

COMERCIO ELECTRÓNICO, LA MÁQUINA PARA ACCELERAR TUS VENTAS

Helmut Cáceda Salazar
contacto@helmutcaceda.com
07 de octubre de 2015
Lima, Perú

COMERCIO ELECTRÓNICO

LA MÁQUINA PARA ACELERAR TUS VENTAS

Presentado por:



Las guerras y conquistas
forman REINOS, pero sólo
las ALIANZAS construyen IMPERIOS





ETIQUÉTENME SÓLO EN LAS FOTOS EN LAS QUE SALGA BIEN :-D

TAMBIÉN PUEDEN FILMAR

Y OBTIENEN SACAR FOTOS

SE PUEDE GRABAR

INFORMACIÓN

President/CEO/Foundation Camara de Comercio Ele...

Estudió Ar... Univers...

Tiene...

FOTOS · 164



La verdad de la Teleton

03:35

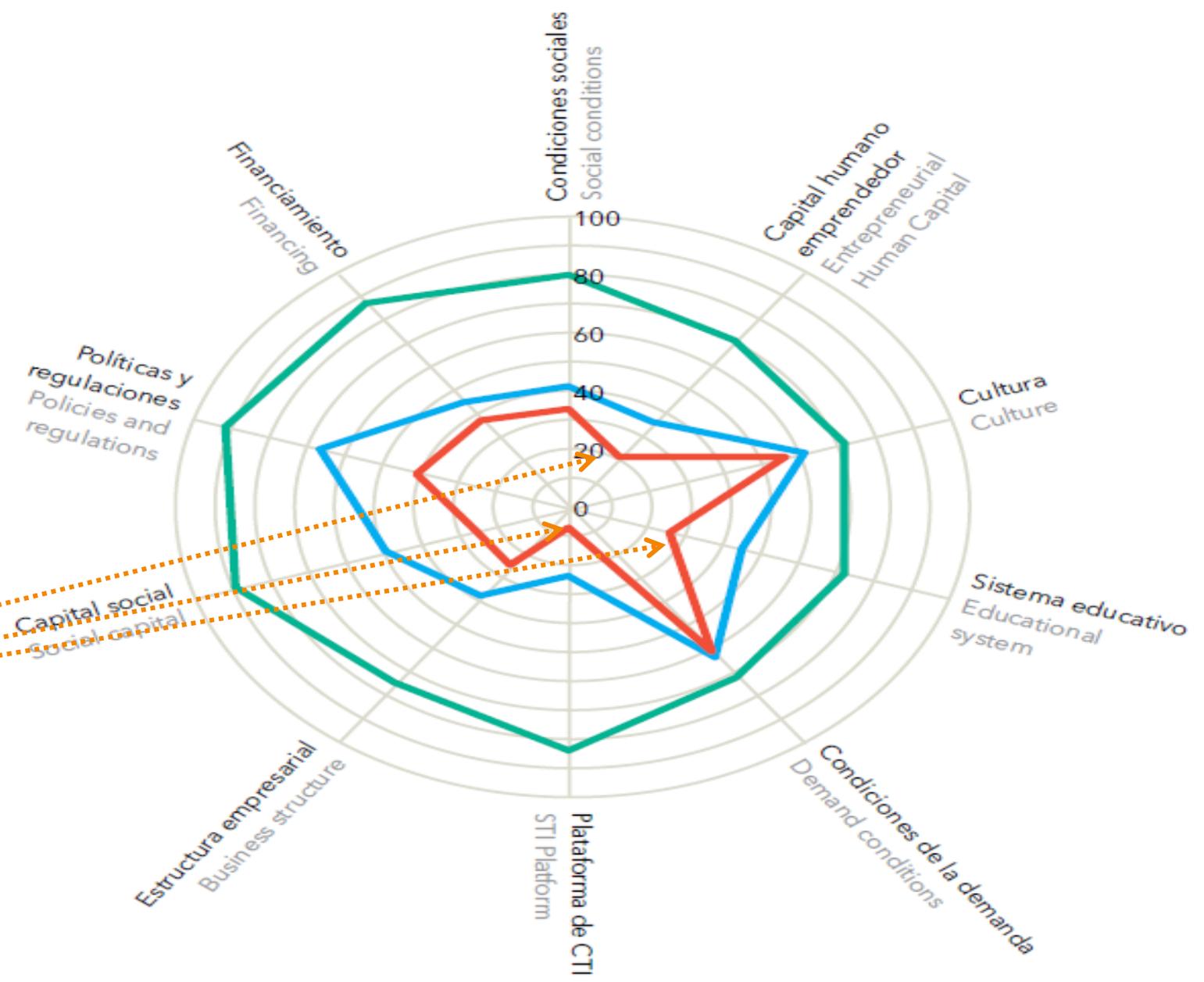
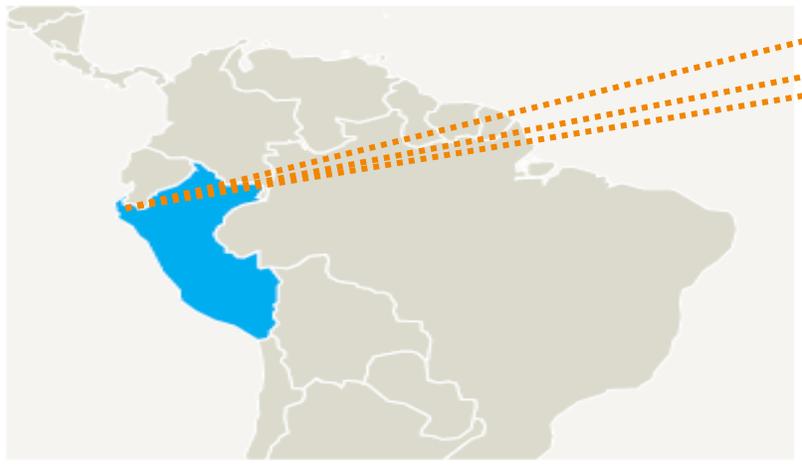


EL PROBLEMA: De los 10 factores claves para que se desarrolle un ecosistema de emprendimiento tecnológico en un país, a Perú aún le falta madurar en 3 aspectos claves: «PLATAFORMAS TIC», «SISTEMA EDUCATIVO» y «CAPITAL HUMANO EMPRENDEDOR»

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.



APORTES AL ECOSISTEMA:



Año de Fundación: 2008
RUC: 20516730189

NUESTRA FILOSOFÍA:

LOS DATOS son el recurso natural del futuro,
y la moneda más valiosa en la nueva economía
serán LAS IDEAS.

NUESTRA MISIÓN:

Hacer de las compras online algo cotidiano, en
el marco de la confianza y las buenas prácticas
en Internet.

NUESTROS APORTES AL ECOSISTEMA:

CONFIANZA ONLINE

ALFABETIZACIÓN DIGITAL

INNOVACIÓN Y STARTUP



IDENTIDAD DIGITAL + SEGURIDAD DIGITAL
¡CON TRIPLE CERTIFICACIÓN DE CONFIANZA!
www.confianzaeninternet.com



**UNIVERSIDAD
DEL INTERNET.COM**

Think global, act local!

www.universidaddelinternet.com



Stop Starting ... Start Finishing

www.dojostartup.com



/CAPECE.PERU



@CAPECEPERU

¿DE QUÉ VAMOS A HABLAR HOY?

1. Introducción a los Negocios en Internet
2. ¿Por qué el PLAN DE NEGOCIOS tradicional no funciona para un emprendedor del siglo XXI?
3. El Nuevo Consumidor Peruano
4. Estrategia digital: Consejos para lanzar tu proyecto Ecommerce
5. Conclusiones y recomendaciones





¿PORQUE ESTOY AQUÍ?





Quienes usan al menos DOS redes sociales



Quienes usan smartphone
....y consultan su email desde ahí



Quienes han comprado algo Online



Quienes han vendido algo Online



¡BIENVENIDOS A LA ERA DEL COMERCIO ELECTRÓNICO!



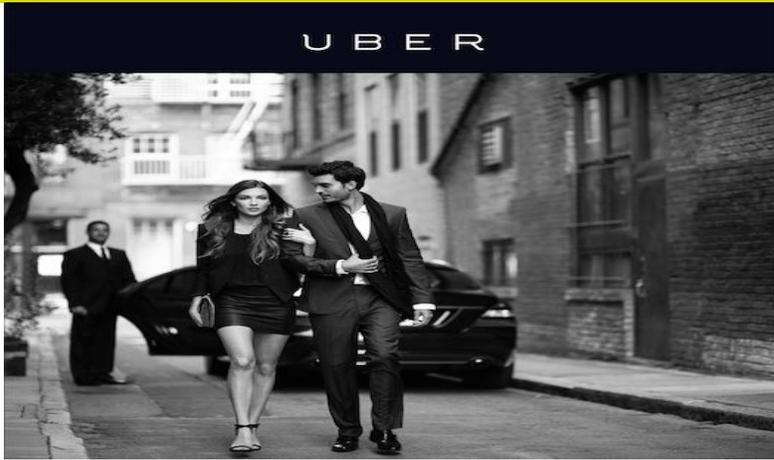
...ALGO INTERESANTE ESTÁ PASANDO EN EL MUNDO

2013





LOS TIEMPOS YA HAN CAMBIADO, LOS NEGOCIOS MÁS AÚN



LA COMPAÑÍA DE TAXIS MÁS GRANDE DEL MUNDO NO TIENE NINGUNA FLOTA



LA RED SOCIAL MÁS UTILIZADA EN EL MUNDO NO CREA NINGÚN CONTENIDO



Global trade starts here.™

EL MINORISTA MÁS RICO DEL PLANETA NO POSEE INVENTARIOS



EL PROVEEDOR DE ALOJAMIENTO MÁS IMPORTANTE DEL MUNDO, NO POSEE NINGUNA PROPIEDAD

¿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.***

La transacción puede realizarse «ONLINE» (El comprador y vendedor no estarán físicamente), sin embargo, el pago y la entrega puede ser ejecutada «OFFLINE» en el mundo real.



Mid-Market meeting moved to tomorrow?

\$25 off your first booking
with promo code: TAXI



"Charging or Downloading Information of Plants By USB."




DIGITAL POT™
"The Interaction Between People And Nature."


DIGITAL POT™
"The Interaction Between People And Nature."

RESEARCHERS AT THE FREE UNIVERSITY OF BERLIN DEVELOPED A CAR THAT CAN BE STEERED BY THOUGHT. USING 16 SENSORS, THE CAR CAN DETECT WHEN THE HANDS-FREE DRIVER WANTS TO GO FORWARD, RIGHT OR LEFT.



HABLAR ES PRIMITIVO... EL FUTURO:
LA TELEPATÍA

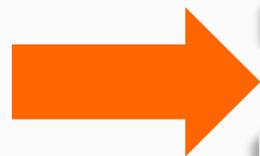


EMPRENDIMIENTOS DE ALTO IMPACTO

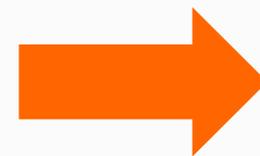


«Es una idea de negocio que apenas empieza o está en construcción, asociada a la innovación, desarrollo de tecnología, Diseño Web, Mobile APP, que a pesar de su corta trayectoria y a la falta de recursos o financiación, tiene un alto potencial de crecimiento y escalamiento comercial, gracias a su ventaja tecnológica.»

1 IDEA DE NEGOCIO
CON MUCHA
CREATIVIDAD



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



3 PODEMOS
EMPRENDER
EL NEGOCIO

El mundo necesita una
Nueva generación de
EMPRENDEDORES 2.0
“Problema – Solución”



waze
OUTSMARTING TRAFFIC. TOGETHER

open english

EASY



TAXI



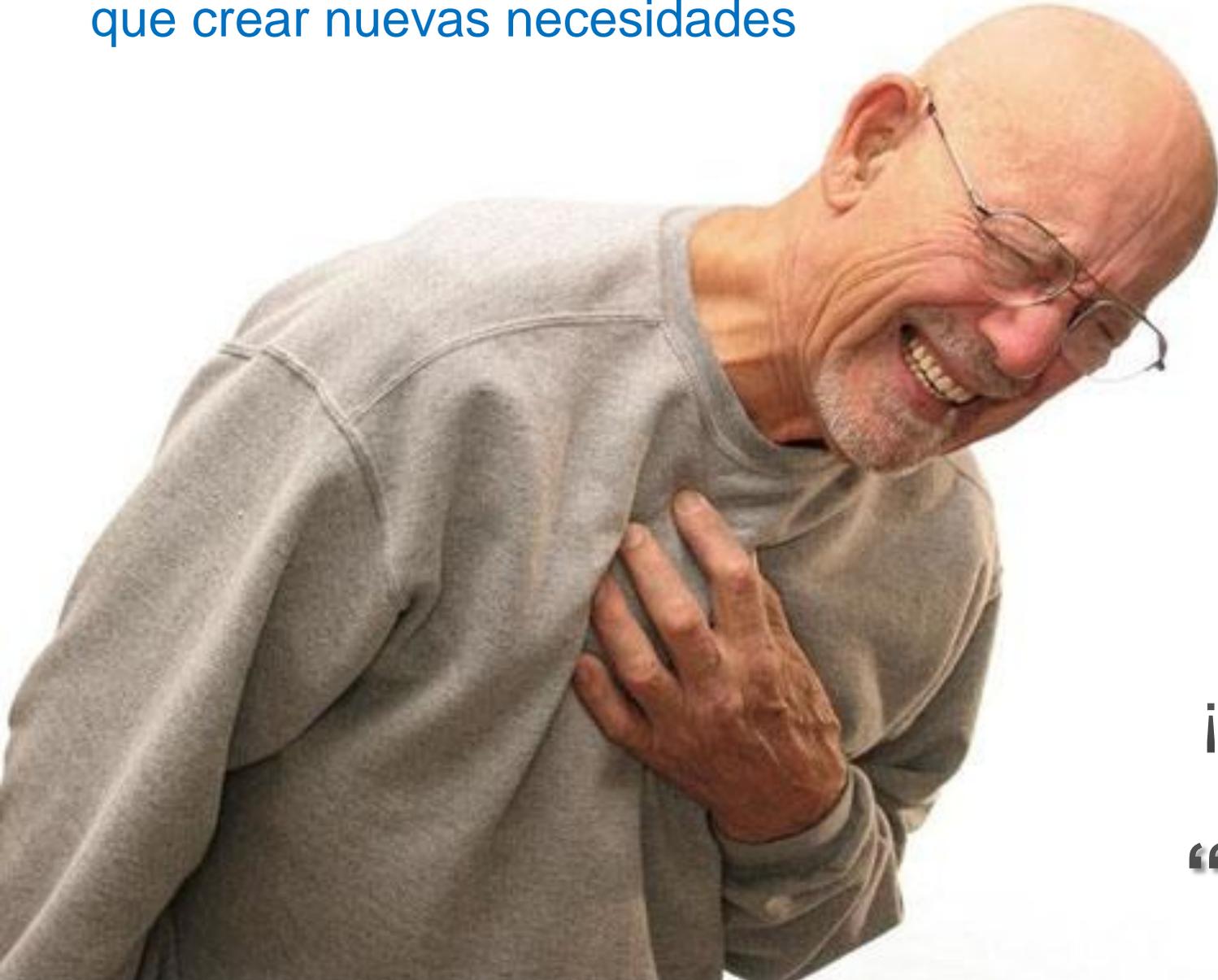
cinepapaya

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.

Intentar aliviar problemas actuales
es más convincente y estratégico
que crear nuevas necesidades



¡LO MÁS IMPORTANTE!
“THE PAIN”

Find Patients Just Like You >>

Do you have a life-changing condition? Learn from the real-world experiences of other patients like you.

Join Now! (It's free!)



CURRENT DISEASE COMMUNITIES

Prevalent Diseases

[ALS/MND](#)

[Epilepsy](#)

[Fibromyalgia](#)

[Chronic Fatigue Syndrome/ME](#)

[HIV/AIDS](#)

Mood Conditions

[Anxiety](#)

[Bipolar](#)

[Depression](#)

[OCD \(Obsessive-Compulsive Disorder\)](#)

[PTSD \(Post-Traumatic Stress Disorder\)](#)

[MS \(Multiple Sclerosis\)](#)

[Parkinson's Disease](#)

[Organ Transplants](#)

Share your health profile >>



Answer simple questions to create a shared health profile to see how you're doing over time.

Find patients like you >>



Search by gender, age, treatments, symptoms, and time since diagnosis to easily connect with patients like you.

Learn from others >>



Learn from real-world treatment and symptom reports, forum discussions, health profiles, one-on-one conversations and more.



Want to know more about PatientsLikeMe?

Learn all [about us](#). Ask us anything. Why do we embrace [openness](#), and what about your [privacy](#)? How do we [make money](#) and who are our [partners](#)? Take a moment to [read this](#) and find out.

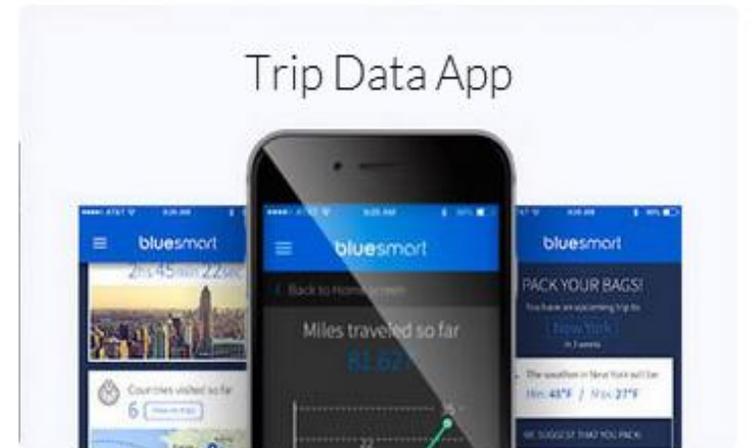
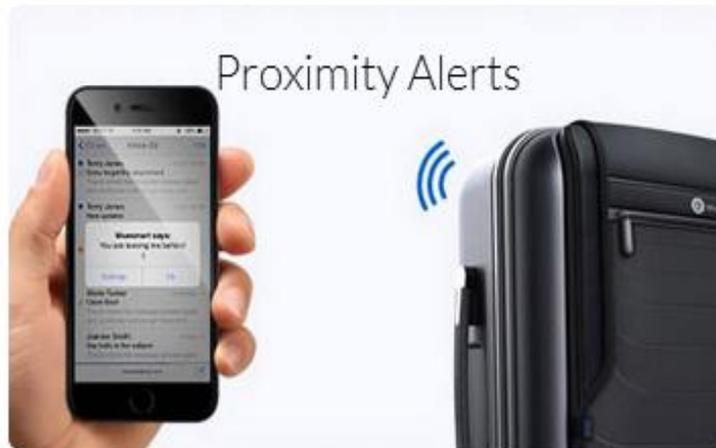


Work in the healthcare industry for a pharmaceutical, insurance or other company?

