

Emprender en Internet - Estrategias para emprender sin dinero, sin contactos y sin experiencia.

Lic. Helmut Cáceda Salazar
hcaceda@capece.org.pe
03 de junio de 2015
Lima, Perú

PRESENTA:

EMPRENDER EN INTERNET

ESTRATEGIAS PARA EMPRENDER SIN DINERO, SIN CONTACTOS Y SIN EXPERIENCIA.



Mentor: Helmut Cáceda Salazar
 @helmutcaceda



UNIVERSIDAD
DEL INTERNET.COM

¿DE QUE VAMOS A HABLAR?

- 
- 1. YO EMPRENDEDOR**
 - 2. ¿PERÚ ESTÁ PREPARADO PARA COMPETIR EN LA ERA DIGITAL?**
 - 3. ESTRATEGIAS PARA EMPRENDER EN LA ERA DIGITAL**

SOBRE EL MENTOR:



PERFIL:

Presidente Fundador de la Cámara Peruana de Comercio Electrónico®, representante ante la mesa de tecnología del Consejo Nacional de Competitividad y ante el Consejo Privado para la Agenda Digital. Es CEO FUNDADOR de 2 STARTUP: UNIVERSIDADDELINTERNET.COM y DOJOSTARTUP.COM

MIS FORTALEZAS CLAVE PARA AYUDARTE:

- ✓ Pensamiento estratégico y mentalidad emprendedora.
- ✓ Consultor especialista en marketing estratégico, comercio electrónico y Startups.

REPRESENTO A LA EMPRESA:



ALFABETIZACIÓN DIGITAL

CONFIANZA ONLINE

INNOVACIÓN



 @helmutcaceda

 www.helmutcaceda.com

 contacto@helmutcaceda.com

JUNTOS PODEMOS AYUDAR A REDUCIR LA BRECHA DIGITAL E IMPULSAR LA INNOVACIÓN

CAPECE SE ENFOCA EN FORTALECER PLATAFORMAS TICS Y ALFABETIZACIÓN DIGITAL

Las 10 dimensiones del ICSEd-Prodem

ICSEd-Prodem 10 dimensions

- Perú
Peru
- Mejor escenario internacional*
International benchmark*
- Mejor escenario America Latina
Regional benchmark

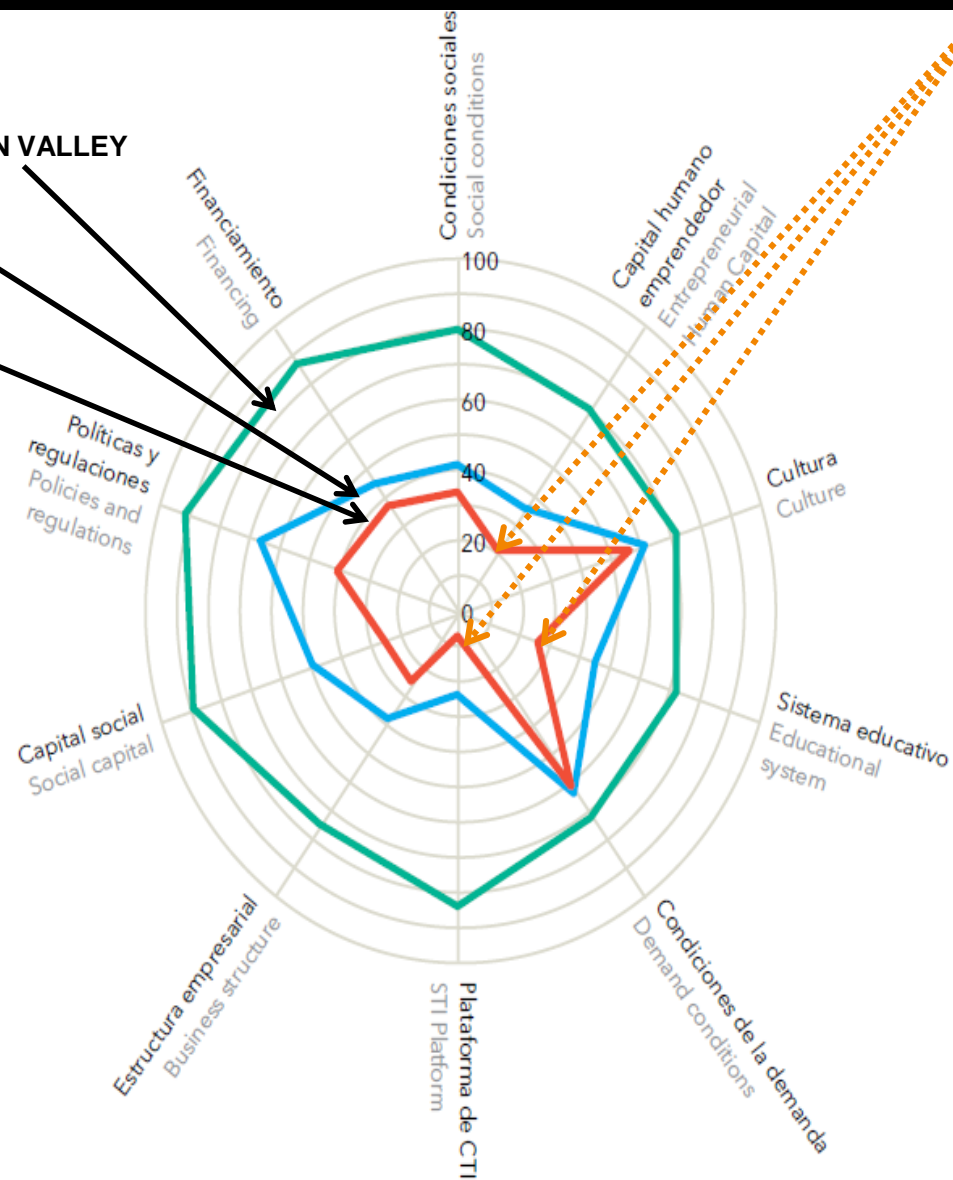
* El mejor escenario internacional y regional corresponde al valor promedio de los 3 primeros países para cada dimensión en el ranking general y en el de América Latina, respectivamente.

*The international and regional benchmark refer to the average value of the top 3 countries for each dimension in the overall ranking and in Latin America, respectively.



SILICON VALLEY

BRASIL



■ Chile



THE ENDEAVOR MULTIPLIER EFFECT

NETWORK MAP OF BUENOS AIRES TECH SECTOR

COMPANIES

Size of circle reflects the number of outgoing connections of entrepreneurs of each company.



COMPANIES OF ENDEAVOR ENTREPRENEURS
COMPANIES CONNECTED TO ENDEAVOR ENTREPRENEURS
OTHER COMPANIES

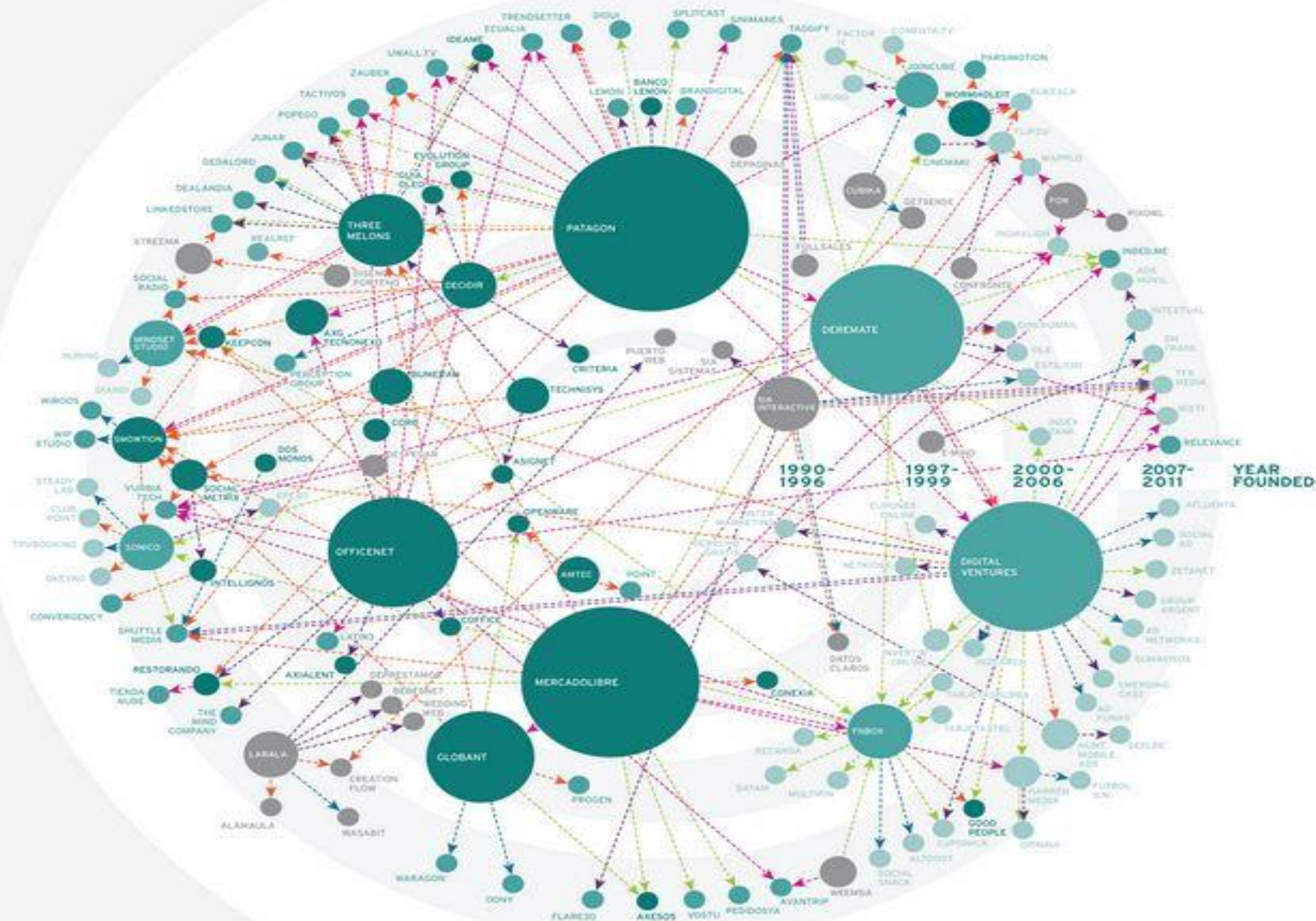
Note: Entrepreneurs are represented by their most prominent companies.

CONNECTIONS



From 2000 to 2010, Argentina experienced severe economic challenges, including the devaluation of its currency and double-digit inflation. The tech sector in Buenos Aires, however, grew significantly to become one of the largest and most successful in Latin America. Hundreds of new companies launched in the city and Google opened its third international headquarters office there. Several notable exits also occurred during this time. Patagon was sold to Banco Santander, MercadoLibre.com went public on the NASDAQ and Digital Ventures was sold to Fox.

A number of Endeavor Entrepreneurs in Buenos Aires have played critical roles mentoring, inspiring and investing in other firms. As this network map illustrates, more than 90% of the companies connected to this network were founded by Endeavor Entrepreneurs or were influenced by their companies. At the time this map was created, the companies connected to this network employed more than 80,000 people and had estimated revenues of \$1.6bn in 2010.



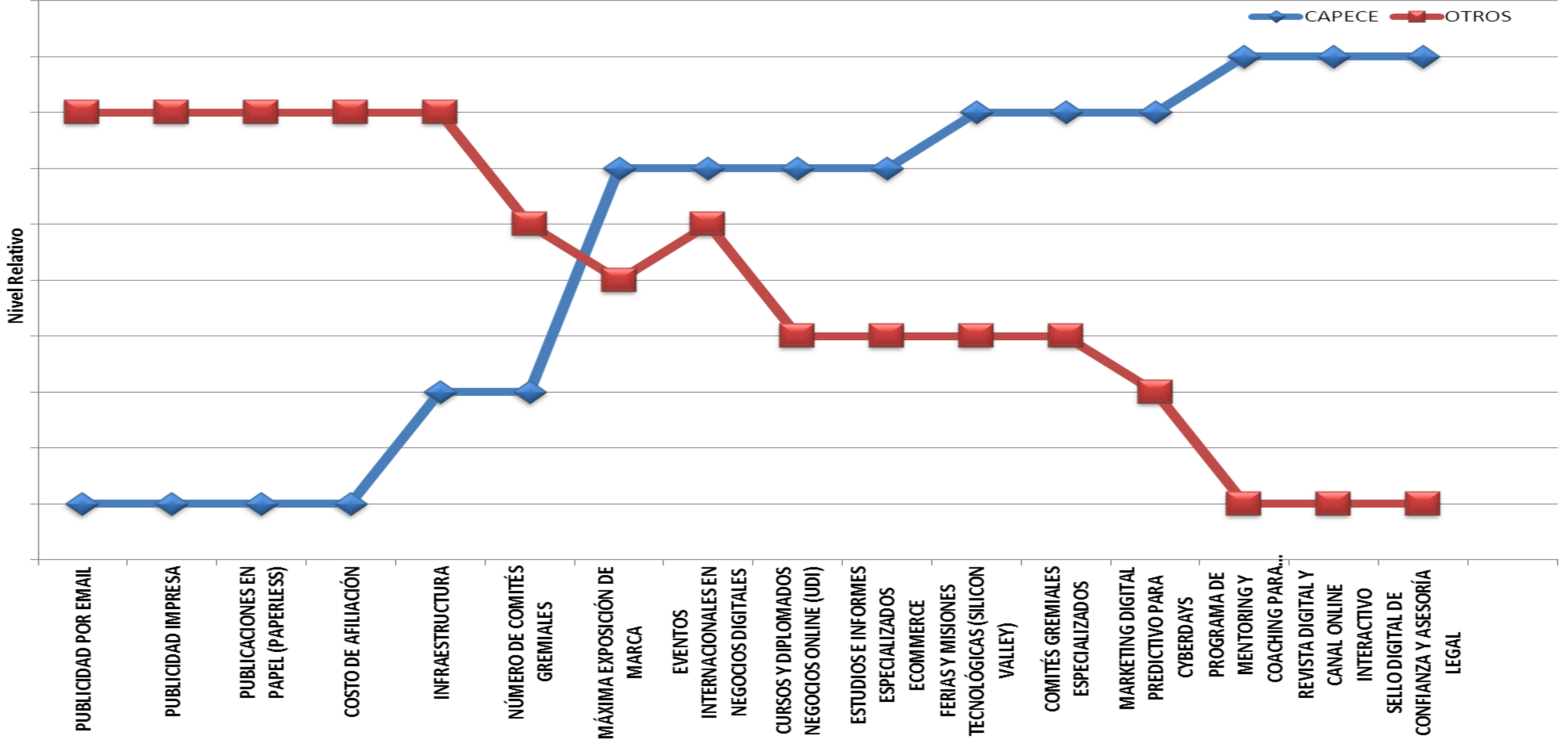
8 AÑOS SUMANDO AL ECOSISTEMA ORGANIZANDO ALGUNOS DE LOS MEJORES EVENTOS INTERNACIONALES DE COMERCIO ELECTRÓNICO Y NEGOCIOS DIGITALES EN EL PAÍS



EXTREME ENTREPRENEURSHIP TOUR 2012
(Con Jeff Hoffman)
<http://bit.ly/1LAtv08>

C.R.E.C.E. 2013
(Con Andres Moreno)
<http://bit.ly/1DPtoP9>

THE ESHOW PERÚ 2014
LA FERIA DE NEGOCIOS DIGITALES MÁS IMPORTANTE DE LATAM
<http://bit.ly/1ljc90S>



ELIMINAR
REDUCIR
MEJORAR
CREAR

UN NUEVO MERCADO NECESITA UNA NUEVA OFERTA DE VALOR

«La calidad total empieza y termina por la educación»



SOLUCIONES COMITÉ DE ALFABETIZACIÓN DIGITAL



PROBLEMAS A ABORDAR:

1. Poco entendimiento del canal Online en el ecosistema local (Empresas, Universidades, Estado)
2. Desconocimiento de los nuevos actores del comercio electrónico en el país.

IMPACTOS ESPERADOS:

- ✓ Diplomados y talleres dictado por fundadores y directores.
- ✓ Bolsas de trabajo Online de profesionales especializados.
- ✓ Colaboración con el Gobierno para crear perfiles de «Ciudadanos digitales».



PROBLEMAS A ABORDAR:

1. Poca Innovación y altas tasas de fracasos de empresas Online y Offline.

IMPACTOS ESPERADOS:

- ✓ Introducir al usuario en las 3 tendencias globales: Economía colaborativa, compartida y disruptiva.
- ✓ Programa de «Responsabilidad Social Tecnológica», a través de mentorías de Internet leaders para nuevos emprendedores 2.0
- ✓ Crear puentes con ecosistemas digitales más avanzado como Silicon Valley, Singularity University, entre otros, que ayuden a impulsar el desarrollo del ecosistema digital del país.



SOLUCIONES COMITÉ DE INNOVACIÓN Y STARTUP



www.dojostartup.com



COMITÉ DE COMERCIOS ELECTRÓNICOS

PROBLEMAS ABORDADOS:

1. Baja tasa de conversión
2. Poca habitualidad en las compras On line
3. Inexistencia de cifras y analítica
4. **DESCONFIANZA** y barreras para acceder a compras Online

YUPPIT.pe
el buscador de ofertas

IMPACTOS ESPERADOS:

1. Clientes PRE-FILTRADOS (mayor conversión)
2. Hacer de las compras On line algo cotidiano
3. Estadísticas de navegación, demografía, etc
4. Campañas de generación de confianza y soluciones para nuestros partners

www.yuppit.pe

BENEFICIOS PARA AFILIADOS

Boletín semanal a usuarios
(Pueden publicar artículos y/o banners)

Participar y co-organizar
Webinars de negocios digitales

Eventos internacionales con
máxima exposición de marca

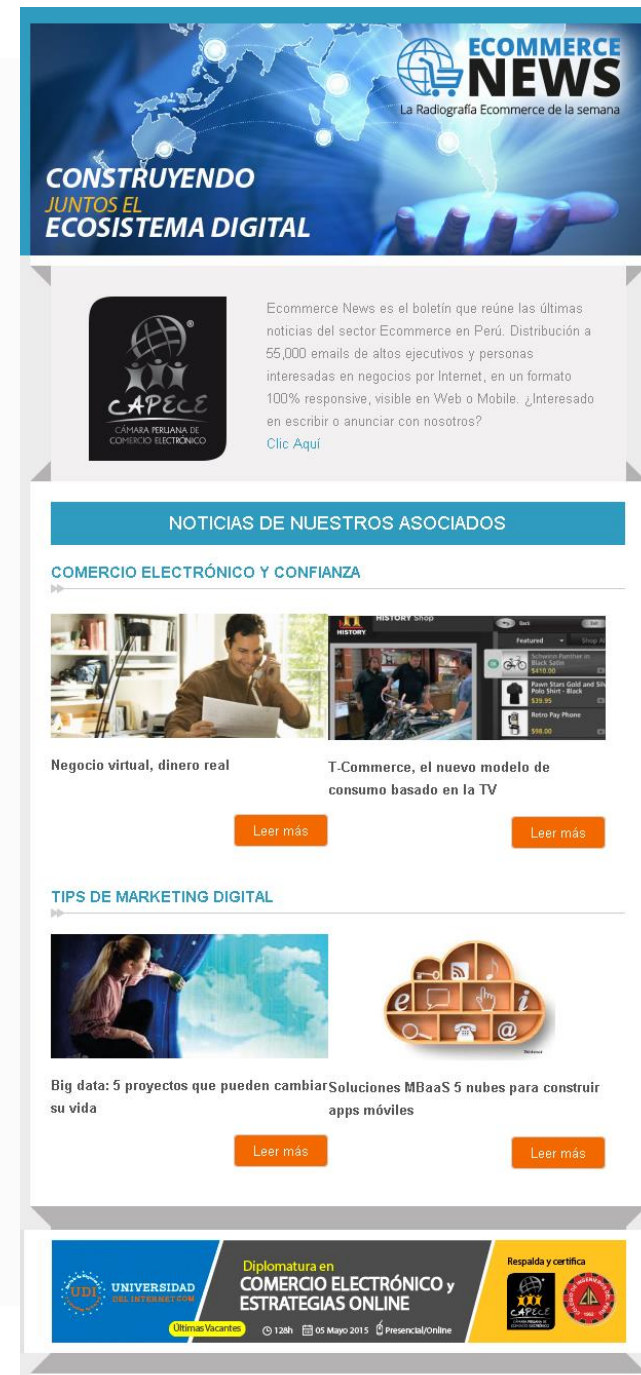
Reconocimiento como Embajador
CONFIANZA EN INTERNET

Participa como Profesor/Mentor
en cursos y Diplomados

Mentoring y networking
internacional de primer nivel



Mail a nuestros
50,000
usuarios



ECOMMERCE NEWS
La Radiografía Ecommerce de la semana

CONSTRUYENDO JUNTOS EL ECOSISTEMA DIGITAL

CAPECE
CÁMARA PERUANA DE COMERCIO ELECTRÓNICO

Ecommerce News es el boletín que reúne las últimas noticias del sector Ecommerce en Perú. Distribución a 55,000 emails de altos ejecutivos y personas interesadas en negocios por Internet, en un formato 100% responsive, visible en Web o Mobile. ¿Interesado en escribir o anunciar con nosotros? [Clic Aquí](#)

NOTICIAS DE NUESTROS ASOCIADOS

COMERCIO ELECTRÓNICO Y CONFIANZA

Negocio virtual, dinero real
[Leer más](#)

T-Commerce, el nuevo modelo de consumo basado en la TV
[Leer más](#)

TIPS DE MARKETING DIGITAL

Big data: 5 proyectos que pueden cambiar tu vida
[Leer más](#)

Soluciones MBaaS 5 nubes para construir apps móviles
[Leer más](#)

UNIVERSIDAD
Diplomatura en **COMERCIO ELECTRÓNICO y ESTRATEGIAS ONLINE**
Respalda y certifica

Últimas Vacantes | 12h | 05 Mayo 2015 | Presencial/Online

BENEFICIOS PARA AFILIADOS

Boletín semanal a usuarios
(Pueden publicar artículos y/o banners)

Beneficios exclusivos dentro de
YUPPIT, El buscador de ofertas

Eventos internacionales con
máxima exposición de marca

Reconocimiento como Embajador
CONFIANZA EN INTERNET

Participa como Profesor/Mentor
en cursos y Diplomados

Mentoring y networking
internacional de primer nivel



YUPPIT.pe
El buscador de ofertas

MARKETING DIGITAL PREDICTIVO E INTELIGENCIA AUMENTADA

<http://www.yuppit.pe>

HAGAMOS DE LAS COMPRAS ONLINE
ALGO COTIDIANO

YUPPIT.pe
el buscador de ofertas

YUPPIT es el primer buscador de ofertas multiproducto, que gracias a estrategias de marketing digital predictivo, ayudará a derivar tráfico de calidad hacia nuestros comercios asociados.

