



**YEYO  
VERA**

**+ MKT CONSULTANT +**

powered by:

10MO ENCUENTRO EMPRESARIAL

OPEN DIGITAL



PLATINUM



PLATA



BRONCE





**▶ QUIEN SOY ?**



UNIVERSIDAD  
**CATÓLICA**  
BOLIVIANA  
LA PAZ

Licenciatura en  
Comunicación Visual



Especialidad en  
Marketing Empresarial  
(CHILE)



**HCC**

Especialidad en  
Marketing de Contenidos  
(USA)



Especialidad en  
Marketing Digital  
(España)



Master en  
educación superior  
tecnológica



Diplomado en Marketing  
Político (Argentina)



**QUIEN SOY ?**

- 13 años de experiencia
- Trabajé con más 90 empresas a nivel nacional e internacional.
- Manejé de más de 100 Influencers, KOLS y microinfluencers.
- Trabajé con más de 200 microemprendimientos.



- CONMEBOL -  
SUDAMERICANA



Unilever



**crocs**™

**Experiencias**



**KREAB**

Director Asociado



Encargado de  
contenidos



Director General  
Digital  
(Mejor agencia  
independiente FICE)

**McCANN**  
BOLIVIA

Director de Negocios  
(Agencia de Red  
Más grande de Bolivia)



PROYECTO  
**LUMINA**

**YEYO  
VERA**  
+MKT CONSULTANT+

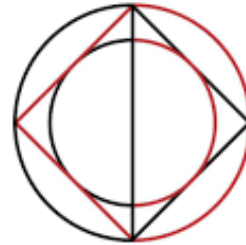


Director de Creativo,  
Consultor de  
Marketing y creador de  
programas de marketing  
para emprendedores.

**QUIEN SOY ?**



**Docente diplomados y  
Maestrías**



**LA ESCUELITA  
BOLIVIA**

**Profesor**



**CRECE**



**Fundación  
INFOCAL  
Santa Cruz**



**Edulex**



**Disertante  
Apasionado**

**QUIEN SOY ?**



# MARKETING 4.0

Negocios en un mercado post digital





## UNA INTRO

- La situación actual nadie la esperaba, no había forma de estar listos. Pero es necesario aprender de ella.
- Es normal tener errores y aprender en el camino, pero ahora que entendemos que vivimos tiempos nuevos, necesitamos prepararnos.
- Como profesionales (con o sin título), somos parte fundamental del desarrollo, depende de nosotros ser agentes de cambio positivos.
- Somos empresas que tiene un producto o servicio, por lo tanto entender el marketing post digital es parte de nuestra esencia.

¡De eso te hablaré!

# MARKETING

## 1.0 2.0 3.0 4.0

### 1.0



Marketing centrado en el producto



Vende productos



Consumidores con necesidades físicas



Valor económico



Medios tradicionales



Unidireccional

### 2.0



Marketing centrado en el consumidor



Satisface y retiene a los consumidores



Consumidor más inteligente con mente y corazón



Valor en la persona



Medios tradicionales  
Medios interactivos



Bidireccional

# 3.0



Marketing  
centrado  
en los valores



Crear un  
mundo mejor



Ser humano  
integral con  
mente, corazón  
y espíritu



Valor en  
el medio  
ambiente



Medios  
interactivos



Multidireccional

# 4.0



Marketing  
con propósito  
social



Colaboración  
marca  
y sociedad  
para un  
mundo mejor



Humanización  
de la marca



Valor en las  
necesidades  
emocionales  
del cliente

Big Data



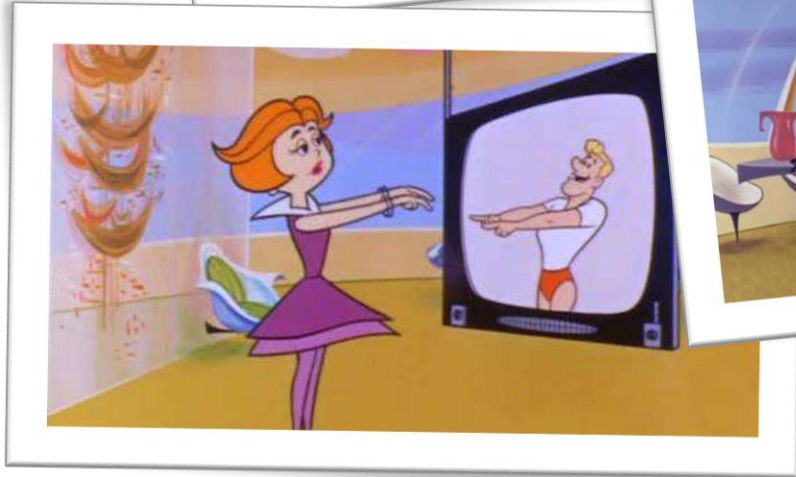
Hiperconectividad  
Omnicanal  
Estrategias 360°



