minería.

→ Producir y comercializar bienes de origen nacional, en serie, con valor agregado y que cumplan con las regulaciones nacionales. No se considerarán las empresas que brinden únicamente servicios ni las que vendan bienes que no utilicen materia prima o mano de obra locales.

→ Conocer los tiempos y costos de producción y tener capacidad de reacción ante un eventual aumento en la demanda.

→ Ser capaces de diseñar, producir e imprimir packaging apto para la exportación en función de las necesidades del producto y la normativa del país de destino. Tener en cuenta que los costos de un nuevo etiquetado o packaging deberán correr por cuenta de la empresa, al igual que las cajas, sellos, etiquetas, papel burbuja y todo lo necesario para cumplir con los requisitos de seguridad.

→ Contar con una tarjeta de crédito internacional en dólares estadounidenses (USD), ya sea con cuenta personal o de la empresa, para efectuar y recibir pagos internacionales.



Para algunos rubros existen **requisitos adicionales**:

→ En el caso de alimentos perecederos, deberán tener una vida útil de al menos seis meses.

→ En el caso de productos congelados o que requieran refrigeración, deberán tener un precio de venta final (la unidad o el pack) superior a los USD 100, de modo que permitan cubrir costos de logística, bodega y *fulfillment* especiales que se requieran.



Se priorizarán a las empresas:

- Ubicadas en el interior del país.
- Lideradas por mujeres o que cuenten con políticas de género.
- Con modelo de economía circular.
- Que realicen un aporte significativo al desarrollo de la industria nacional mediante la utilización de materias primas, mano de obra, talento y servicios locales en los procesos productivos, así como mediante la producción de bienes con innovación o valor diferencial agregado.
- Que cuenten con una identidad de marca y una propuesta de valor definidas, especialmente si se trata de marcas que están bien posicionadas en el mercado doméstico.
- Con experiencia de marketing digital, incluyendo campañas publicitarias a través de Google Ads o redes sociales, así como el monitoreo de resultados a través de herramientas de analítica web.
- Que cuenten con capacidades para desenvolverse en el e-commerce como un sitio web con compras integradas, disponibilidad de recursos para invertir en una pauta publicitaria e idealmente conocimientos básicos de desarrollo empresarial, marketing digital y logística.
- Que tengan distintas líneas de productos, de modo que faciliten la utilización de promociones, series y packs para las estrategias de marketing digital.



Contrato

Uruguay XXI suscribirá con cada empresa beneficiaria un contrato estableciendo las obligaciones de las partes.

Al momento de la firma, las empresas deberán adjuntar copia de documentación en la que conste que el firmante es un representante legal de la empresa.

Las beneficiarias se comprometen por contrato a mencionar el apoyo del programa en cualquier entrevista que brinden a medios nacionales o internacionales.



¿Cómo será el proceso del Programa e-commerce cross-border?

→ Fase 1: **Postulación**

Completá el typeform de postulación al programa desde el **sitio web** de Uruguay XXI antes del 6 de setiembre del 2023.

→ Fase 2: **Desarrollo | Etapa I del programa**

Del 4 de setiembre al 6 de octubre las empresas inscriptas podrán tomar los cursos a través de la plataforma de LAP Academy, en los que se abordarán los siguientes puntos:

Introducción al e-commerce cross-border: un curso general e introductorio que explica el funcionamiento del comercio electrónico transfronterizo, abordando cuestiones relacionadas con el envío de stock, la creación de cuentas, el traslado de dineros hacia otros países, el uso del marketing digital, etc.

Cómo vender en Amazon Estados Unidos: mediante un curso específico sobre la funcionalidad y gestión necesaria para vender en un marketplace global utilizando el ejemplo de Amazon.

→ Fase 3: **Selección | Etapa II del programa**

Las empresas participantes de la primera etapa serán revisadas por el departamento de Promoción de Exportaciones de Uruguay XXI y por la empresa LAP Marketplace para verificar que cumplan con los requisitos exigidos. Si el número de las postulaciones excede al de los cupos, se seleccionarán las empresas que mejor cumplan con los aspectos a priorizar anteriormente detallados.

→ Fase 4: **Preexportación**

En esta primera fase de asesoramiento se realizará un diagnóstico para conocer en detalle el estado de situación de cada empresa beneficiaria y los próximos pasos a seguir. En función del producto a exportar, se identificarán las regulaciones y requisitos de etiquetado que deben cumplir en Estados Unidos y se rediseñará el packaging para adaptarlo a este mercado.

→ Fase 5: **Onboarding**

Junto a LAP Marketplace, se realizará un benchmark de cada empresa para entender la competencia, las tendencias de mercado, los hábitos de consumo, la disposición de pago, entre otros factores. Las empresas participantes se registrarán como sellers en los marketplaces y crearán los listings de sus productos, velando por que queden configuradas para que se indexen bien con los algoritmos de búsqueda del marketplace.

→ Fase 6: **Logística**

Las empresas definirán, con el asesoramiento de LAP Marketplace, el método óptimo para los envíos de inventario y entrarán en contacto con socios de logística cross-border e importación en cada mercado de destino.

→ Fase 7: **Crecimiento**

Una vez que los productos estén activos y disponibles para la venta, LAP Marketplace asesorará sobre el marketing y marketplace management. Se creará un plan personalizado de presupuesto para campañas de publicidad y una estrategia de precios, promociones y descuentos para fechas relevantes. Se brindará asistencia en la gestión de reseñas, fidelización y servicio al cliente en los marketplaces. En esta etapa se realizará el traspaso del conocimiento continuo a las empresas para incentivarlas a seguir vendiendo de forma autónoma una vez terminado el proceso.

Fecha límite de postulación al programa: **6 de setiembre de 2023**

Contacto: ecommerce@uruguayxxi.gub.uy