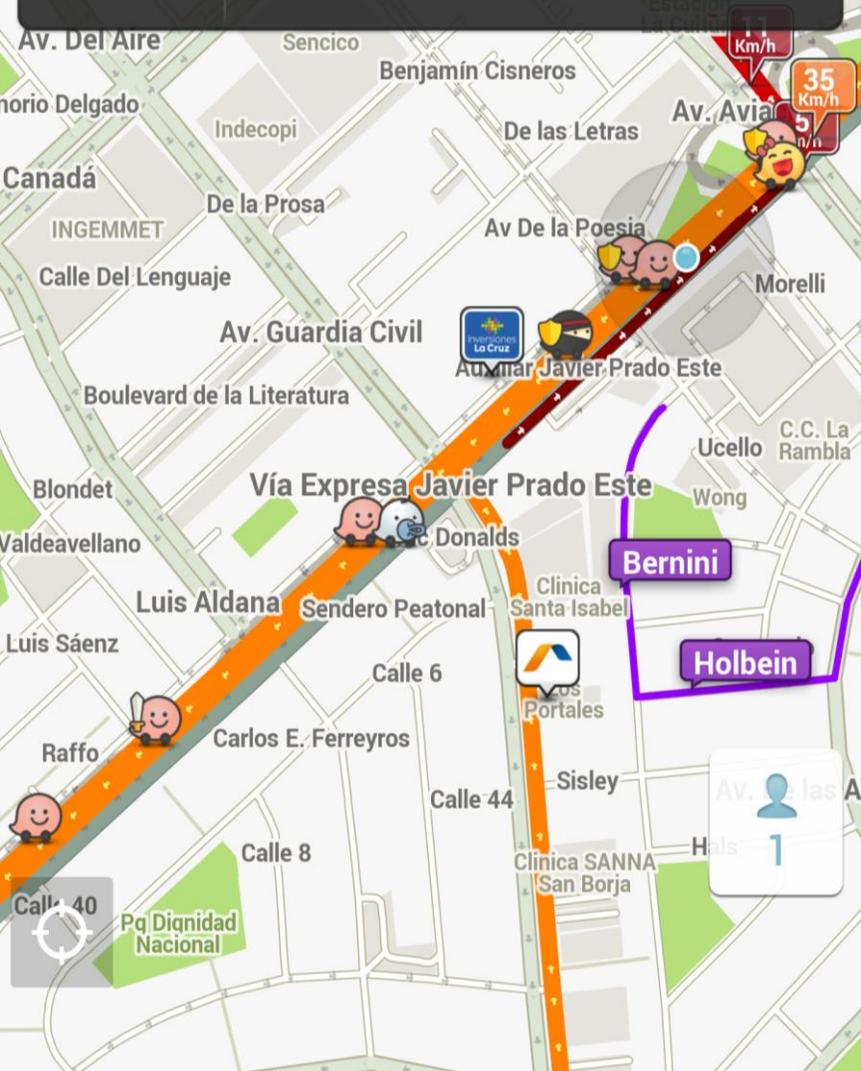
Looking for more innovative ways to learn from real-world patient experiences? You can find out



Travel smarter with revolutionary features



Proceder a ruta destacada



10:47 AM

5 min

1.6 km

350 feet
8th St

Report



Traffic Jam



Police



Accident



Hazard



Camera



Map Chat



Map Issue



Gas Prices



Check In

Location and time saved

1.9 miles
Van Ness Ave

Changing route!

There's a better route

new ETA

5:15 PM

Time saved:
5 min

5:15 PM

27 min

11 miles

Chazki, la startup de envío de pedidos en Lima planea expandir su servicio en provincias

0 Start-Up 1 julio, 2015

PRINT EMAIL A- A+



Fuente: Facebook de Chazki.

Chazki ha logrado afiliar a 100 "chazkis" que entregan pedidos manejando bicicletas, motocicletas, autos, furgonetas y camiones.

<https://www.youtube.com/watch?t=3&v=XNLndXjE8vg>

PAGOS SIMPLES

Acepta tarjetas de crédito y débito en tu página web y aplicación móvil

[Conoce más](#)[Escríbenos](#)

Experiencias de pago de clase mundial



¿POR QUÉ EL PLAN DE NEGOCIOS TRADICIONAL NO FUNCIONA
PARA UN EMPRENDEDOR DEL SIGLO XXI?

¿COMO CREAMOS UNA EMPRESA DE ÉXITO?

**TODO EMPIEZA CON
UNA IDEA...**

**UNA IDEA QUE VA A CAMBIAR
LAS REGLAS DE JUEGO**

**UNA IDEA QUE TE CONVERTIRÁ
EN EL SIGUIENTE STEVE JOBS DE SATIPO**



Estudio de mercado



Business Plan





Números fantásticos



INVERSIÓN



START

¡FRACASO!



EL EMPRENDIMIENTO EN PERÚ:

- 4 de cada 10 peruanos son emprendedores, pero les cuesta convertir sus ideas en negocios.
- Cada día se crean 853 empresas...y cierran 469
- 97% de los clientes con intención de compra, buscan en Internet que comprar.
- 63% de las MYPES no tienen presencia en Internet.
- 80% de los nuevos emprendimientos no superan el primer año.
- 64% de los emprendedores que fracasan no lo volverán a intentar...

LOS NUEVOS NEGOCIOS NECESITAN TENER:

- ✓ **BASE TECNOLÓGICA.**
- ✓ **VELOCIDAD Y ADAPTACIÓN.**

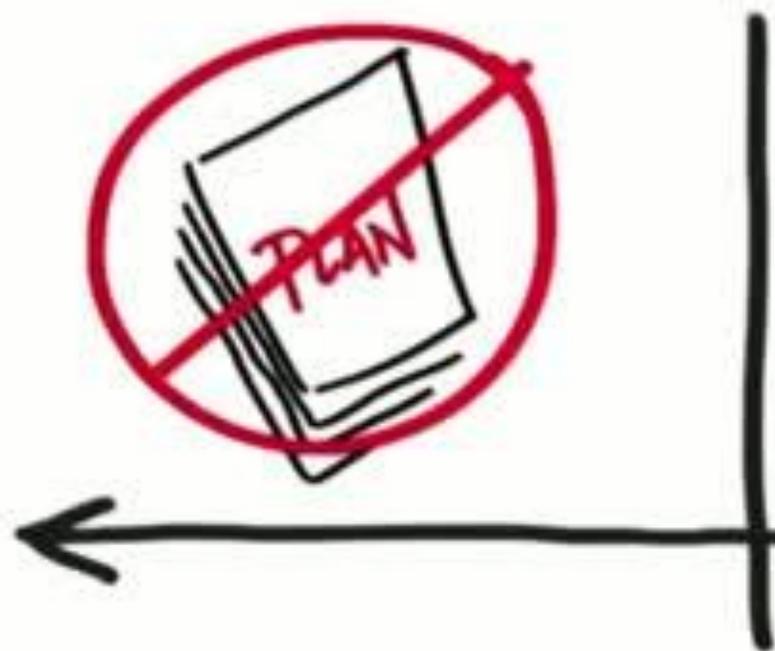
Premisa:

- **INFIDELIDAD DE LOS USUARIOS.**



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



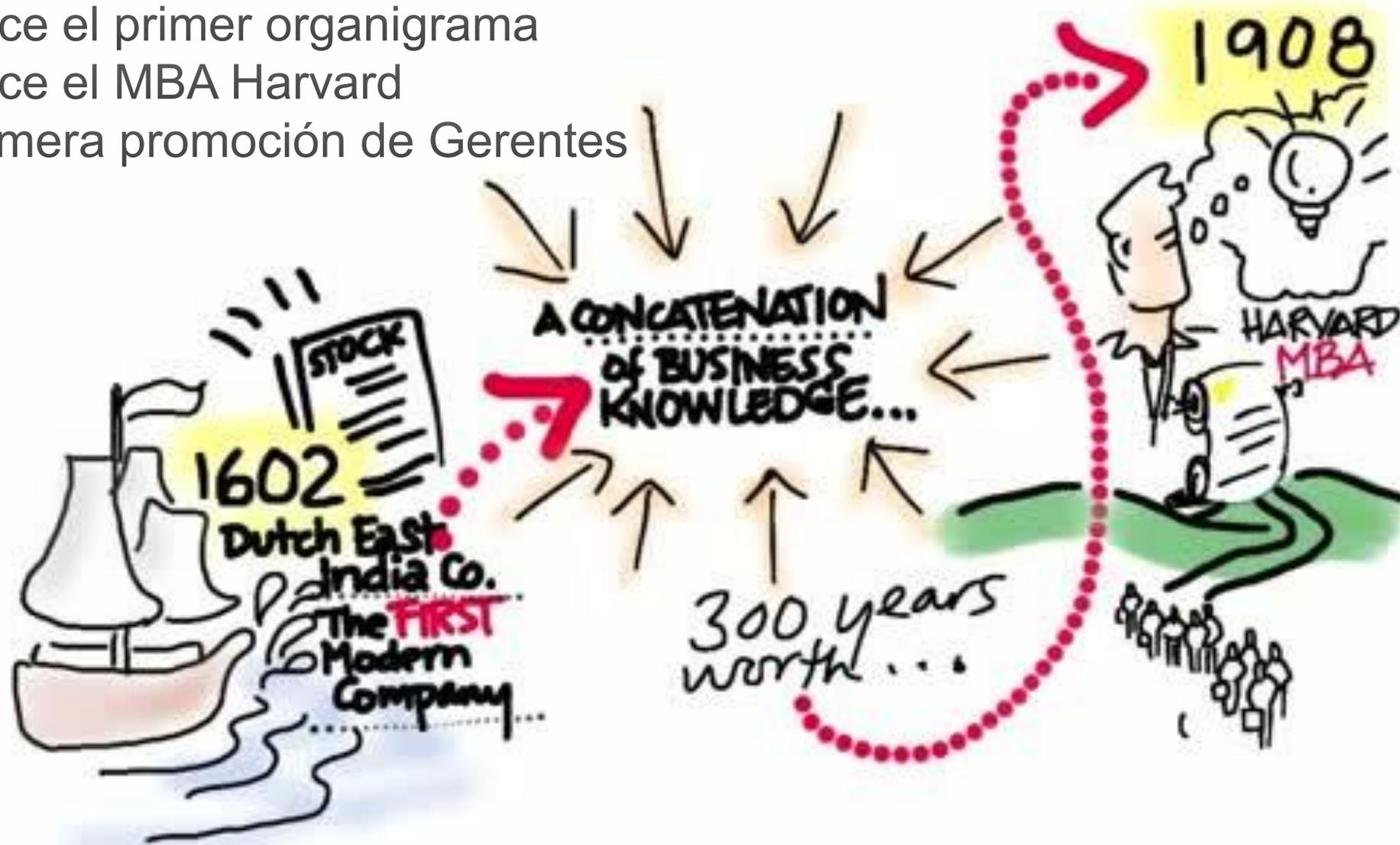


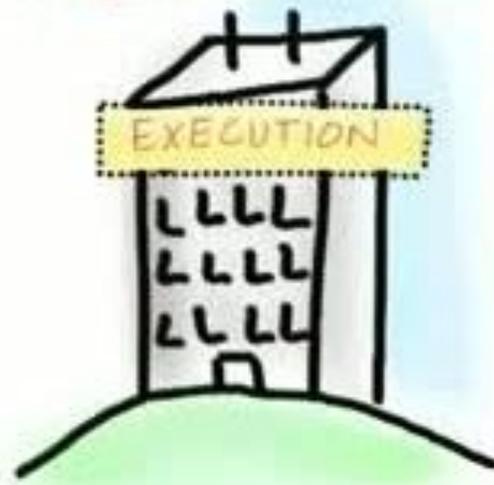
- ✓ Plan de operaciones
- ✓ Plan financiero mágico a 5 años
- ✓ ¡EJECUTAR! 😊

*NINGÚN PLAN DE NEGOCIOS
SOBREVIVE AL PRIMER CONTACTO
CON LOS CLIENTES*

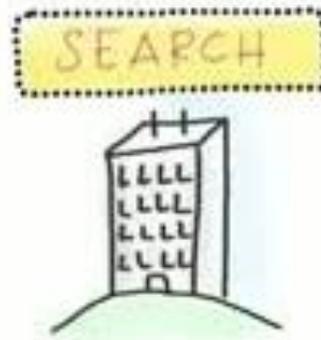
Durante los últimos 40 años nos han enseñado a emprender:
«**Investiga y redacta un plan de negocios**»

- 1602:** Nace la empresa moderna
- 1856:** Nace el primer organigrama
- 1908:** Nace el MBA Harvard
- 1910:** Primera promoción de Gerentes



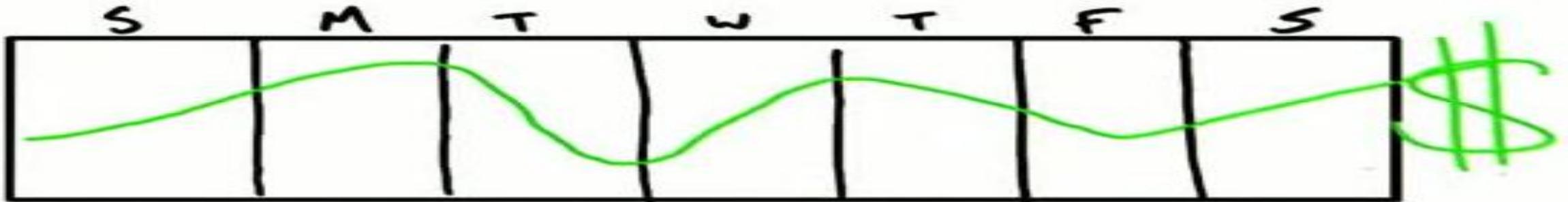


Ejecución



Búsqueda

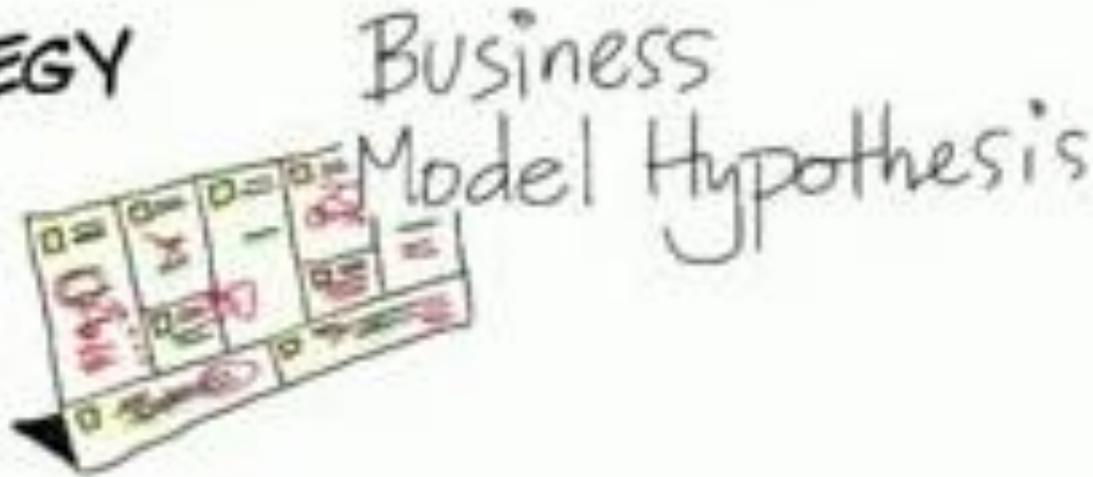
LAS STARTUPS **NO SON**
VERSIONES PEQUEÑAS DE EMPRESAS GRANDES



SEARCH

EXECUTION

● STRATEGY



PLANIFICAR ANTES DE PLANIFICAR

¡No asumas que conoces que necesita el cliente...sal de la oficina y pregúntaselo TÚ!

PRIMERO: Modelo de Negocio... luego el plan

KEY PARTNERS

Optimization 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 - or sharing - of resources between competitors

Strategic alliances with non-competitors

Joint ventures to develop new businesses

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

Human

Intellectual resources

Physical assets

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

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 reserve per customer

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

Awareness phase

value use

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

Value-driven

Cost-driven

REVENUE STREAMS

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

Asset Sale

Usage fee

Subscription fee

Fixed

Licensing

Advertising

Brokerage

Dynamic

Lending/renting/leasing

GANA UNA BECA COMPLETA PARA EL TALLER INTRODUCTORIO



UNIVERSIDAD
DEL INTERNET.COM
Think global, act local!

PROGRAMA DE ALTA ESPECIALIZACIÓN COMERCIO ELECTRÓNICO Y ESTRATEGIA DIGITAL



FERNANDO D'ALESSIO



KELLY CRONIN



RAFAEL HOSPINA



FERNANDO CRUZ



/CAPECE.PERU



**Alma o
Personalidad
de una empresa**



PROPUESTA DE VALOR

¿Por qué tu cliente debe comprarte a ti y no a la competencia?

EN E-COMMERCE SIGNIFICA: ¿POR QUÉ TU CLIENTE DEBE COMPRAR DE TI CUANDO PODRÍA COMPRAR DE LINIO?