Omnidireccional



Este video se filmó con  
**héroes reales**



- Lo digital deja de ser una revolución.
- Muchas de las que llamamos “nuevas tecnologías” han dejado de ser nuevas para estar integradas en nuestras rutinas cotidianas.
- Es una era de disrupción de visiones y mentalidad sobre lo digital. Lo digital ha ido perdiendo esa aureola de maravilla.
- Para llegar a una resolución pueden intervenir métodos offline, o en combinación con lo digital, y tradicionales.

Vivimos una época  
**POST DIGITAL**

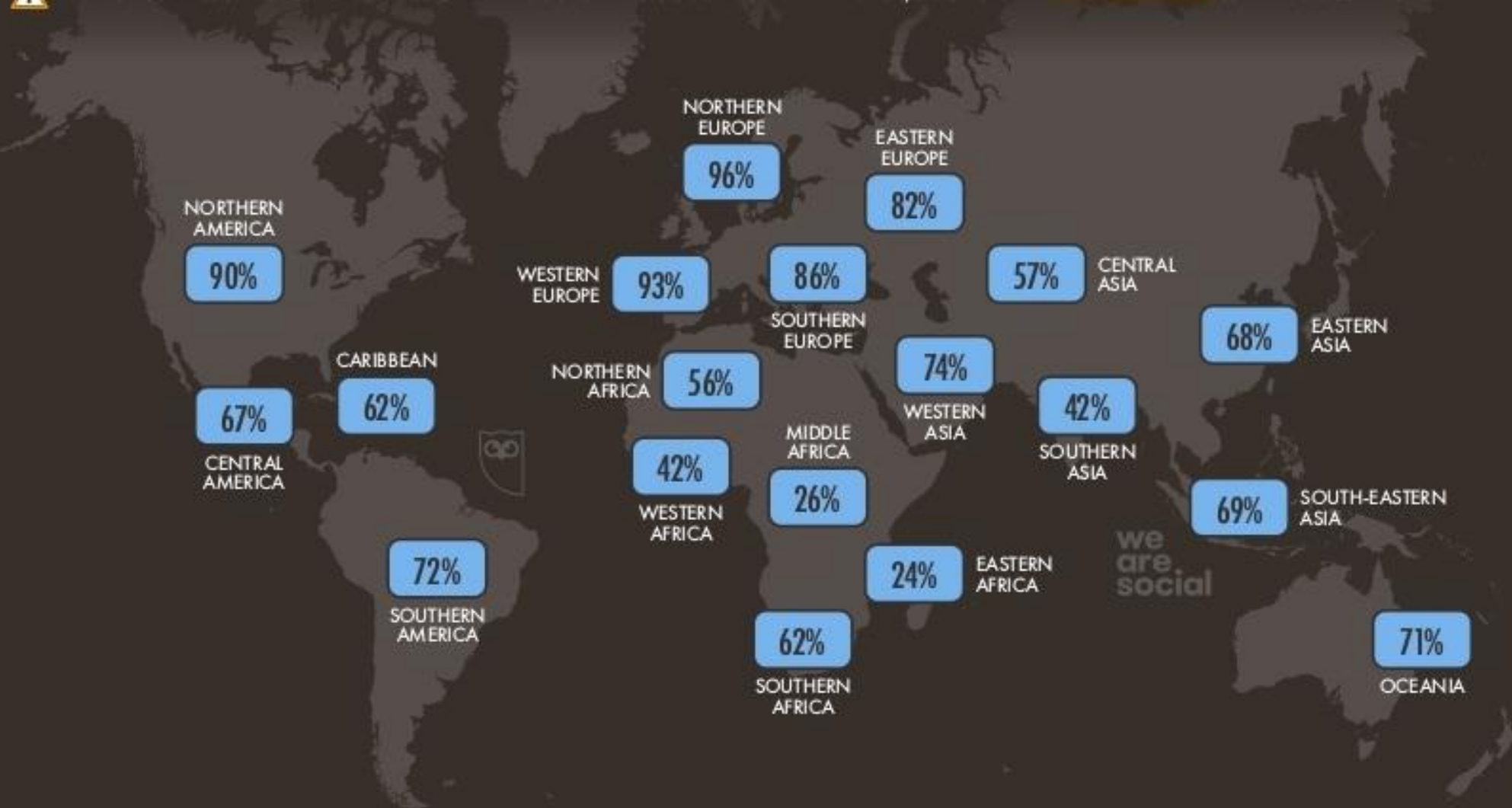


JAN  
2021

# INTERNET USERS vs. TOTAL POPULATION BY REGION

NUMBER OF INTERNET USERS IN EACH REGION COMPARED TO TOTAL POPULATION

⚠️ INTERNET USER NUMBERS NO LONGER INCLUDE DATA SOURCED FROM SOCIAL MEDIA PLATFORMS, SO VALUES ARE **NOT COMPARABLE** WITH PREVIOUS REPORTS