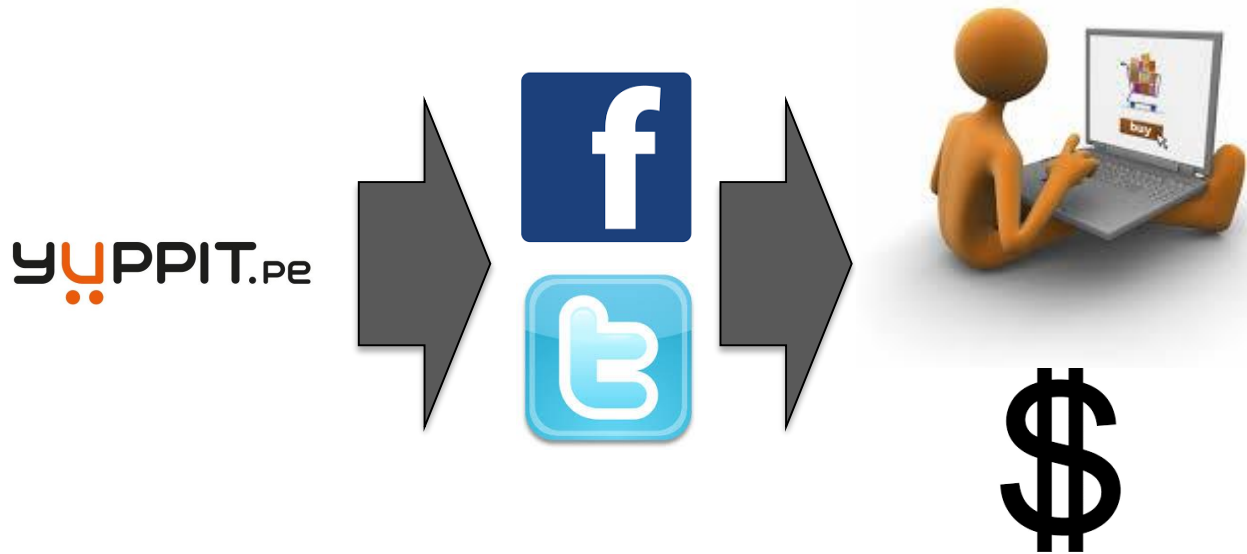
PROPUESTA DE VALOR:

- ✓ Publicidad digital predictiva ÚNICO en Perú
- ✓ «Always ON» Prendido todo el año
- ✓ Pago por Resultados (CPC)
- ✓ Modelo único en LATAM
- ✓ Partners regionales para MKT digital y PR



HAGA ECO EN INTERNET

Gracias a YUPPIT, en tiempo real y de manera «**PREDICTIVA**», identificaremos tendencias en la red y construiremos una audiencia de clientes potenciales que aumentará drásticamente la tasa de conversión de sus campañas.



FOCUS SET: PRIVADO | PÚBLICO | SOCIAL Customer Intelligence Database (CID)

	IBM big data @IBMbigdata	70
	Hyouun Park @hyounpark	68
	Michael Chui @mchui	67
	Geoffrey Blosat @GeoffTBlosat	65
	Ravinesh A. Kumar @RavineshKumar	61
	Sarvesh SRK Fan @sarveshgupta89	61
	IDeas BIG @ideasBIG	59

PRODUCTOS ¿Qué estás estas buscando hoy? (Ejm: Televisores LED 40)

CATEGORÍAS

- Viajes y turismo
- Tecnología
- Electrodomesticos
- Salud y belleza
- Gastronomía
- Flores y regalos
- Deportes
- Entretenimiento
- Moda
- Niños y bebés
- Hogar
- Educacion y seguros

7" Tablet Reloaded
More Possibilities on the go

- 1.2GHz Dual Core
- HSPA+ 21Mbps
- 3K5g lightweight
- Android™ 3.2 Honeycomb

despegar.com

LAPTOP LENOVO TOUCH 15"
Laptop lenovo ideapad g400s intel core i3

S/. 1,299.00 ~~S/. 1,599.00~~

YUPPEALO

despegar.com

LAPTOP LENOVO TOUCH 15"
Laptop lenovo ideapad g400s intel core i3

S/. 1,299.00 ~~S/. 1,599.00~~

YUPPEALO

YUPPIT TE RECOMIENDA

<p>LAPTOP LENOVO TOUCH 15" Laptop lenovo ideapad g400s intel core i3</p> <p>S/. 1,299.00 S/. 1,599.00</p> <p>YUPPEALO</p>	<p>LAPTOP LENOVO TOUCH 15" Laptop lenovo ideapad g400s intel core i3</p> <p>S/. 1,299.00 S/. 1,599.00</p> <p>YUPPEALO</p>	<p>LAPTOP LENOVO TOUCH 15" Laptop lenovo ideapad g400s intel core i3</p> <p>S/. 1,299.00 S/. 1,599.00</p> <p>YUPPEALO</p>	<p>LAPTOP LENOVO TOUCH 15" Laptop lenovo ideapad g400s intel core i3</p> <p>S/. 1,299.00 S/. 1,599.00</p> <p>YUPPEALO</p>	<p>LAPTOP LENOVO TOUCH 15" Laptop lenovo ideapad g400s intel core i3</p> <p>S/. 1,299.00 S/. 1,599.00</p> <p>YUPPEALO</p>
<p>LAPTOP LENOVO TOUCH 15" Laptop lenovo ideapad g400s intel core i3</p> <p>S/. 1,299.00 S/. 1,599.00</p> <p>YUPPEALO</p>	<p>LAPTOP LENOVO TOUCH 15" Laptop lenovo ideapad g400s intel core i3</p> <p>S/. 1,299.00 S/. 1,599.00</p> <p>YUPPEALO</p>	<p>LAPTOP LENOVO TOUCH 15" Laptop lenovo ideapad g400s intel core i3</p> <p>S/. 1,299.00 S/. 1,599.00</p> <p>YUPPEALO</p>	<p>LAPTOP LENOVO TOUCH 15" Laptop lenovo ideapad g400s intel core i3</p> <p>S/. 1,299.00 S/. 1,599.00</p> <p>YUPPEALO</p>	<p>LAPTOP LENOVO TOUCH 15" Laptop lenovo ideapad g400s intel core i3</p> <p>S/. 1,299.00 S/. 1,599.00</p> <p>YUPPEALO</p>

EXPLORA LAS MEJORES OFERTAS DE LA CIUDAD

<p>LAPTOP LENOVO TOUCH 15" Laptop lenovo ideapad g400s intel core i3</p> <p>S/. 1,299.00 S/. 1,599.00</p> <p>YUPPEALO</p>	<p>LAPTOP LENOVO TOUCH 15" Laptop lenovo ideapad g400s intel core i3</p> <p>S/. 1,299.00 S/. 1,599.00</p> <p>YUPPEALO</p>	<p>LAPTOP LENOVO TOUCH 15" Laptop lenovo ideapad g400s intel core i3</p> <p>S/. 1,299.00 S/. 1,599.00</p> <p>YUPPEALO</p>	<p>LAPTOP LENOVO TOUCH 15" Laptop lenovo ideapad g400s intel core i3</p> <p>S/. 1,299.00 S/. 1,599.00</p> <p>YUPPEALO</p>	<p>LAPTOP LENOVO TOUCH 15" Laptop lenovo ideapad g400s intel core i3</p> <p>S/. 1,299.00 S/. 1,599.00</p> <p>YUPPEALO</p>
--	--	--	--	--

<p>LAPTOP LENOVO TOUCH 15" Laptop lenovo ideapad g400s intel core i3</p> <p>S/. 1,299.00 S/. 1,599.00</p> <p>YUPPEALO</p>	<p>LAPTOP LENOVO TOUCH 15" Laptop lenovo ideapad g400s intel core i3</p> <p>S/. 1,299.00 S/. 1,599.00</p> <p>YUPPEALO</p>	<p>LAPTOP LENOVO TOUCH 15" Laptop lenovo ideapad g400s intel core i3</p> <p>S/. 1,299.00 S/. 1,599.00</p> <p>YUPPEALO</p>
--	--	--

EXPLORA LAS MEJORES OFERTAS DE LA CIUDAD

<p>LAPTOP LENOVO TOUCH 15" Laptop lenovo ideapad g400s intel core i3</p> <p>S/. 1,299.00 S/. 1,599.00</p> <p>YUPPEALO</p>	<p>LAPTOP LENOVO TOUCH 15" Laptop lenovo ideapad g400s intel core i3</p> <p>S/. 1,299.00 S/. 1,599.00</p> <p>YUPPEALO</p>	<p>LAPTOP LENOVO TOUCH 15" Laptop lenovo ideapad g400s intel core i3</p> <p>S/. 1,299.00 S/. 1,599.00</p> <p>YUPPEALO</p>
<p>LAPTOP LENOVO TOUCH 15" Laptop lenovo ideapad g400s intel core i3</p> <p>S/. 1,299.00 S/. 1,599.00</p> <p>YUPPEALO</p>	<p>LAPTOP LENOVO TOUCH 15" Laptop lenovo ideapad g400s intel core i3</p> <p>S/. 1,299.00 S/. 1,599.00</p> <p>YUPPEALO</p>	<p>LAPTOP LENOVO TOUCH 15" Laptop lenovo ideapad g400s intel core i3</p> <p>S/. 1,299.00 S/. 1,599.00</p> <p>YUPPEALO</p>

BENEFICIOS PARA AFILIADOS

Boletín semanal a usuarios
(Pueden publicar artículos y/o banners)

Beneficios exclusivos dentro de YUPPIT, El primer mall de ofertas

Eventos internacionales con máxima exposición de marca

Reconocimiento como Embajador
CONFIANZA EN INTERNET

Participa como Profesor/Mentor
en cursos y Diplomados

Mentoring y networking
internacional de primer nivel



**UNIVERSIDAD
DEL INTERNET.COM**

La primera Universidad corporativa abierta al público especializada en negocios digitales, con el cual la Cámara Peruana de Comercio Electrónico®, abre un canal de capacitación desde la empresa privada, en un esfuerzo para complementar la oferta académica universitaria, ayudando a reducir la brecha digital en Perú y Latinoamérica.

Nuestros cursos son diseñados y dictados exclusivamente por fundadores y directores de las compañías más reconocidas de comercio electrónico, quienes te brindarán conocimientos 100% prácticos que podrás capitalizar en forma inmediata en tu vida profesional o en tus propios emprendimientos.

CONVOCATORIA ½ BECA: PROGRAMA DE ALTA ESPECIALIZACIÓN EN
COMERCIO ELECTRÓNICO Y ESTRATEGIAS ONLINE

Respalda y certifica:



Fernando Grados



Fernando D'alesio



Kelly Cronin



Ericka Espino



Augusto Castañeda



Viviana Gonzales



Los secretos de los líderes de Internet
para entender al usuario multicanal, por primera vez revelados para ti

www.universidaddelinternet.com

BENEFICIOS PARA AFILIADOS

Boletín semanal a usuarios
(Pueden publicar artículos y/o banners)

Beneficios exclusivos dentro de YUPPIT, El primer mall de ofertas

Eventos internacionales con máxima exposición de marca

Reconocimiento como Embajador
CONFIANZA EN INTERNET

Participa como Profesor/Mentor en cursos y Diplomados

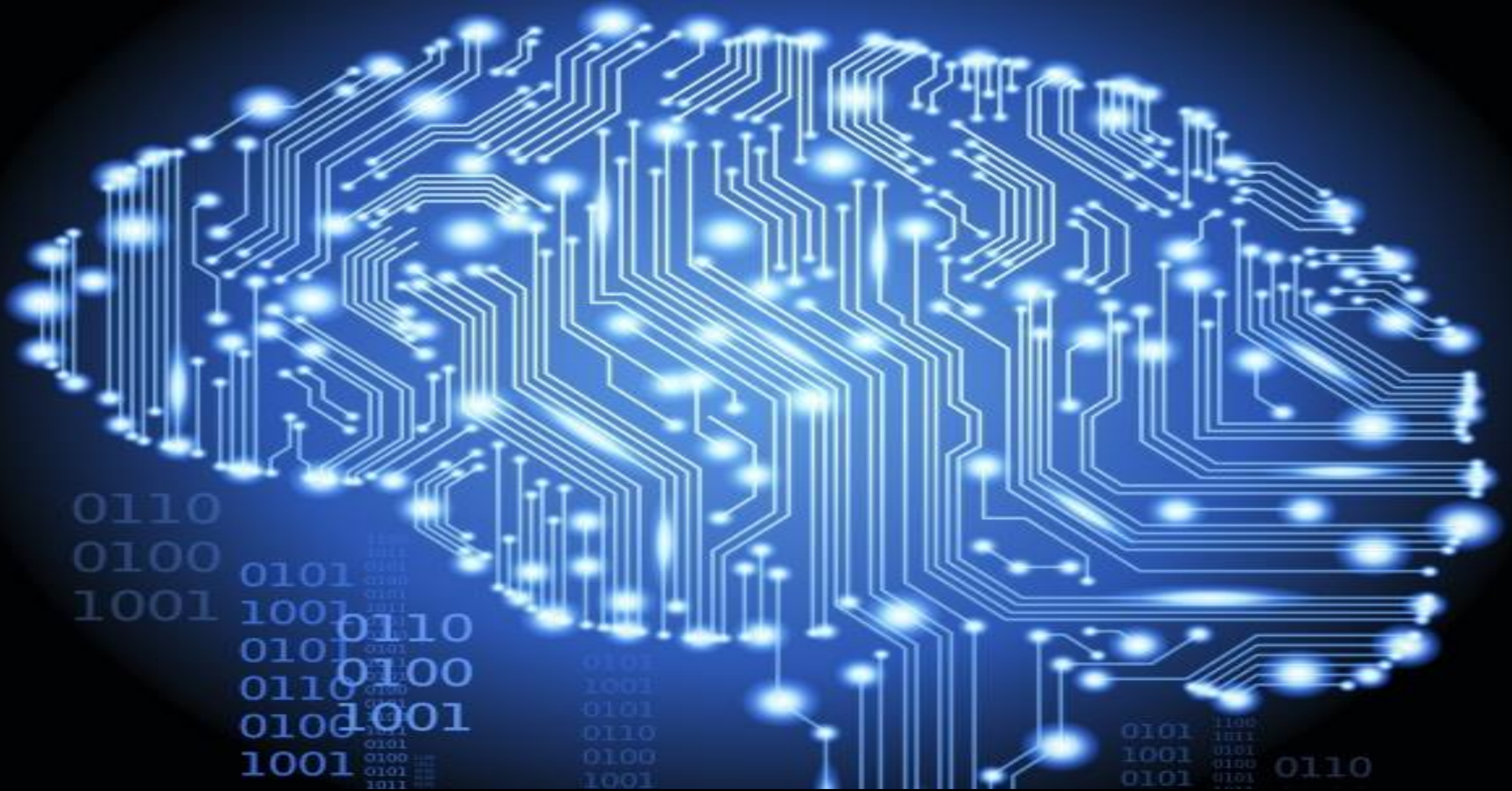
Mentoring y networking internacional de primer nivel

www.dojostartup.com



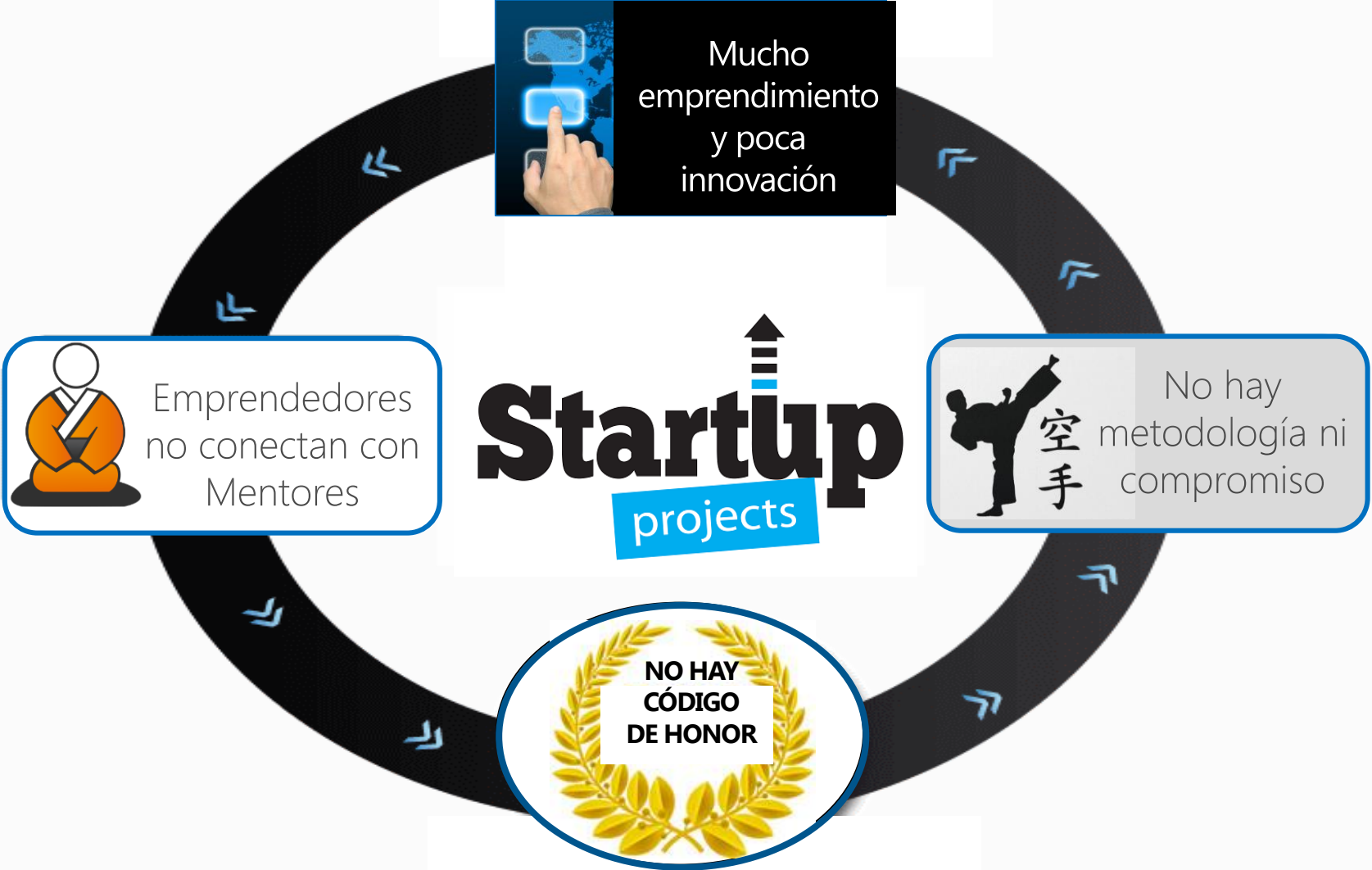
The graphic features the Dojo Startup logo at the top center, which includes the Japanese characters '危機' (Kikui) inside a circle, followed by 'DOJO Startup.com' and the tagline 'Stop Starting ... Start Finishing'. Below the logo is a large, stylized banner made of red origami birds that spells out 'DOJO STARTUP BOOTCAMP'. Underneath the banner is a yellow box with the text: 'EL PRIMER CAMPO DE ENTRENAMIENTO AVANZADO PARA STARTUPS CON MVP, EN DONDE LÍDERES MUNDIALES EN INNOVACIÓN Y NEGOCIOS DIGITALES ENSEÑAN EN 24 HORAS, COMO PRESENTAR CORRECTAMENTE TUS IDEAS PARA CAMBIAR EL MUNDO A INVERSIONISTAS Y LEVANTAR CAPITAL.' At the bottom, there is a table with six columns: 'PLUG & PLAY (Networking 30') 2', 'CAFÉ EBUSINESS (Inspiración 60') 2', 'INNOVALAB 2.0 (Coaching & Gamification 60') 4', 'DOJO TRAINING (Formación 60') 7', 'TEAM WORK & MENTORING (Integración 90') 9', and 'TOTAL 24'.

PLUG & PLAY (Networking 30') 2	CAFÉ EBUSINESS (Inspiración 60') 2	INNOVALAB 2.0 (Coaching & Gamification 60') 4	DOJO TRAINING (Formación 60') 7	TEAM WORK & MENTORING (Integración 90') 9	TOTAL 24
--------------------------------------	--	---	---------------------------------------	---	-------------



**¿QUIERES SABER COMO EL DESARROLLO DE LA TECNOLOGÍA
IMPACTA EN LA ACELERACIÓN DE LOS PAISES DE LA REGIÓN?**

EL PROBLEMA: ¿ECOSISTEMA?, MUCHO ECO Y NADA DE SISTEMA



LA SOLUCIÓN



DOJO

Startup.com

Stop Starting ... Start Finishing

VISIÓN: Ayudar a emprendedores con ideas con alto potencial a adquirir los conocimientos y los recursos que necesitan para crear negocios exponenciales de impacto global, canalizando mejores candidatos a incubadoras de empresas y fondos de inversión del ecosistema nacional.



DOJO STARTUP SIERRA EXPORTADORA

Come with an open mind to be inspired



[About](#)

[Programs](#)

[Faculty](#)

[SU Labs](#)

[Singularity Hub](#)

[Global Community](#)

[VIDEOS](#)

Faculty + Speakers

Our faculty combine knowledge and real-world expertise in both exponential technologies and innovation—the foundation of our programs. They are also available for your organization or event as outstanding speakers and consultants.

[REQUEST A SPEAKER](#)



FACULTY



Andre Wegner
Faculty



Dr. Lisa Kennedy
Exponential
Medicine Faculty



Eric Rasmussen,
MD, MDM,
FACP
Global Impact &
Medicine Faculty



Brian Barnier
Finance &
Economics
Faculty



Divya Chander
Medicine &
Neuroscience
Faculty



Nathaniel
Calhoun
Faculty





Darlene Damm
Faculty



Kent Langley
Faculty



THE DOJO EXPERIENCE

LEARN		DREAM		WORK
				
METODOLOGÍA ÚNICA A NIVEL MUNDIAL	DOJO STARTUP HOUSE	UNA EXPERIENCIA GLOBAL	\$50,000 SEED CAPITAL	ACCESO AL MERCADO LATINOAMERICANO Y RED DE MENTORES INTERNACIONALES
				

La humanidad se volverá a definir en las próximas décadas a través de tres pilares de la tecnología:
INTERNET DE LAS COSAS, BIG DATA y MOVILIDAD

Te ayudaremos a entender las 3 TENDENCIAS GLOBALES de la ECONOMÍA DIGITAL:
ECONOMÍA COLABORATIVA, ECONOMÍA COMPARTIDA, ECONOMÍA DISRUPTIVA.

RUTA DOJO STARTUP SIERRA EXPORTADORA:

- ❖ DojoStartup Academy Puno:
(+ Cusco y Tacna):
- ❖ DojoStartup Academy Pasco:
(+ Junín y Huancavelica): J23, V24, S25 Julio.
- ❖ DojoStartup Academy Huánuco:
(+ Ancash y Amazonas): J27, V28, S29 Agosto.
- ❖ DojoStartup Academy Lambayeque:
(+ Trujillo y Piura): J24, V25, S26 Setiembre.
- ❖ DojoStartup Academy Arequipa:
(+ Moquegua, Ayacucho y Apurímac): J22, V23, S24 de Octubre.
- ❖ DojoStartup Weekend Lima: V20, S21, D22 Noviembre.

