

## ¿Quién es Andrés Julián Gómez Montes?



Andrés Julián es Ingeniero de Sistemas y Computación con Opción en Administración de Empresas de la Universidad de los Andes y Especialista en Comercio Electrónico de la misma Universidad. Es emprendedor de Internet desde los 15 años y ha trabajado en el sector por más de 18 años.

Durante este tiempo ha creado y liderado el desarrollo estratégico y puesta en marcha de múltiples Plataformas de Internet en empresas del sector real, financiero y del gobierno.

Actualmente Andrés Julián es el Director y Consultor de Consultorías 360°, en la cual se desarrollan temas de Estrategias de Innovación Empresarial, Tecnologías e Internet. Constantemente dicta conferencias y talleres, en temas relacionados con Administración, Estrategias, Mercadeo (tradicional y de Internet), Ventas, Tecnologías, Cambio Organizacional e Internet. También es docente universitario y columnista para medios como el diario La República, Revista Gerente y Revista M2M de Legis.

En 2014 publica el libro "Estrategias de Internet: Cómo destacarse y lograr el éxito", de editorial Infosources. Este libro lo escribe como una necesidad no cubierta por el mercado y busca que el lector, a través de estrategias, tenga presencia en internet en una forma acertada y con el approach correcto.

Andrés Julián es el presidente de la comisión de educación y capacitación de la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico y miembro del Consejo Directivo de la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico. También es miembro de la Junta Directiva del

Capítulo de Ingenieros de Sistemas de la Asociación de Egresados de la Universidad de los Andes.

## **Puntos Claves**

- Andrés Julián es un ingeniero de Sistemas, apasionado por el área técnica, pero principalmente por el área administrativa; por más de la mitad de su vida Andrés ha sido emprendedor y ha trabajado en proyectos relacionados con Internet y Tecnología. Andrés es emprendedor de Internet desde que tenía 15 años. Con un proyecto que lideró, fue finalista del Concurso Ventures 2005, de la Revista Dinero y el Diario Portafolio. Con este mismo proyecto, fue nominado al Premio de Innovación del Diario Portafolio en 2006.
- Andrés Julián es columnista permanente e invitado, de medios como Diario La República, Revista Gerente y Revista M2M de Legis y escribe en Blogs propios y de terceros como Blog Un Emprendedor y Reporte Digital. En los últimos 4 años ha escrito más de 500 artículos.
- Andrés es un orador nato que busca transmitir su conocimiento con el uso del Internet y la Tecnología. Como conferencista ha hecho presencia en más de 100 eventos donde comparte con diferentes audiencias sus conferencias, talleres y clases.
- Andrés también cuenta con una audiencia digital con la cual se comunica a través de sus blogs, webinars, redes sociales y canal de youtube. En los últimos años Andrés ha llevado a cabo una docena de webinars o Seminarios a través de Internet con presencia de más de 1,000 personas, sus Blogs que llevan al aire 5 años aproximadamente reciben en promedio más de 5,000 visitantes únicos al mes y su canal de videos en YouTube atrae a más de 5,000 televidentes por mes.
- En sus conferencias Andrés Julián maneja temas tales como:
  - Estrategias de Internet y de Tecnología
  - Marketing Tradicional y en Internet
  - Innovación Empresarial y Creatividad
  - Cambio Organizacional

- Emprendimiento y creación de Empresas
- Superación personal
- Para mayor información sobre Andrés Julián, lo invitamos a visitar su página web ([www.andresgomez.com](http://www.andresgomez.com)), la página web de su consultora ([www.consultorias360.com](http://www.consultorias360.com)), su cuenta en Twitter ([@AndresJGomez](https://twitter.com/AndresJGomez)) y su perfil en LinkedIn ([www.linkedin.com/in/andresjgomez](http://www.linkedin.com/in/andresjgomez)).

## Libros



Publicado marzo de 2014 por Infosources

*Para mayor información sobre los libros, por favor visite [www.andresgomez.com](http://www.andresgomez.com)*

## Cliente y Aliados

El siguiente es un listado de empresas y aliados con los que ha trabajado el conferencista:

- Almacén Hidalgo
- Asociación de Egresados de la Universidad de los Andes
- Banco Colpatria
- Banco de Bogotá
- Best Choice Ltda.
- BEA Digital
- Cámara Colombiana de Comercio Electrónico
- Constructora Colpatria
- Desarrollos con Ingenio S.A.S.