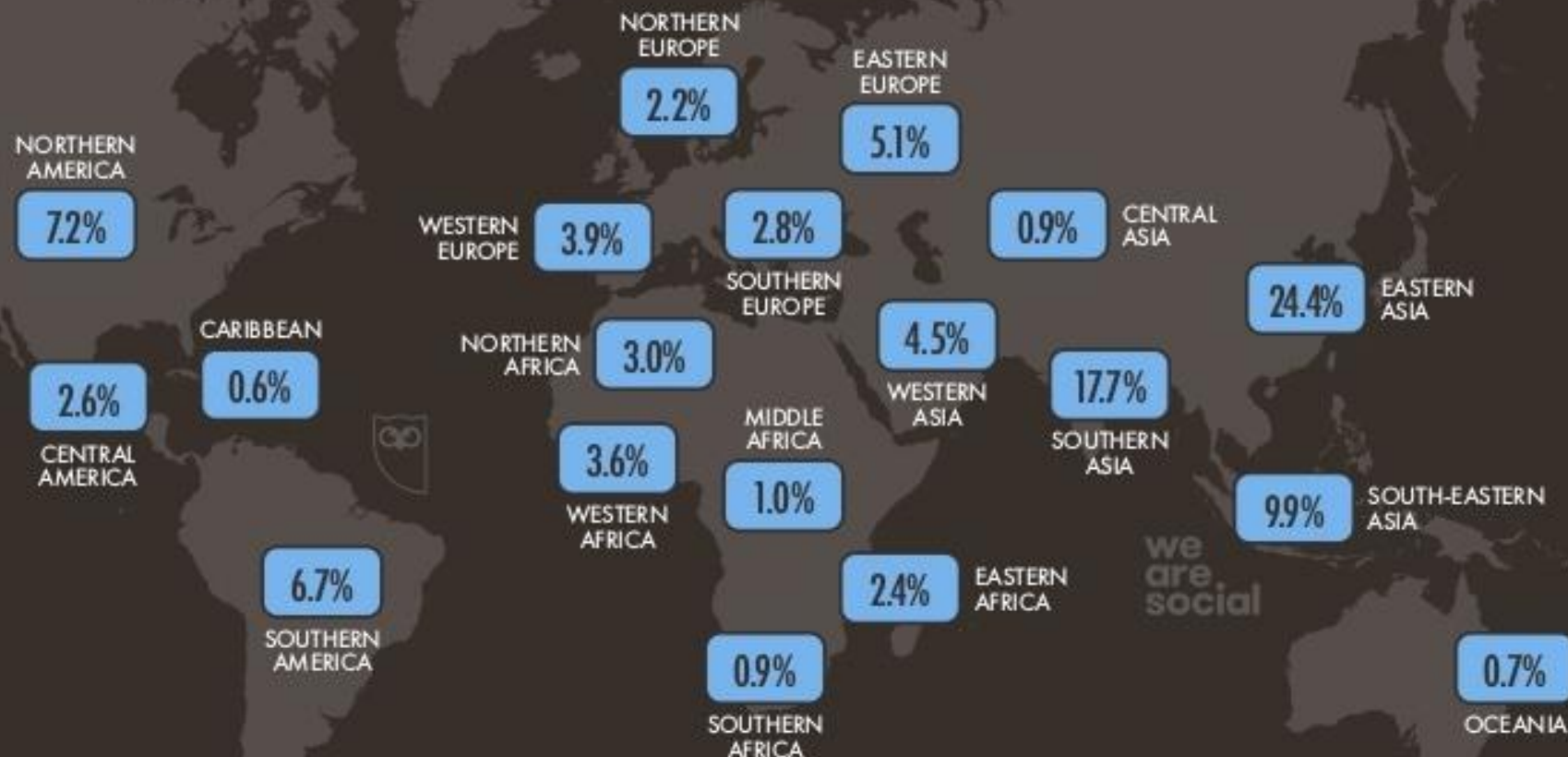


**SOURCES:** KEPIOS (JAN 2021) BASED ON EXTRAPOLATIONS OF DATA PUBLISHED BY: THE ITU; LOCAL GOVERNMENT BODIES; GWI; GSMA INTELLIGENCE; EUROSTAT; APJII; CNNIC; THE U.N.  
**ADVISORIES:** INTERNET USER NUMBERS NO LONGER INCLUDE DATA SOURCED FROM SOCIAL MEDIA PLATFORMS. FIGURES ARE **NOT COMPARABLE** WITH DATA PUBLISHED