GRANDES DESAFIOS DEL PAÍS A RESOLVER:

- ❖ Agricultura
- ❖ Agua
- ❖ Clima
- ❖ Energía
- ❖ Exportación
- ❖ Fertiriego
- ❖ Forestal
- ❖ Ganadería
- ❖ Cloud
- ❖ Comercio electrónico
- ❖ Tele-Educación
- ❖ Internet
- ❖ E-Logística
- ❖ Mobile & APPs
- ❖ Salud
- ❖ Teletrabajo

Una ciudad: una solución para el país y el mundo

992-536-356

rodolfo



POSTULA
AQUI
SÓLO STARTUPS
CON MVP

DOJO STARTUP BOOTCAMP



GRACIAS AL AUSPICIO DE:

Impulsando la conectividad digital e innovación a nivel nacional

ORGANIZAN:



PATROCINADOR OFICIAL:



RESPALDO GLOBAL



APOYO INSTITUCIONAL



PARTNER TECNOLÓGICO



"KARMA 2.0"

Da 10 veces más en social media de lo que esperas recibir, y recibirás 100 veces más, pero con el tiempo.
¡ES UN ACTO DE FÉ!



waze
OUTSMARTING TRAFFIC. TOGETHER

open english

EASY



TAXI



cinepapaya

más fácil imposible...

EMPRENDEDOR 2.0

Una persona con la capacidad de "PRESTAR ATENCIÓN" a LAS NECESIDADES Y PROBLEMAS que tiene el mundo, y trata de resolverlo, convencido de que su solución hará de este mundo un lugar mejor para vivir.



CONSTRUYAMOS JUNTOS EL ECOSISTEMA DIGITAL

6 COMITÉS ESTRATÉGICOS PARA PROTAGONIZAR EL CAMBIO



Comité de
Confianza &
Pagos On-line



Comité de
Comercio
Electrónico



Comité de
Mobile
Business



Comité de
Analítica &
Observatorio TIC



Comité de
e-gobierno &
Inclusión Digital

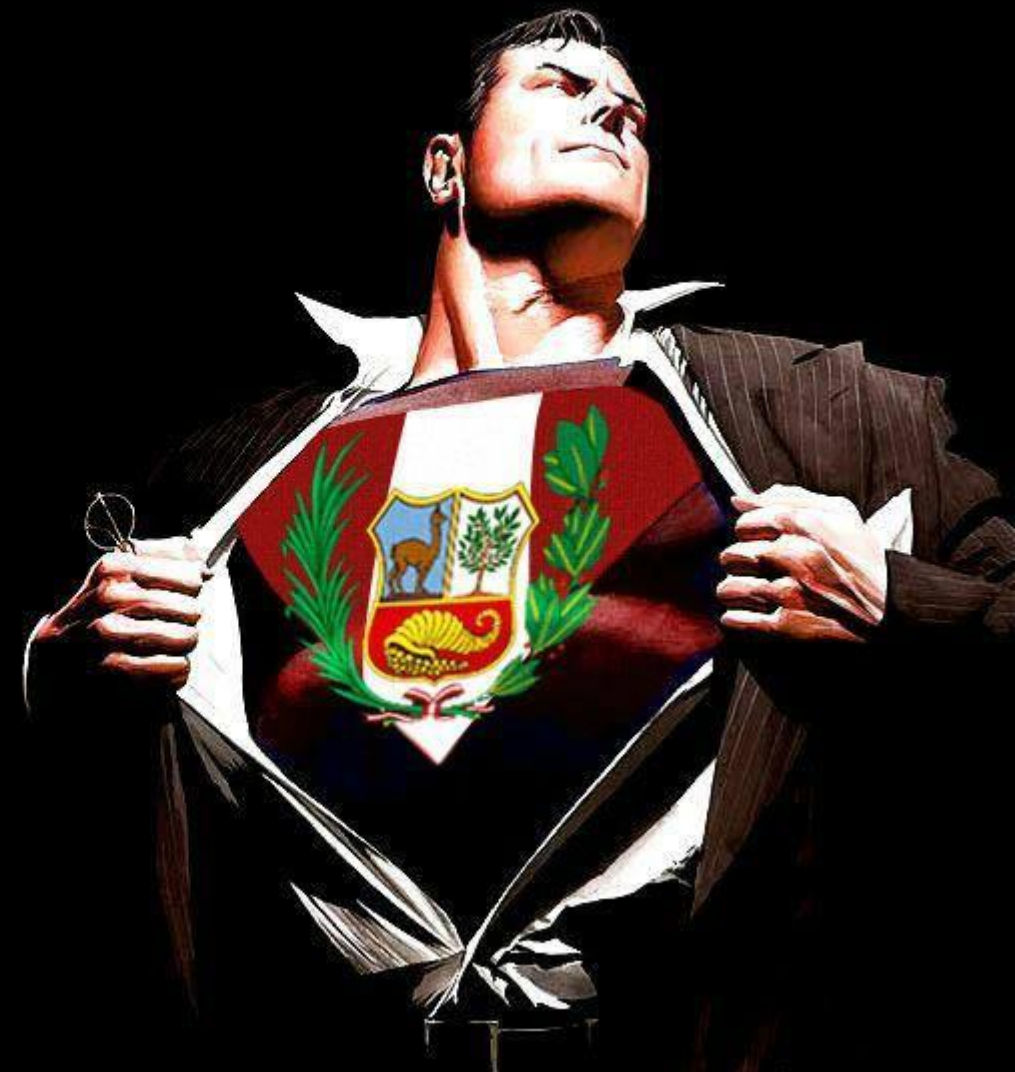


Comité de
Innovación
& StartUp

**UN NUEVO MERCADO NECESITA UN NUEVO MARKETING:
DE LAS 4P A LA WEB 3.0**



**¿ESTAMOS PREPARADOS
PARA POSICIONAR LA
MARCA PAÍS EN EL
MUNDO?**





Gary Gahl
\$3.95 c/u
US\$15'000,000

PERÚ EN EL RANKING MUNDIAL

- Perú tiene 84 de los 103 microclimas que hacen posible la vida en el planeta Tierra.
- 1° país con mejor gastronomía a nivel mundial y 1° País con el mayor número de platos típicos del mundo (491)
- Los 3 países con mayor variedad de papa en el Mundo:
 - ✓ 3° Chile : 280
 - ✓ 2° Bolivia : 650
 - ✓ **1° PERÚ : 4,800**
- 1° país del mundo en variedad de mariposas (3,532), Orquídeas (4,000), Murciélagos (154), Roedores (151), Picaflores (127), Monos (32).
- En un solo árbol de Tambopata (Madre de Dios), encontraron 5,000 especies de insectos, y 80% de ellos eran nuevos para la ciencia.
- La ola para surfear más larga del mundo: Playa del puerto de Malabrigo en La Libertad: ¡1.5 Km. de recorrido!



PERÚ EN EL RANKING MUNDIAL

- Productos que el mundo consume gracias a Perú:

- ✓ Camote, Chirimoya
- ✓ Ciruela, Guayabo
- ✓ Lúcuma, Maca
- ✓ Maní, Oca
- ✓ Olluco, Pacae
- ✓ Pallar, Frijol
- ✓ Palta
- ✓ Papa
- ✓ Tomate
- ✓ Yacón,
- ✓ Yuca
- ✓ Zapallo.

- Algunas especies peruanas que han contribuido a la medicina mundial:

- ✓ Uña de gato (SIDA),
- ✓ Quina (Malaria),
- ✓ Yacón (Diabetes),
- ✓ Armadillo de 9 anillos (Vacuna contra la lepra),
- ✓ Huanarpo macho y hembra (Componentes del Viagra),
- ✓ Maca (Impotencia sexual),
- ✓ Sangre de grado (Cicatrizante),
- ✓ Hoja de coca (Analgésico y revitalizante).

**DE LA SUPERFICIE AGRÍCOLA TOTAL DEL PERÚ,
¡¡ HOY SE USA SÓLO EL 2% !!**



PERÚ ENTRE LAS CIVILIZACIONES MÁS ANTIGUAS DEL MUNDO

CIVILIZACION ANTIGUEDAD:

1. Mesopotamia 3500 a.C.
- 2. Perú 3200 a.C.**
3. Egipto 3000 a.C.
4. China 3000 a.C.
5. India 2600 a.C.
6. Creta 2000 a.C.
7. México 1200 a.C.

CIVILIZACION DESCUBRIMIENTO DE LA AGRICULTURA

1. Mesopotamia 8000 a.C.
- 2. Perú 8000 a.C.**
3. China 7000 a.C.
4. India 7000 a.C.
5. México 6000 a.C.

PIRAMIDES CON MAYOR ANTIGÜEDAD:

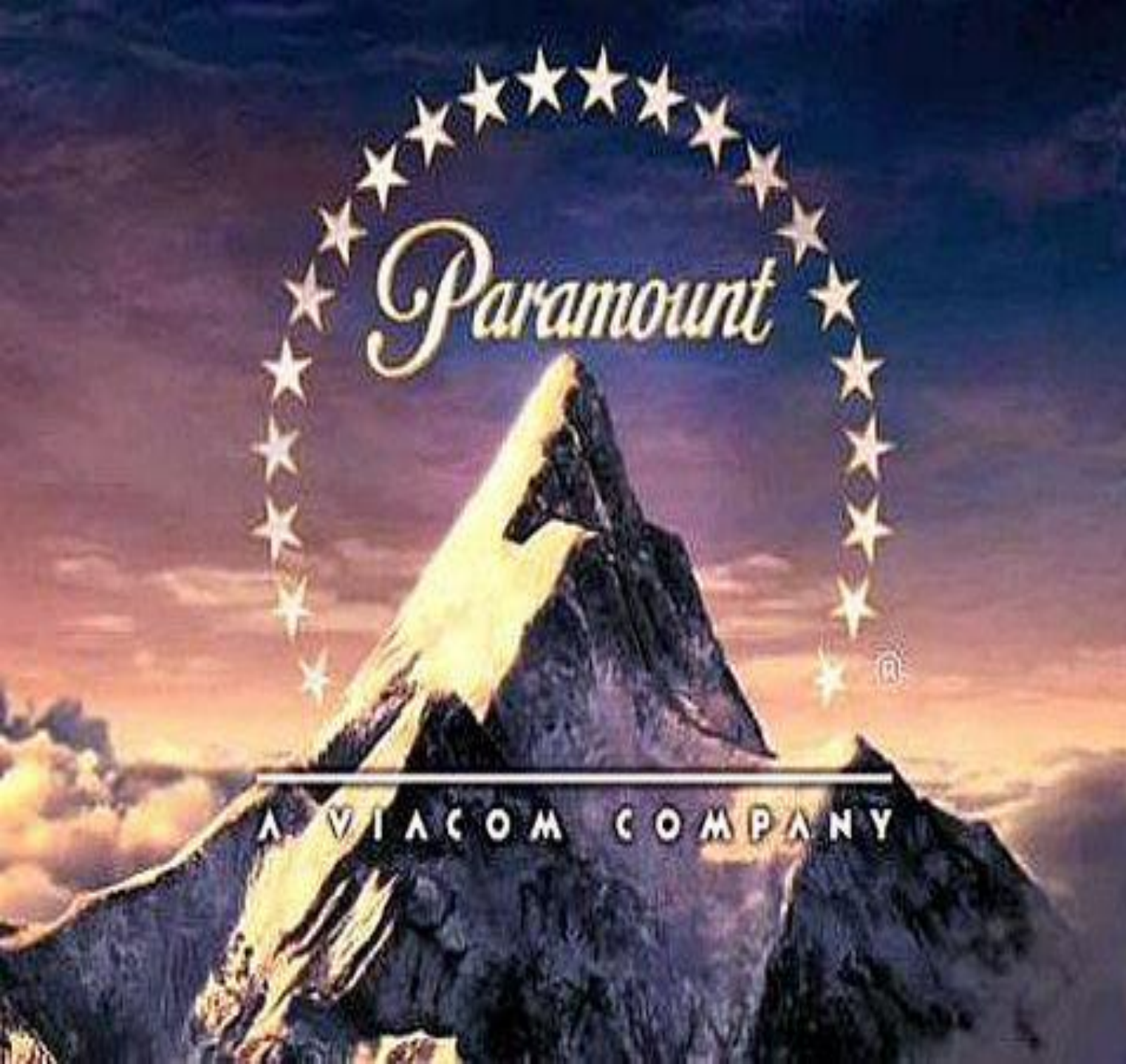
- 1. Huaca delos Idolos 3702 a.C. Perú**
- 2. Caballete 3120 a.C. Perú**
- 3. Caral 3000 a.C. Perú**
- 4. Bandurria 3000 a.C. Perú**
- 5. Huaca de los Sacrificios 2930 a.C. Perú**
- 6. La Galgada 2800 a.C. Perú**
- 7. Tumshukaiko 2700 a.C. Perú**
8. Sakkara 2668 a.C. Egipto
9. Keops 2580 a.C. Egipto
10. Kefrén 2550 a.C. Egipto
11. Micerino 2520 a.C. Egipto
12. Huaca Rosada (Ventanilla) 2500 a.C. Perú
13. Zigurat de Ur 2200 a.C. Irak
14. Sechín 1800 a.C. Perú
15. San Lorenzo 1200 a.C. México.



CARRITO ANTICUCHERO EN NEW YORK CITY







ElComercio.pe

JUEVES 1 DE DICIEMBRE DEL 2011 | 10:18

Machu Picchu fue elegido el primer destino a visitar antes de morir

Nuestro atractivo turístico le ganó este título a las pirámides de Giza, en Egipto. La elección fue hecha por lectores de "The Huffington Post"



10

Recomendar

Un reconocimiento internacional más para [Machu Picchu](#). Nuestro atractivo turístico fue elegido como el destino que se debe visitar antes de morir en un concurso hecho por el importante diario en línea de Estados Unidos, ["The Huffington Post"](#).

MÁS VISTOS

[bbc mundo](#)
[reino unido](#)
[argo](#)
[peru](#)
[posible](#)
[cristina fernández](#)
[yo soy](#)
[televisión](#)
[maricarmen marín](#)
[bbc sergio markarián](#)
[fundamentalismo islámico](#)
[fotos](#)
[jefferson farfán](#)
[eliminotorias brasil 2014](#)
[barcelona](#)
[cine peruano](#)
[cine](#)
[japy ending](#)
[fc](#)
[barcelona](#)
[breca](#)
[lee rigby](#)
[asesinatos](#)
[david cameron españa](#)
[selección peruana](#)
[planeta tierra](#)
[londres](#)
[congreso de la república](#)
[alejandro toledo](#)

LO MÁS: LEÍDO COMENTADO VALORADO

Así va la tabla de posiciones de la fecha 22 de la Copa Movistar 2013	66874
Brasil goleó 3-0 a España y es campeón de la Copa Confederaciones	36161
Acróbata del Cirque du Soleil murió tras caer 15 metros en pleno espectáculo	36067
Amanda Bynes, la peor enemiga de los famosos en Twitter	27101
Copa Confederaciones: foto de Hulk mostró sin querer a un jugador desnudo	20799
Italia venció 3-2 a Uruguay en tanda de penales y quedó en tercer lugar	20546
VIDEO: el golazo de Neymar ante España en la final de la Copa	13586

Ver todas

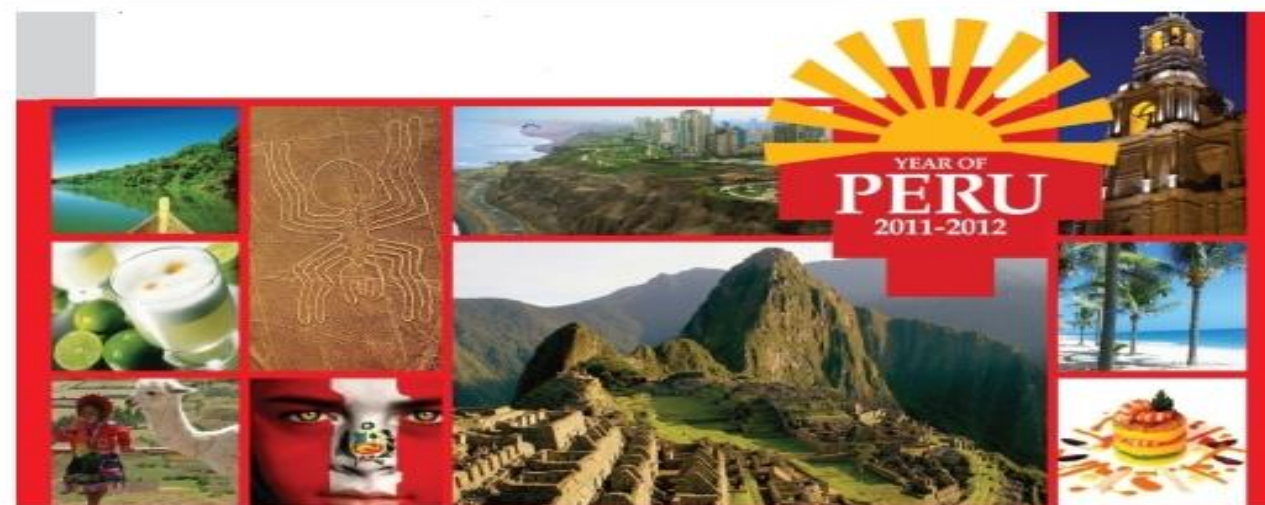
► ElComercio.pe / Mundo

Perú es el tema central del año académico en universidad de Estados Unidos

Más de 50 mil alumnos de [Kennesaw State University](#) aprenderán sobre nuestra historia y cultura

Viernes 30 de septiembre de 2011 - 12:28 pm

5 comentarios



(Foto: Universidad Kennesaw State.com)

El Perú fue elegido por la Universidad Kennesaw State, de Georgia, [Estados Unidos](#), como tema central de su año académico 2011-2012. Con ello sus más de 50 mil estudiantes aprenderán sobre nuestra historia, geografía, biodiversidad, arquitectura, literatura, arte, cine, entre otras manifestaciones de nuestro país.

0

Recommend

101

Twittea!

1

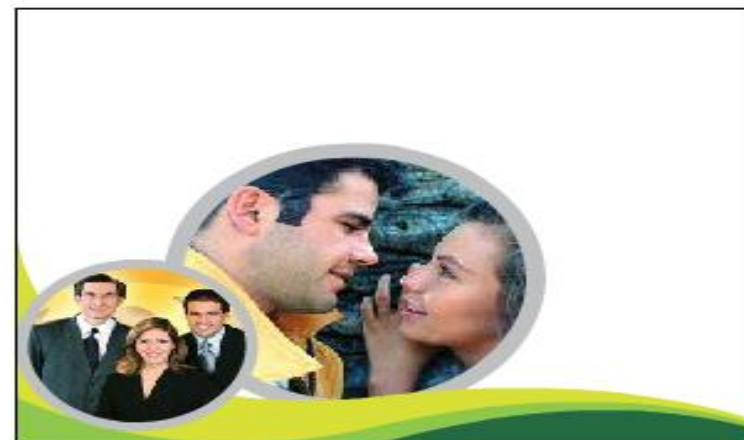
+1

Imprimir

Más tamaño

Menos tamaño

- Más en Mundo
- 30.09.11 [España: hombre asesina a una embarazada en una iglesia y se suicida](#)
 - 30.09.11 [VIDEO: joven de Brooklyn recibió cuatro disparos y sobrevivió](#)
 - 30.09.11 [FOTOS: gran parte](#)



LO MÁS: **LEÍDO** COMENTADO VALORADO

Los motivos que dio Salomón Lerner Ghitis para su renuncia a la PCM	45165
Trabajadora de UVK explicó que la "contraseña" es una tarjeta con un número	42712
FOTOS: modelos desfilaron en ropa íntima a bordo de avión boliviano en vuelo	40033
Playboy adelantará su edición con Lindsay Lohan por filtraciones	38958
Salomón Lerner renunció a la PCM	28696
Barcelona le volteó el partido a Real Madrid y le ganó 3-1 en el Bernabéu	28086
El clásico más esperado del mundo: el Real Madrid recibe al Barcelona	27071

Ver todas

- PRODUCTS // EXPERIENCES // EXCLUSIVE EVENTS // GOLD MEMBERSHIP

NEVER DONE BEFORE HURLINGHAM TRAVEL // EVERY WORLD HERITAGE SITE IN ONE HOLIDAY



VeryFirstTo exclusive: the most spectacular, never done before journey, visiting every World Heritage site. The two year trip features visits to the 962* places that the World Heritage Committee considers as having outstanding universal cultural and natural value.

Destinations on The Ultimate Journey include: Mexico's ancient city of Monte Alban; the sensational Taj Mahal in India; Petra the symbol of Jordan; Cambodia's exotic Angkor temples; Spain's Moorish Alhambra; the Great Pyramids in Egypt; China's enchanting Forbidden City and Peru's Machu Picchu sitting 8.000 ft above sea level.

The ultra luxury adventure (with business class a minimum standard**) will see the exceedingly lucky couple enjoy the splendid facilities of hotels including: Sandy Lane (Barbados); Hotel George V (Paris); The Plaza (New York); The Taj Mahal Palace (Mumbai); Cipriani Hotel (Venice); and The Ritz-Carlton Hotel (Moscow).

Bespoke luxury travel company Hurlingham Travel will be orchestrating the holiday.

A donation of £5000 will be made to UNESCO during the trip.

[← Back](#)



* Only destinations that are safe and pragmatic to visit will be featured.

Hotel rooms and flights are subject to availability at time of booking, terms and conditions apply.

The itinerary can be tailor made to visit more or less destinations.

** As long as business class is available on the route.

£990,000

subject to availability

You must be a Gold Member to Purchase.



RELATED EXPERIENCES

REVIEWS

<http://veryfirstto.com/experiences/view/every-world-heritage-site-in-1-holiday/>



Costo US\$ 1'500,000
(5,200 sueldos mínimos)

Duración: 2 años

Itinerario: 157 países
(Incluye: Machu Picchu, Caral,
Chavín, Chan Chan y el
Parque Nacional del Manu.)

Donación a UNESCO: US\$5000

Mapa de la Oferta Exportable: oportunidad para las pymes, el campo y las regiones





INICIO

LA EMPRESA

SUGERENCIAS

BUSCADOR DE PRODUCTOS

CONTACTO

- Mayonesas y Salsas de Aji Alacena ®
- Salsas y Pastas
- Deshidratados en sobres Provenzal ®
- GRANOS Y HARINAS
- ACEITUNAS
- CHICHA MORADA
- PRODUCTOS EN SALMUERA
- CONDIMENTOS
- INFUSIONES
- MIEL DE ABEJA
- PICARONES
- MAZAMORRA MORADA
- KING KONG
- PANETONES
- BEBIDAS PERUANAS
- TURRON DE DOÑA PEPA
- PURE DE PAPA AMARILLA
- KIWIGEN
- ALBAHACA EN PASTA
- ADEREZO ANTICUCHO
- PALILLO
- FRIJOL CANARIO
- CARAPULCRA
- OCOPA
- AJI EN POLVO
- HUACATAY
- TE DE HOJA DE YUCA
- JUGOS SELVA
- UÑA DE GATO
- SAHUMERIO PALO SANTO
- OTROS VARIOS
- GOLOSINAS !!!
- SALSAS EXOTICAS DE AJI

Nuevos Productos!



LA BODEGA PERUANA.COM
(305)383 7000

Nuevo Producto!



Puré de Papa!

■ CANCHA SALADITA INCA FOODS

■ ROCOTO EN PASTA BELMONT 8 ONZAS

AJI AMARILLO

■ MACA - GRAVIOLA - KELP - ARTICHOKE - YACON - GREEN TEA WAWASANA

■ KING KONG SAN ROQUE DE LAMBAYEQUE

■ TURRON DE DOÑA PEPA SAN JOSE - MEDIO KILO

■ VAINILLA NEGRITA

■ KIWIGEN CON MACA 340 GRAMOS

■ PASTA DE ALBAHACA Inca's Food 7.5 ONZAS

■ ADEREZO PARA POLLO A LA BRASA

■ ADEREZO PARA ANTICUCHOS 15 ONZAS

Nuevo!
Productos Gourmet!