- Diario La República
- Digiway
- Editorial Maldonado S.A.
- El Taller
- Esfera Diseño
- ID2
- Open Sky
- Pixel Group
- Universidad Javeriana (Bogotá)
- Universidad Militar Nueva Granada
- Reporte Digital (Territorio Creativo Colombia y Movistar Colombia)
- Revista Enter
- Revista Gerente
- Revista M2M (Legis)
- SiEmpresas S.A.
- Sociedad Colombiana de Ingenieros
- The Squad
- Wigilabs
- Casa Editorial El Tiempo

## **Esto dicen los clientes y aliados**

En sus charlas, Andrés Julián explica de manera acertada la importancia de definir cómo Internet apoya la estrategia corporativa en la obtención de los resultados planificados, especialmente en la generación de nuevos prospectos de ventas, incremento de la productividad y la logística, al igual que en la apertura de nuevos mercados y canales. Personalmente recomiendo sus presentaciones.

**Alejandro Delgado Vásquez**

**Directores del Plan de Transformación Productiva del MinCIT  
Sector Software y TI. Programa de Transformación Productiva**



He tenido la oportunidad de ver en dos ocasiones la presentación de Andrés Julián Gómez, sobre "Introducción a las estrategias de Internet trascendiendo a las páginas Web", al respecto debo decir que me ha gustado mucho la claridad con la que expone los temas y su preocupación por hacer fácil la comprensión de los asistentes acerca de los temas expuestos, así los mismos sean técnicos. Su mensaje y énfasis en que las acciones que desarrollen las empresas en materia de gestión digital deben responder a una estrategia, es fundamental para que las empresas que empiezan a abordar estos temas eviten errores y costos elevados en este proceso. Hay muchos ejemplos que se pueden mencionar de empresas que han desarrollado procesos erróneos de desarrollo de estrategias de Internet y creo que haber escuchado previamente una conferencia de Andrés Julián Gómez, les había evitado muchos problemas.

**Sergio Rico López**

**Coordinador Industria Comunicación Gráfica**

**Programa de Transformación Productiva**



Andrés Julián Gómez es un expositor con muchas cualidades humanas. Abarca el tema del comercio electrónico con la sencillez y claridad que una audiencia necesita. Su manejo del tiempo y la diversidad de conceptos que utiliza permiten generar en la audiencia un sentido de pertenencia con el tema. Tiene mucho cambio por delante como investigador y académico.

**Juan Fernando Rubio Romero, Arquitecto diseñador. Exhibit Show**

La conferencia 'Pase a la ofensiva: use Internet y convierta su MiPyme en una exportadora' de Andrés Julián Gómez refiere casos locales exitosos que sirven de inspiración a los empresarios para que usen tecnología en sus negocios. Este llamado a la acción contribuye a que el objetivo de capacitación en las TIC que tiene ENTER FOROS se cumpla, de manera práctica y entretenida

**Ana Maria Luzardo, Enter Foros**



"He tenido la grata experiencia de trabajar con Andrés Julián en temas de Internet, e-commerce así como e-branding, tanto en la industria como en la Academia, encontrándome con un Profesional que entiende muy bien el papel de estos medios para los negocios de hoy y del futuro.

Su visión estratégica del tema combina de manera notable la orientación al mercado con las necesidades del negocio, y tiene un amplio conocimiento del tema y sus implicaciones técnicas, profesionales y sociales.

Es un Profesional con experiencia en el campo y su concepción del uso de internet como una ventaja estratégica para las empresas es avanzada e impecable; es claro, simple y atinado en sus observaciones y recomendaciones."

**Álvaro Gallart, Consultor El Taller, Docente Universidad de los Andes**



"Gracias a su experiencia y conocimiento, Andrés es reconocido inmediatamente como un experto en temas de comercio electrónico.

Integra a la gente muy rápido, transmite y deja mensajes de impacto con gran profundidad. Sus presentaciones son de mucha calidad, muy aplicables."

**Fabio Aroca, Gerente General OpenSky, Coordinador Diplomado Nuevas Estrategias de Comercio Electrónico (Universidad Javeriana Bogotá)**



"Andrés Julián Gómez, transfiere su conocimiento, en aspectos de e-commerce, según múltiples conferencias que ha dictado para la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico, con idoneidad, claridad y precisión.