MIRA LAS DEBILIDADES DE SUS COMPETIDORES Y PREGÚNTATE A TI MISMO:

- ✓ ¿Es más fácil usar su sitio de Internet?
- ✓ ¿Puede su producto adaptarse mejor al mercado?
- ✓ ¿Tienes un equipo de atención al cliente de primer nivel?
- ✓ ¿Es su política de devolución o garantía superior al cliente?
- ✓ ¿Sus precios son más bajos?
- ✓ ¿Tiene opciones de envío más rápido?
- ✓ ¿Es mejor tu ambiente?

Propuesta de Valor: ¿Qué experiencia estas vendiendo?



TOP 7 RAZONES CLIENTES COMPRAN ONLINE:

- Precios bajos (38%)
- Conveniencia de las compras (35.1%)
- Fácil de comparar (33.1%)
- Envío gratis (31,5%)
- Ahorro de Tiempo (30.8%)
- Fácil de comprar (29.2%)
- Gama de productos (17.4%)

PARA MUJERES

Otoño Invierno 2015

Sandalias

Botas

Calzados

Zapatillas

Accesorios

Ropa

Carteras

PARA HOMBRES

Zapatillas

Zapatos casuales

Accesorios

Ropa

PARA KIDS

Zapatillas

Accesorios

Ropa

30% DSCTO

EN MILES DE PRODUCTOS

CÓDIGO DE DESCUENTO

BANANA



DOMINOS: RAPIDEZ DE ENTREGA

YOU GOT 30 MINUTES™

[ORDER ONLINE NOW](#)





Easy Email Newsletters

2.5 million people use MailChimp. Sign up and join them today.

MailChimp helps you design email newsletters, share them on social networks, integrate with services you already use, and track your results. It's like your own personal publishing platform.

[Sign Up Free](#)

WOLVERINE 

WORK

OUTDOOR

CASUAL

APPAREL

COLLECTIONS

TECHNOLOGY

**STYLE HAS
NEVER HAD
SO MUCH
SUBSTANCE.**

▶ SHOP COLLECTIONS





¿De qué país eres? | v

Buscar Departamentos (por ejem.: Amazonas)



Suscríbete



**Disfruta al máximo de
la naturaleza en San Martín.
¡Tenemos los mejores
paquetes para ti!**

Paquetes
desde

S/.150

AYUDA Y SOPORTE / BIENVENIDO A LUKANA!



Bienvenido a Lukana!

- [¿Qué es Lukana!?](#)
- [¿Quienes Somos?](#)
- [¿Como funciona Lukana?](#)
- [Comenzando a participar en Lukana!](#)
- [Comprando Lukas](#)



Ofertando



Subastas



Envíos



Mi Cuenta



Consejos y Estrategias



Garantías y Devoluciones



Requerimientos Técnicos

¿Qué es Lukana!?

Lukana! es un sitio web de comercio electrónico, que lanza al mercado peruano una novedosa alternativa de compra mediante subastas al centavo. Cuál es el beneficio? Que de ser el ganador de alguna de las subastas, podrás comprar el producto subastado a un precio increíblemente bajo! Laptops, tablets, smartphones, televisores de pantalla plana, cámaras digitales, electrodomésticos, y miles de productos de las mejores marcas del mundo por una fracción de su valor. En todas las subastas, el precio del producto comienza en cero, con cada oferta el precio se incrementa en solo un centavo, el ultimo en ofertar antes de que el contador de la subasta llegue a cero tiene la opción de comprar el producto al precio al que termino la subasta, que en promedio es 95% menor al precio de mercado. Con precios como estos, ¿quién no quiere hacer una oferta?

Todos los productos subastados en Lukana! son nuevos y vendidos directamente por nosotros, lo que nos permite entregártelos en la puerta de tu casa en tiempo record.

Tienes dudas? Déjalas a un lado, registrándote [aquí](#).

¿Quienes Somos?

Lukana! (www.lukana.pe) es operada por Lukana Auctions S.R.L, una empresa peruana dedicada al comercio electrónico a través de subastas al centavo.

Nuestro objetivo como empresa es simple: proporcionar un emocionante nuevo modelo de comercio electrónico a través de subastas en línea en un ambiente seguro y confiable, ofreciéndole al consumidor peruano la oportunidad de obtener los productos que más desea a precios increíblemente bajos,



¡Dejanos un mensaje!

CARLOS ALCÁNTARA EN:

IASU MARE!

LA PELÍCULA



- ❖ 650,000 espectadores en los 4 primeros días de estreno.
- ❖ Con horario estelar en Cinemark Jockey Plaza con 27 horarios por día.
- ❖ 3 estudios de mercado con Arellano Marketing para entender qué consumen los peruanos que van al cine, de tal manera que supiera a qué empresas tenía sentido ir a pedir auspicio y que esto fuese mutuamente beneficioso.
- ❖ De esta manera pudo levantar los US\$750 mil dólares que costó la película

A man in a black tuxedo with a white bow tie and a woman in a dark, sequined, backless dress are dancing together in a formal ballroom. The man is holding the woman, and they are both looking at each other. The background is blurred, showing other people in formal attire and bright lights.

INNOVAR ES ASUMIR EL RIESGO DE
FRACASAR



EMPRENDER UNA EMPRESA ES COMO BAILAR:

NO IMPORTA CUÁNTO SEPAS EN TU CABEZA, SI NO MUEVES LOS PIES, ¡NO PASA NADA!

EL NUEVO CONSUMIDOR PERUANO





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:
 - ✓ 3º Chile : 280
 - ✓ 2º Bolivia : 650
 - ✓ **1º 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:

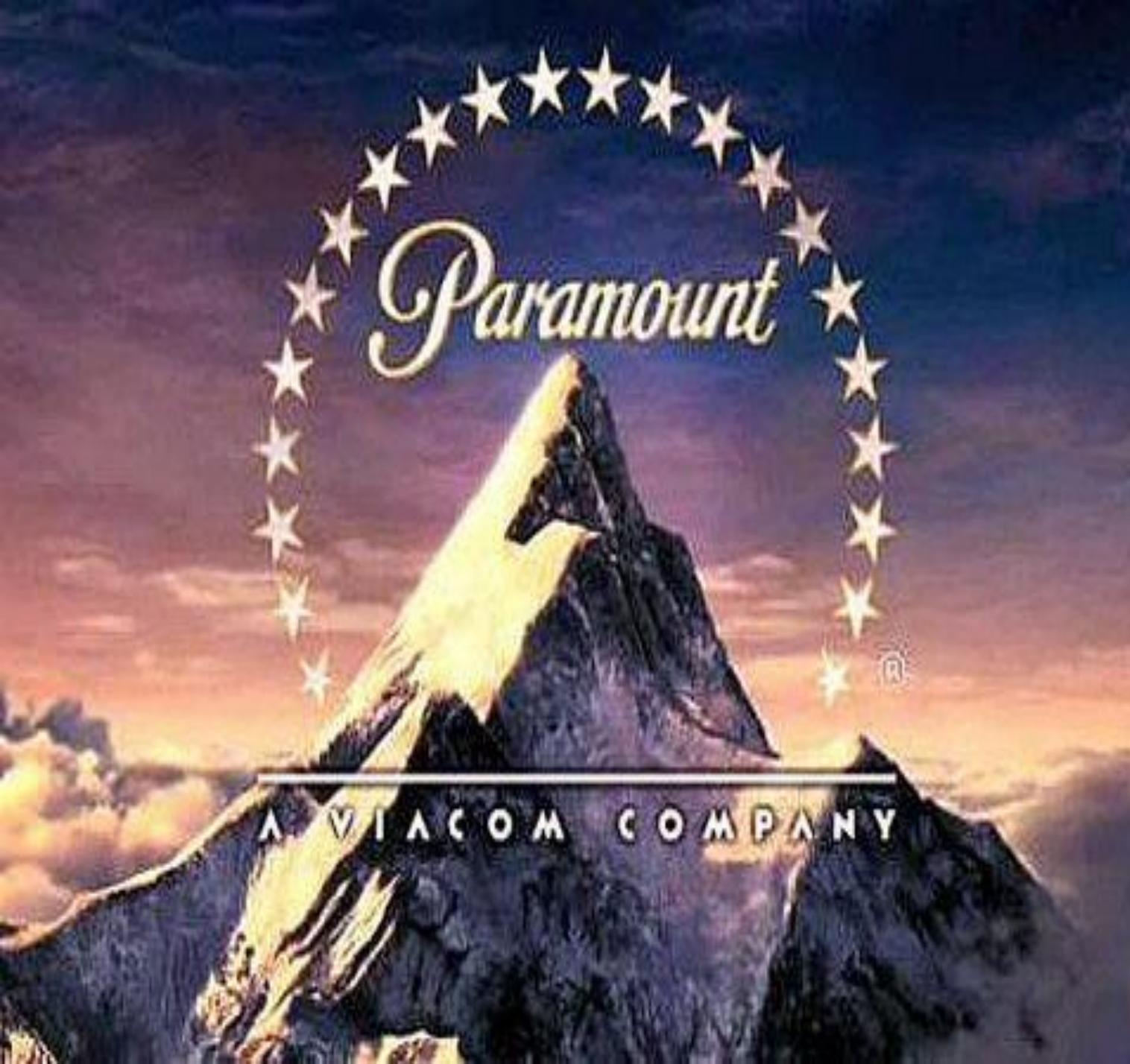
- 1. Huaca delos Idolos 3702 a.C. Perú**
- 2. Caballete 3120 a.C. Perú**
- 3. Caral 3000 a.C. Perú**
- 4. Bandurria 3000 a.C. Perú**
- 5. Huaca de los Sacrificios 2930 a.C. Perú**
- 6. La Galgada 2800 a.C. Perú**
- 7. Tumshukaiko 2700 a.C. Perú**
8. Sakkara 2668 a.C. Egipto
9. Keops 2580 a.C. Egipto
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.



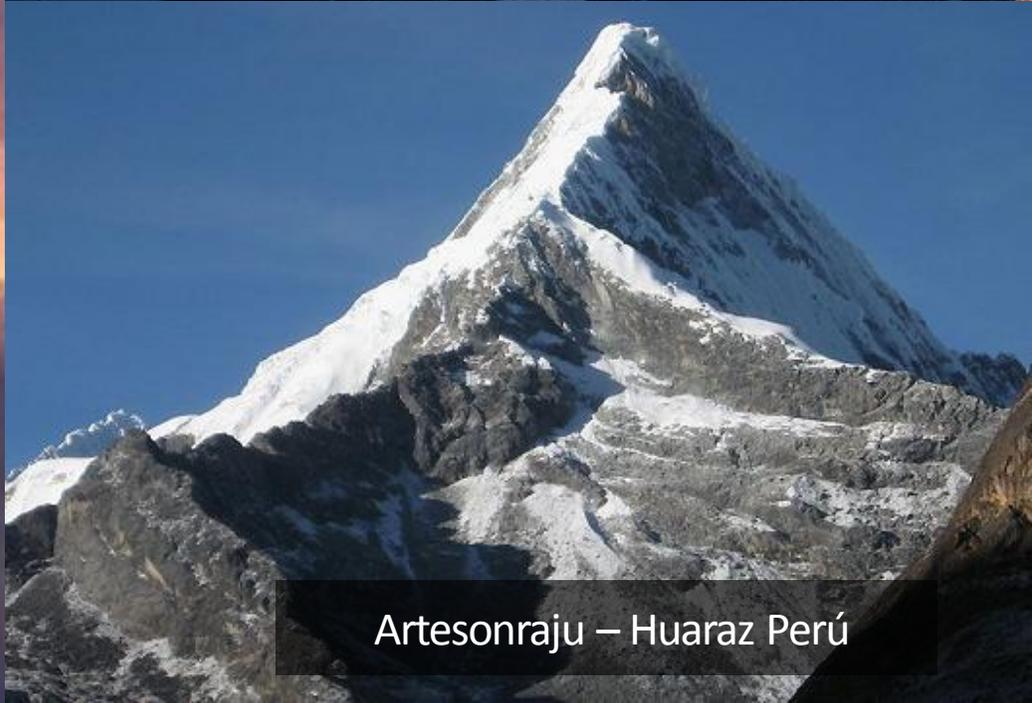
CARRITO ANTICUCHERO EN NEW YORK CITY







© www.AlexClimb.com



Artesonraju – Huaraz Perú

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

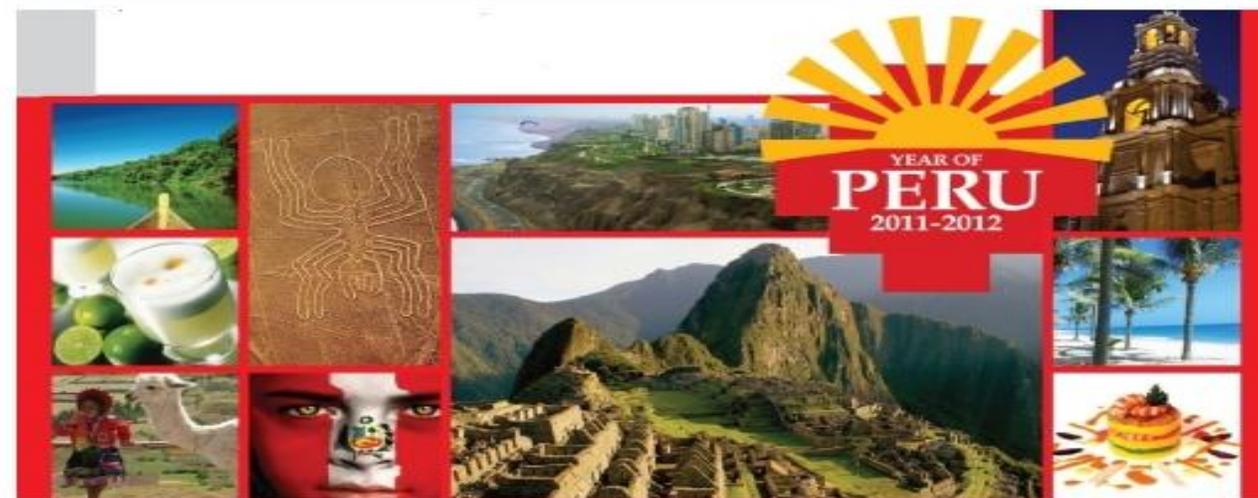
► ElComercio.pe / Mundo

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

Twittear

1

+1

Imprimir

Más tamaño

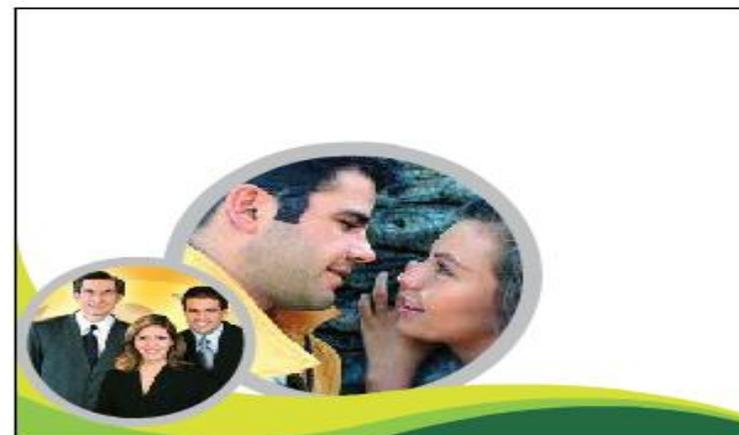
Menos tamaño

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](#)



£990,000

subject to availability

You must be a Gold Member to Purchase.



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

RELATED EXPERIENCES

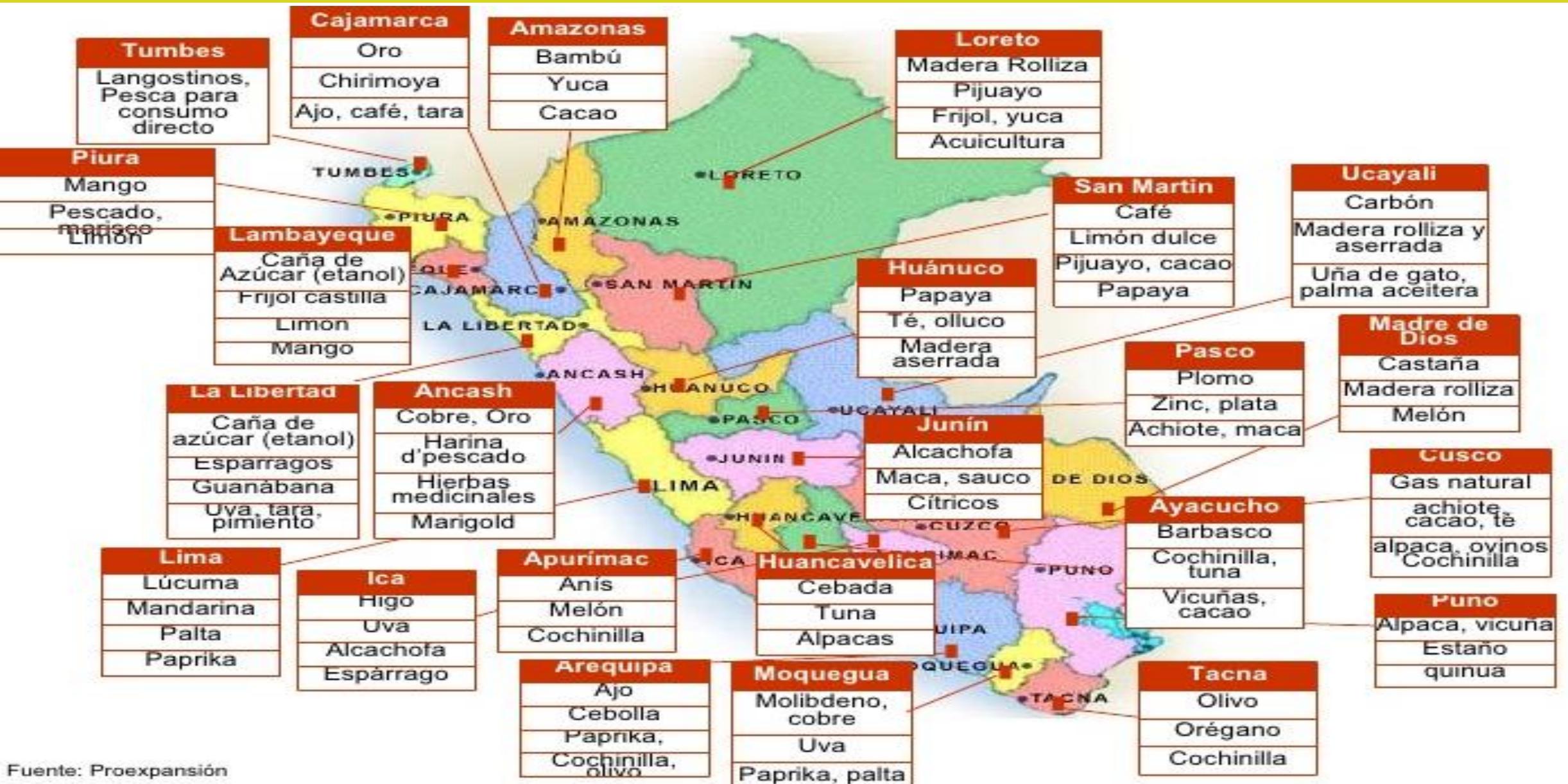
REVIEWS

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



MAPA DE LA OFERTA EXPORTABLE DEL PERÚ

UN PUEBLO...UN PRODUCTO



Bananas



Coffee



Cocoa



GARDEN FRESH INTERNATIONAL



Soja

Cupuazú (fruit)



Cheese



Grapes



Wine



Malbec Wine



Mate





¿Dónde están los clientes?