■ HELADO DE LUCUMA UNIVERSAL

■ OLLUCO ENTERO EN SALMUERA LATA DE 20 ONZAS

■ PISCO SOUR MIX DON MAURY, SOBRE DE 125 GRAMOS.

■ FRIJOL CANARIO BELMONT BOLSA DE 16 ONZAS.

■ EMOLIENTE BELMONT BOLSA DE 50 GRAMOS

■ CEBICHE PROVENZAL

■ Algarrobina Oriundo

■ OLLUCO ENTERO EN SALMUERA LATA DE 20 ONZAS

■ PISCO SOUR MIX DON MAURY, SOBRE DE 125 GRAMOS.

■ FRIJOL CANARIO BELMONT BOLSA DE 16 ONZAS.

■ EMOLIENTE BELMONT BOLSA DE 50 GRAMOS

■ CEBICHE PROVENZAL



¿Dónde están los clientes?

El 97% de los usuarios
con intención de compra,
consulta en Internet
DONDE COMPRAR



¿QUÉ ES COMERCIO ELECTRÓNICO?



Transacción comercial por la cual un pedido de un bien o servicio, se efectúa ***USANDO ALGUNA FORMA DE COMUNICACIÓN BASADA EN INTERNET.***

El comprador y vendedor no estarán físicamente durante la transacción, sin embargo, la entrega y pago si puede ser ejecutada “offline” en el mundo real.

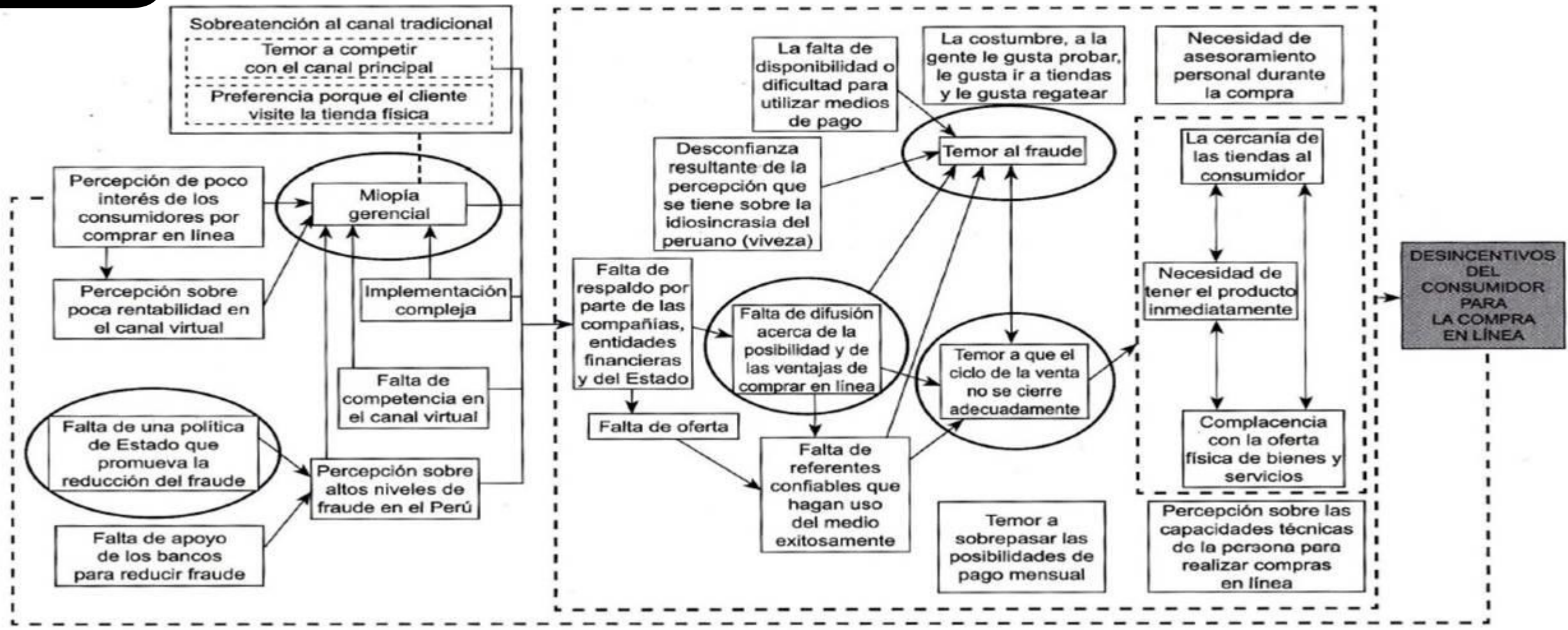


FACTORES QUE RETRASAN EL DESARROLLO DEL E-COMMERCE

(Puntos críticos: Capacitación + Confianza Online)

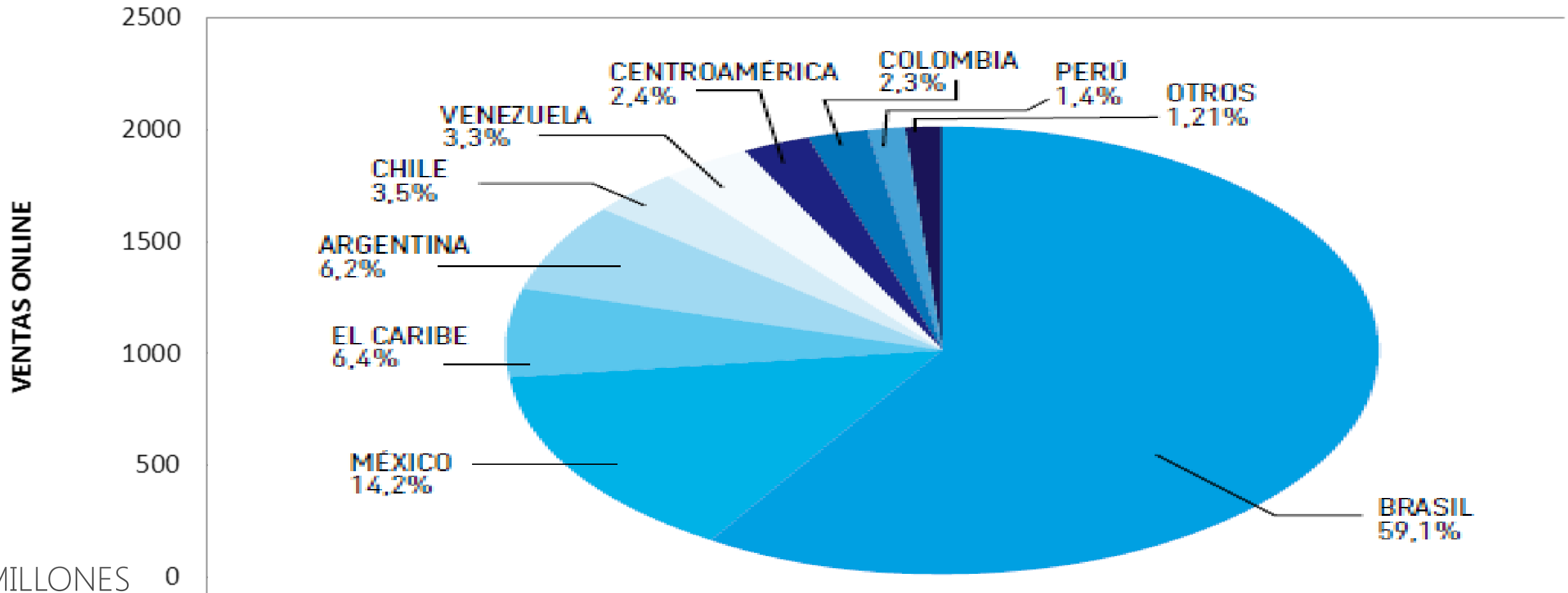
EMPRESA

CONSUMIDOR



EL COMERCIO ELECTRÓNICO EN PERÚ

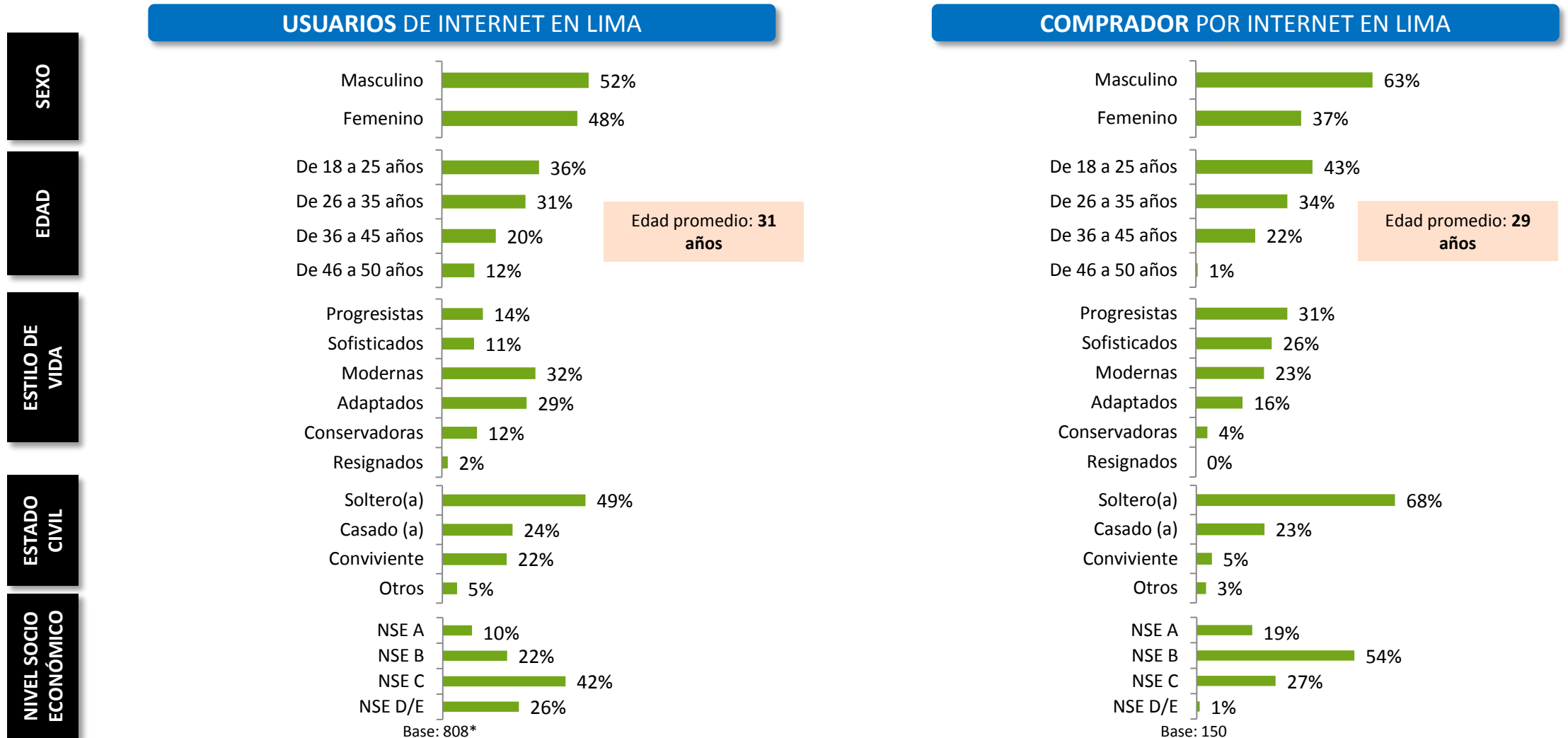
EVOLUCIÓN ECOMMERCE EN PERÚ



AÑO	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
IMPORTE	\$109.10	\$145.50	\$218.20	\$250.90	\$276.00	\$426.90	\$611.00	\$690.00	\$800.00	\$1,958.00

1. CONOCIENDO EL PERFIL DEL CONSUMIDOR DE COMERCIO ELECTRÓNICO PERUANO

EL PÚBLICO QUE COMPRA POR INTERNET ES MÁS JOVEN QUE EL PROMEDIO DE LA POBLACIÓN, TIENE UN ESTILO DE VIDA MÁS PROACTIVO Y UN NIVEL SOCIO ECONÓMICO MÁS ALTO.



CONOCIMIENTO Y USO DE PÁGINAS DE VENTA POR INTERNET

FORMAS DE INGRESO

LAS REDES SOCIALES SON EL PRINCIPAL MEDIO PARA INGRESAR A LAS PÁGINAS DE VENTA POR INTERNET.

¿DE QUÉ MANERA INGRESÓ A LAS PÁGINAS DE VENTA POR INTERNET?

TOTAL

SEXO

NSE

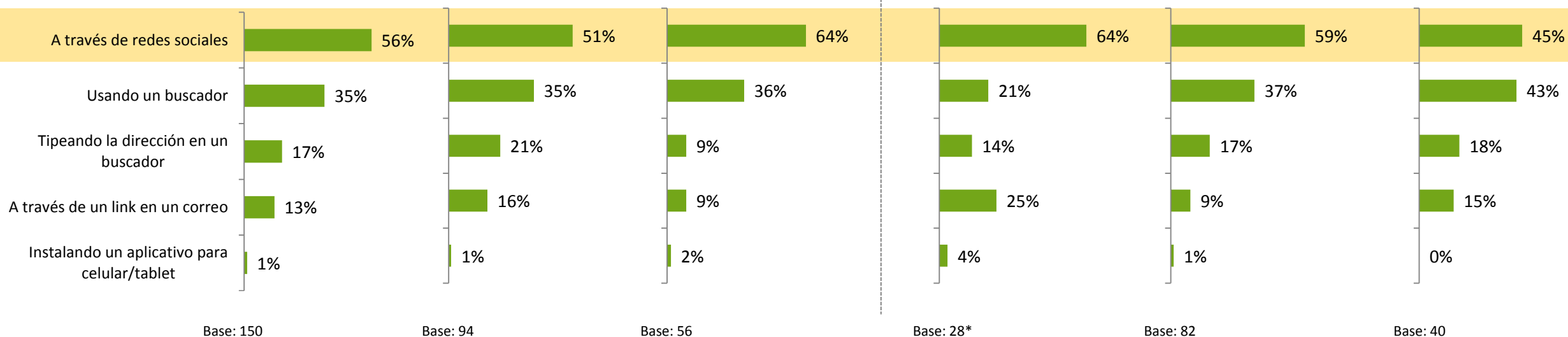
Masculino

Femenino

A

B

C/D



El **63%** de las personas que compran en Mercado libre (la página más usada) afirman haberse enterado de la existencia de esta página mediante **redes sociales**.

* Las bases menores a 30 casos no son representativas

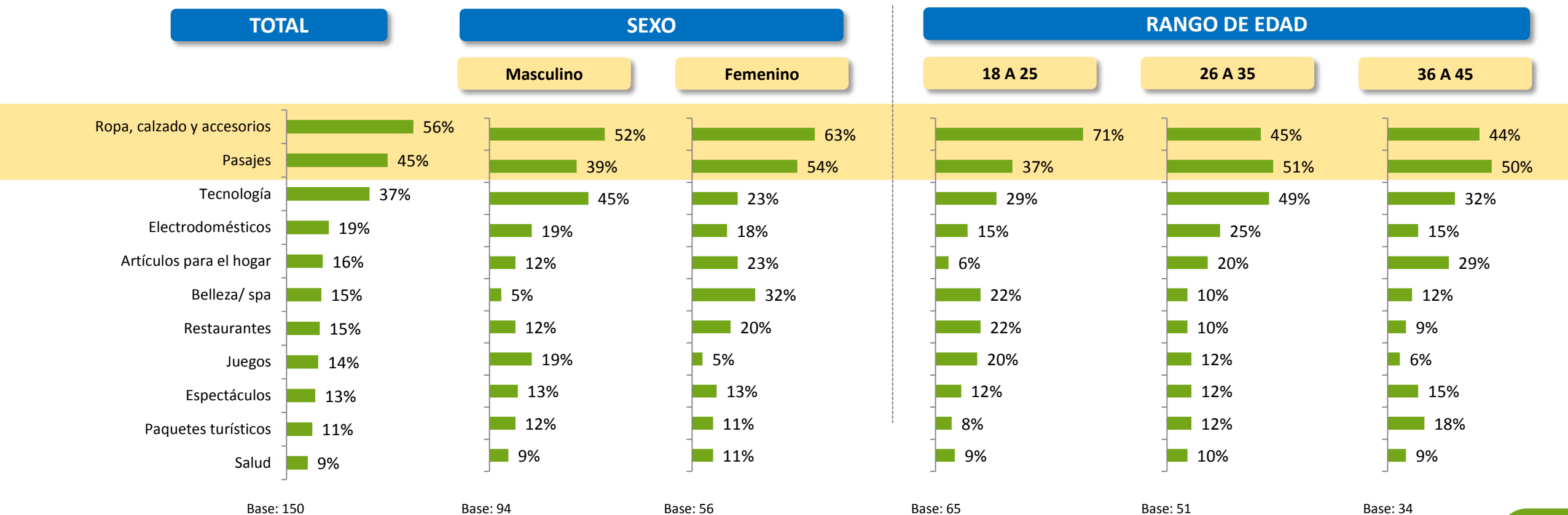
CATEGORÍAS MÁS COMPRADAS EN INTERNET

HÁBITOS DE COMPRA

A nivel general, las categorías más compradas son ropa, calzado y accesorios de vestir, pasajes y tecnología. Cabe señalar que existen diferencias significativas en los productos adquiridos según el sexo y edad del público.

Además, podemos destacar que así como los pasajes tienen penetración alta, los paquetes turísticos tendrían oportunidades de crecimiento.

¿QUÉ CATEGORÍAS DE PRODUCTOS HA COMPRADO POR INTERNET?

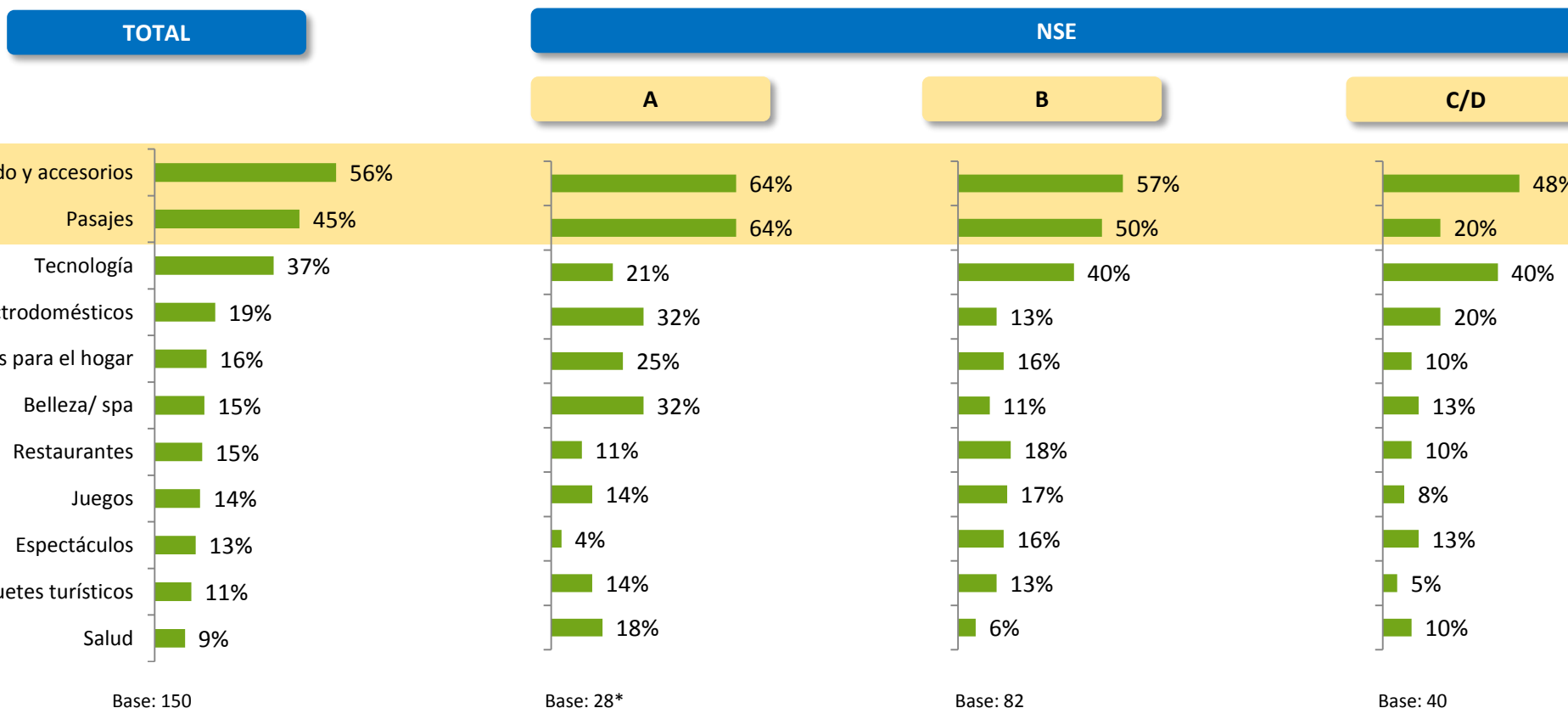


CATEGORÍAS MÁS COMPRADAS EN INTERNET

HÁBITOS DE COMPRA

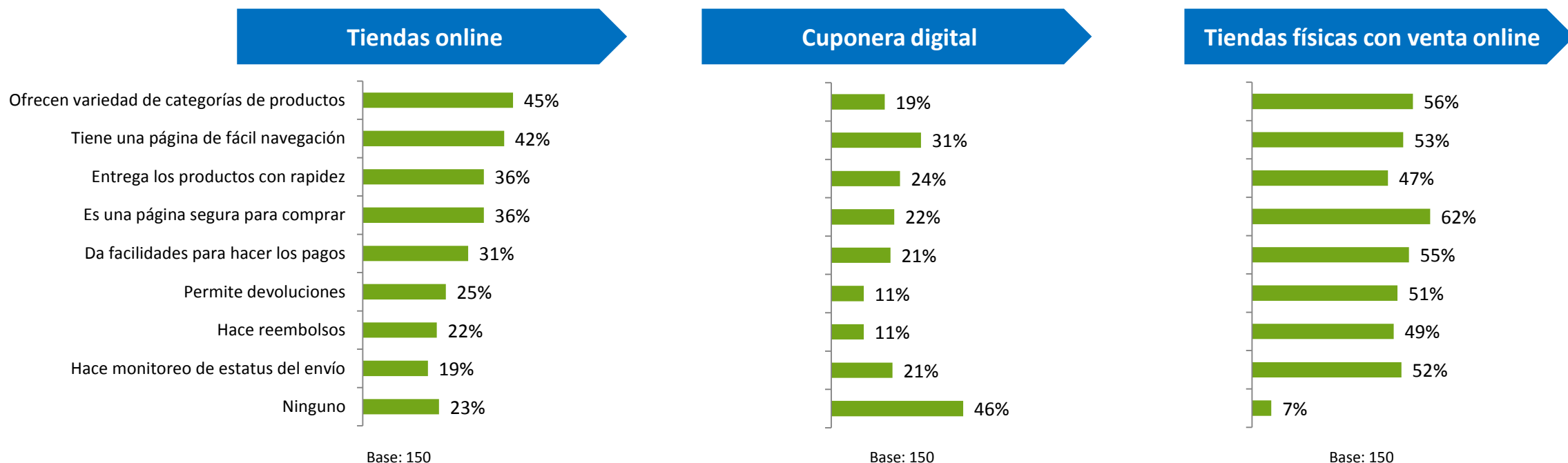
EXISTE UNA MAYOR PENETRACIÓN DE COMPRA DEL NSE A EN LAS PRINCIPALES CATEGORÍAS QUE EL RESTO DEL PÚBLICO.