IN PREVIOUS REPORTS. **NOTES:** PERCENTAGES REPRESENT SHARE OF TOTAL POPULATION. REGIONS BASED ON THE UNITED NATIONS GEOScheme.

JAN  
2021

# SHARE OF GLOBAL INTERNET USERS BY REGION

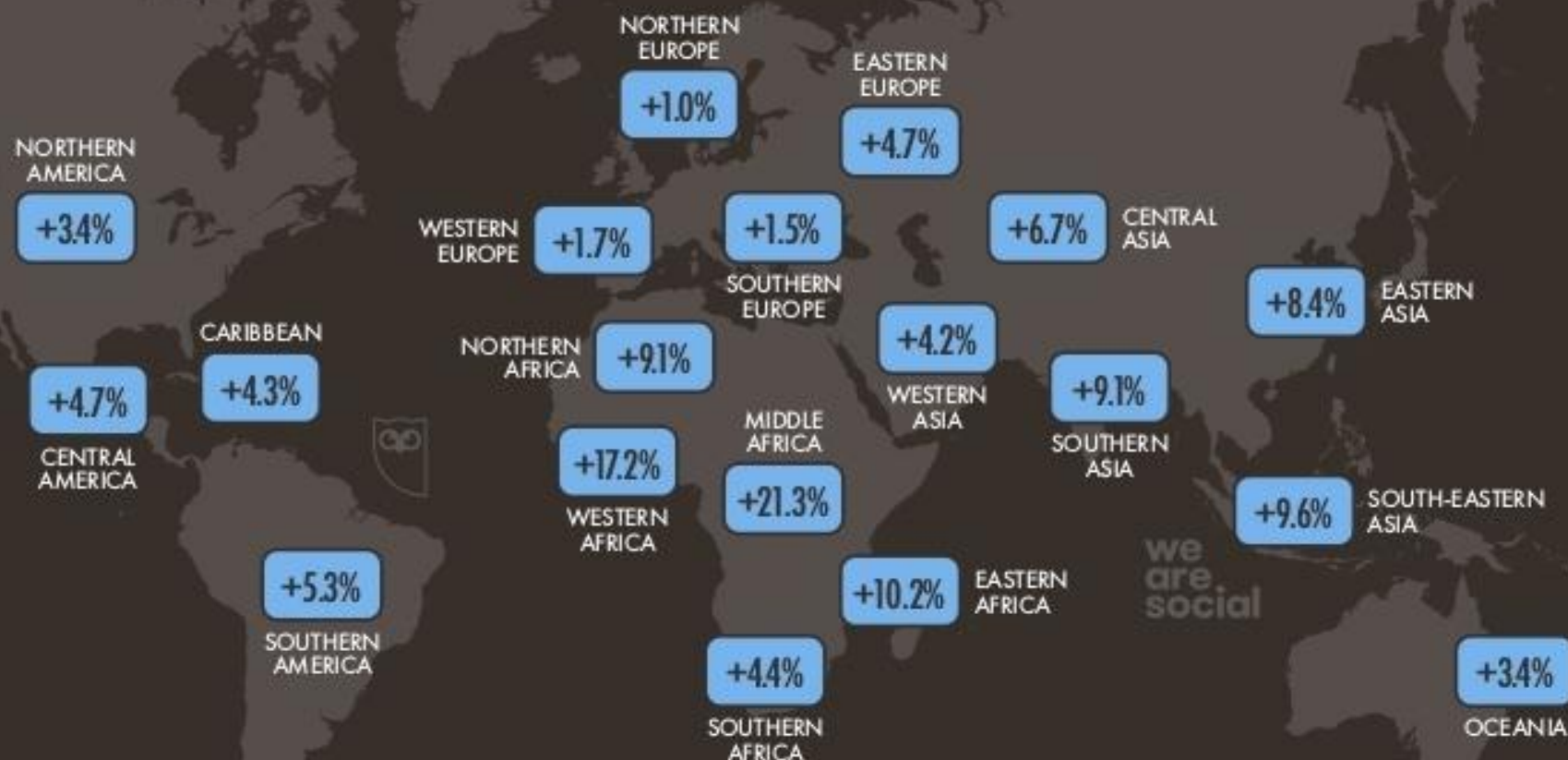
THE NUMBER OF INTERNET USERS IN EACH REGION AS A PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF GLOBAL INTERNET USERS