La idoneidad profesional de Andrés Julián Gómez se ha hecho evidente, en su participación como conferencista en las diferentes espacios de capacitación de la CCCE."

**Victoria Eugenia Virviescas, Directora Ejecutiva de la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico**



"Andrés Julián es un magnífico orador, de forma clara y por medio de ejemplos prácticos le enseña a la audiencia cómo manejar la tecnología disponible para pymes y grandes empresas. Enseña, con su experiencia a afrontar nuevos retos en mercados internacionales"

**Jimena Bravo Buitrago, Gerente General The Squad**



"Responsabilidad, compromiso y cumplimiento...serían tres calificativos que describen el trabajo con Andrés Julián. Habiendo compartido con él labores en diferentes ámbitos - incluyendo el trabajo a nivel social- puedo decir que su emprendimiento, su visión y ganas de hacer las cosas sencillamente bien, lo han identificado como líder de los grandes equipos...no importa que tan "pequeños" sean. El único obstáculo que ha detenido a Andrés en sus propósitos, es la imposibilidad de hacer algo tan bien como debería ser. "

**Natalia Valdés, Bajo el Árbol y Esfera Diseño**

## **Conferencias**

### **1. ESTRATEGIAS DE INTERNET: Trascendiendo las Páginas Web y las Redes Sociales**

**¿A quién va dirigida?:** Nivel alto y medio de las organizaciones, desde presidentes hasta analistas. Muestra a las diferentes áreas y cargos cómo obtener los mayores provechos de Internet.

**Duración:** 90 minutos a 2 horas

**Temática:**

- Diferencia entre Internet con y sin estrategia
- Creando una única estrategia empresarial y de Internet
- El rol de las Páginas Web y las Redes Sociales en la Estrategia de Internet
- Objetivos, metas y métricas, en el mundo físico (offline) y de Internet (online)
- Empoderamiento de las Redes Sociales en la Estrategia
- Cambios organizacionales requeridos para entender a Internet como una estrategia y un activo.
- Innovando y dinamizando la Estrategia de Internet
- Errores Comunes de las empresas en Internet
- El siguiente paso: Estrategias para Mi Empresa
- Esta presentación está basada en el libro Estrategias de Internet: Cómo destacarse y lograr el éxito.

**¿Qué Incluye?:** Una presentación entre 90 minutos a 2 horas, con sesión de preguntas y respuestas

### **2. EXCELENTE Y MEJORANDO: Saliendo del fondo y llegando el cielo**

**¿A quién va dirigida?:** Empresarios, alta y mediana gerencia, que están encargados de liderar proyectos o de participar activamente de estos y emprendedores de todos los niveles.

**Duración:** 90 minutos a 2 horas

**Temática:**

- Experiencia de vida como emprendedor.

- Cómo plantear con éxito un nuevo proyecto en un mercado inexistente.
- Cómo las situaciones negativas, puede ser grandes oportunidades.
- Crecimiento personal y motivación emprendiendo cualquier proyecto.
- Cruzar la barrera que se traza uno mismo al emprender un nuevo proyecto. Cómo ganarle a nuestra mente y a conceptos que están presentes desde nuestra niñez, familia, colegio, universidad y en general, la vida.
- La importancia de la marca personal, cómo vendernos a nosotros mismos y nuestras ideas, a otras personas, empresarios, inversionistas, jefes y demás. Se plantea específicamente, un modelo para personas que tienen problemas de timidez y de comunicación.
- Ejemplos: un emprendimiento relacionado con Internet; el tema será transmitido a la audiencia de manera sencilla, sin importar el conocimiento técnico que posean.

**¿Qué Incluye?:** Una presentación de 90 minutos a 2 horas, con sesión de preguntas y respuestas.

### **3. INNOVANDO EN INTERNET Y CON INTERNET: Manteniéndose a la vanguardia en un mercado que innova todos los días.**

**¿A quién va dirigida?:** Empresarios, alta y mediana gerencia, nivel medio de las empresas y emprendedores.

**Duración:** 90 minutos a 2 horas

#### **Temática:**

- Definición de innovación; involucrando activamente a la audiencia se busca definir el término innovación en el contexto empresarial, así como la diferenciación y entendimiento del rol de la creatividad en este proceso.
- Introducción de una manera sencilla del rol de los arquetipos y cómo estos apoyan la generación de espacios de creatividad e innovación.
- Esquemas recientes de innovación; innovación abierta, capacidades dinámicas e innovación inversa.
- La innovación en la actualidad, está liderada por el desarrollo tecnológico y en especial por Internet. Sin importar que la empresa desarrolle sus actividades en el



mundo físico o el de Internet, se presentan las herramientas y el cómo Internet puede aportar valor a los procesos de Innovación empresarial.