¿QUÉ CATEGORÍAS DE PRODUCTOS HA COMPRADO POR INTERNET?



LA **VARIEDAD DE CATEGORIAS** OFRECIDAS Y LA **FACIL NAVEGACION** SON LAS ATRIBUTOS QUE MAS CARACTERIZAN A LAS TIENDAS ESPECIALIZADAS.

¿QUÉ TIENDAS CUMPLEN CON LAS SIGUIENTES CARACTERÍSTICAS?



TIENDAS ONLINE: Esta tienda se especializa en la venta Online y no tiene una tienda física, por ejemplo: Plaza 21, Tiggres y Mercado Libre.

CUPONERA DIGITAL: Ofrece únicamente promociones de distintos productos o servicios de forma online, por ejemplo: Cuponatic, Groupon y OferTOP.

TIENDAS FÍSICAS CON VENTA ONLINE: Tiene una tienda física pero también vende productos online, por ejemplo, Saga Falabella, Ripley, LAN y Cinemark,

EL COMERCIO ELECTRÓNICO EN PERÚ – RESULTADOS CYBERMAMI



Compañías participantes

[Despegar.com](#)

[Cuponidad](#)

[Avianca](#)

[Cuponatic](#)

[Supermercados Wong](#)

[Linio.com.pe](#)

[Adidas Perú](#)

[Ripley](#)

[Lucas y sus descuentazos](#)

[OferTop](#)

[Iberia](#)

[Atrápalo Perú](#)

[Estilomio.com](#)

[Plazaclick.pe](#)

RESULTADOS:

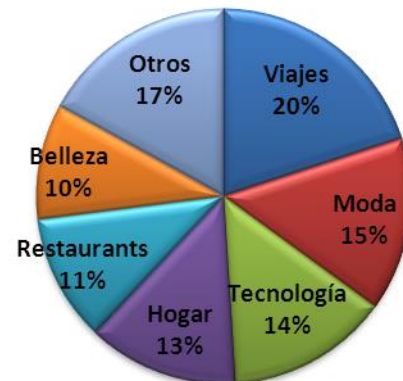
Visitas : 250,000 hits

Picos : 9890 visitas / hora

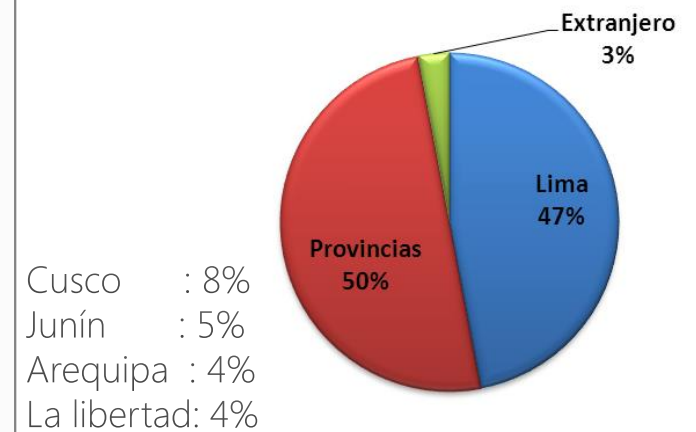
Facturación: 25 millones de soles

Tiempo : 48 horas

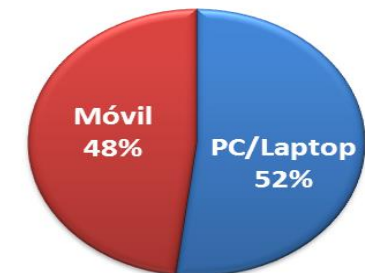
SECTORES



PROCEDENCIA

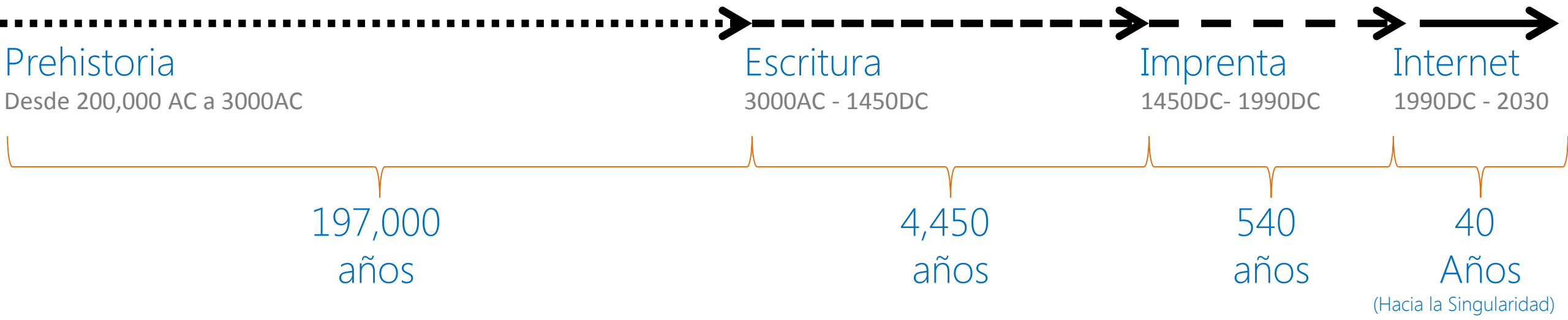
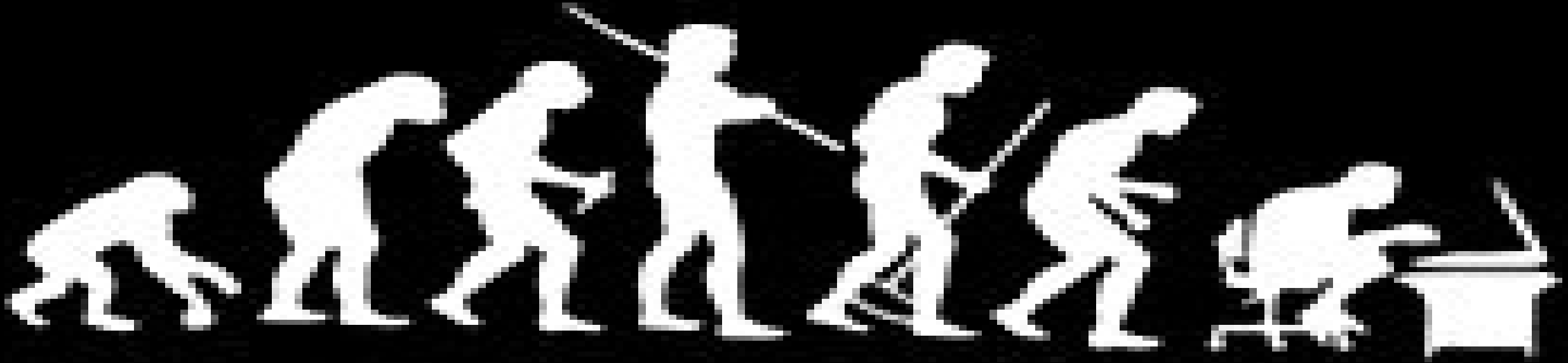


PLATAFORMAS



LAS EDADES DE LA HUMANIDAD

Prehistoria > Edad Antigua > Edad Media > Edad Moderna > Edad Contemporánea





Singularity University

Preparing Humanity for
Accelerating Technological Change

UN POSIBLE ACONTECIMIENTO FUTURO EN EL QUE, SEGÚN SE PREDICE, EL PROGRESO TECNOLÓGICO Y EL CAMBIO SOCIAL SE ACELERARÁN CON EL DESARROLLO DE UNA INTELIGENCIA SOBREHUMANA DE TAL MANERA QUE NINGÚN SER HUMANO ANTERIOR A DICHO ACONTECIMIENTO PODRÍA COMPRENDERLO O PREDECIRLO. SE LLAMA ASÍ POR ANALOGÍA CON LA SINGULARIDAD ESPACIO-TEMPORAL OBSERVADA EN LOS AGUJEROS NEGROS, DONDE EXISTE UN PUNTO EN EL CUAL LAS REGLAS DE LA FÍSICA DEJAN DE SER VÁLIDAS Y LA DIVERGENCIA HACIA VALORES INFINITOS HACE IMPOSIBLE DEFINIR UNA FUNCIÓN.

TIME

CAN
Google
SOLVE
DEATH?

The search giant is launching a venture to extend the human life span.

That would be crazy—if it weren't Google
By Harry McCracken and Lev Grossman

Revolution
in Egypt

Joe Klein: What the U.S. should do
On the Street: Hope meets anxiety
Muslim Brotherhood: What it wants

Oscars:
Portraits of
star power

TIME

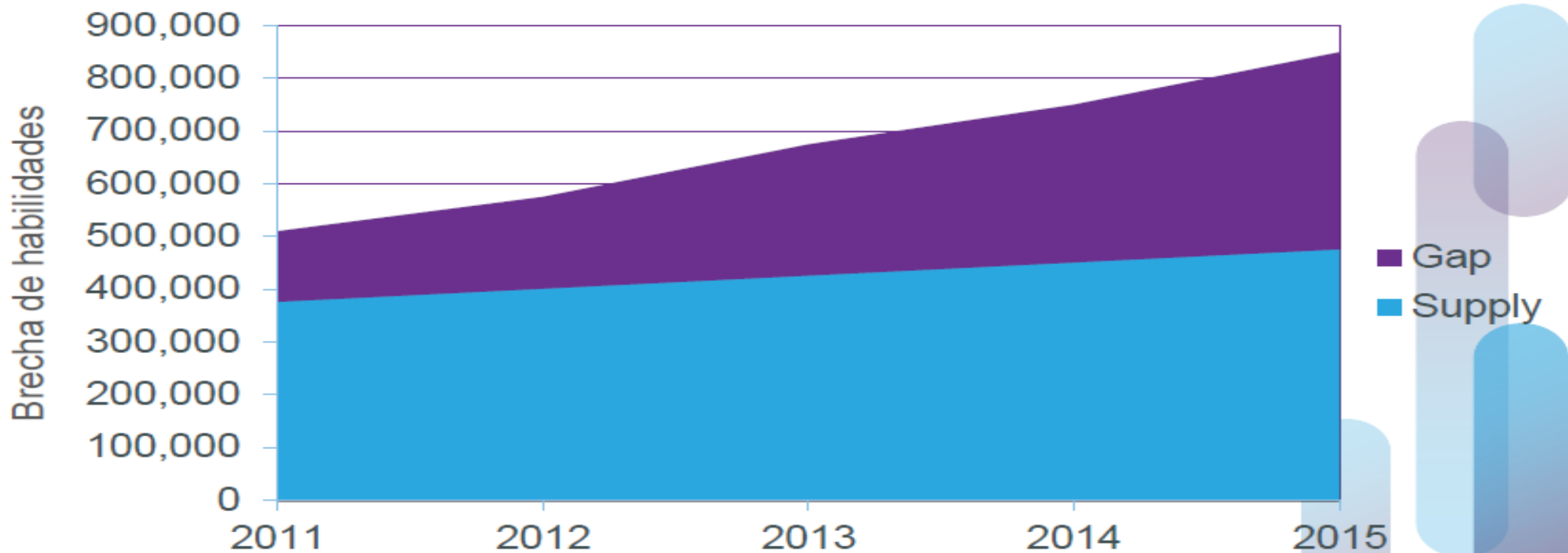
2045

The Year Man Becomes Immortal*
BY LEV GROSSMAN



*If you believe humans and machines will become one. Welcome to the Singularity movement.

Brecha total de habilidades en redes



La brecha de habilidades aumenta del 27% al 35% entre el 2011 y 2015

StartUp



Es una idea de negocio que apenas empieza o está en construcción, asociado a la innovación, desarrollo de tecnología, Diseño Web, Mobile APP, con un alto potencial de crecimiento, a pesar de su corta trayectoria y a la falta de recursos o financiación que puede enfrentar un negocio cuando apenas empieza.

1 IDEA DE NEGOCIO
CON MUCHA
CREATIVIDAD



2 DIFERENCIACIÓN
A TRAVÉS DE LA
INNOVACIÓN
(y mucha investigación)

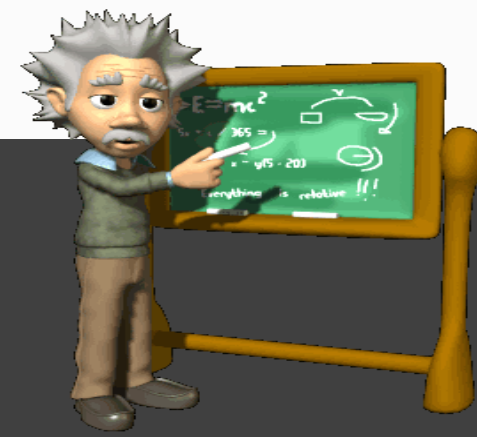


3 PODEMOS
EMPRENDER
EL NEGOCIO

NUESTRA FÓRMULA PARA CRECER

$$E = MC^2$$

$$\text{EXITO} = \text{MERCADO} \times \text{COMPETITIVIDAD}^2$$



(G.VTA. + G.ADM.)



**CAPACITACIÓN +
INNOVACIÓN
ASOCIATIVIDAD**

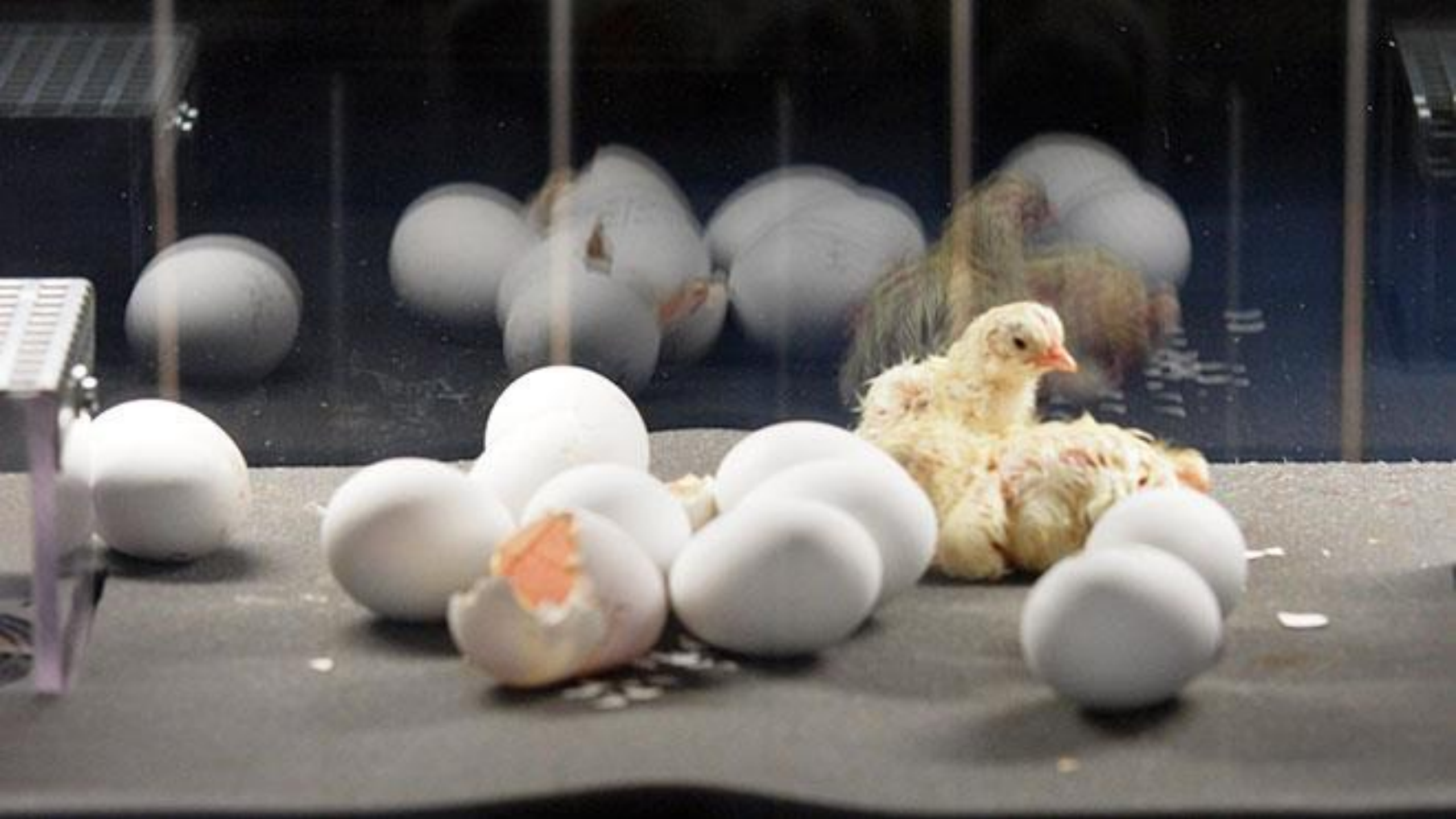
VENTAS	S/.10,000
CV	S/. 6,000
MARGEN BRUTO	S/. 4,000
G.VTA.	(S/.1,500)
G.ADM.	(S/.4,000)
MARGEN OP.	- (S/.1,500)

GASTOS DE VENTA

- Identidad corporativa
- Merchandising
- Telemarketing
- Promoción en medios
- Auspicios
- Ferias empresariales

GASTOS ADMINISTRAT.

- Instalación y Licencias
- Alquileres
- Secretaria
- Contabilidad
- Gestión administrativa
- Teléfono, agua, luz.



FASES DE DESARROLLO DE UNA STARTUP

¿Estamos resolviendo un problema que interese ser solucionado?

- ✓ Se forma el equipo
- ✓ Entrevistas con clientes
- ✓ Se encuentra la propuesta de valor
- ✓ Se crea un MVP (Producto Mínimo Viable)
- ✓ Aceleradora/Incubadora
- ✓ Inversión Friends & Family
- ✓ Mentores/Advisors

Descubrimiento

7 meses

Validación

4 meses

Eficiencia

6 meses

Escalamiento

8 meses

FASES DE DESARROLLO DE UNA STARTUP

¿Hay suficiente interés como para que me paguen?

- ✓ Se afinan las principales funcionalidades
- ✓ Crecimiento inicial de usuarios
- ✓ Implementación de métricas y analítica
- ✓ Inversión de capital semilla
- ✓ Contratación de los primeros empleados clave
- ✓ Pivots (si se necesita)
- ✓ Primeros usuarios que pagan
- ✓ Adaptación del producto al mercado

Descubrimiento

7 meses

Validación

4 meses

Eficiencia

6 meses

Escalamiento

8 meses

FASES DE DESARROLLO DE UNA STARTUP

¿Adquiero clientes de manera eficiente?

- ✓ Se afina la propuesta de valor
- ✓ Se optimiza la experiencia de usuario (UX)
- ✓ Se optimiza la tasa de conversión
- ✓ Se logra el crecimiento viral
- ✓ Se encuentran los canales para adquirir clientes de manera escalable

Descubrimiento

7 meses

Validación

4 meses

Eficiencia

6 meses

Escalamiento

8 meses

FASES DE DESARROLLO DE UNA STARTUP

Descubrimiento

7 meses

Validación

4 meses

Eficiencia

6 meses

Escalamiento

8 meses

Se impulsa el crecimiento agresivamente

- ✓ Primera ronda grande de inversión (Series "A")
- ✓ Adquisición masiva de usuarios
- ✓ Mejoras de escalabilidad en el back-end
- ✓ Contratación de los primeros ejecutivos de dirección
- ✓ Implementación de procesos
- ✓ Se forman áreas o departamentos en la empresa

INVESTIGAR Y PROTOTIPAR

IDEA – PRETOTIPO – PROTOTIPO – LANZAMIENTO - ESCALAMIENTO



PRETOTIPOS:

LMVP: Low Minimal Viable Product
¿Estamos construyendo la cosa correcta?

PROTOTIPOS:

HMVP: High Minimal Viable Product
¿Somos capaces de construirlo a escala?



EMPRENDIENDO AL REVÉS



¿CÓMO EMPRENDER
HACIENDO LO OPUESTO
QUE NADIE TE
ACONSEJA?



Para atraer Gente Emprendedora
Debes demostrar ser
emprendedor

Para Atraer a Gente
Comprometida,
Debes Estar Comprometido.

Para Atraer a Gente Positiva,
Debes ser Positivo.

Para Atraer a Gente Poderosa,
Debes Ser Poderoso.

”SI ERES”: PUEDES ATRAER

No atraes lo que quieres,
¡ATRAES LO QUE ERES!



10 PRESÉNTAME A TUS AMIGOS Y TE DIRÉ TU FUTURO
Nos convertimos en el promedio de las 4 PERSONAS con
las que pasamos más tiempo.
ELIGE A TUS AMIGOS CON SABIDURÍA...

CONSEJO IGNORADO # 2 : SIGUE TU PASIÓN



EMPRENDE EN LO QUE MÁS TE
APASIONA,
AQUELLO QUE MEJOR SABES HACER



¡SER APASIONADO NO IMPORTA!

Las pasiones van y vienen
Lo que te apasiona no necesariamente
es un buen negocio.



En lugar de la pasión, te debe importar:
OBSESIONARTE POR RESOLVER UN PROBLEMA EN PARTICULAR
Si logras tener éxito, te apasionarás con ello.

SEÑOR NECESITO PLATA !!!



... No te hagas el sordo pe

PERO TAMBIÉN ES
EL MAYOR ERROR DE LOS EMPRENDEDORES:

No se puede ir tras una gran pasión,
sin tener claro un modelo de negocio y estrategias

...Las estrategias cuesta dinero
Y EL DINERO SE HACE CON DINERO

CONSEJO IGNORADO # 3 : DEDICATE FULL TIME



SI CREES EN TU EMPRENDIMIENTO,
DEJA TU TRABAJO Y ENTRA CON TODO



¡TU TIEMPO ES UN RECURSO INVALUABLE!
QUEMAR TIEMPO ES TAN POCO INTELIGENTE
COMO QUEMAR TU DINERO

Dedicarte full time es gastarlo a su máxima
capacidad. Las lecciones importante necesitan
tiempo y necesitas RESISTIR. Con tiempo
dosificado, PRIORIZAS



RESILENCIA

CONSEJO IGNORADO # 4 : BUSCAR INVERSIONISTAS



LEVANTA CAPITAL CUANTO ANTES.



¡LEVANTAR CAPITAL NO ES UN TRIUNFO!

Es contraer una deuda, y lo pagarás no sólo con un % de tu empresa, sino con tu capacidad de **TOMAR DECISIONES**

¡MENOS!, Levantar dinero par pagarte un sueldo... y comportarte como si fueras rentable cuando aún lo eres.

LEVANTA DINERO LO MÁS TARDE POSIBLE
...nunca más tendrás tanta libertad como cuando todo era con recursos propios.