JAN  
2021

# GROWTH IN INTERNET USERS BY REGION

YEAR-ON-YEAR CHANGE IN THE NUMBER OF PEOPLE USING THE INTERNET BY REGION



**SOURCES:** KEPIOS (JAN 2021) BASED ON EXTRAPOLATIONS OF DATA PUBLISHED BY: THE ITU; LOCAL GOVERNMENT BODIES; GWI; GSMA INTELLIGENCE; EUROSTAT; APJII; CNNIC.  
**ADVISORIES:** INTERNET USER NUMBERS NO LONGER INCLUDE DATA SOURCED FROM SOCIAL MEDIA PLATFORMS. FIGURES ARE **NOT COMPARABLE** WITH DATA PUBLISHED IN PREVIOUS REPORTS. **NOTES:** REGIONS BASED ON THE UNITED NATIONS GEOScheme.

JAN  
2021

# SOCIAL MEDIA USERS vs. TOTAL POPULATION

THE NUMBER OF ACTIVE SOCIAL MEDIA USERS\* IN EACH REGION COMPARED TO TOTAL POPULATION

⚠️ THIS CHART INCLUDES DATA FROM NEW SOURCES, SO VALUES ARE NOT COMPARABLE WITH THOSE PUBLISHED IN PREVIOUS REPORTS

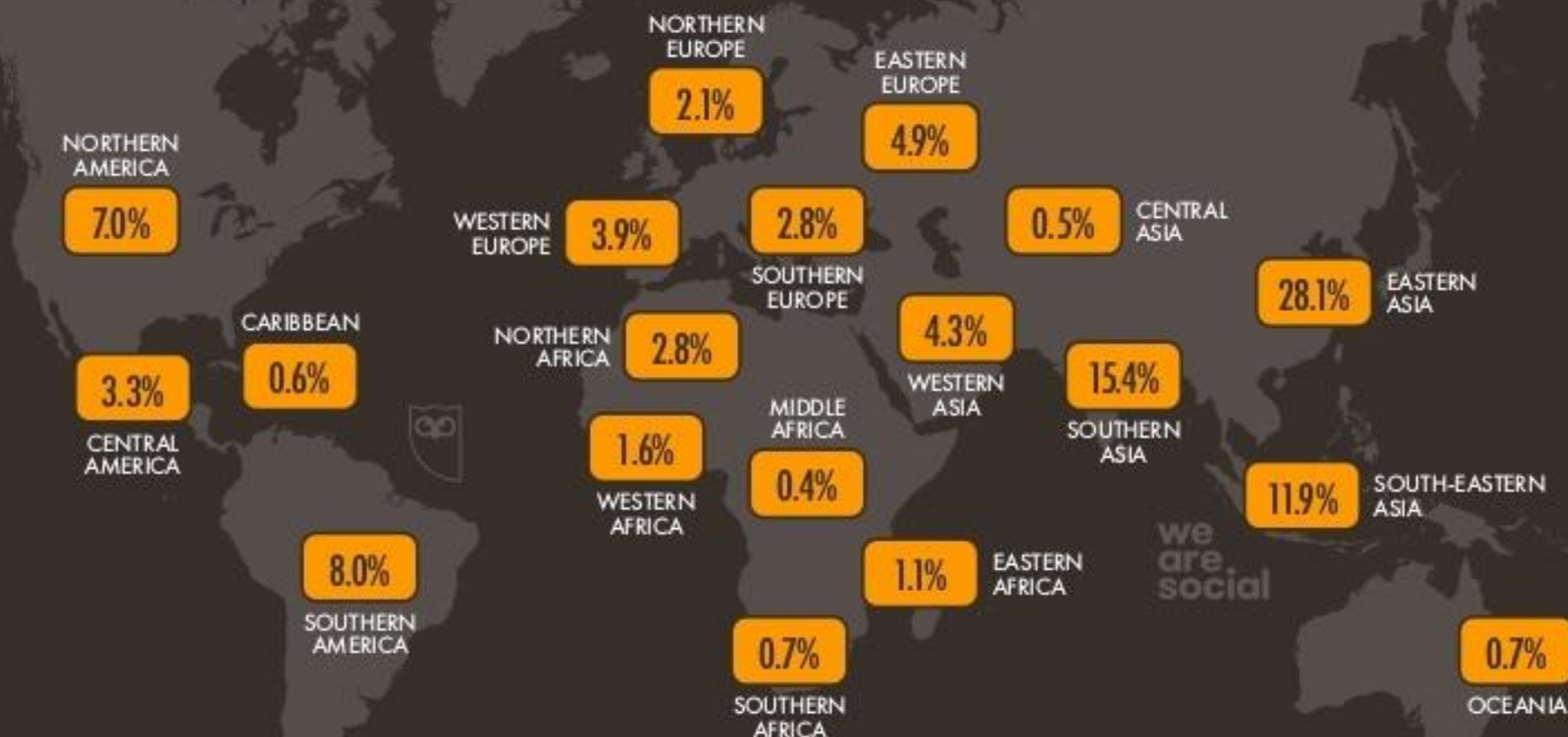


**SOURCES:** KEPIOS (JAN 2021), BASED ON DATA FROM: COMPANY EARNINGS ANNOUNCEMENTS; PLATFORMS' SELF-SERVICE ADVERTISING TOOLS; CNNIC; CAFEBAZAAR; OCDH.  
**\*ADVISORY:** "USERS" MAY NOT REPRESENT UNIQUE INDIVIDUALS, SO FIGURES MAY EXCEED INTERNET PENETRATION VALUES. **NOTES:** DIFFERENCES IN DATA AVAILABILITY MEAN REGIONAL FIGURES MAY NOT CORRELATE WITH GLOBAL TOTALS. REGIONS AS PER THE U.N. GEOScheme. **COMPARABILITY ADVISORY:** DATA ARE NOT COMPARABLE WITH PREVIOUS REPORTS.