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



CASO DE ÉXITO: LABODEGAPERUANA.COM

LA BODEGA PERUANA.COM

Despachamos a todos los Estados Unidos

LISTA COMPLETA DE PRODUCTOS
EN ORDEN ALFABETICO



También Ordene
Desde Canadá

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!



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



■ HELADO DE LUCUMA UNIVERSAL



■ Algarrobina Oriundo



■ OLLUCO ENTERO EN SALMUERA LATA DE 20 ONZAS



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



■ FRIJOL CANARIO BELMONT BOLSA DE 15 ONZAS.

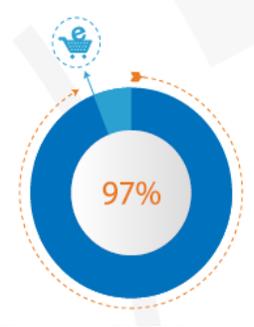


■ EMOLIENTE BELMONT BOLSA DE 50 GRAMOS



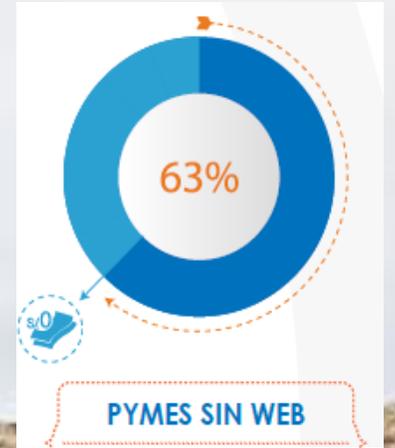
■ CEVICHE PROVENZAL





COMPRAS ONLINE

Consumidores locales que buscan en Internet que comprar.



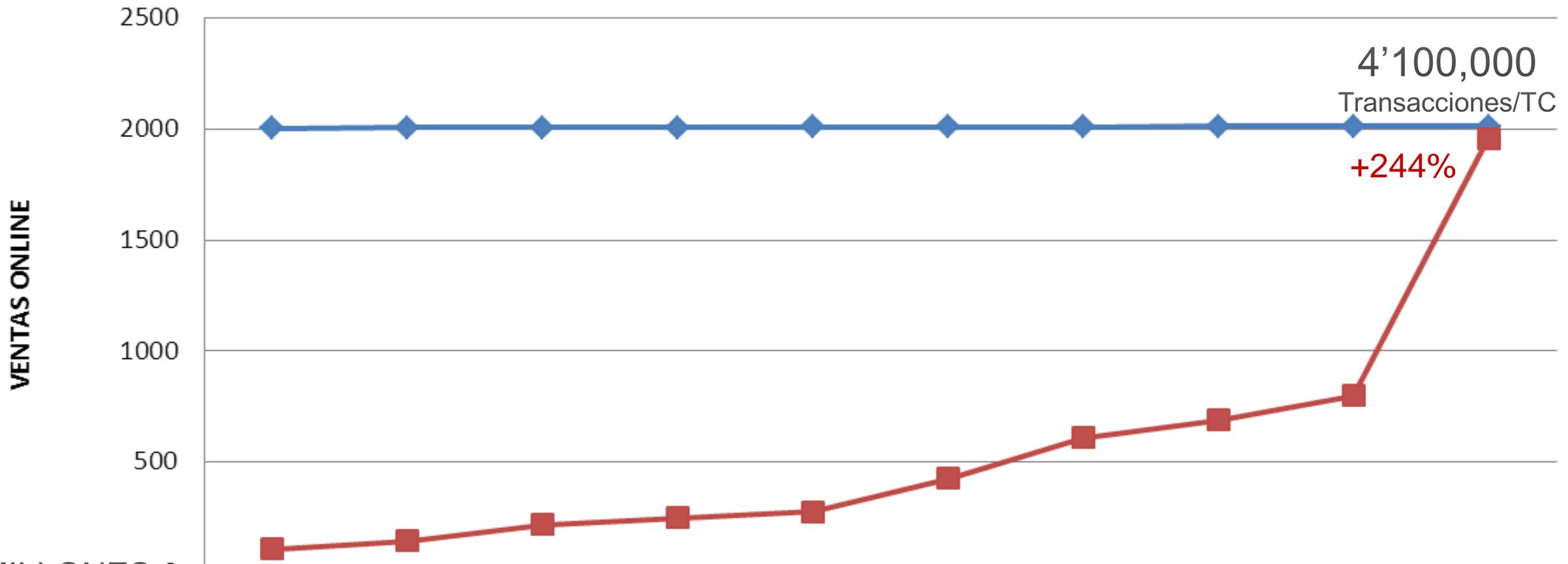
PYMES SIN WEB

EL PROBLEMA: BRECHA DIGITAL EN EL PERÚ

- ✓ Diariamente se realizan **TRES BILLONES** de búsquedas en Google.
- ✓ El 97% de los usuarios con intención de compra, consulta en Internet **DONDE COMPRAR**, y sin embargo en Perú, el 63% de los negocios no tienen Web.
- ✓ Ya somos **16MM DE PERUANOS EN FACEBOOK**,
- ✓ **SIEMPRE ON**: Estamos conectados a redes sociales un promedio de **6-8 HORAS DIARIAS**

EL COMERCIO ELECTRÓNICO EN PERÚ

EVOLUCIÓN ECOMMERCE EN PERÚ



MILLONES 0

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
—◆— 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



50%

del Perú urbano está ONLINE

53%

en Lima Metropolitana



85%

de los usuarios online usan Facebook en el Perú. Somos el **cuarto país a nivel mundial** en penetración de Facebook versus penetración del Internet.



45%

de los internautas peruanos acceden a internet desde su hogar.

38%

aún se conectan desde cabinas



85%

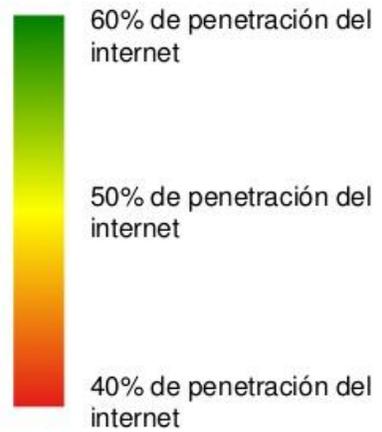
de los hogares peruanos tienen al menos un celular.

35%

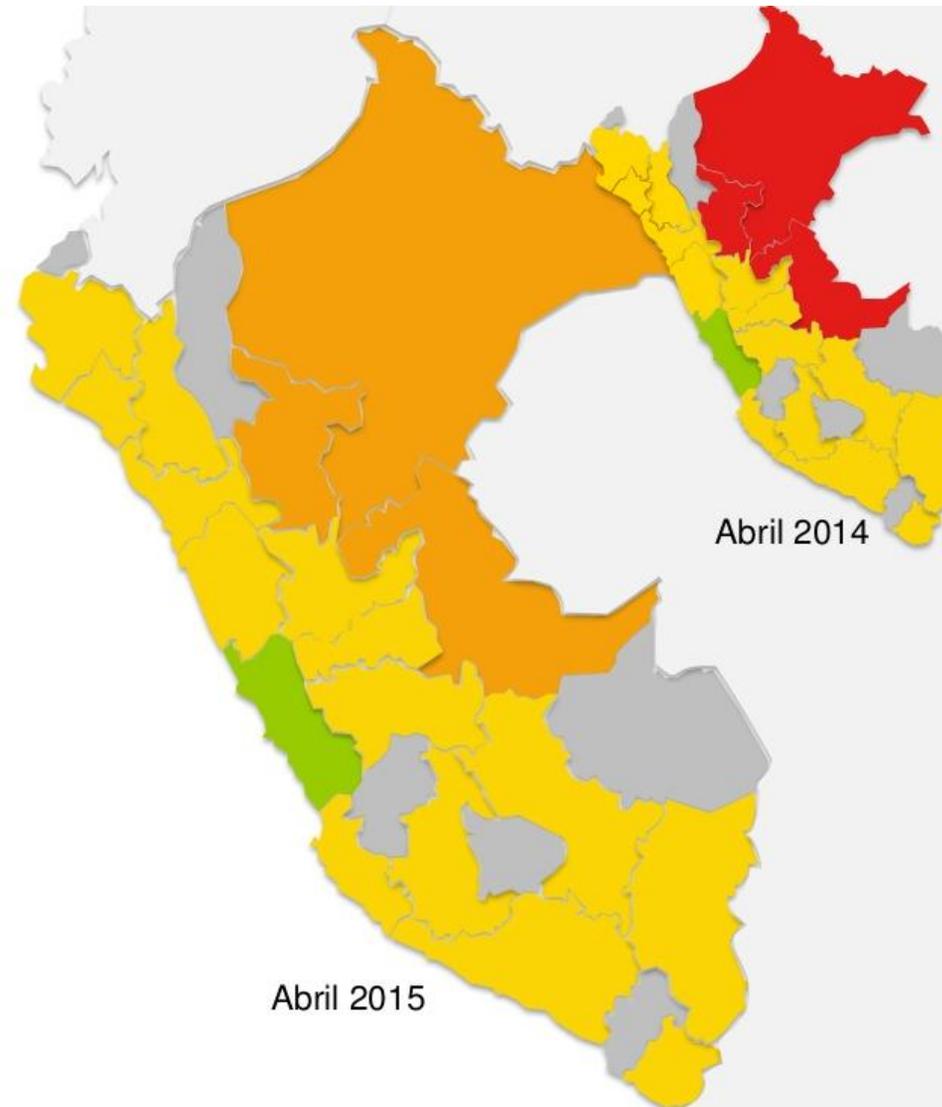
de éstos poseen un SmartPhone

Heatmap

Región	Pen. de Internet
Lima	53%
Norte	46%
Centro	46%
Oriente	45%
Sur	46%



© GfK 2015

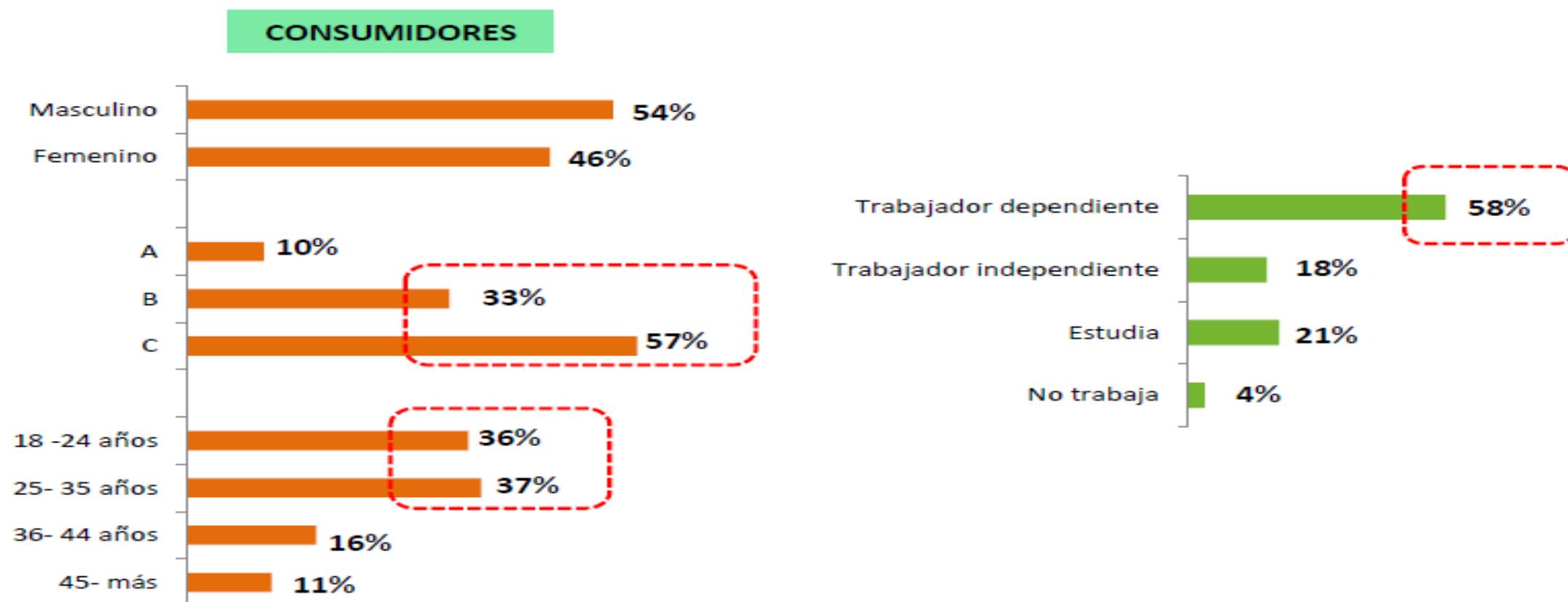


EL PERFIL DEL CONSUMIDOR PERUANO DE COMERCIO ELECTRÓNICO 2015

EL PÚBLICO QUE COMPRA POR INTERNET ES ...

Arellano marketing
investigación | consultoría

Si bien 75% tiene de 18 a 35 años existe un segmento adulto importante.



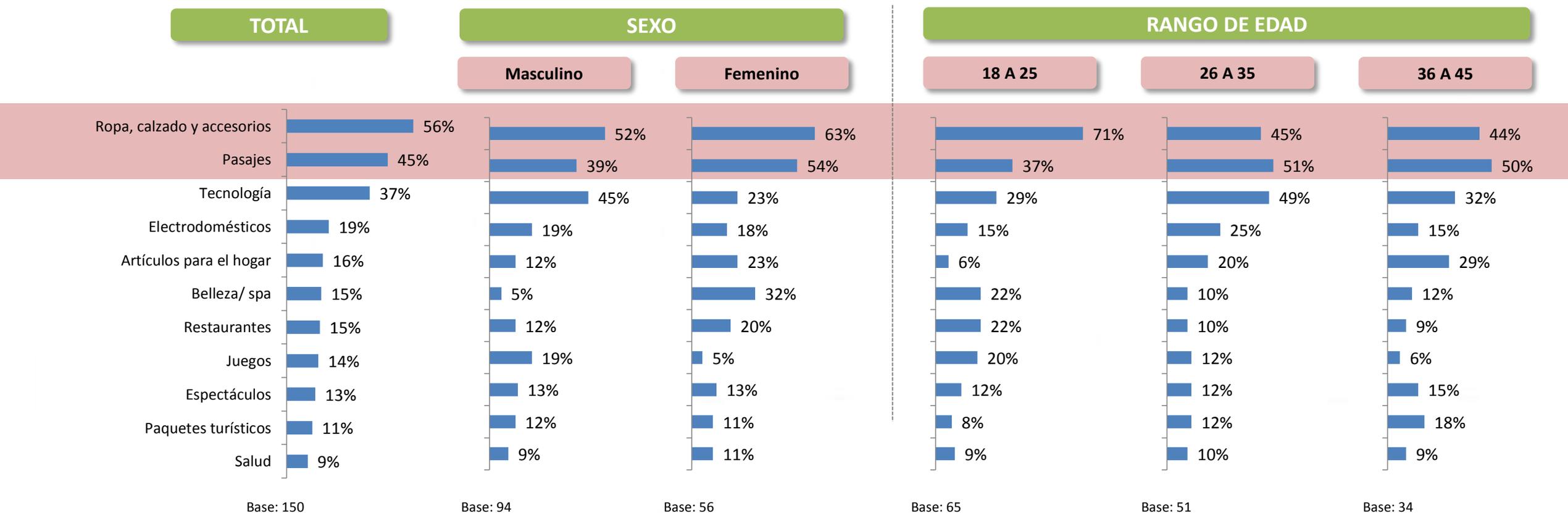
CATEGORÍAS MÁS COMPRADAS EN INTERNET

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.