**SI TIENES UN NEGOCIO SIN CLIENTES,
NO TIENES UN NEGOCIO**



CONSEJO IGNORADO # 4 : ESCALA RÁPIDAMENTE

FORMA/CONTENIDO



Series A



Capital Semilla



Feedback & Networking



Elevator Pitch
Mentor



TIEMPO &
INVESTIGACIÓN





Steve Jobs en la Universidad de Standford, 2005

¿Quieres vender agua azucarada el resto de tu vida, o quieres hacer historia?"

Steve Jobs convenció así a John Sculley (presidente de Pepsi) para que trabaje en Apple.

"El trabajo va a ocupar gran parte de tu vida, y la única forma de estar realmente satisfecho es hacer lo que consideren un trabajo extraordinario. Y el único camino para lograrlo es amando lo que hacen. Si no lo han descubierto aún, sigan intentando. No se conformen".

"Tu tiempo es limitado, entonces no lo desperdicias viviendo la vida de otro. No dejen que los demás ahoguen su propia voz interior. Y lo más importante, tengan el coraje de seguir a su corazón y a su intuición."

ES TIEMPO DE TOMAR UNA DECISIÓN



EMPRENDER O DEPENDER



La vida es como manejar bicicleta
Si quieres mantener el equilibrio
¡Tienes que seguir siempre adelante!

EL ELEVATOR PITCH: Guía para organizar la información de tu proyecto Ecommerce y estrategias para presentárselo a un inversionista.



“Si tienes un negocio sin clientes, no tienes un negocio”

Las empresas no fracasan por no saber crear productos/servicios (todas lo pueden hacer). Fracasan por no lograr encontrar clientes para ese producto/servicio que crearon.

¿POR QUÉ NO DESARROLLAR CLIENTES ANTES DE DESARROLLAR PRODUCTOS/SERVICIOS?

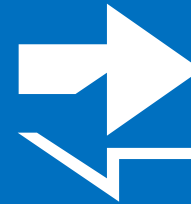
MARKETING = SISTEMAS



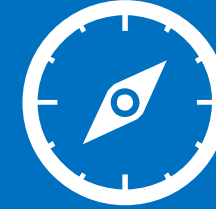
1.The Problem



3.The Market



5.Business Model



7.Marketing



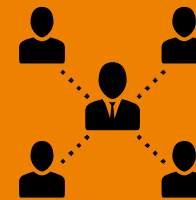
9.Investment



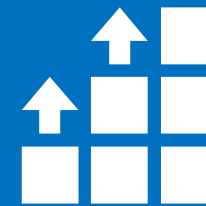
2.The Solution
(MVP)



4.Competition



6.Customers



8.Metrics



10.The Team

Aprende a Vender tus ideas

(“ELEVATOR PITCH”)



"Si no logras convencer a un inversionista en 60 segundos, ...tampoco lo harás en 60 minutos!"

¿Qué están haciendo las Startups cuando le hacen el pitch a un inversionista?

¡VENDIENDO!

Si no puedes venderte a ti mismo, no puedes vender tu empresa.
Si no puedes vender tu empresa, no tienes un negocio.

CONVIÉRTETE EN UN «STORYTELLER»
Y APRENDE EL ARTE DE CAPTURAR LA ATENCIÓN



UNA BUENA HISTORIA ENAMORA...

“Los inversionistas
no invierten en ideas...

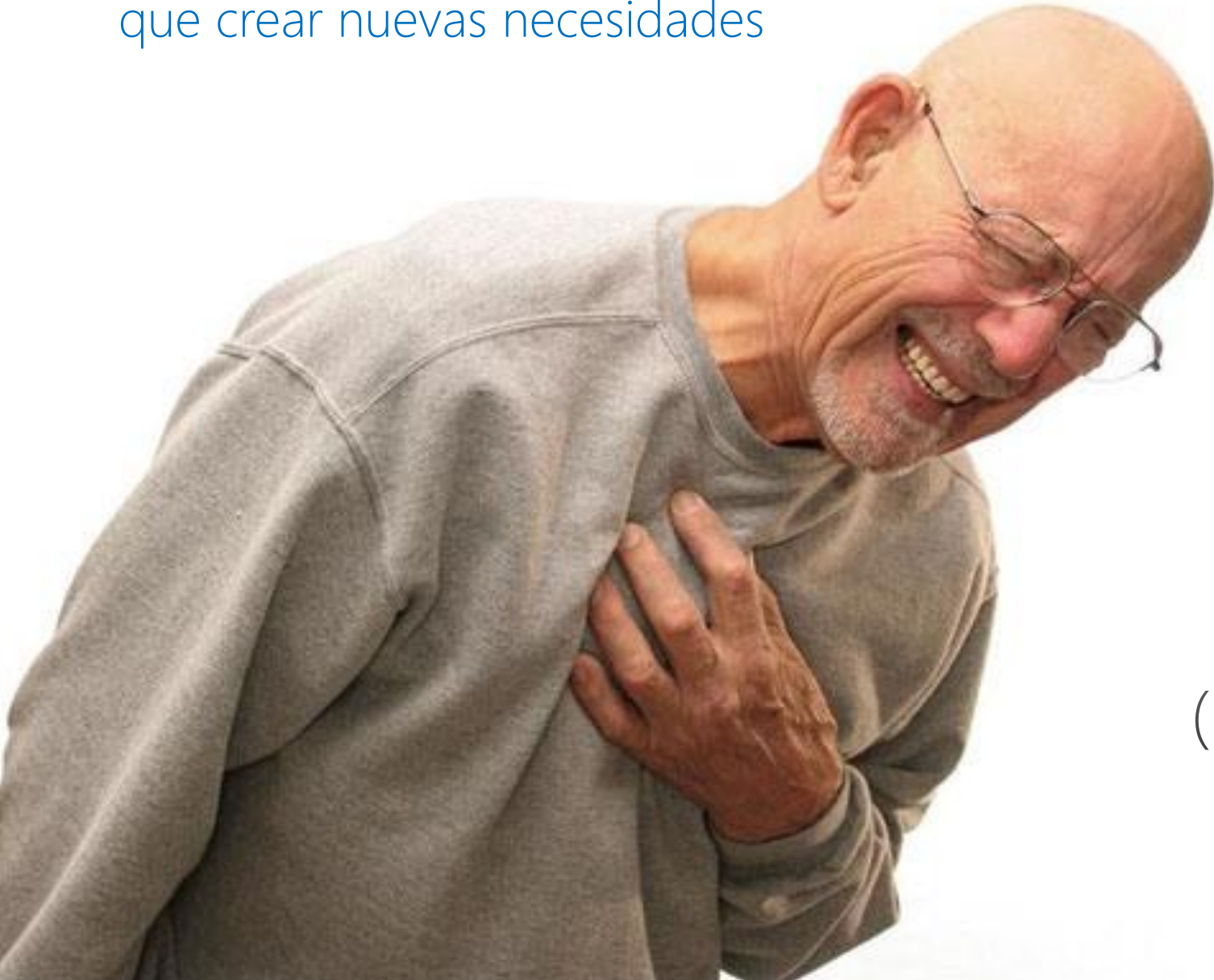
... invierten en
PERSONAS y en
“Modelos de negocio”
sobretudo si hay una
buena historia detrás”



**I WANT TO
BELIEVE**

- 30"** : Narra el PROBLEMA CENTRAL como una HISTORIA
- 1'** : Explica tu Solución
- 1'** : Demuestra tu Solución (MVP)
- 1'** : Explica como has validado tu MODELO DE NEGOCIO
- 30"** : Logros obtenidos a la fecha. (Métricas)
- 30"** : Explica cuanto es lo que necesitas financiar y que % estas dispuesto a dar.
- 30"** : Habla de tu equipo y mentores que te respaldan.

Intentar aliviar problemas actuales
es más convincente
que crear nuevas necesidades



(1) ¡LO MÁS IMPORTANTE!

“THE PAIN”

**CONTAR EL PROBLEMA Y COMO SURGIÓ LA SOLUCIÓN
...CON UNA BUENA HISTORIA DETRÁS**



LUEGO: LA SOLUCIÓN



Puede ser una historia conocida pero reenfocada...

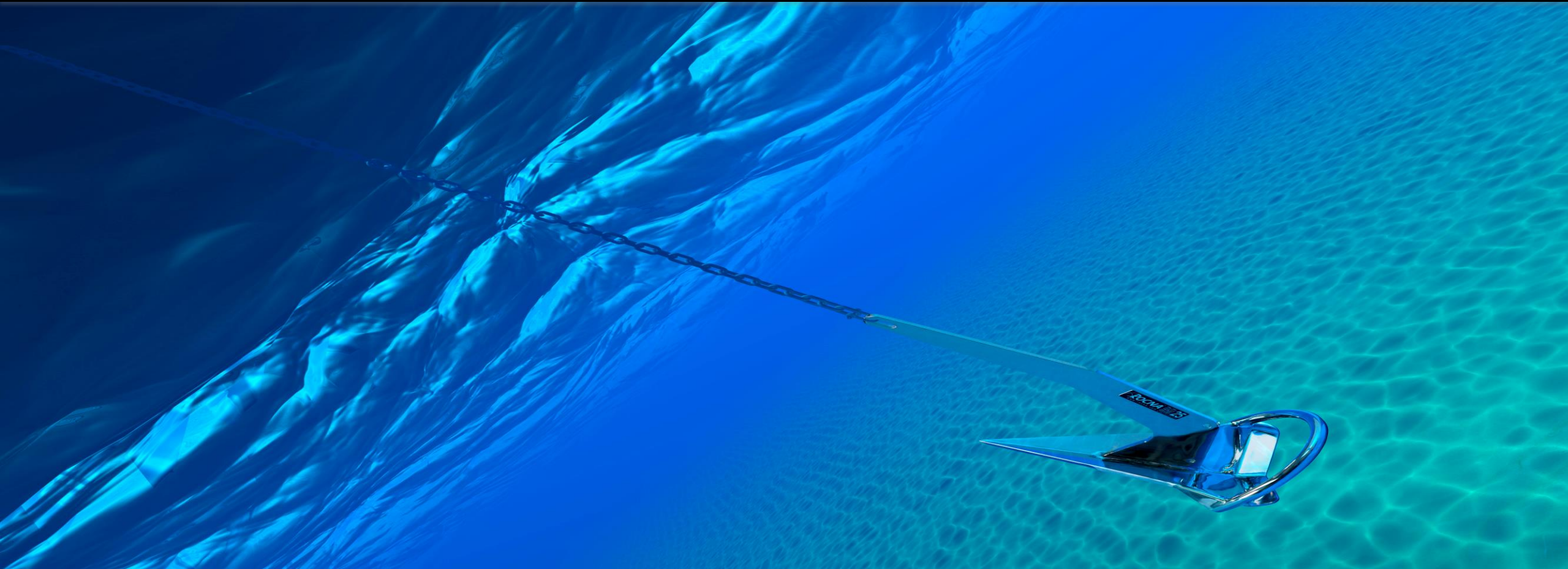
O puede ser una historia totalmente nueva




NO OLVIDES “EL INGREDIENTE SECRETO”



«LANZA UN ANCLA QUE CAPTURE EL INTERÉS»



1. Tu nombre y cargo
2. Tu marca, nombre de tu proyecto
3. “HIGH CONCEPT PITCH”: RESUMIR LA VISIÓN DE LA STARTUP EN UNA SÓLA ORACIÓN.



ALIEN, "Tiburón, pero en el espacio"
IPOD, "Un Walkman con miles de canciones"
DOGSTER, "Friendster para Perros"
"YOTECUIDO, El LinkedIn de las Nanas"

LUVISI
AFTER
H.R. GIGER

COPYRIGHT © HELMUTCACEDA.COM

2. LA SOLUCIÓN

A close-up photograph of Tom Cruise in a white shirt, holding a mobile phone to his ear and shouting with an intense, open-mouthed expression. A large speech bubble is superimposed on the right side of the image, containing the text 'SHOW ME THE MONEY!' in bold, black, uppercase letters.

**SHOW
ME THE
MONEY!**

Un producto o servicio por si sólo **NO ES LA SOLUCIÓN**, en realidad
¡TODO EL MODELO DE NEGOCIOS! ES : "LA SOLUCIÓN"

La lógica te llevará del PUNTO "A"
al PUNTO "B".

La imaginación te llevará a donde
sea





NO DES NADA POR SENTADO
"IMPOSIBLE" SIMPLEMENTE ES QUE NADIE LO HA INTENTADO ANTES

A cartoon illustration of a man with spiky orange hair, a large nose, and wide, excited eyes. He is wearing a red suit jacket over a white shirt. He is holding a large stack of green 100-dollar bills in his right hand. The background is a light blue wall with a recessed light fixture on the left.

SHUT UP AND

UNO NO SE HACE MILLONARIO CON UNA GRAN IDEA,
UNO SE HACE MILLONARIO CON UN GRAN NEGOCIO

TAKE MY MONEY!

SI LOGRAMOS ESE MISMO BRILLO EN LOS OJOS EN LOS INVERSIONISTAS
...¡SABEMOS QUE YA LA HICIMOS!



SI QUIERES SER MILLONARIO,
NO TE DEBERÍA ASUSTAR
PERDER UNOS CUANTOS MILES

3. IDENTIFICAR EL NICHO DE MERCADO CORRECTO



~~Consumidores mujeres~~

Nuevos padres, que son mujeres



¿ESTAS SEGURO QUE EXISTE DEMANDA Y SOBRETUDO UNA “URGENCIA” EN ESE NICHU?



4. EL BUSINESS MODEL

KEY PARTNERS

- Optimization of economy of scale
- Reduction of risk & uncertainty
- Acquisition of particular resources & activities

What alliances are we using to optimize our business models, reduce risk or acquire resources?

- Cooperation - strategic partnership between competitors
- Strategic alliances btw. non-competitors
- Joint ventures to develop new business
- Buyer-Supplier relationships to ensure reliable supply

KEY ACTIVITIES

What are the most important things we must do to operate successfully?

- Platform/network management
- Production
- Problem solving

KEY RESOURCES

What assets are required to offer and deliver our products and services?

- Human
- Intellectual resources
- Financial
- Physical assets

VALUE PROPOSITION

What elements of the products and services we offer are key to the value we create for customer segments?

- Newness
- Performance
- getting the job done
- Customization
- Price
- brand/status
- design
- Convenience/usability
- Cost reduction
- risk reduction
- Accessibility

CUSTOMER RELATIONSHIPS

What is the nature of the relationships established and maintained with each customer segment? And driven by what motivation?

- Dedicated personal assistance
- Personal assistance
- Self-Service
- Increasing revenue per customer
- Customer retention
- Engaging Communities of members for exchange
- Automated services
- Co-creation of value with customers
- Customer acquisition

CHANNELS

How do we communicate and distribute our products and services to our customer segments?

- Partner
- Owned
- Sales force
- Partner Stores
- Own stores
- Web
- CHALLENGES
- PHASES: Awareness phase, Purchase phase, Delivery phase, After Sales phase

CUSTOMER SEGMENTS

Whose needs are we responding to with our products and services?

- Diversified
- Mass market
- Segmented
- Multi-sided platform
- Niche

COST STRUCTURE

What expenses do we incur in operating?

- Variable
- Economies of scope
- Fixed
- Economies of scale

REVENUE STREAMS

Successfully offering our products and services to customers results in what income generation (type)?

- Value-driven
- Cost-driven

- Asset Sale
- Usage fee
- Subscription fee
- Licensing
- Advertising
- Brokerage
- Lending/renting/leasing
- Fixed
- Dynamic

¿COMO CREAMOS UNA EMPRESA DE ÉXITO?

TODOS EMPIEZA CON
UNA IDEA...

UNA IDEA QUE VA A CAMBIAR
LAS REGLAS DE JUEGO

UNA IDEA QUE TE CONVERTIRÁ
EN EL SIGUIENTE MARK ZUCKERBERG



Estudio de mercado



Business Plan





Números fantásticos



INVERSIÓN

A GASTAR DINERO:



¡FRACASO!



Los nuevos negocios necesitan tener una **BASE TECNOLÓGICA**, y esto implica otro tema vital: **VELOCIDAD Y ADAPTACIÓN**.
Premisa: **INFIDELIDAD DE LOS USUARIOS**.



**#CAPECEPERU, Si quieres hacer
reír a Dios ...¡Cuéntale tus planes!**



5. PLAN DE BATALLA (Marketing estratégico y Táctico)



Hipótesis

(Innovación aplicada)

Modelo Negocio

Estrategia Off/Online

LA OPORTUNIDAD: Evolución del Marketing

1950



1990



El nuevo marketing es multicanal

ENFOCADO:

Lo que le importa al cliente me debe importar a mí.
(Web 2.0: APESTAN.COM)

TRANSPARENTE:

Cada centavo invertido en mi campaña será compensado por la respuesta del cliente.
(Facebook / Google ads)



MEDIBLE:

Toda campaña de Emarketing puede ser medida y analizada para tomar mejores decisiones.
(Google Analytics)

ACCESO AL MUNDO:

Facilidad para acceder a cualquier mercado a nivel mundial correctamente segmentado.
(Google Adwords)



Taxis



Zapatillas

Destinos



Optica



Zapatillas



Guitarras



Mecanica



Camisa



Flores



Veladores



UNA NUEVA ESFERA PÚBLICA

Si no eres indexable, nadie te encontrará



IRON MAIDEN

Killers



LA ESTRATEGIA: En lugar de la aproximación habitual, lo que han hecho es algo sensiblemente más inteligente: analizar datos de descargas en redes P2P mediante MusicMetric, deducir en qué países del mundo estaban experimentando una mayor popularidad y, en lugar de enviar un ejército de abogados a esos países, ir ellos mismos a dar conciertos allí.

We're Hiring!



- Home
- Products
- Reports
- Charts & Stats
- About Us
- Blog
- Knowledge Base
- Login

The world's most powerful artist analytics dashboard

Strengthen marketing, promotion, planning and sales while reporting the impact of your actions as they happen

musicmetric PRO Artists Dashboard Invite friends Feedback Help

Track more artists... Go to artist...

M83 Overview

Key Metrics

- Fans** 1,727,673 (Added 2.9B yesterday)
- Plays** 72,227,258 (Played 131,201 times yesterday)
- Views** 4,198,445 (Viewed 20,928 times yesterday)

Social Media Fans

- OC** 1.1M Added 12k yesterday
- f** 445.3k Added 1.4k yesterday
- o** 95.4k Added 134 yesterday
- f** 54.3k Added 20 yesterday
- t** 29.7k Added 14 yesterday
- o** 25.6k Added 74 yesterday

Social Media Fans (Line chart showing growth from Apr 23 to Jun 18)

Musicmetric Rank 403rd (Up from 404th yesterday)

Torrent Activity (Line chart showing activity from 1.8k to 6.3k)

Web Buzz (Hurry Up, We're Dismantling M83 M83 Midnight City Reunion)

Sentiment (Gauge showing Negative to Positive)

Top Sites (tramaran.wordpress.com, www.rpr.org)

Sign Up

No credit card required

Pro - \$99 per month **for Unlimited artists!**

Social Media, Peer to Peer, Mentions, Sentiment, Fan Geo & Demographics, Benchmarks, Facebook Insights & Google Analytics connect.

Lite - \$19 per month **for 5 artists**

Social Media, Mentions, Benchmarks, Facebook Insights & Google Analytics connect.

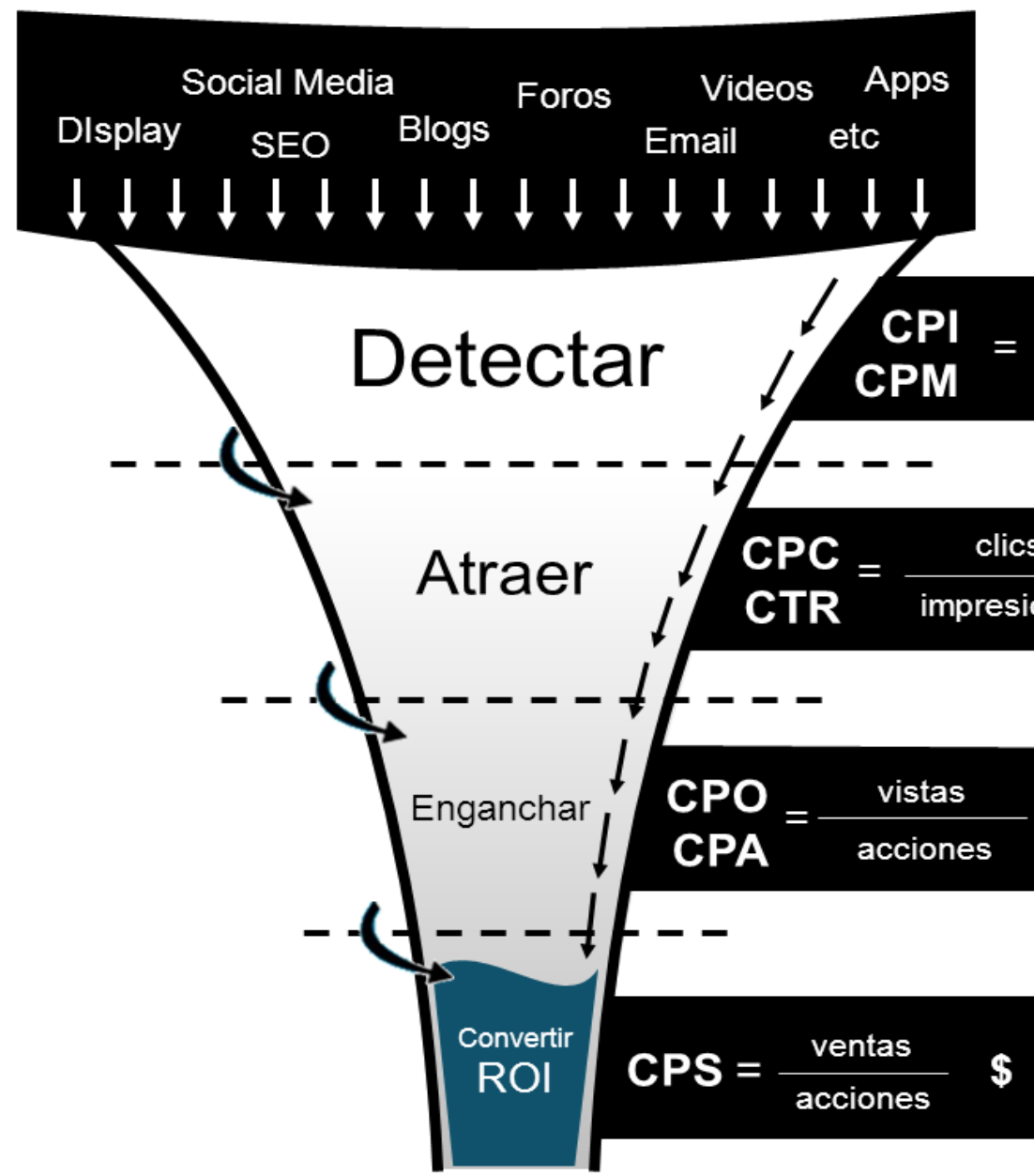
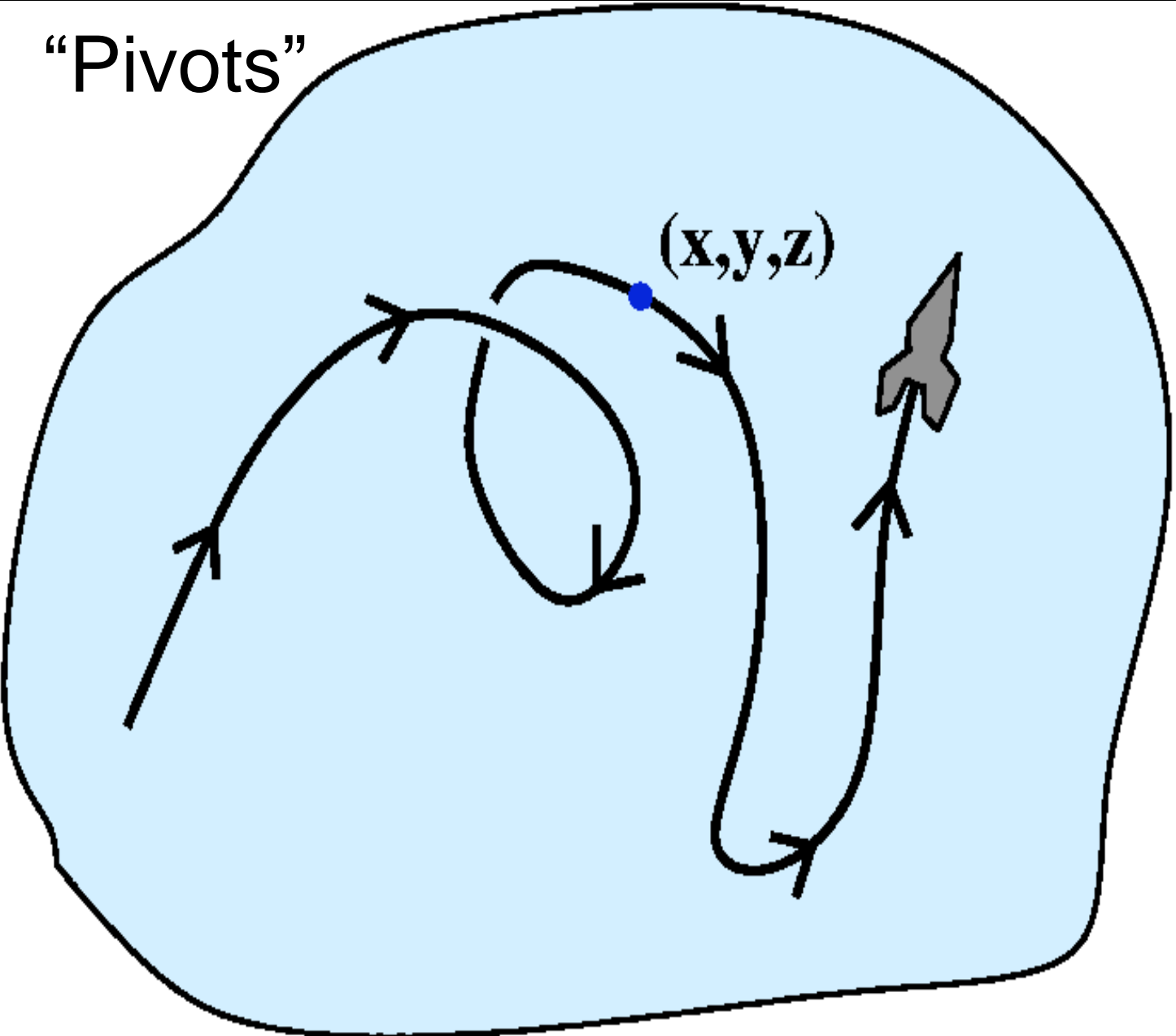
...or search for free stats on any artist:

Search



6. POSICIÓN ACTUAL Y TRACCIÓN DE USUARIOS

“Pivots”



Sólo hay una manera real de
medir una ejecución de
marketing exitosa



ROI

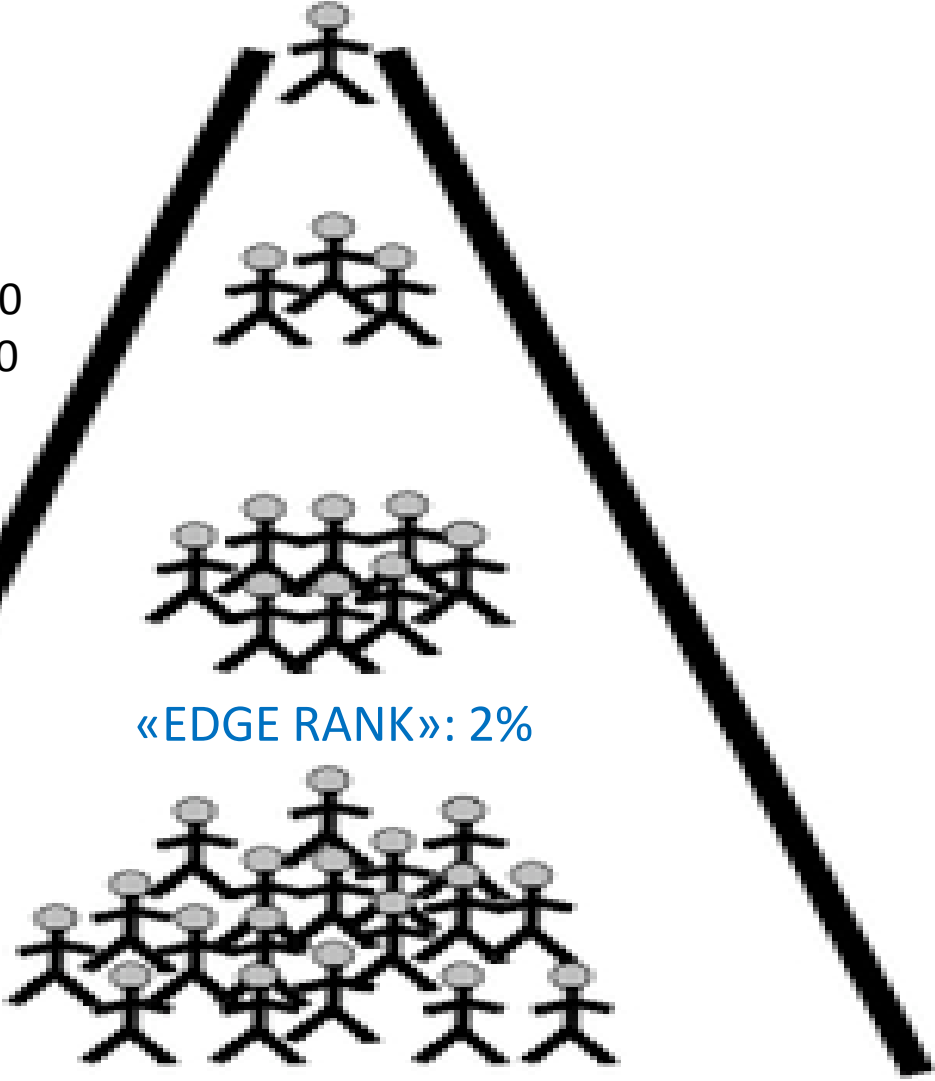
(RETURN OF INVESTMENT)



3º: HAY QUE ENTENDER LA DIFERENCIA ENTRE ATRACCIÓN VS. VIRALIZACIÓN

EMBUDO DE VIRALIZACIÓN (Redes sociales)

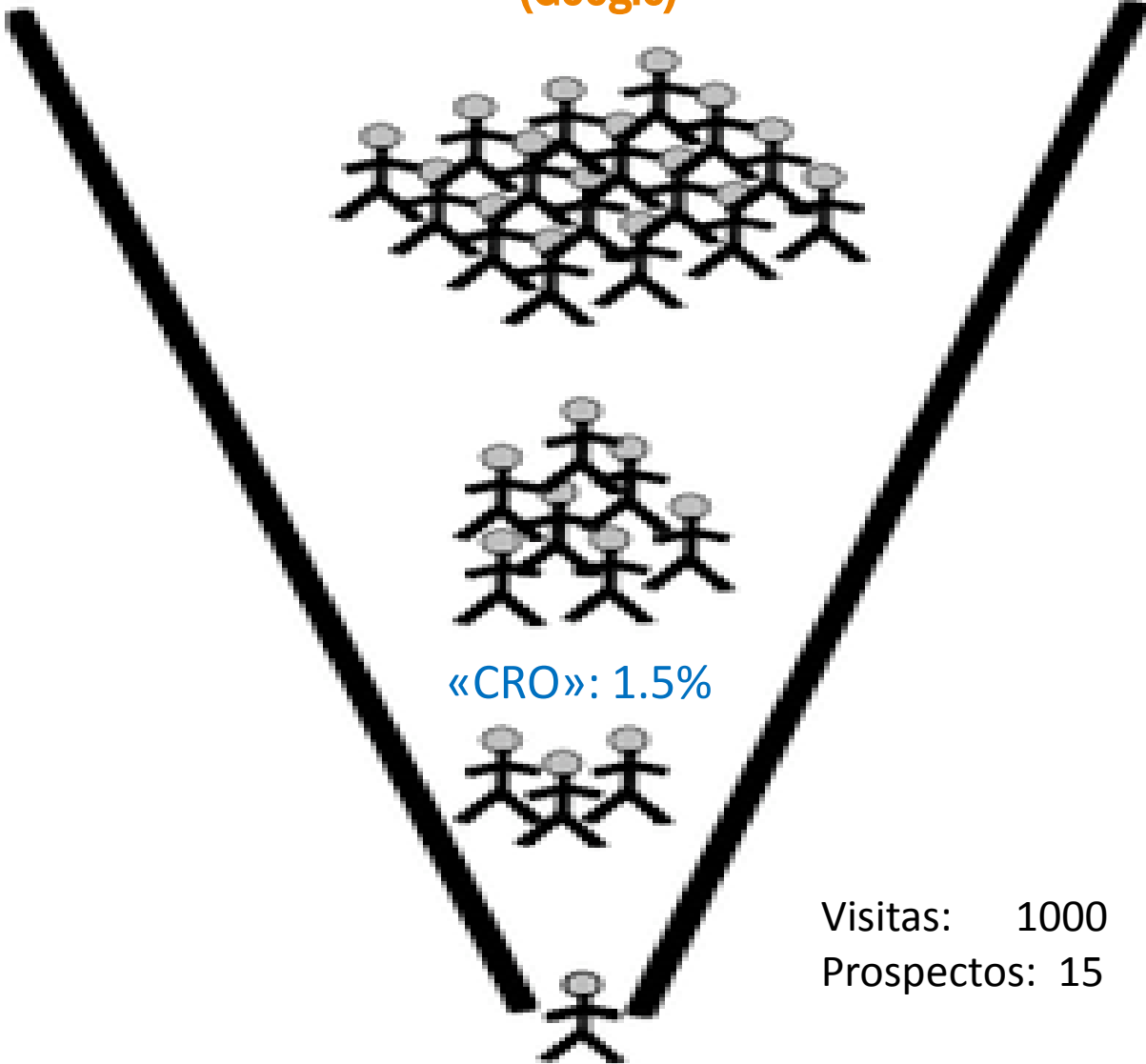
Universo: 1000
Alcance: 20



EMBUDO DE CONVERSIÓN (Google)

«CRO»: 1.5%

Visitas: 1000
Prospectos: 15



ESTAR EN INTERNET NO ES TENER UNA WEB ESTAR EN INTERNET ES SER ENCONTRADO



EMBUDO DE CONVERSIÓN
VISITANTES A CLIENTES



TASA DE REBOTE (7'')
50% - 80%

CRO: 1% - 3%

8,000 visitas



(1.5%) 120
«prospectos»

$$(120 \times S / .600) * 20\% = S / .14,400$$

7. PETICIÓN FINANCIERA CLARA Y SINCERA



8. DREAM TEAM



EQUIPO DE TRABAJO
Y MENTORES DE PRESTIGIO
QUE TE AVALAN

¿CUÁL ES EL VERDADERO OBJETIVO DE UNA EMPRESA?



El objetivo en mi empresa, no se trata de vender por vender a todos los que necesitan lo que uno vende...

El objetivo es hacer que la gente necesite lo que uno vende porque cree en lo que uno cree...



El objetivo no es contratar gente que necesita un trabajo

El objetivo es contratar gente que cree en lo mismo que Tú



Adquisición de "FriendFinder"
Valor: \$15MM
Antigüedad: 6meses



Adquisición de "Instagram"
Valor: \$1,000MM
Team: 12 gatos

“It’s a show about nothing.”

- George Costanza

What will be the next big thing?

Nobody knows. We're all just speculating.

No Idea. No Product.
No Concept.

JUST BUILD THE RIGHT TEAM. THE REST WILL FOLLOW.

My Dream Team

Lead UX. Lead UI. Lead iOS. Lead Android.
Full-Stack Front-end. Full-Stack Backend. Marketing Veteran.
Business Development Veteran.

All experts. All +35.

\$5M

Run-rate for 3 years.



¿CÓMO CONSEGUIR UN MENTOR?

No se trata de hacer contactos e imponer tus ideas

....Se trata de hacer amigos y que se enamoren de ti y tus sueños

- +Helmut Búsqueda
 - Imágenes
 - Maps
 - Play
 - YouTube
 - Noticias
 - Gmail
 - Drive
 - Calendar
 - Más
- Google
- Gmail
- REDACTAR
- Recibidos (2.103)
- Destacados
- Importante
- Enviados
- Borradores (2)
- Spam (494)
- Papelera
- [Gmail]Papelera
1. EPYMES HEL...
4. EPYMES RRH...
- AGENDAS PAR...
- ALQUILER DE ...
- AQPHOST RES...
- AUSPICIOS
- CAPACITACION
- Clientes Prom...
- CLUBES IMPOR...
- CLIENTES CU...
- COTIZACIONES...
- CRECE 2013 (2)
- Deudas
- Foros (4)
- Frases celebres
- GOOGLE ENGA...
- GOOGLE WEB...
- Microsoft
- MLM NETWORK...
- Notificaciones (...)
- Oportunidades ...
- PENDIENTES ...
- PALMADO TO...

para mí

----- Forwarded message -----
From: Brian Tippens <brian.tippens@gmail.com>
Date: 2011/10/21
Subject: Re: thank you for the help!!!
To: Lisseth Malpartida Caldas <lisseth.malpartida@gmail.com>

Good luck, Lisseth !! Please let me know how it goes. Please tell Professor Helmut I send un gran abrazo !

Brian

On Fri, Oct 21, 2011 at 4:37 PM, Lisseth Malpartida Caldas <lisseth.malpartida@gmail.com> wrote:

Thank you Brian. I read your email, tomorrow is my presentation about Community Manager and Social Media Manager, thank you! bye!

I hope Professor Helmut put me a good rating =)

----- Forwarded message -----
From: Brian Tippens <brian.tippens@gmail.com>
Date: 2011/10/21
Subject: Community Manager vs Social Media Manager
To: lisseth.malpartida@gmail.com

Lisseth –

Here are my thoughts :

A “**community manager**” leads and coordinates an online community. An example of an online community would be a LinkedIn group or a Facebook Group. People usually join communities because they share an interest with the other members of the group. You can consider a community manager almost like the president of a club. Some typical responsibilities of a community manager include :

- Create original content with SEO value (boost brand awareness, and generate leads)
- Generate Buzz (undefined)
- Generate social campaigns with ROI in mind

*"Si yo he visto más allá,
es porque logré pararme sobre hombros de gigantes"*
Sir Isaac Newton





QUIEBRA

SUNAT



OBSOLESCENCIA



**A COCINAR
EL NEGOCIO**



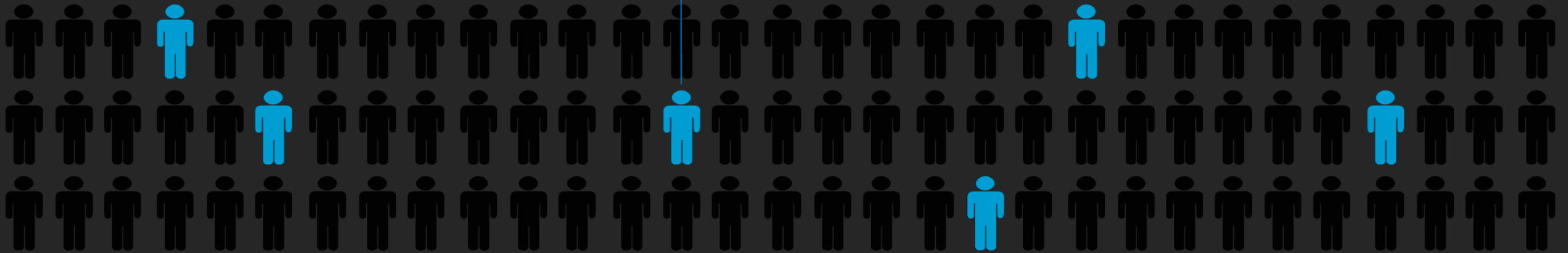
¿Cómo se explica que las cosas a veces no salgan como una las espera, o cómo se explica cuando otros logran el éxito con ideas que desafían toda lógica?:

- ✓ ¿Por qué Apple es tan innovador... año tras año...tras año...tras año...?
- ✓ ¿Por qué Martin Luther King dirigió el movimiento de derechos civiles más importante de los EEUU?
- ✓ ¿Por qué los hermanos Wright fueron quienes hicieron realidad los vuelos tripulados y no SPL?

PERÚ, PAÍS DE EMPRENDEDORES

¿Trabajador?

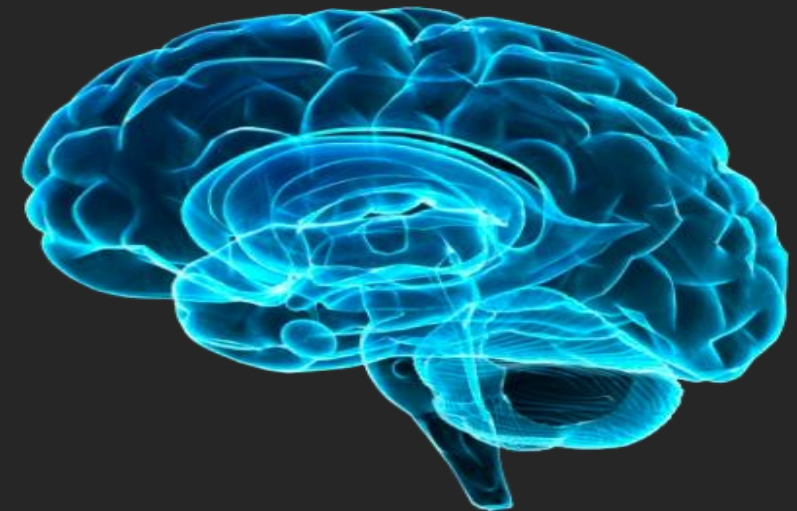
¿Intuitivo?



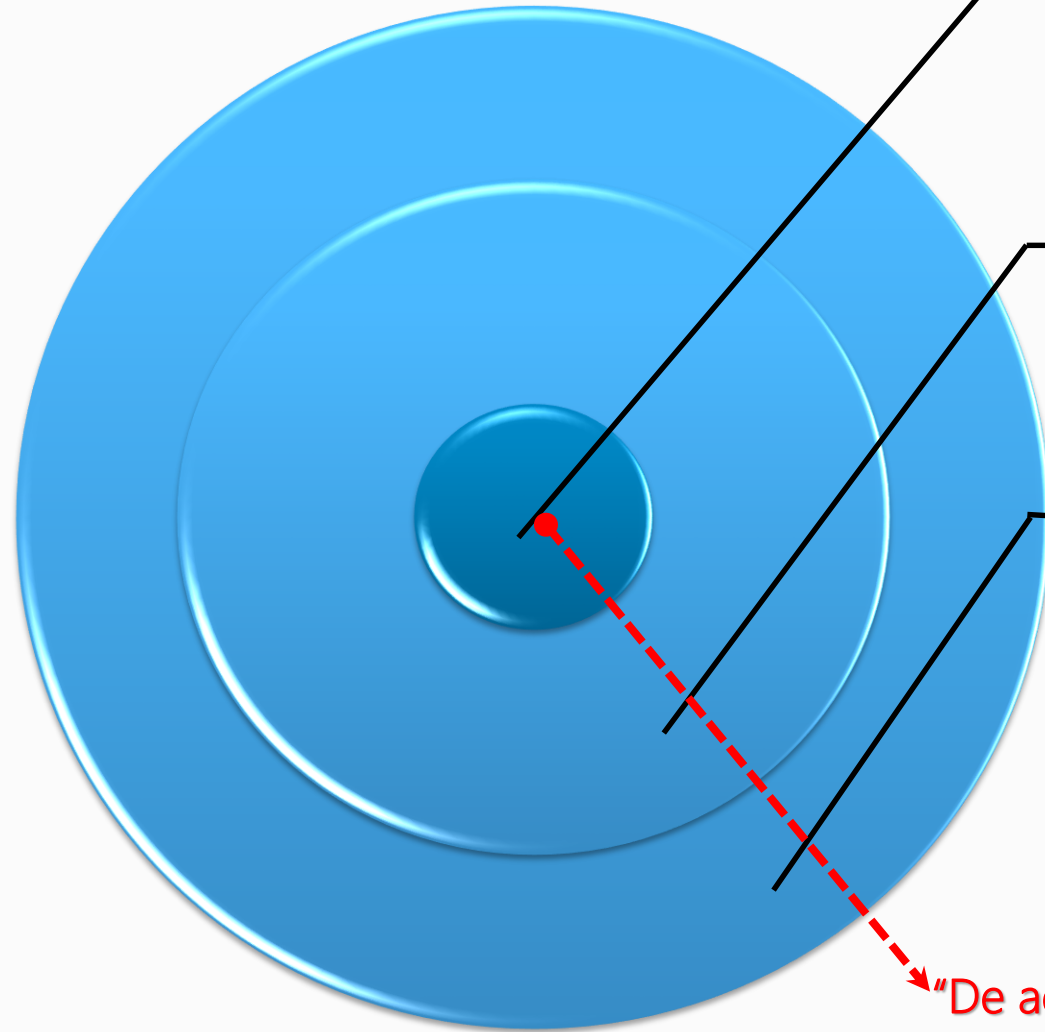
¿Arriesgado?

¿QUÉ DETERMINA EL ÉXITO O FRACASO DE UN EMPRENDEDOR?

LA RESPUESTA SE ENCUENTRA INVESTIGANDO
EL CEREBRO DEL EMPRENDEDOR



¿EXISTE UN SECRETO PARA CREAR NEGOCIOS EXITOSOS?



3° ¿POR QUÉ...

Las cosas son siempre iguales y porque no hacerlo diferente en base a lo que necesitan las personas?

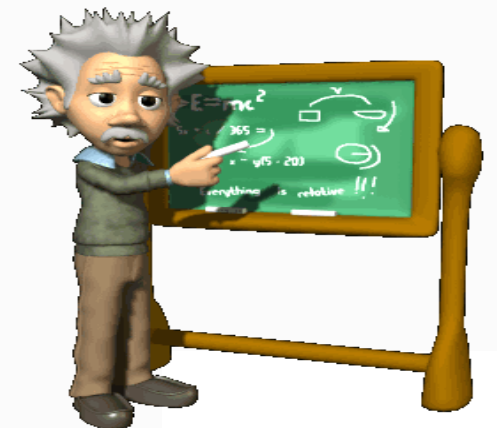
2° ¿CÓMO...

Lo hicieron y porque no puedo hacerlo yo?

1° ¿QUÉ...