- Esquema general de apropiación, creación de procesos y cultura de innovación dentro de las organizaciones. El objetivo es que de una manera corta y precisa, los asistentes entiendan el rol de la innovación en su organización y los cambios requeridos para que esto sea una realidad a mediano plazo.

**¿Qué Incluye?:** Una presentación de 90 minutos a 2 horas, con sesión de preguntas y respuestas

#### **4. CLAVE DEL ÉXITO EN INTERNET: ENTENDIENDO Y PRIORIZANDO EL CLIENTE**

Hace muchos años se habla de que el cliente es el centro de Internet, y desde hace más de una década con el Web 2.0, se predica sobre esta importancia. Sin embargo, más allá de las redes sociales y algunas pocas plataformas, el usuario está en parte desconectado de esta realidad. Por ejemplo, en América Latina el comercio electrónico está creciendo a pasos agigantados, pero con soluciones que no necesariamente involucran de lleno a los usuarios; son alternativas a la forma como compramos, pero no buscan que el usuario tenga un rol de primer orden, más allá de permitirle hacer comentarios sobre los productos. Todavía nos falta crearles espacios a estos usuarios y este es el tema de esta charla.

**Duración:** 90 minutos a 2 horas

**Temática:**

- Entender el perfil del cliente de hoy, que es tanto Omnívoro Digital como un consumidor 24/7 (Always on-consumer)
- El rol de los dispositivos móviles en el día a día de los clientes, lo cual va más allá de la idea de crear apps
- Los cambios a fondo, empezando a nivel organizacional, de las empresas para acoplarse a estas realidad
- Analizar como las empresas deben cambiar el concepto de Multicanal, por uno de Omnicanal
- Creación de productos y ofertas de la mano del cliente: El Crowdsourcing y la Innovación Abierta

- ¿Qué pasaría si los clientes hacen los diseños, entre ellos votan por los mejores y estos son los que se venden?
- Casos de éxito: Threadless, Margarita, Doritos Canadá, Starbucks, Betabrand y Quirky

**¿Qué Incluye?:** Una presentación entre 90 minutos a 2 horas, con sesión de preguntas y respuestas

## **5. NUEVOS MODELOS DE NEGOCIOS EXITOSOS EN INTERNET**

Tener presencia en Internet, obliga a ser dinámicos, atentos del entorno, de los cambios, de las tendencias y de lo que quieren los clientes. Hay varios modelos de negocio propuestos hace décadas y algunos más recientes, que aplican a la presencia en Internet y que nos puede ayudar a encontrar nichos de mercado y negocios nuevos. En esta charla se explorarán algunos de los principales modelos e incluso se rebatirán frente a lo que se ha dicho en los últimos años.

**Duración:** 90 minutos a 2 horas

### **Temática:**

- Modelos de negocios dinámicos en Internet
- Innovación permanente y como estrategia en Internet
- Algunos modelos de negocios reinventados para Internet: Long Tail, First Class Service, MVP, Océanos Azules, Capacidades Dinámicas, Innovación Inversa, Crodwsourcing e Innovación Abierta
- Debate sobre modelos de negocios en Internet
- No todo puede ser long-tail
- Volviendo al pasado con el First Class Service, a través de Internet
- MVP + Océanos Azules, una combinación ganadora
- Innovación Abierta vs. Crowdsourcing puro
- Creando el modelo de negocio para mi empresa
- Casos de éxito: Crutchfield, Linio, Bellroy, Dollar Shave Club y Fancybox

**¿Qué Incluye?:** Una presentación entre 90 minutos a 2 horas, con sesión de preguntas y respuestas

## **6. NUEVOS ESQUEMAS DE INNOVACIÓN EN LAS EMPRESAS, CON ÉNFASIS EN EL ÁREA DE VENTAS**

Es una charla introductoria y general sobre nuevos esquemas de innovación que han aparecido en los últimos años y se incluye el tema de ventas teniendo en cuenta el perfil de los asistentes.