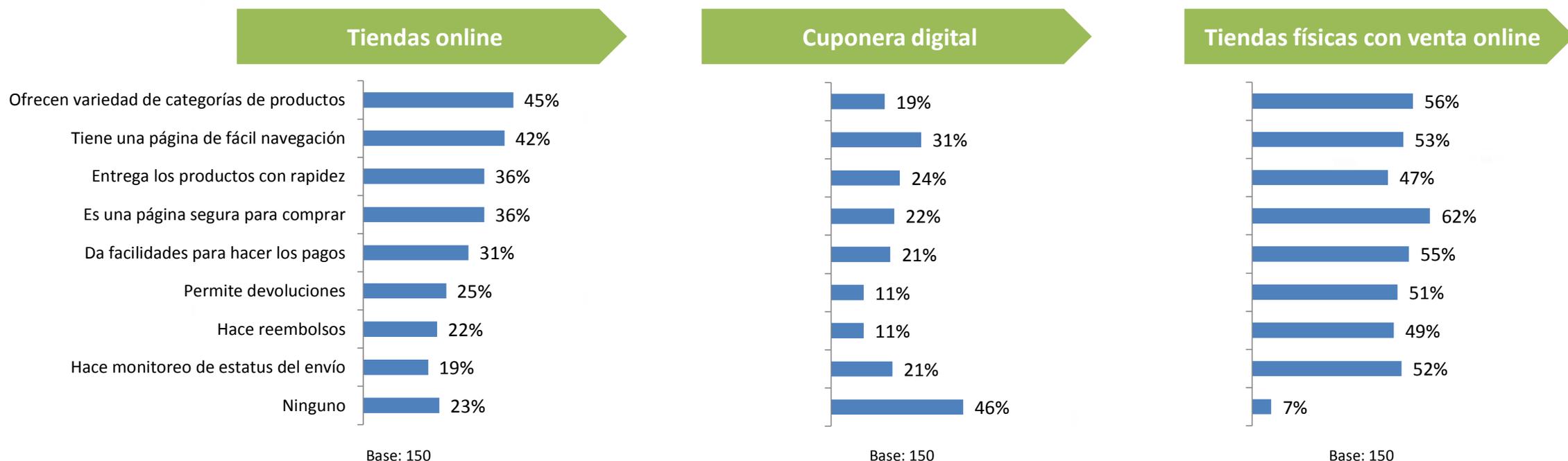
Además, podemos destacar que así como los pasajes tienen penetración alta, los paquetes turísticos tendrían oportunidades de crecimiento.

¿QUÉ CATEGORÍAS DE PRODUCTOS HA COMPRADO POR INTERNET?



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 consumidor CONVIVE con varias redes sociales.

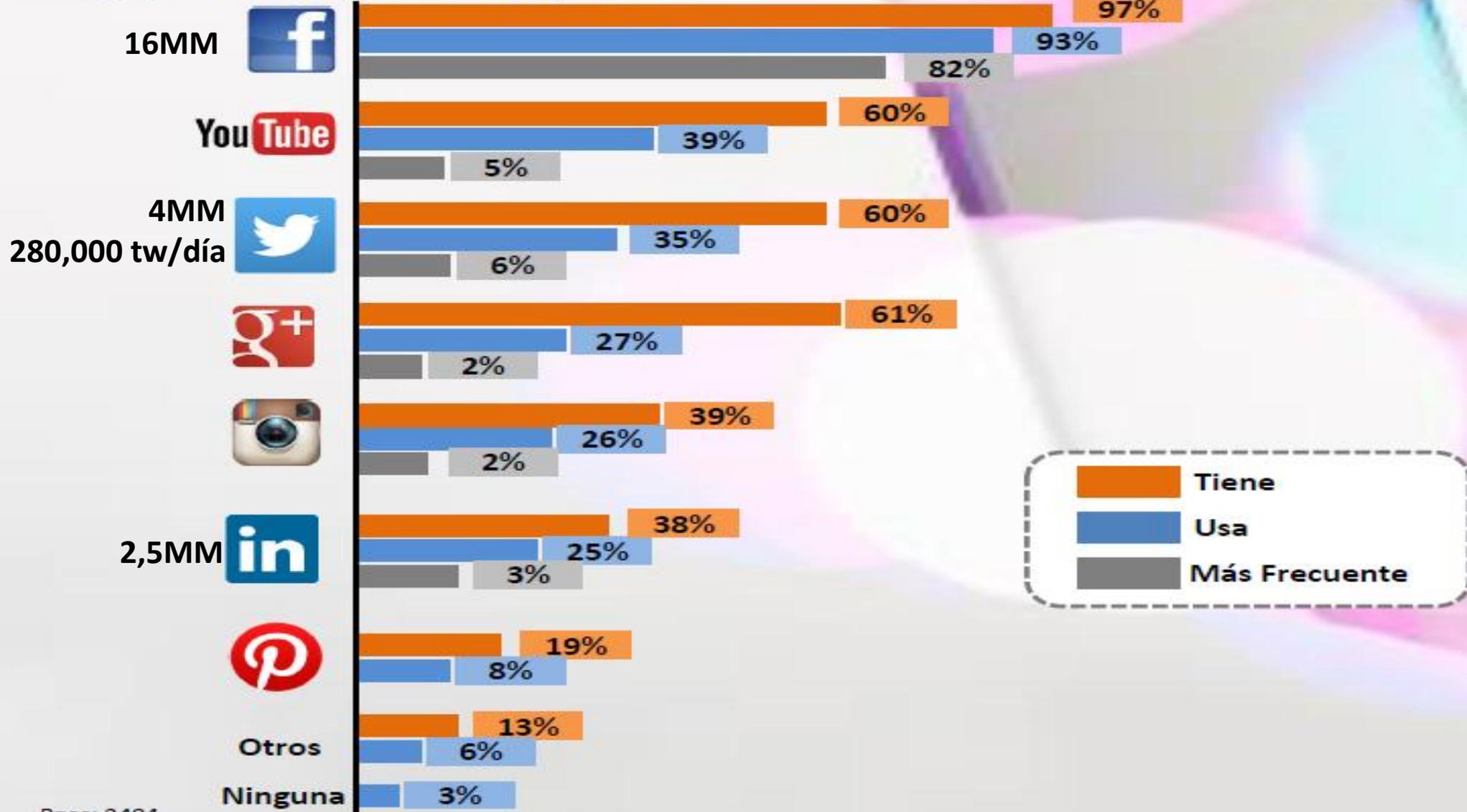
65% TIENE ENTRE 3 y 6 REDES



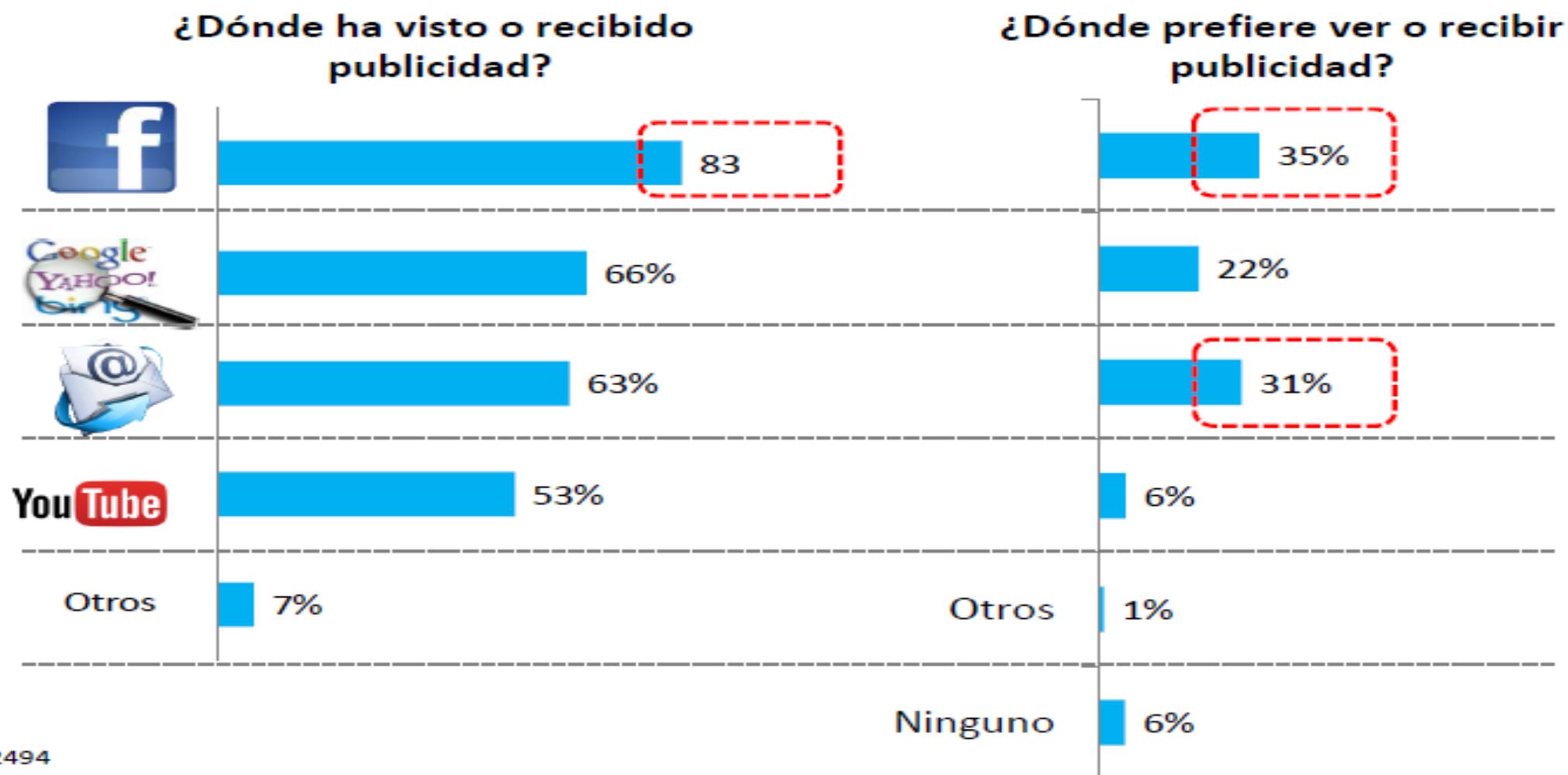
Facebook es la red social líder.

Hay diferencias entre la tenencia y usos de las redes sociales.

¿Qué redes sociales tiene y usa?

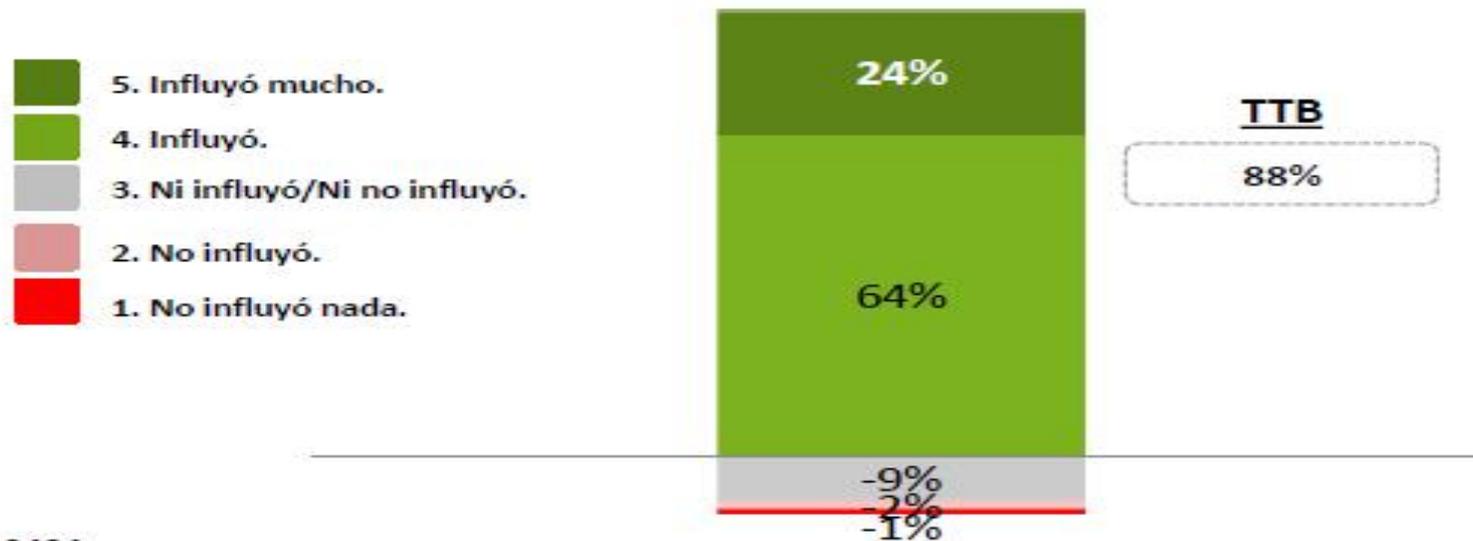


El Facebook y correo electrónico son los medios preferidos para recibir publicidad.



El 88% indica que la publicidad influyó en el proceso de compra.

Nivel de influencia en la última compra por internet de la publicidad digital para incentivar a buscar información sobre el producto/servicio



Base: 2494



* TTB (TOP TWO BOXES): Suma de las valoraciones más altas, 4 y 5.

EL CONSUMIDOR MULTIPANTALLA



televisión

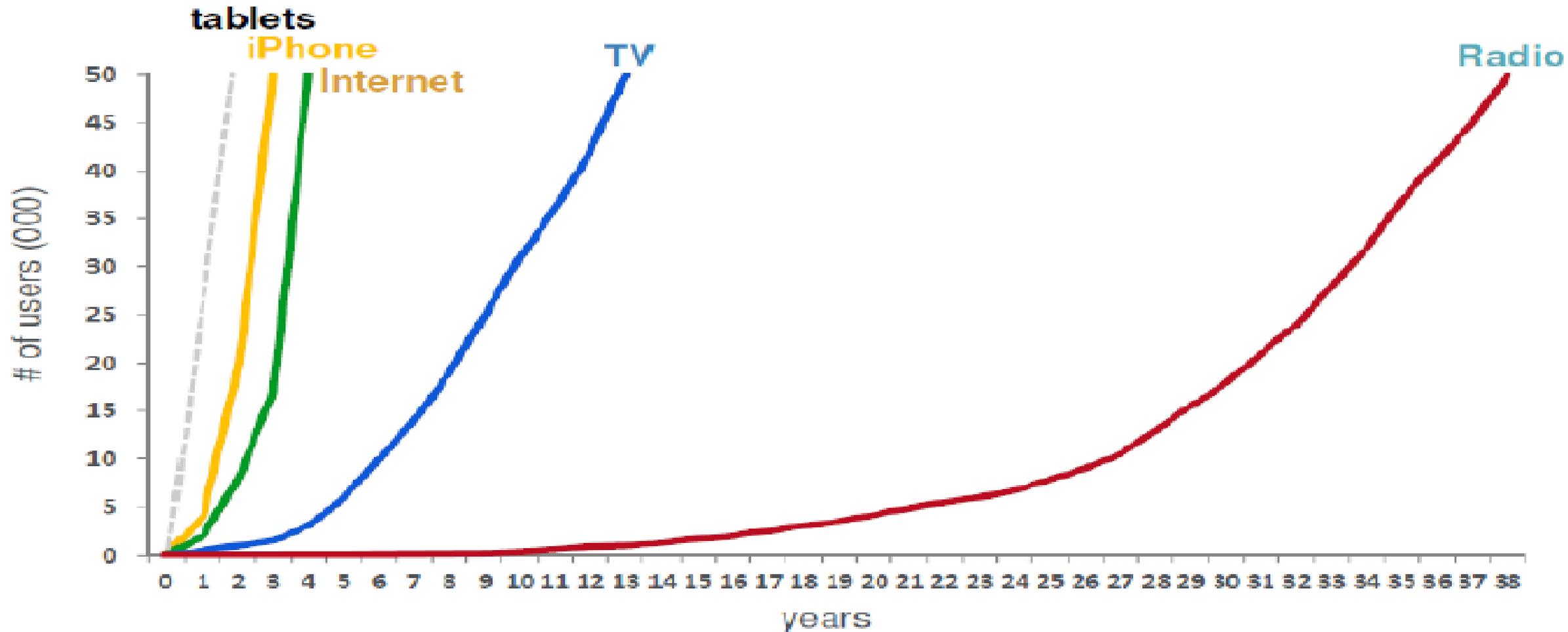
celular

tablet

computadora

Significativa aceleración en la adopción tecnológica:

- La radio tardó 38 años en alcanzar 50 millones de oyentes
- La TV tardó 13 años en llegar a los 50 millones de espectadores
- Internet, apenas 3 años en alcanzar los 50 millones de usuarios
- El iPhone, en 2 años ya contaba con 50 millones de usuarios
- Las tablets, apenas en 1 año alcanzaron 50 millones





ACTUALMENTE, UN AGRICULTOR AFRICANO TIENE A TRAVÉS DE SU SMARTPHONE MÁS ACCESO A INFORMACIÓN EN TIEMPO REAL, QUE [BILL CLINTON EN SU PRIMER GOBIERNO](#)

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](#)

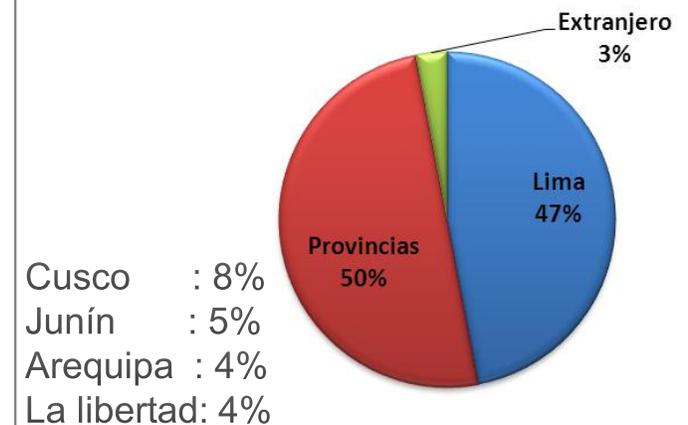
RESULTADOS:

Visitas : 250,000 hits
Picos : 9890 visitas / hora
Facturación: 25 millones de soles
Tiempo : 48 horas