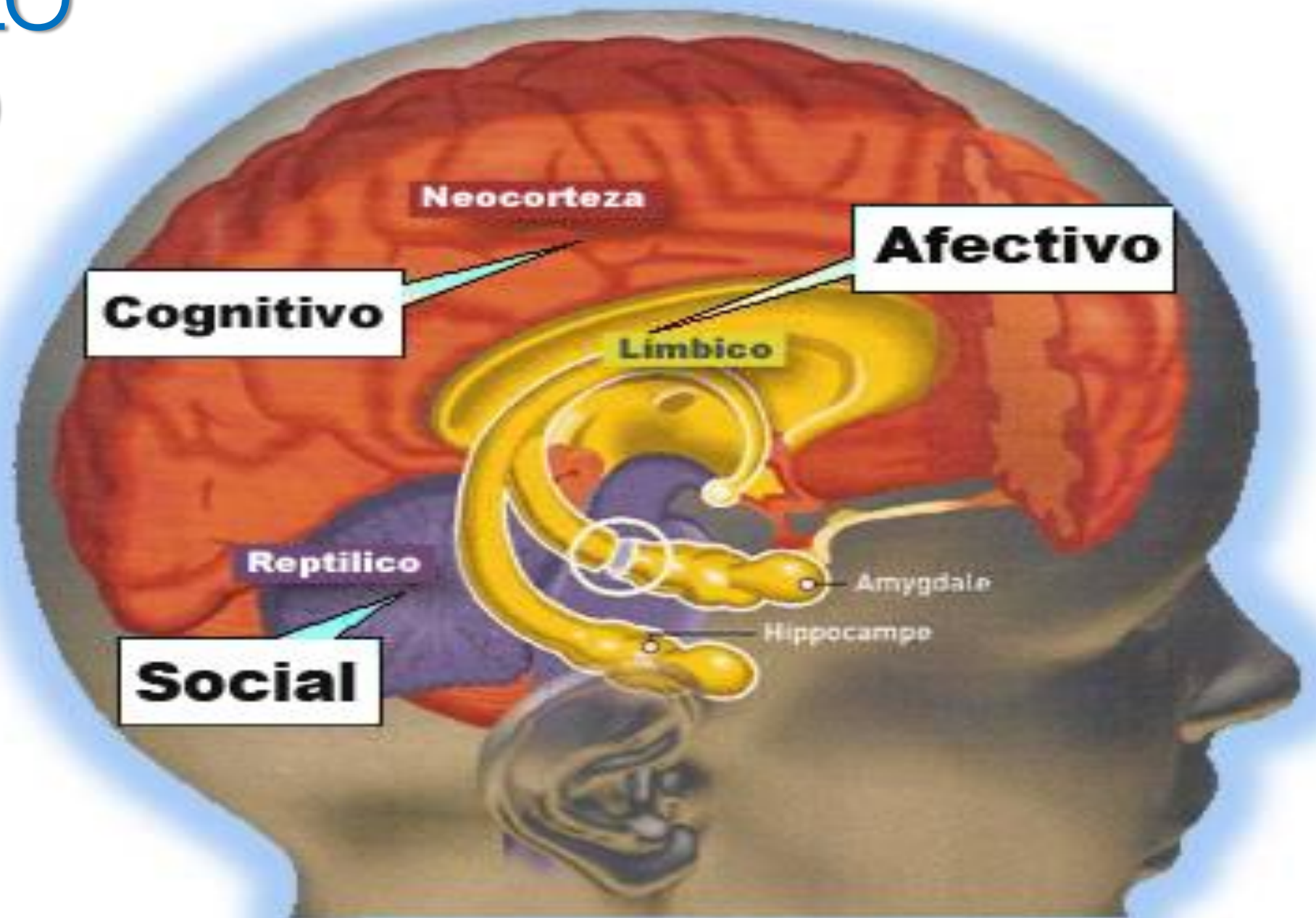
Es lo que tengo que hacer para hacerlo bien?

"De adentro hacia afuera"



HAY UN PATRÓN: Todos piensan, actúan y se comunican de la misma manera... pero los líderes excepcionales piensan de manera completamente opuesta a todos los demás...

EL CÍRCULO DE ORO



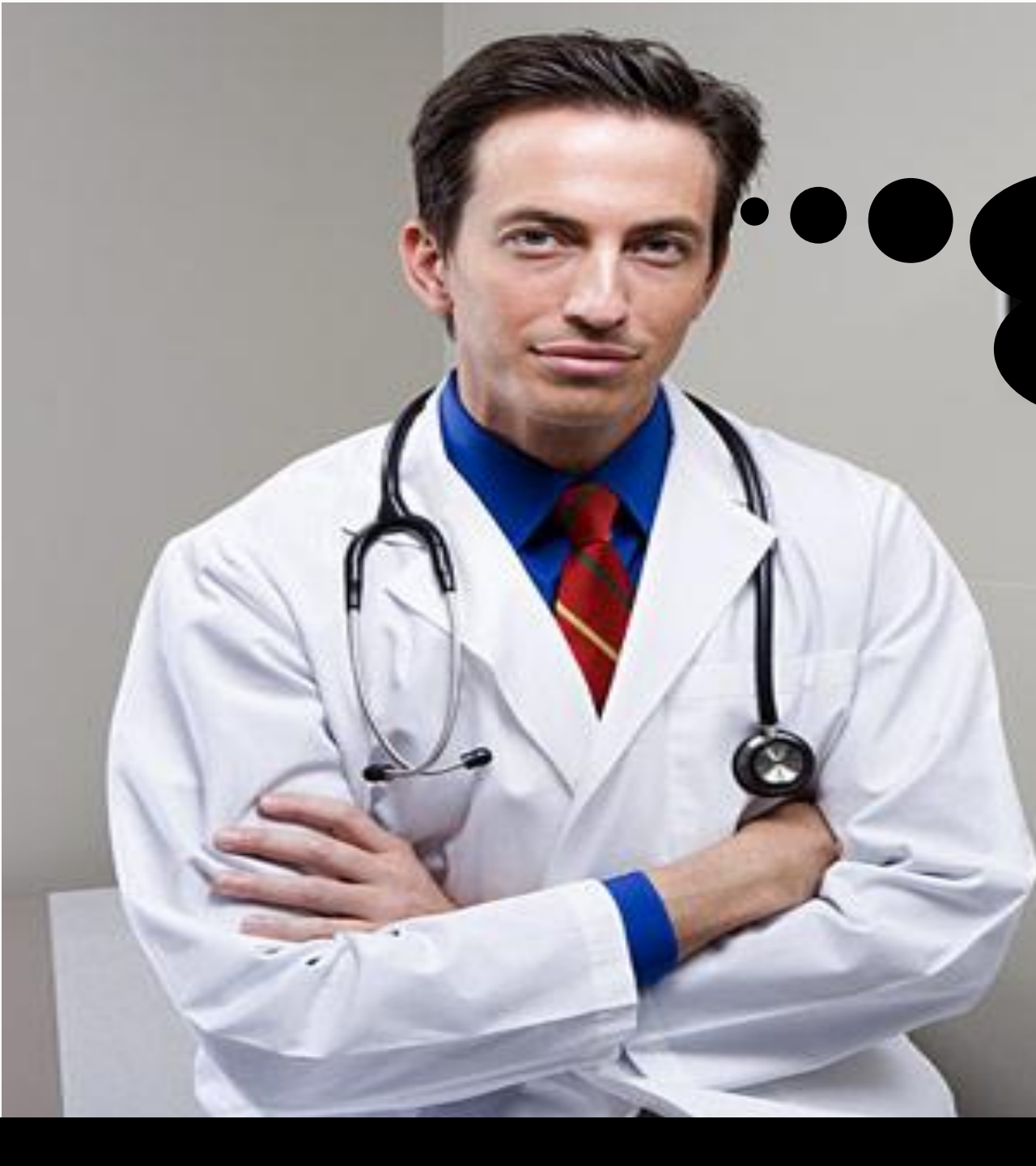


"O"

Somos parte de una comunidad, en donde
creemos en la **REINVENCIÓN**
de todo lo que ya conoces,
y la forma como desafiamos al mundo
es hacer los productos
MEJOR DISEÑADOS DEL PLANETA
e increíblemente fáciles de usar.

«¡SENCILLAMENTE PENSAMOS DIFERENTE!»

...¿Quieres ser parte
DEL **EXCLUSIVO MUNDO MAC?**



En el mundo de los negocios, no existen segundas oportunidades para causar una primera buena impresión.

Para ser un ganador, hay que lucir como tal, y en el Centro Odontológico "Sonrisas", te ayudaremos a sonreír como un ganador...

¡Pregúntanos cómo!

Bienvenidos al Centro Odontológico "Sonrisas"

- **Oferta de Profilaxis + Blanqueamiento con luz halógena**
- **Y curación con cerámica 2x1**
Todo por S/.450...¡Visítanos!

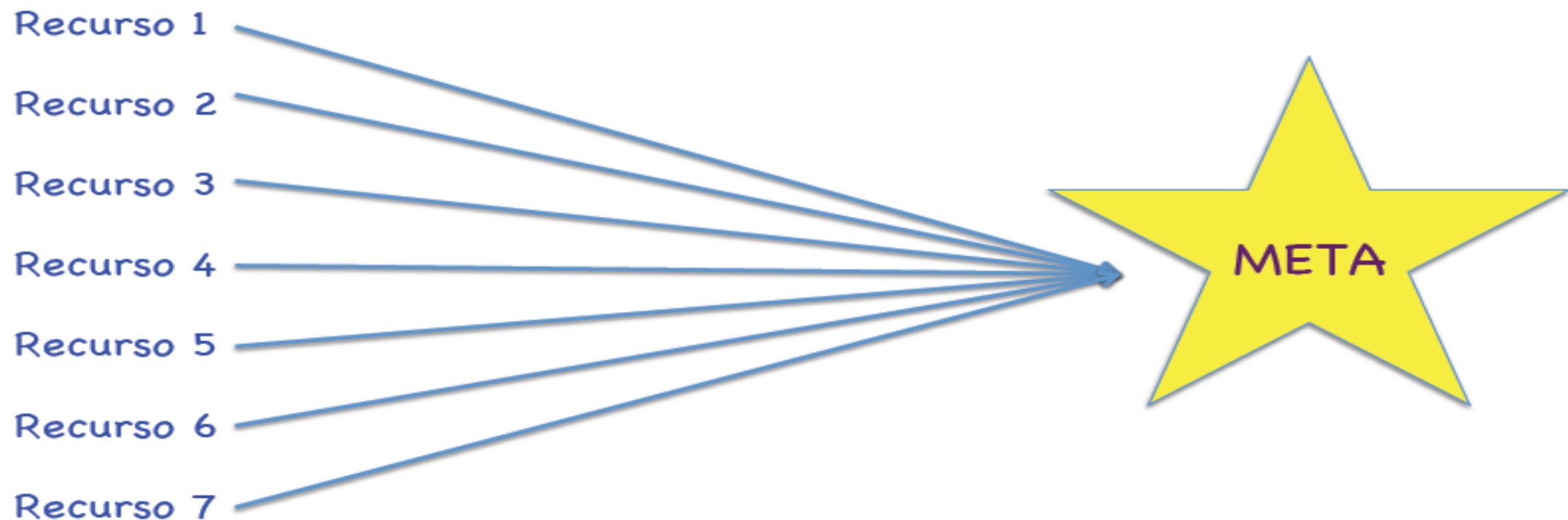


¿existe algo que pueda ser descrito como **pensamiento emprendedor**? Si existe, **¿cómo es?**

VS.

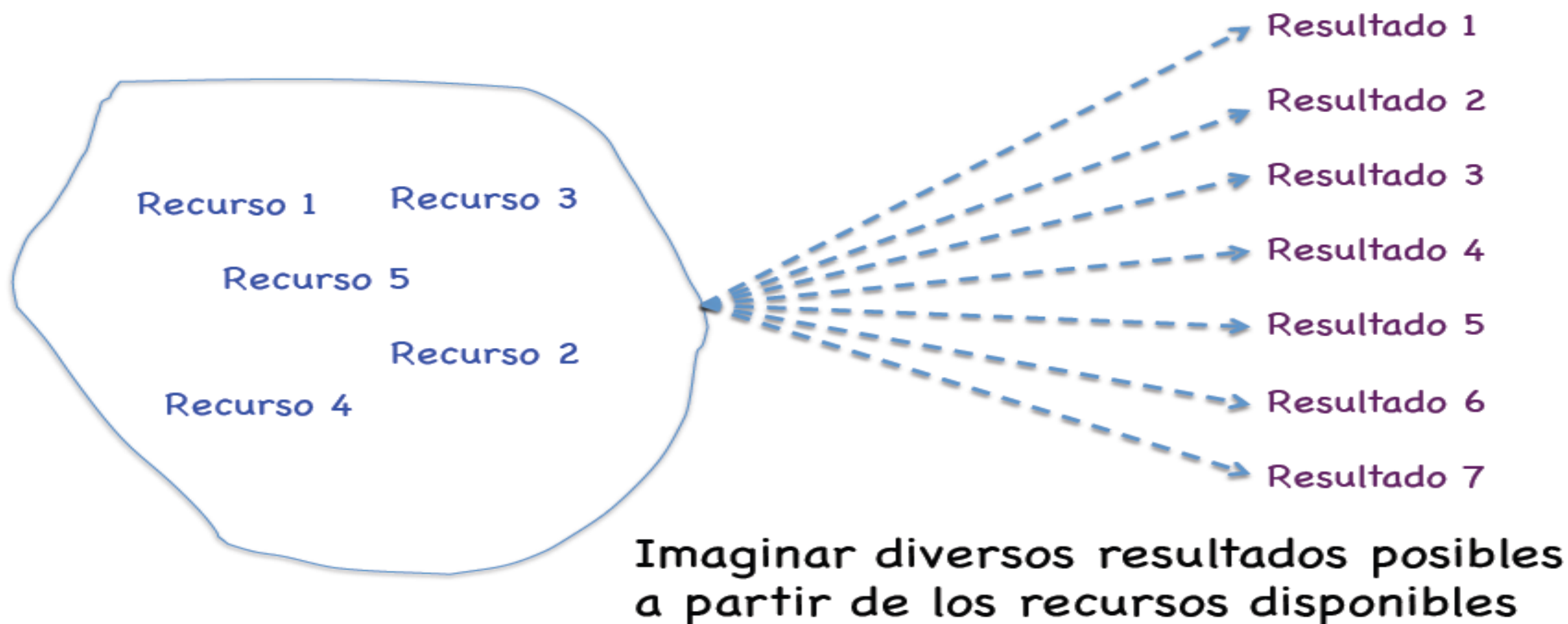
¿qué **rasgos de personalidad** comparten los emprendedores?

Razonamiento causal



Organización eficiente de recursos para alcanzar una meta predeterminada

Razonamiento efectual

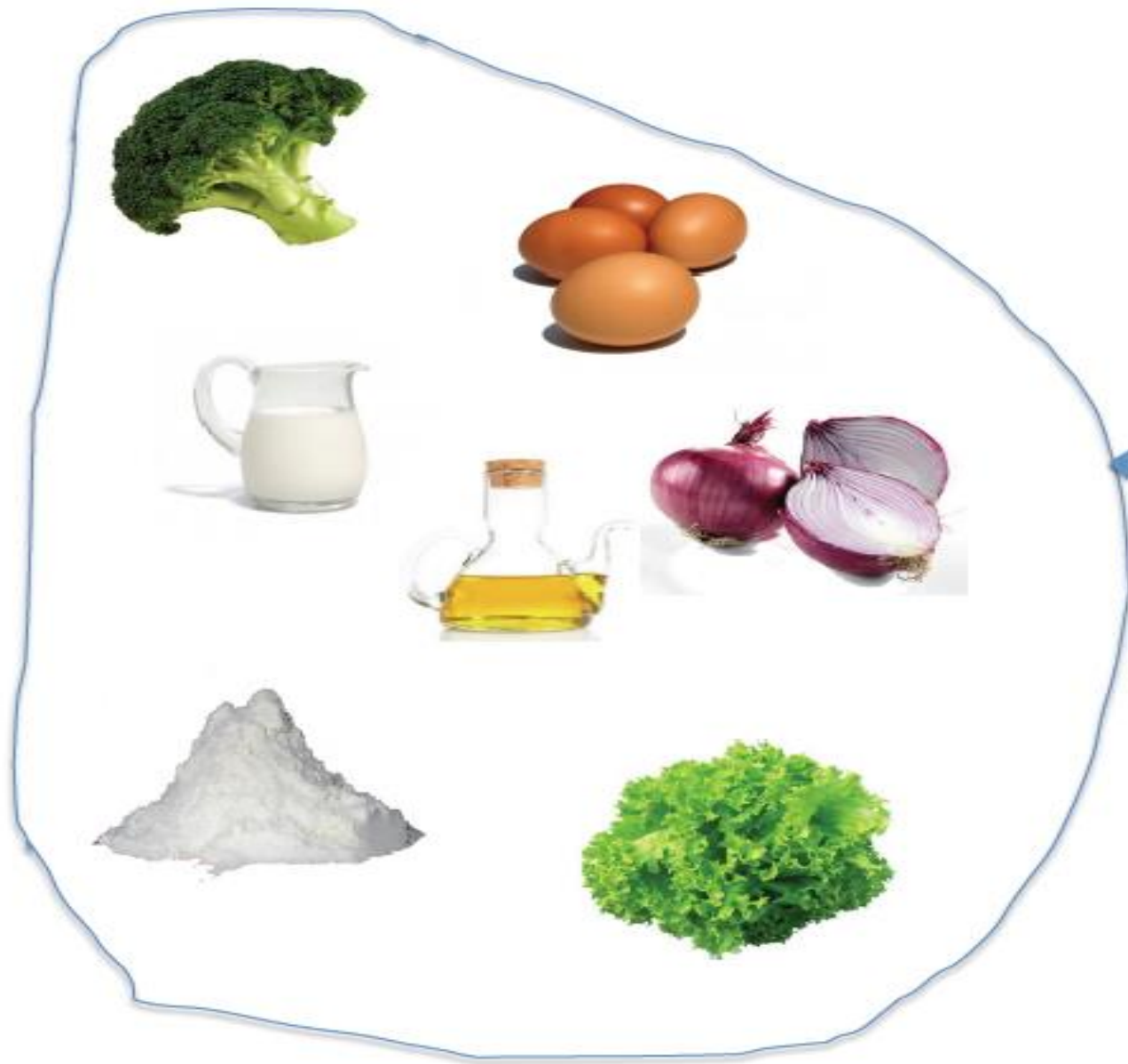


MUFFINS de Salvado de Avena Quaker

- 2 tazas de avena salvado de Avena
- 1/4 taza de azúcar negra
- 2 colitas de polvo de hornear
- 1 taza de leche
- 2 claras, apenas batidas
- 1/4 taza de miel
- 2 cts de aceite

Encender el horno y mezclar los ingredientes secos.
Agregar leche, claras, miel y aceite. Mezclar.
Verter el contenido en piratinas hasta las 3/4 parte.
Horno caliente de 16 a 17° o hasta que estén dorados -
VARIACIONES: agregar a la masa.
- pasas de uva y nueces picadas
- banana picada y nueces picadas
- manzana rallada y nueces picadas.

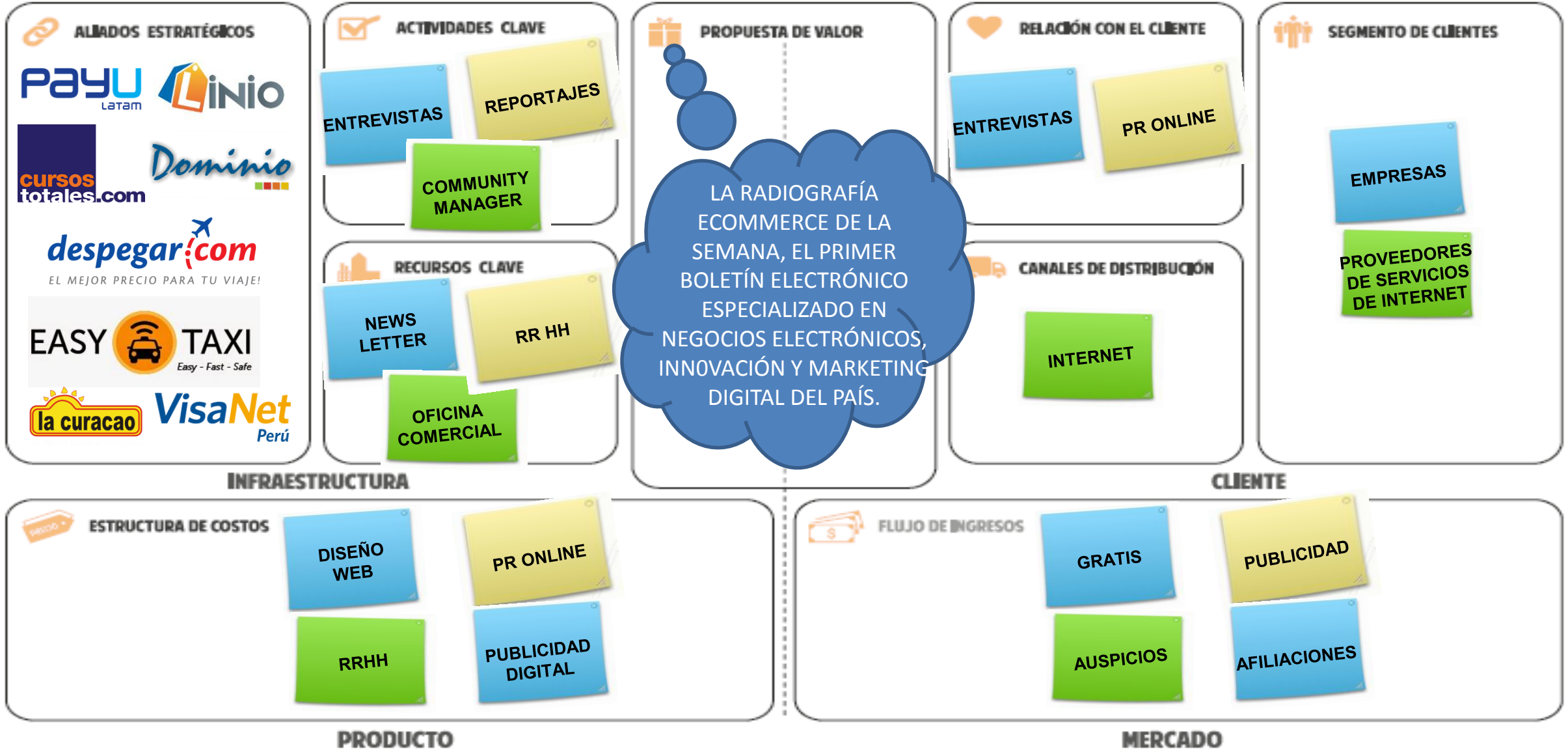




En la medida en que podamos controlar el futuro, no necesitamos predecirlo...

BUSINESS MODEL CANVAS

ECOMMERCE NEWS





"No digas "no puedo" ni en broma, porque el inconsciente no tiene sentido del humor, lo tomará en serio y te lo recordará cada vez que lo intentes".

Facundo Cabral

NO TRATES DE PREDECIR EL FUTURO
¡DISEÑALO TU MISMO!

La diferencia entre donde estuviste

AYER

Y donde vas a estar

MAÑANA

Es lo que pienses, digas y decidas hacer

HOY



«INNOVAR ES ASUMIR EL RIESGO DE FRACASAR»



 431-0885 | 976.079.698

 hcaceda@capece.org.pe

 www.capece.org.pe