**Duración:** 90 minutos a 2 horas

**Temática:**

- Introducción y definición a la Innovación Empresarial: ¿Qué es Innovación, por qué es tan importante y como se relaciona con la Creatividad?
- La innovación como proceso: La Innovación Empresarial verdaderamente toma sentido cuando se convierte en un proceso permanente, parte de la cultura empresarial, en lugar de algo puntual y esporádico.
- Nuevos esquemas de innovación:
  - Innovación Abierta: Explicación y uso, como las empresas están aprovechando Internet para innovar, ahorrando costos y creando liderazgo. Se busca aprovechar, de manera ética y controlada, creaciones e ideas de terceros, para el beneficio de nuestra organización
  - Capacidades Dinámicas: Todas las organizaciones tienen capacidades, pero en su mayoría son estáticas. Con un ejemplo de una conocida empresa Colombiana, se muestra como al convertir las capacidades en dinámicas, podemos ser líderes en nuestros mercados, mejorar procesos y ahorrar, costos entre otros.
  - Océanos Azules: Basado en libro best-seller del mismo nombre y su aplicación por miles de organizaciones en el mundo, se muestra como innovar permanentemente, siempre un paso adelante de la competencia.
  - Innovación Inversa: La innovación usualmente se asocia con empresas del “primer mundo”, pero en los países en vía de desarrollo se puede innovar, e incluso llevar la innovación creada en estos, a empresas del primer mundo.
  - Innovación en Ventas - pasando a la acción: Basada en los anteriores esquemas de innovación, se propondrán algunos métodos de innovación

para ventas. Se espera participación activa del público para exponer ejemplos del mundo real y ofrecer soluciones que puedan ser aplicadas.

- Cierre y preguntas.

**NOTA:** Todas las conferencias incluyen una copia del libro "Estrategias de Internet – Cómo destacarse y lograr el éxito", la cual será entregada a uno de los asistentes, después de alguna dinámica durante la charla.

## **Talleres**

### **1. SERVICIO AL CLIENTE EN LA ERA DE INTERNET + Diagnóstico "In Company"**

**¿A quién va dirigida?:** Empresarios, alta y mediana gerencia, nivel medio de las empresas. Específicamente el tema será de interés para las áreas de gerencia, servicio al cliente y mercadeo.

**Duración:** 8 horas

#### **Temática:**

Este taller está diseñado para entender la evolución que han tenido los consumidores y cómo se afecta el servicio al cliente con la aparición de Internet y principalmente las redes sociales. Se parte de un análisis de la empresa contratante en general y de las empresas en general, después se complementa con el cliente específico de la empresa y la forma cómo opera la empresa contratante. Para realiza este taller se sugiere el siguiente esquema:

- 8:00 am: Inicia con un desayuno VIP y charla general al equipo empresarial, servicio al cliente y mercadeo. Se comparte la primera charla introductoria y se entiende la problemática particular a responder.
- 10:00 am: Con un grupo de clientes VIP se tiene una sesión de preguntas y respuestas.
- 12:00 m: Almuerzo con la alta gerencia para explorar nuevos esquemas de servicio al cliente. Se busca entender la flexibilidad sobre políticas de servicio al cliente y lo que esperan a largo plazo con la evolución del cliente.

- 2:00 pm: Sesión de cierre, con la participación de las directivas, mercadeo y servicio al cliente. Partiendo de casos y ejemplos de servicio al cliente en Internet, se establecen grupos de trabajo para buscar esquemas que puedan ser aplicados por la empresa.
- Entre los casos a estudiar en la última sesión están:
  - Home Depot
  - Domino's
  - Empresa de telefonía en Colombia
- El conferencista estará presente hasta las 6:00 pm. Entre las 4:00 pm y 6:00 pm, y en los breaks, estará disponible para recibir preguntas y profundizar en temas que no se hayan abordado en las charlas.

*\*Queda abierta la posibilidad de que sea el cliente quien plantee la agenda del día basándose en las necesidades puntuales de la empresa.*

**¿Qué Incluye?:** Desayuno VIP, almuerzo y conferencia de ocho horas con directivos y empleados de la compañía. Ocho horas para compartir con el conferencista y su experiencia en el tema de redes sociales y servicio al cliente.