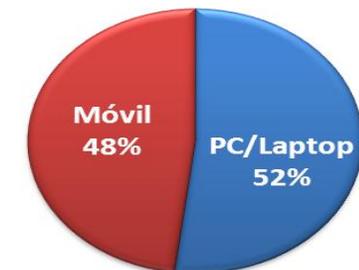
SECTORES



PROCEDENCIA

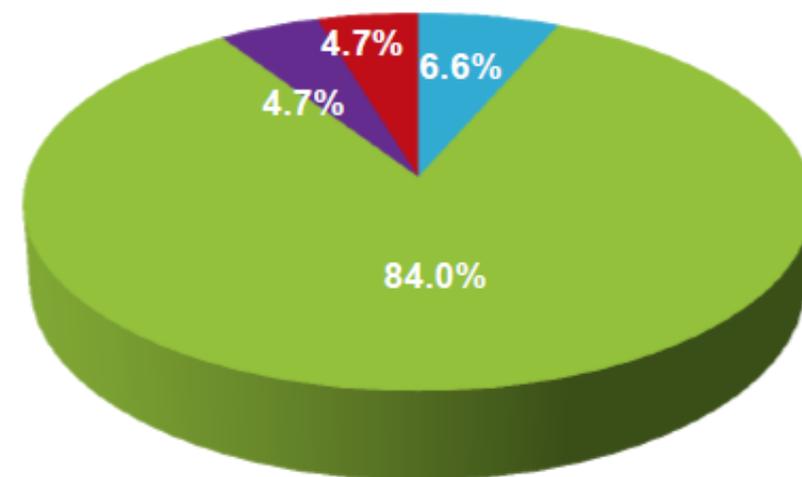
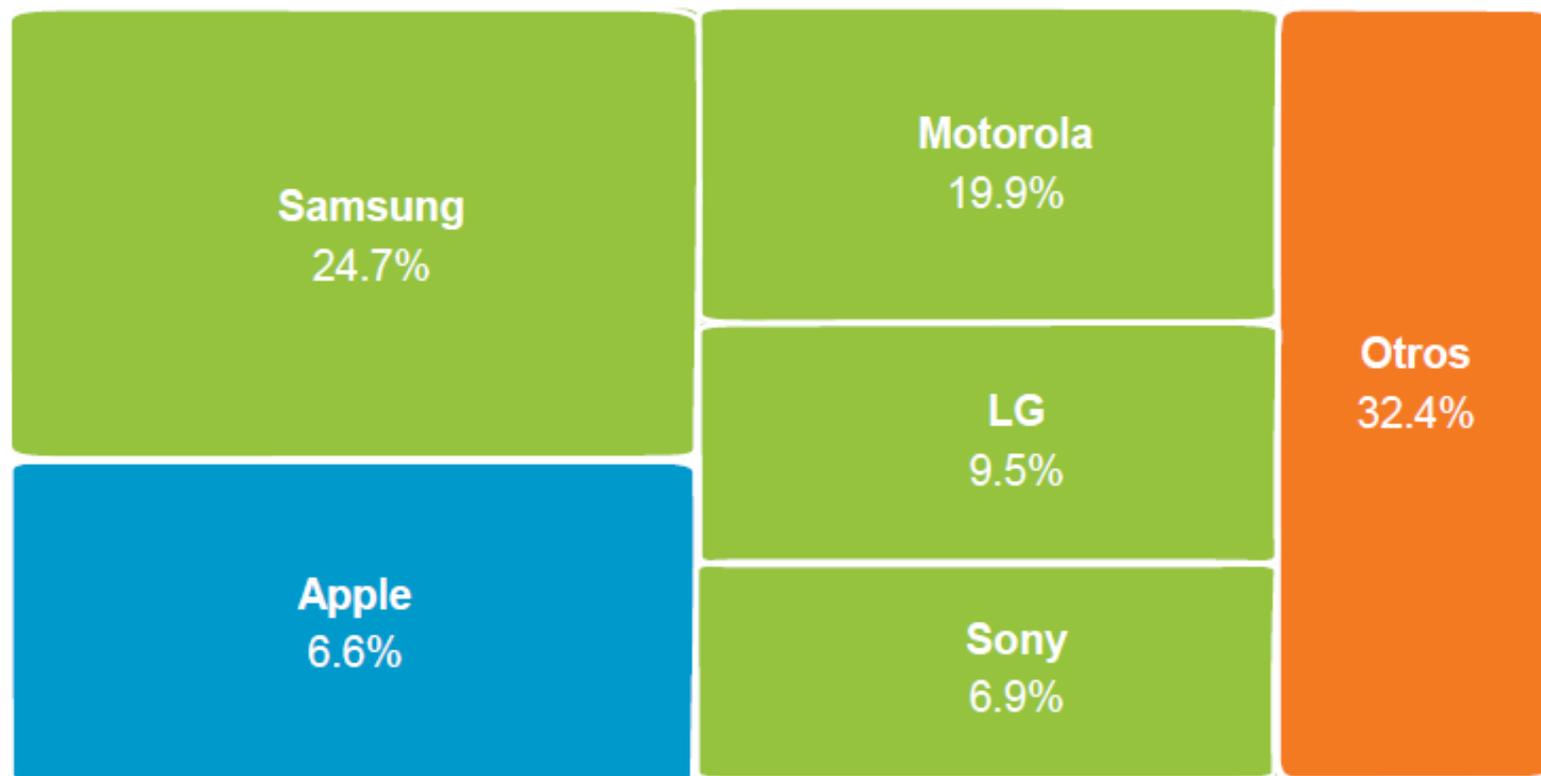


PLATAFORMAS



Perú: Panorama de Fabricante y Sistema Operativo 2015

Smartphone



■ iOS ■ Android ■ Windows ■ Otros



\$28.50

Chris Roh

Continue

INTERNET ES

GG

A

N

T

E

FACTOR CLAVE DE ÉXITO MUNDO MODERNO: “LA SUPER CARRETERAS DE LA INFORMACIÓN”

INTERNET DE LAS COSAS: LA DIGITALIZACIÓN DE TODO

- ✓ 8 mil millones de dispositivos conectados 2014
- ✓ 50 mil millones para el 2030
- ✓ 1 trillón para el 2050

INTELIGENCIA COLECTIVA

LOS PAÍSES APRENDEN DE LOS ERRORES OTROS: ¡EL CRECIMIENTO SE ACELERA DE MANERA EXPONENCIAL!



YA SOMOS UNA ALDEA GLOBAL

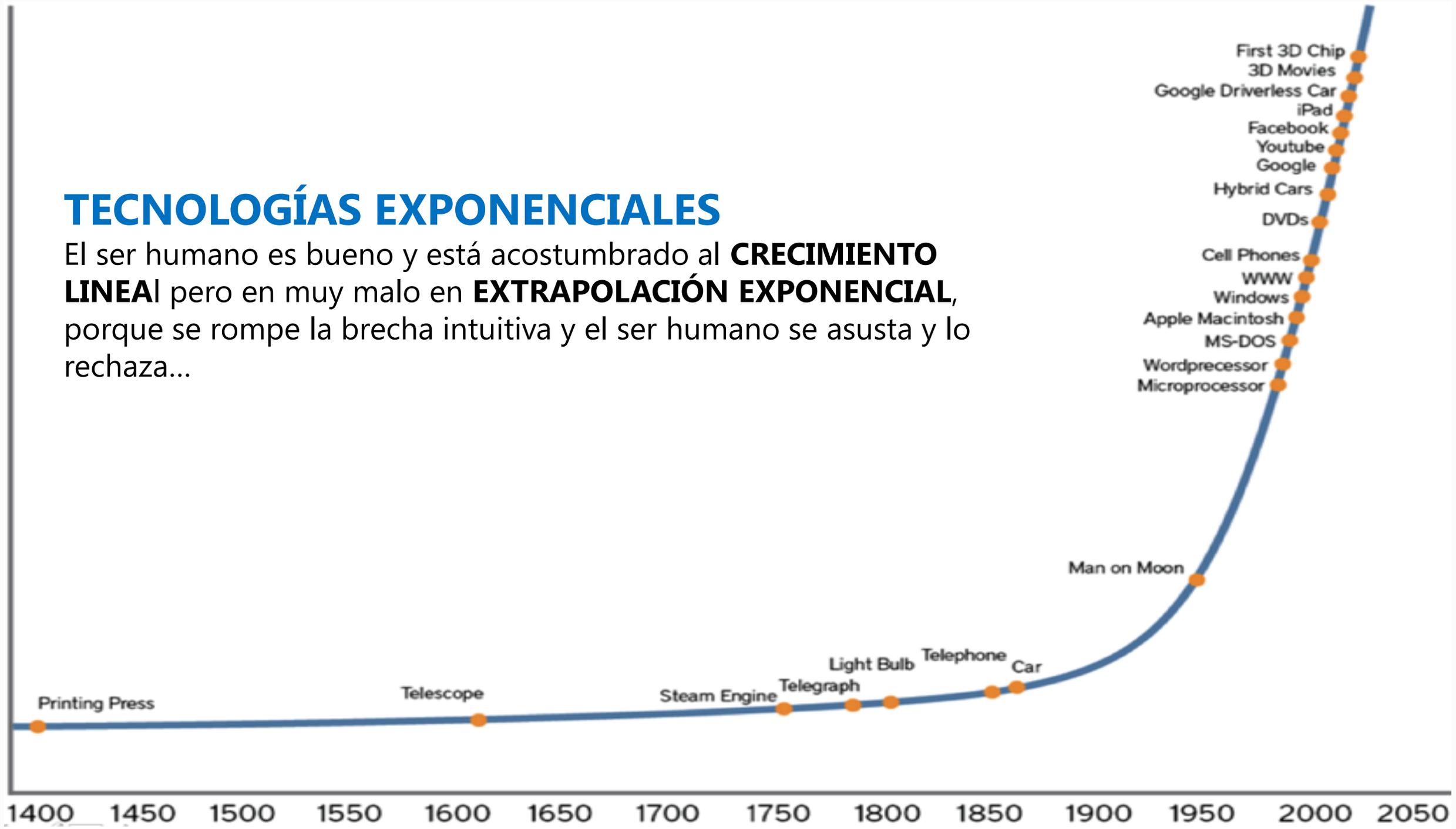


BBVA paga 35 millones para deshacerse de sus directivos no digitales. Noticias de Empresas

BBVA paga 35 millones para deshacerse de sus directivos no digitales. Noticias de Empresas. El banco ha pagado millonarias indemnizaciones para relevar a...

TECNOLOGÍAS EXPONENCIALES

El ser humano es bueno y está acostumbrado al **CRECIMIENTO LINEAL** pero es muy malo en **EXTRAPOLACIÓN EXPONENCIAL**, porque se rompe la brecha intuitiva y el ser humano se asusta y lo rechaza...





**THINK GLOBAL
ACT LOCAL**



ESTRATEGIA DIGITAL: CONSEJOS PARA LANZAR TU PROYECTO ECOMMERCE



“Si tienes un negocio sin clientes, no tienes un negocio”
¿POR QUÉ NO DESARROLLAR CLIENTES ANTES DE DESARROLLAR PRODUCTOS/SERVICIOS?
MARKETING = SISTEMAS

Stop Starting ... Start Finishing!



1. The Problem



3. Dream Team



5. Business Model



7. Consumers



9. Metrics



2. The Solution



4. Market Share



6. Competition

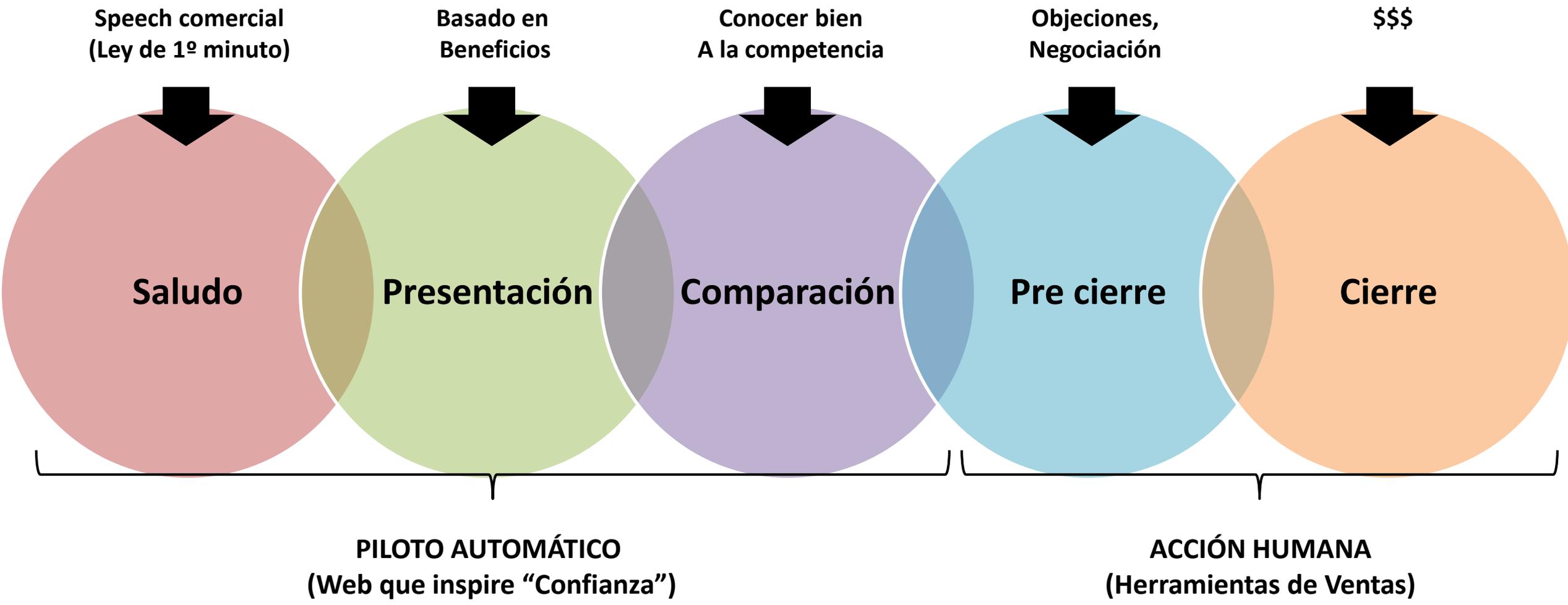


8. Marketing



10. Funding

VENDER EN INTERNET ES VENDER...PERO DE FORMA INTELIGENTE





**MARKETING
TRADICIONAL**

MARKETING TRADICIONAL



**SI QUEREMOS CONSEGUIR EL
ÉXITO DE NUESTRA ESTRATEGIA
DE MARKETING**

**¡ES TIEMPO DE CAMBIAR LAS
VIEJAS TÉCNICAS!**

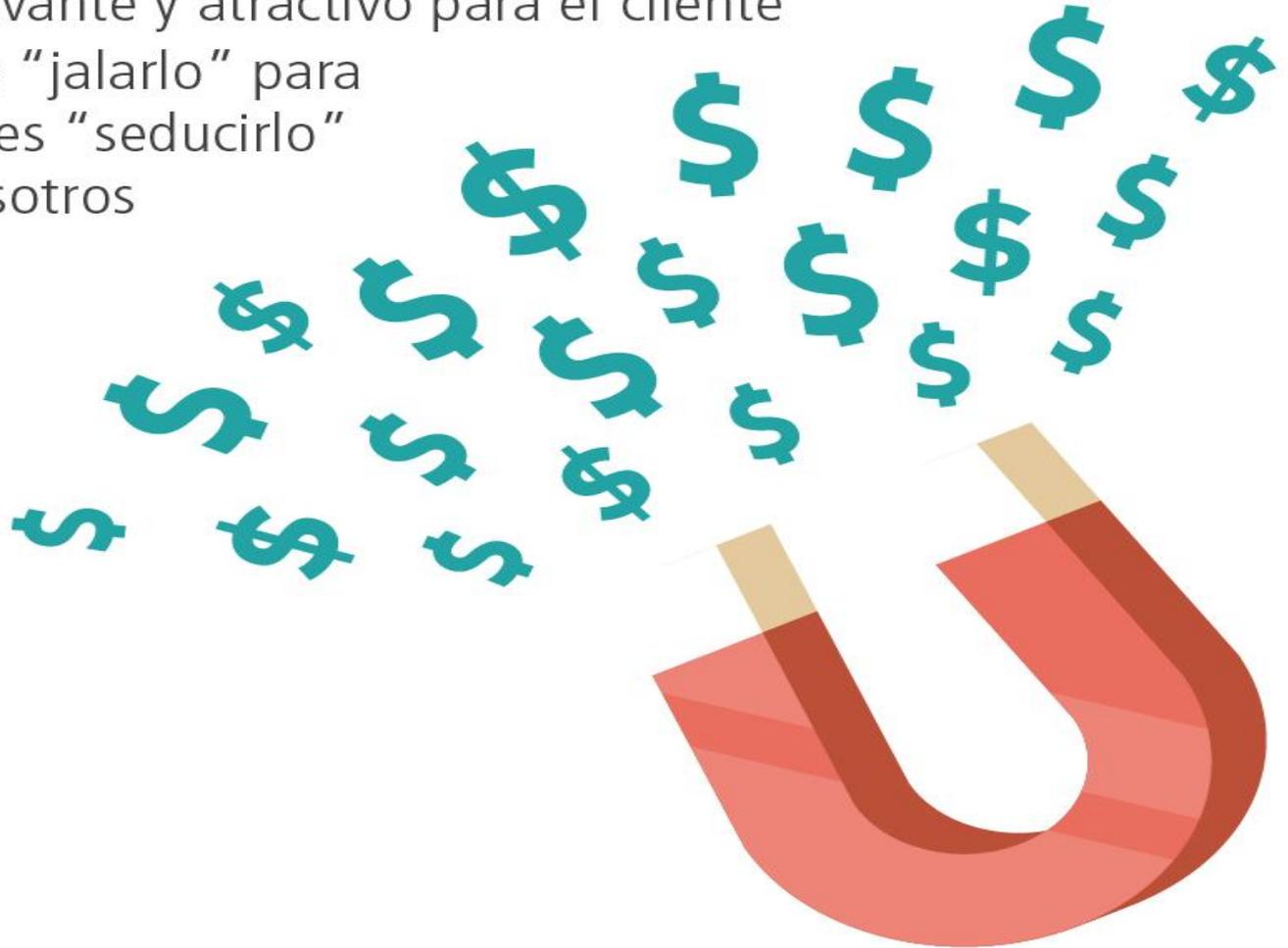
Pasar de una estrategia PUSH

- Centrada en el negocio
- Conveniente para el marketero que muestra su anuncio cuando él quiere y NO cuando el cliente quiere
- La empresa tiene todo el "control"
- Basada en interrumpir la experiencia del usuario: INVASIVA
- Cada vez más costosa y menos eficiente