JAN  
2021

# SHARE OF THE WORLD'S SOCIAL MEDIA USERS

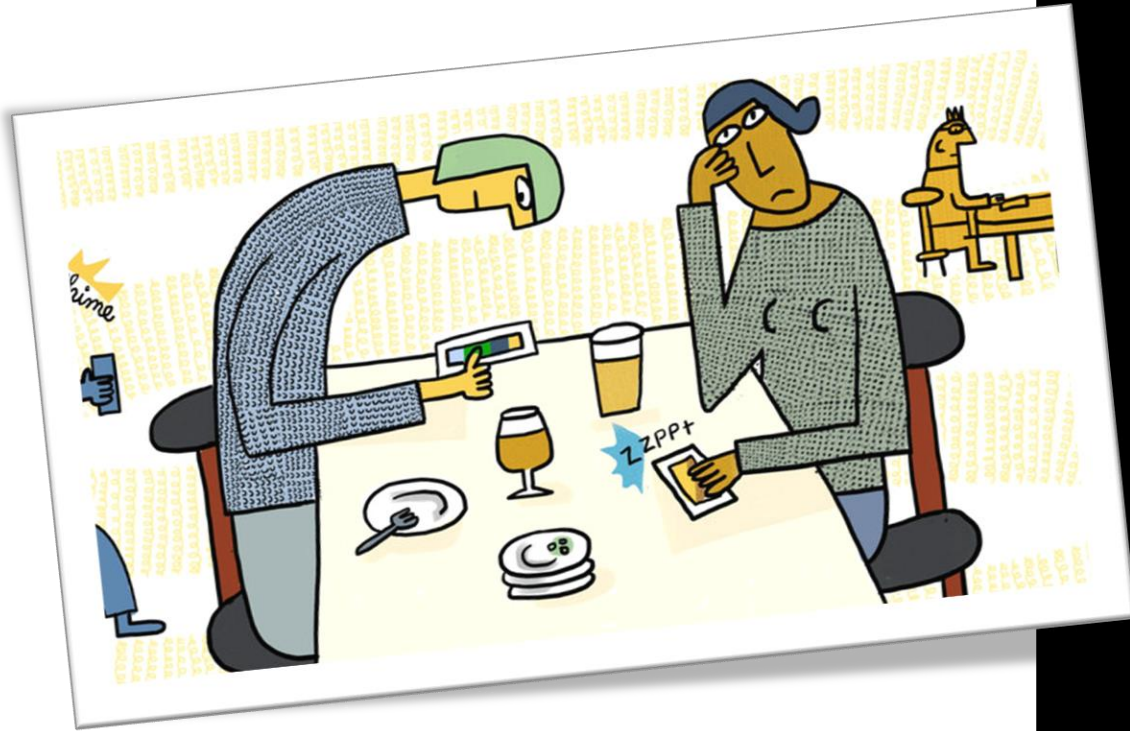
SOCIAL MEDIA USERS IN EACH REGION AS A PERCENTAGE OF THE WORLDWIDE TOTAL OF SOCIAL MEDIA USERS



**SOURCES:** KEPIOS (JAN 2021), BASED ON DATA FROM: COMPANY EARNINGS ANNOUNCEMENTS; PLATFORMS' SELF-SERVICE ADVERTISING TOOLS; CNNIC; CAFEBAZAAR; OCDH.  
**NOTES:** DIFFERENCES IN LOCAL DATA AVAILABILITY MEAN THAT REGIONAL FIGURES MAY NOT CORRELATE WITH GLOBAL TOTALS. REGIONS AS PER THE U.N. GEOScheme. **\*ADVISORY:** "USER" FIGURES MAY NOT REPRESENT UNIQUE INDIVIDUALS. **COMPARABILITY ADVISORY:** IMPORTANT SOURCE CHANGES. DATA ARE NOT COMPARABLE WITH PREVIOUS REPORTS.



► **¿Resultados de este nuevo tiempo?**



- Tener redes sociales, web sites, e-commerce, etc. Ya no son un diferenciador, son una necesidad.
- La gente pasa más tiempo en internet, es hora de llegar a ellos.

**Digitalización como  
estilo de vida**



- Las empresas están acelerando sus procesos ante la necesidad. Esto hace cometer errores, pero son necesarios.
- Se buscan nuevas herramientas y mercados.

**Aceleración de procesos**



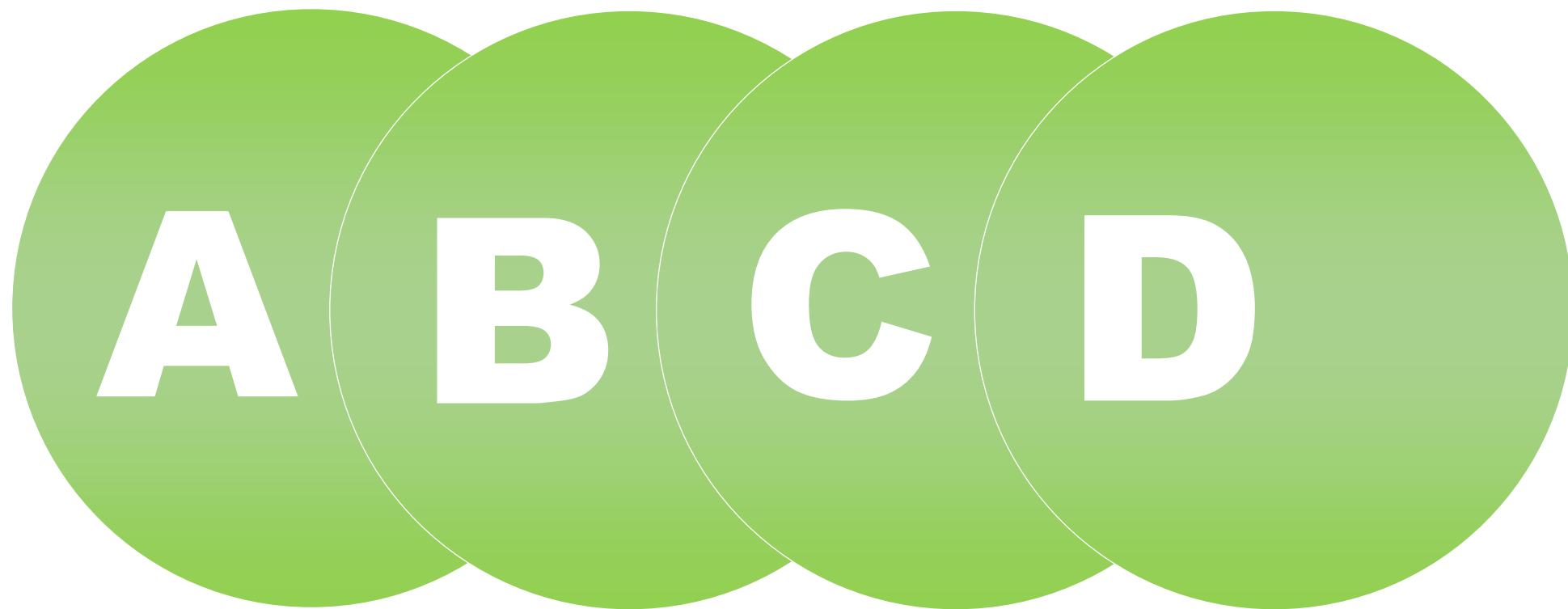
- **Los nativos digitales tienen un ventaja en este tiempo, porque entienden el entorno mucho mejor.**
- **El mercado evoluciona y nos muestra nuevas oportunidades y elimina otras.**

**Creación de  
oportunidades**



Sub negocios y  
cercanía de  
mercados

- Tenemos que entender que el mercado se está diversificando y está cambiando, muchos negocios nacerán y otros morirán.
- Llegar más allá de las fronteras ahora es más fácil.



**ATTRACT**

**BRAND**

**CONNECT**

**DIRECT**

**ABCD DE LAS EMPRESAS ALTAMENTE EFECTIVAS**

La  
Chris  
Bo



A large, stylized neon sign for 'La Chutuf Band'. The text is rendered in a bubbly, cursive font with a blue-to-purple gradient and a bright blue neon glow. The sign is set against a dark background with colorful stage lights in shades of red, green, and blue.

# La Chutuf Band

La Chutuf Band  
"No me cortes la música"  
Tigo Deezer Producciones



Si tienes un plan postpago

# La Chu Chu Band





**3 Consejos  
finales.**



## **1) No te desespere**

Se que la situación es complicada pero necesitamos tener una mente enfocada y estar tranquilos.



## **2) Planifica**

Es necesario tener nuestras ideas con fechas de acción, no todas saldrán a la luz pero es necesario tener un plan de acción.



### **3) Explora**

Tenemos que prepararnos, estudia, lee, toma cursos. Es necesario estar listos para cuando entremos a la cancha. No lo hagas por las personas, hazlo por ti.



GrA  
C  
aS

FB: **@elyeyovera**

INSTAGRAM: **@elyeyovera**

YOUTUBE: **YEYO VERA**

PODCAST: **Resilientes**

LINKEDIN: **Sergio Vera**

Email: **[sergio.vera@aol.com](mailto:sergio.vera@aol.com)**

Teléfono: **78509972**