... a una estrategia PULL

- Centrada en el CLIENTE
- Se trata de generar contenido relevante y atractivo para el cliente
- En vez de interrumpirlo y tratar de "jalarlo" para que vea nuestra publicidad, el reto es "seducirlo" para que cuando busque lo que nosotros ofrecemos, nos encuentre



?



jaime@mail.com
Hombre
25 años



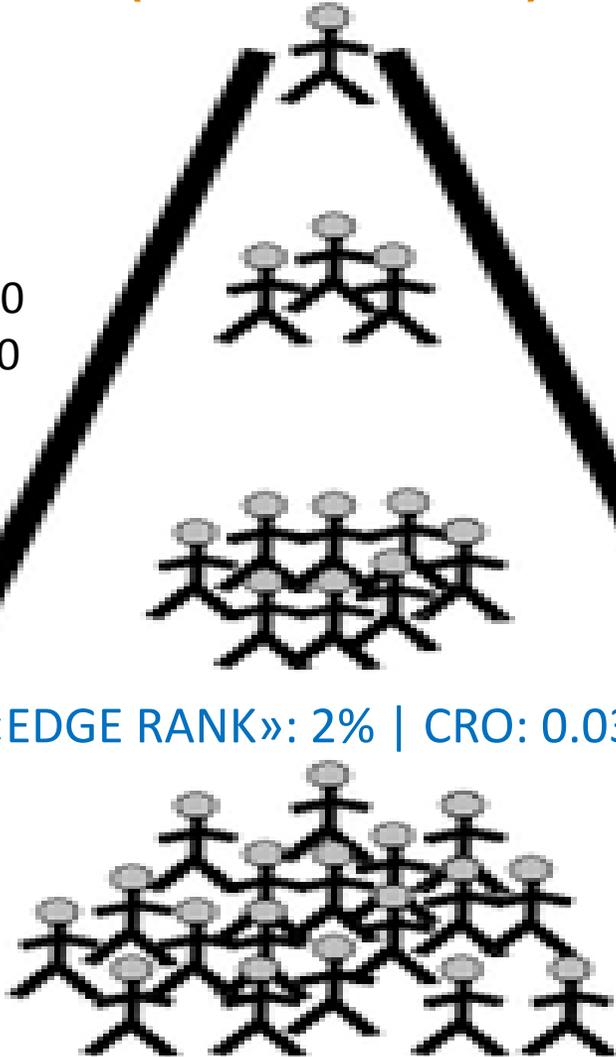
¿CÓMO CONVERTIR VISITAS EN CLIENTES POTENCIALES?

HAY QUE ENTENDER LA DIFERENCIA ENTRE «ATRAER» VS. «VIRALIZAR»

EMBUDO DE VIRALIZACIÓN (Redes sociales)

Universo: 1000
Alcance: 20

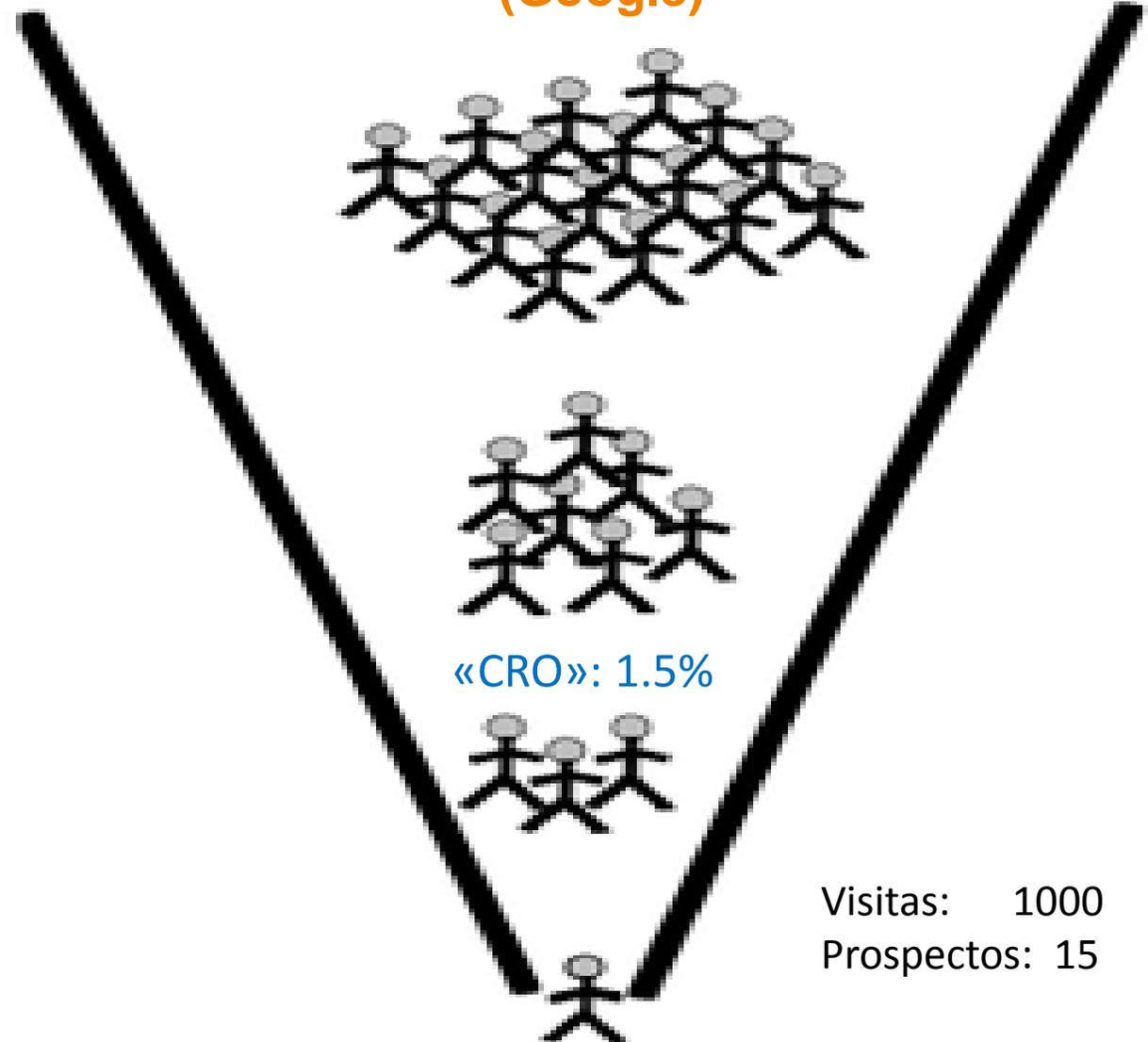
«EDGE RANK»: 2% | CRO: 0.03%



EMBUDO DE CONVERSIÓN (Google)

«CRO»: 1.5%

Visitas: 1000
Prospectos: 15



**Fans por
piedad/amistad
vs.
Fan/cliente
potencial**



ATRAYENDO TRÁFICO AL CHECKOUT

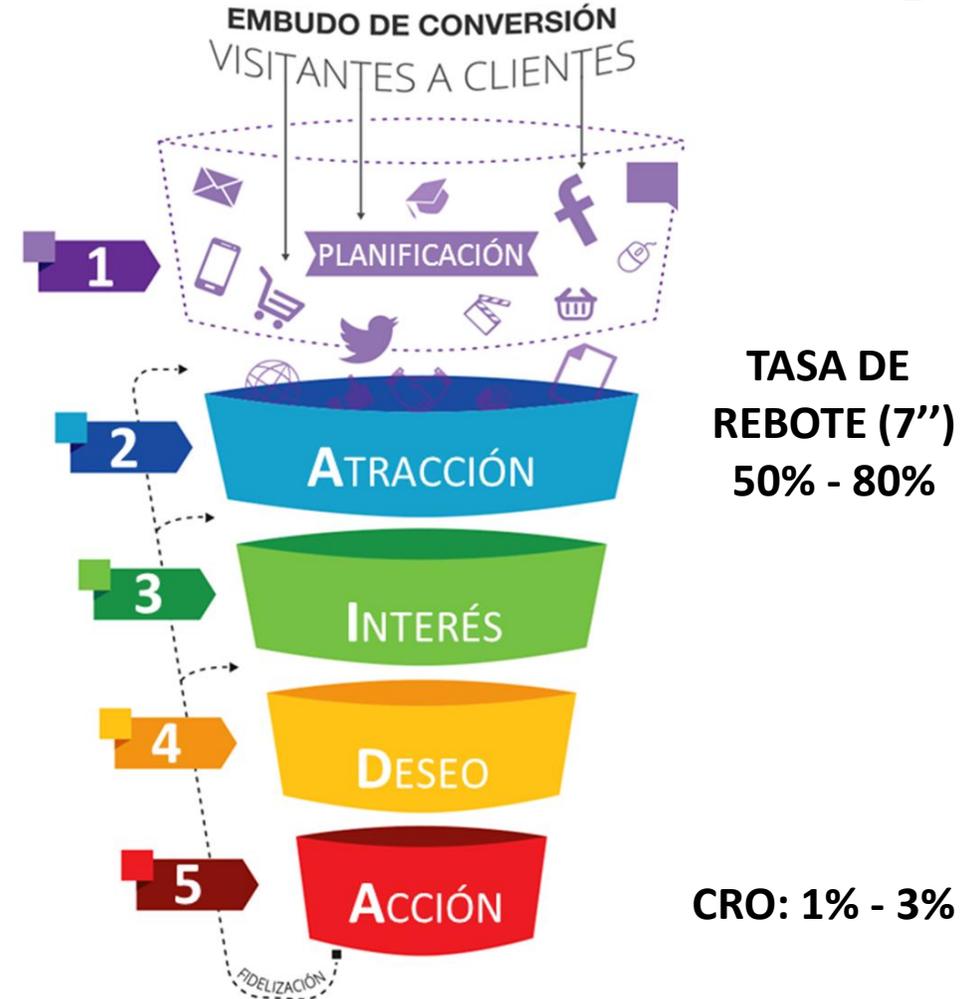
OBJETIVOS ESTRATÉGICOS A ALCANZAR

OBJETIVO 1	Aumentar 20% mi facturación mensual para el 2015
OBJETIVO 2	Aumentar a 12,000 visitas en mi web y obtener una tasa de conversión de 2%
OBJETIVO 3	Haber vendido 100 reservas de hotel para Fiestas Patrias
OBJETIVO 4	Aumentar a 5,000 fans el FANPAGE de la empresa en Facebook



12,000 visitas

(2%) 240
«prospectos»

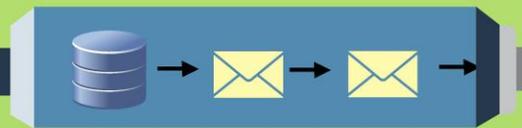




1. ATRACCIÓN (Extraños) Landing page



2. INTERÉS (Visitantes) - Base de datos - CRM



3. DESEO (Fábrica de prospectos) - Emailing - Telemarketing



4. ACCIÓN Clientes

4. FIDELIZACIÓN (Comunidad de voceros)

QUALITY SCORE



+



=

Quality Score

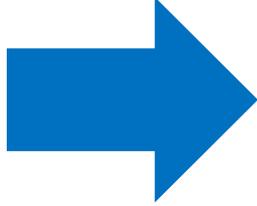
GOOGLE
trends



¿En qué país y ciudad en el mundo habrá mayor demanda de algodón, hilo y tejido de alpaca?



Análisis de la Demanda



Comparar por

- Términos de búsqueda
- Ubicaciones
- Intervalos de tiempo

Términos de búsqueda

Sugerencia: utilice el signo menos para excluir términos (ejemplo: -leis).

- alpaca
- cotton
- thread

+ [Añadir término de búsqueda](#)

Filtro

Búsqueda en la Web

Todo el mundo

ene - mar [Restablecer](#)

Todas las categorías

Interés a lo largo del tiempo

Previsión [?](#) Titulares de noticias

[Interpretación de estas cifras](#)



[Insertar este gráfico](#)

Interés regional

País	Interés
1. Perú	100
2. Bolivia	85
3. Nueva Zelanda	80
4. Australia	80
5. Estados Unidos	75
6. Chile	75
7. Canadá	65
8. Gran Bretaña	55
9. Argentina	40
10. Dinamarca	40

Para ver las consultas más frecuentes de todo el mundo, [borre los términos de búsqueda.](#)

- A [Atlanta Hawks at Pacers: Game thread](#)
- B [India bans cotton exports](#)
- C [Empresarios que confeccionan en alpaca buscan espacio en EE.UU.](#)
- D [Expondrán artesanía de fibra de alpaca en Ascención](#)
- E [Game thread - St. Louis Blues beat Stars 1-0](#)
- F [Arkansas beats Kansas State 29-16 in Cotton Bowl!](#)
- G [Caída de prendas de alpaca afectará Huancavelica](#)

Términos de búsqueda

Búsquedas principales

1. llama alpaca	100
2. alpaca yarn	85
3. alpaca farm	80
4. alpacas	80
5. the alpaca	75
6. alpaca wool	75
7. baby alpaca	65
8. la alpaca	55
9. alpaca for sale	40
10. alpaca peru	40

[Insertar esta tabla](#)

Analizar el ingreso a nuevos mercados (Priorizar los mercados más favorables)

Interés regional

Región [Ciudad](#)

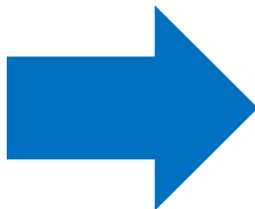
1.	Estados Unidos	100
2.	Canadá	42
3.	Emiratos Árabes Unidos	0
4.	Afganistán	0
5.	Albania	0
6.	Armenia	0
7.	Angola	0
8.	Argentina	0
9.	Austria	0
10.	Australia	0



¿En qué país y ciudad en el mundo tienen mayor interés en viajar a Machu Picchu Cusco – Perú?



Análisis de Tendencias de interés



Comparar por

- Términos de búsqueda
- Ubicaciones
- Intervalos de tiempo

Términos de búsqueda

Seguir pista: útilice comillas para encontrar la frase exacta ("leis de mesa").

- machu picchu tours
- inca trail

+ [Añadir término de búsqueda](#)

Filtro

Búsqueda en la Web

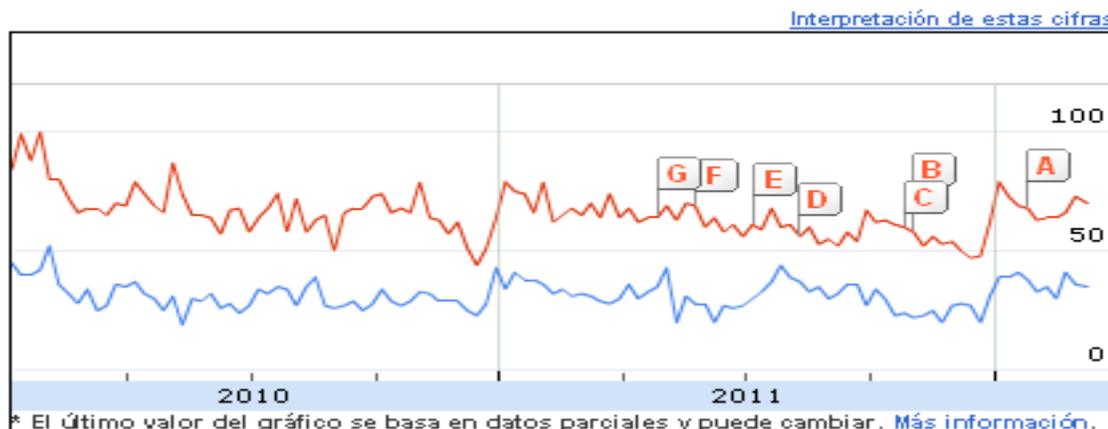
Todo el mundo

ene 2010 - mar 2012 [Restablecer](#)

Todas las categorías

Interés a lo largo del tiempo

Previsión Titulares de noticias



Para ver las consultas más frecuentes de todo el mundo, borre los términos de búsqueda.

- A [Panting And Stumbling On The Inca Trail](#)
- B [Hike the Inca trail for less](#)
- C [Why Peru's Inca Trail Is One of the World's Greatest Hikes](#)
- D [Top ten walks in the world: Pembrokeshire Coastal Path honoured alongside Inca Trail and Kilimanjaro](#)
- E [Inca Trail](#)
- F [Rovers hit the Inca Trail](#)
- G [Travel advice: traveller's cheques; Inca Trail permits; Scotland's Western Isles; passport expiry](#)

Interés regional

machu picchu tours

1.	Perú	60	100
2.	Canadá	24	37
3.	Australia	22	65
4.	Estados Unidos	18	21
5.	Gran Bretaña	8	61

Términos de búsqueda

machu picchu tours

Búsquedas principales

- [peru machu picchu](#) 100
- [tours peru](#) 100
- [machu picchu travel](#) 40
- [cusco tours](#) 35
- [lima tours](#) 30
- [tour machu picchu](#) 30
- [tours to peru](#) 30
- [machu picchu tours](#) 20
- [inca trail](#) 20
- [inca trail tours](#) 20

[Insertar esta tabla](#)

Análisis de Tendencias de interés

Búsquedas más populares

Elementos con mejor clasificación **Nuevo**

Explorar

Términos de búsqueda



× tours huaraz

× tours a la selva

× fiesta de san jua

+ Añadir término

Limitar a

Búsqueda en la Web

Todo el mundo

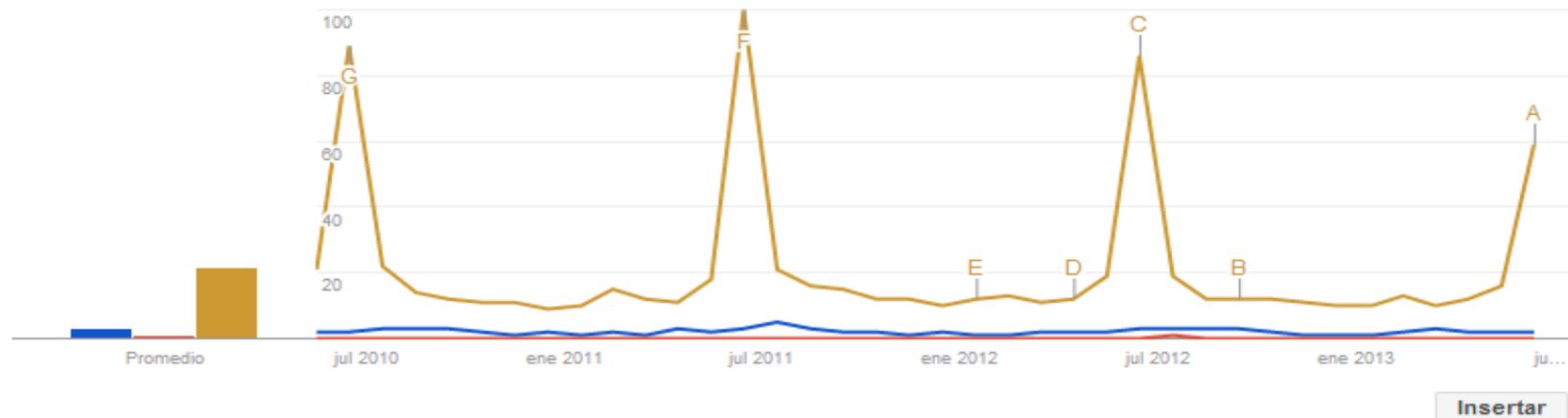
mayo 2010 - julio 2013

Todas las categorías

Interés a lo largo del tiempo ?

El número 100 representa el interés máximo de búsquedas

Titulares de noticias Previsión ?



tours huaraz

tours a la selva

fiesta de san jua

Interés geográfico ?



Términos relacionados ? Principales En aumento

Término	Interés (Escala 0-100)
movil tours huaraz	100
movil tours	95
tours a huaraz	60
huaraz peru	55
tours peru	55
tours en huaraz	45
movil tours lima	30

¿Cuántas veces consultan al mes
en Google
"Machu Picchu Tours"
en Canadá?



¿PARA QUE SIRVE?

Análisis de Volumen de búsquedas
de palabras claves
(Identificar las más populares)

Google



Keyword Planner

¿Cuántas veces consultan al mes
en Google
"Machu Picchu Tours"
en Canadá?



HERRAMIENTA «KEYWORD PLANNER» (Planificador de palabras clave)



Planificador de palabras clave

Su producto o servicio

Añada ideas a su plan

niñeras a domicilio, nanas peru, nanas y niñeras, enfermeras a domicilio, cuidado de niños, cuidado de

Obtener ideas

Modificar búsqueda

- Perú
- español
- Google
- Palabras clave negativas

Periodo

Mostrar la media de búsquedas mensuales para: Últimos 12 meses

Personalizar la búsqueda

Filtros de palabras clave

Opciones de palabra clave

Mostrar ideas ampliamente relacionadas

Ocultar palabras clave en mi cuenta

Ocultar palabras clave en mi plan

Palabras clave a incluir

Otras regiones 97,4% (217.759)

Ideas para el grupo de anuncios

Ideas para palabras clave



Descargar

Añadir las todas (51)

Grupo de anuncios (por relevancia)	Palabras clave	Promedio de búsquedas mensuales	Competencia	Puja sugerida	Porcentaje de impresiones del anuncio	Añadir al plan
Enfermeria (67)	cuidados de enf...	2.790	Baja	1,27 S/.	0%	»
Juegos De Niñer...	juegos de fiñera...	650	Baja	1,21 S/.	0%	»
Cuidar Bebes (12)	cuidar bebes, ju...	14.090	Baja	1,12 S/.	0%	»
Trabajo Cuidand...	trabajo para cuid...	380	Baja	0,15 S/.	0%	»
Trabajo Medio (5)	trabajo de medio...	4.800	Baja	0,19 S/.	0%	»
Empleos En Li...	empleos en lima...	10.120	Media	0,18 S/.	0%	»
Empleo Peru (16)	empleos peru, e...	860	Baja	0,31 S/.	0%	»
Trabajar Desde ...	trabajo desde ca...	3.910	Alta	0,57 S/.	0%	»

Su plan

Guardado hasta 23/11/2014

Intervalo de pujas

0,00 S/. – 87,14 S/.

Previsiones diarias

0 – 661 Clicks

0,00 S/. – 2,03 mil S/. Coste

Grupos de anuncios: 3

Enfermeras (31)

Agencias De Empleo (10)

Busco Trabajo (13)

Revisar previsiones

Descarga plan

ENTENDIENDO EL FUNCIONAMIENTO DE FACEBOOK® PARA NEGOCIOS

facebook®



Facebook es la red social más grande del mundo. Más de 500 millones de personas conectadas entre si. La audiencia de Facebook es por lejos superior a la de cualquier otro medio masivo como canales de TV, emisoras radiales o medios de prensa.

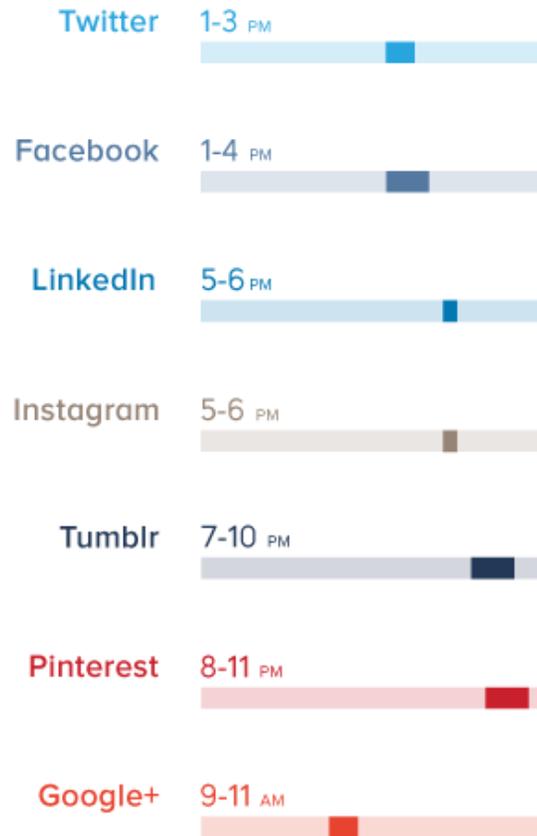
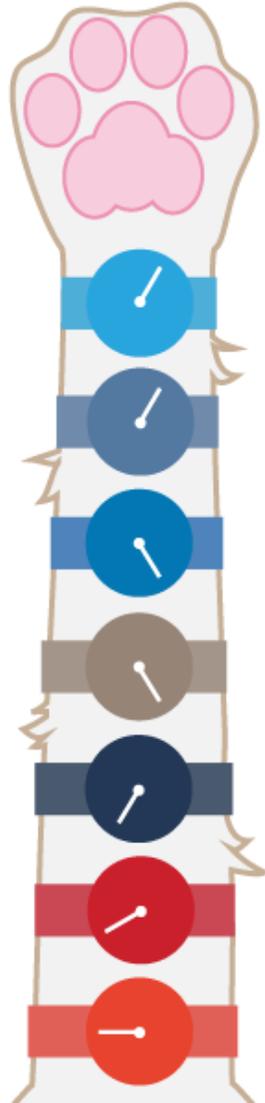




LOS MEJORES HORARIOS PARA PUBLICAR

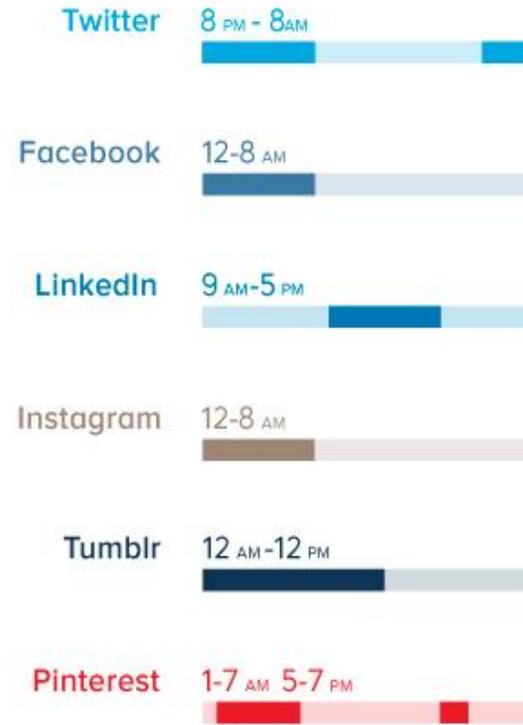
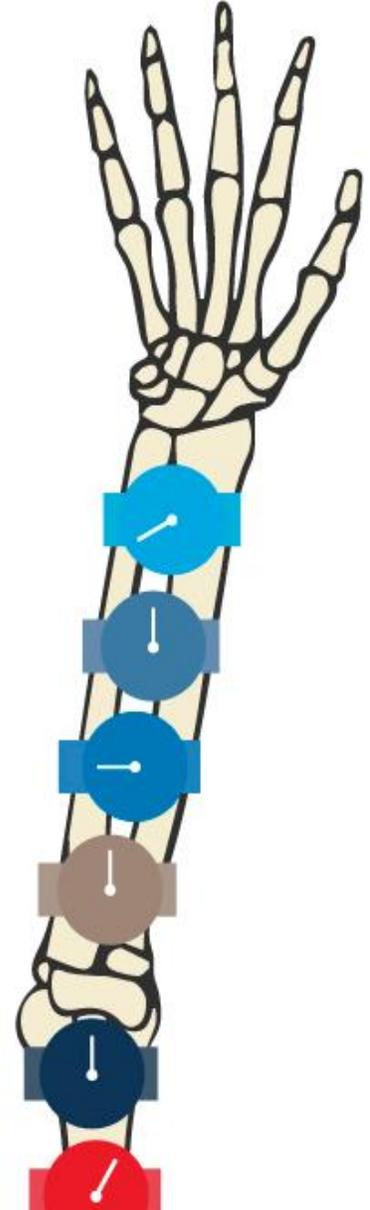
Timing Is Everything

Post smarter right meow.



Posting Dead Zones

Literally the worst times to post on social media.



¿CÓMO ENTENDER MI MERCADO?





CREA TU ANUNCIO



CLAUDIA CHONG

Edad : 24 años

Vive : San Borja

Estudia : Comunicaciones en U.Lima

¿QUÉ LE IMPORTA?

- Verse bien
- El yoga y salir a correr
- Vida social muy activa

¿QUÉ VE Y ESCUCHA?

- Youtube y Blogs de moda
- Le aburre la televisión
- Adicta a Instagram y Snapshap
- Chatea por Facebook y whatsapp

¿QUÉ DICE Y HACE?

- Compradora impulsiva
- Adora los zapatos y la moda extranjera

MIEDOS: Es bonita, pero insegura. Necesita ser aceptada

DESEOS: Lucir siempre a la moda y nunca sola.



Camara Peruana de
Comercio Electronico



Anuncios · 🌐

Lo mejor de la moda italiana por fin en Lima.
Preventa con 30% Dscto. Llámanos al 3324566



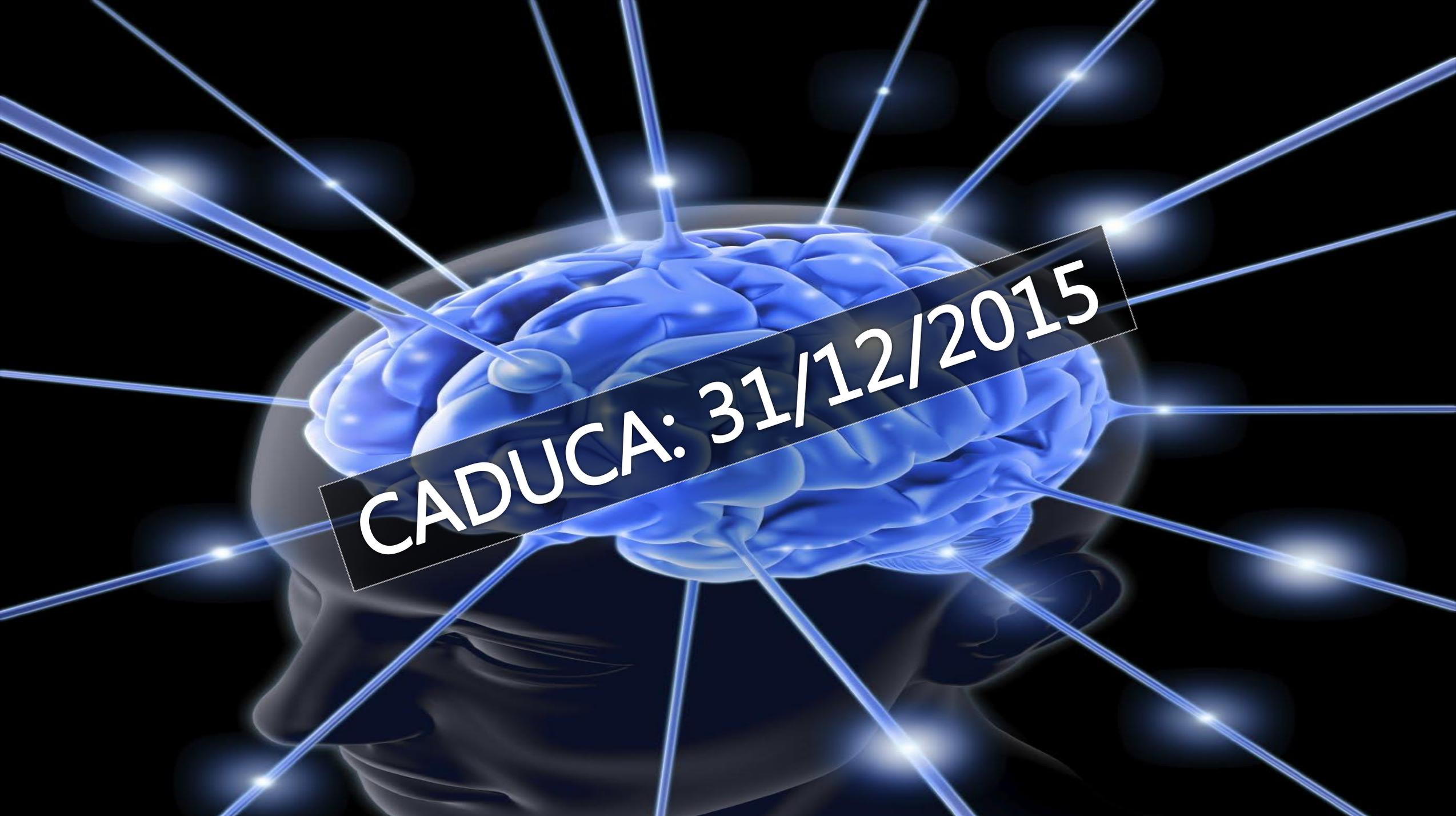
Zapatos europeos en Lima

www.amolozapatos.com

Comprar

CON
CLU
SIO
NES.

ME?



CADUCA: 31/12/2015

SUERTE

Saber
Utilizar
Efectivamente mis
Recursos para
Tener
Exito





PRESENTA:

INNOVAR O MORIR

Innovación como estilo de vida



RODÉATE DE GENTE CON LA MISMA MISIÓN QUE TÚ
Si quieres ser un león...debes entrenar con leones



**EDAD PROMEDIO PARA
ALCANZAR ÉXITO: 38 años**

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



¿Qué pasaba hace 10 años si un padre hacía esta pregunta y recibía esta respuesta?

Padre: “¿Hijo qué quieres ser cuándo seas grande?”

Hijo: “¡Chef papá!”



GASTÓN ACURIO

Chef Emprendedor, quien hizo de la cocina gourmet peruana una industria altamente rentable, moderna, estudiabile, marketera y sobre todo de talla global.



Hoy en día, los estudiantes de cocina pasean por las calles orgullosos con sus mandiles de Chefs

**¿Qué pasaría si hoy día un padre
le pregunta a su hijo ...**

Padre: “¿Hijo qué quieres ser cuándo seas grande?”

Hijo: “¡Científico papá!”



Encontrar al "TONY STARK PERUANO" es la clave



- ✓ Científico
- ✓ Play Boy
- ✓ Millonario gracias a la I+D+I
- ✓ Altamente mediático
- ✓ Líder de opinión

A man and a woman are shown in profile against a black background. The man, on the left, is bald and wearing glasses and a dark patterned jacket. The word "THINK" is written in black marker on his forehead. The woman, on the right, is also bald and wearing glasses and a white collared shirt. The word "BIG" is written in black marker on her forehead. She is smiling and wearing a striped earring with a green bead. The text "ESTE ES EL MEJOR MOMENTO PARA ESTAR VIVOS. PODEMOS CREAR EL FUTURO QUE NOSOTROS QUEREMOS" is written in white at the top right, and "SI CABE EN TU MENTE...CABE EN TU MUNDO" is written in blue below it. The logo "DEAR WORLD" is in the bottom right corner.

ESTE ES EL MEJOR MOMENTO PARA ESTAR VIVOS.
PODEMOS CREAR EL FUTURO QUE NOSOTROS QUEREMOS
SI CABE EN TU MENTE...CABE EN TU MUNDO

DEAR WORLD

ES TIEMPO DE TOMAR UNA DECISIÓN



EMPRENDER O DEPENDER



976.079.698



@helmutcaceda



www.helmutcaceda.com