## **2. INNOVACIÓN Y CREATIVIDAD EN LAS ORGANIZACIONES: Innovación y creatividad práctica, medible y con resultados + Diagnóstico "In Company"**

**¿A quién va dirigida?:** Empresarios, alta y mediana gerencia, nivel medio de las empresas.

**Duración:** 8 horas

### **Temática:**

La innovación es un término que usan muchas organizaciones y que parece ser parte de una tendencia. Sin embargo, la innovación debe ser entendida como parte esencial de las organizaciones, de su cultura y de la forma cómo se realizan estos procesos. Este taller está diseñado para empresas con cualquier grado de aplicación de conceptos innovadores y determina los elementos prácticos que permiten acoplar la innovación a la organización. De manera similar se introducirá el tema de la creatividad, como el "complemento humano" a la innovación empresarial.

El siguiente es el esquema general de actividades que se proponen para realizar el taller:

- 8:00 am: Desayuno con la alta gerencia, dónde se analizan sus experiencias en Innovación y lo que desean lograr con la nueva aplicación de esquemas de Innovación. Basado en estas expectativas, se realiza un plan preliminar de apropiación de innovación, así como unas métricas iniciales. Estos insumos serán el mapa de ruta general para la gerencia.
- 10:00 am: Con la participación de la gerencia, mandos medios y demás personal, se realiza una sesión grupal, dónde se establecen los criterios para propiciar la creatividad de nivel personal y después la innovación como organización. Se parte de unos conceptos básicos, como los arquetipos y herramientas de trabajo en grupo y solitario. En esta sección se busca mezclar el grupo con personas de diferentes rangos dentro de la empresa.
- 12:00 m: Almuerzo con el personal de la empresa. Se busca aumentar el contacto con operarios y cargos medios, dónde se resaltará su importancia en el proceso de innovación. Es una sesión dónde se busca entender, exponer y controlar el cambio organizacional.
- 2:00 pm: Se exponen diversos casos de Innovación Empresarial y Creatividad en las Empresas. Se expondrán casos que se asemejen a la realidad de la empresa contratante.
- 3:00 pm: Nuevamente con la Alta Gerencia, se realiza una sesión de cierre, con las conclusiones del día y la ruta a seguir. Esta sesión es un conversatorio dónde se espera participación activa de todos los integrantes.
- El conferencista estará presente hasta las 6:00 pm. Entre las 4:00 pm y 6:00 pm, y en los breaks, estará disponible para recibir preguntas y profundizar en temas que no se hayan abordado en las charlas.

*\*Queda abierta la posibilidad de que sea el cliente quien plantee la agenda del día basándose en las necesidades puntuales de la empresa.*

**¿Qué Incluye?:** Desayuno VIP, almuerzo y conferencia de ocho horas con directivos y empleados de la compañía. Ocho horas para compartir con Andrés Julián Gómez y su experiencia en el tema de innovación empresarial y creatividad.

### **3. APRENDIENDO DE INTERNET: Navegando por Internet como un Experto**

**¿A quién va dirigida?:** Empresarios, alta y mediana gerencia, nivel medio de las empresas. Este taller ha sido diseñado para personas que le tienen miedo a Internet, no aprovechan al máximo este medio y tienen dudas sobre el mismo.

**Duración:** 8 horas

**Temática:**

El taller aprendiendo de Internet, ha sido diseñado para la gerencia y media de las empresas, dónde este personal por su edad, experiencia y características le tiene algún miedo o prevención a Internet. Después del taller los asistentes podrán entender y manejar de una excelente manera su presencia en Internet, previniendo problemas y sacándole el máximo provecho a este medio. El tema se mira tanto a nivel personal como corporativo.

- Se inicia con un conversatorio con el público, dónde podrán exponer sus experiencias, temores y problemas. Algunos de los temas presentados se expondrán a lo largo del taller y otros serán incluidos de manera dinámica, de acuerdo a las necesidades de la empresa
- Después de entender los requerimientos de la audiencia, se continúa con una sesión de explicación básica sobre Internet.
- Durante el día se abordarán varios temas con ejemplos, en tiempo real (con acceso a Internet), que abordan los siguientes temas:
  - Historia breve de Internet
  - Las redes y tecnologías que hacen posible el funcionamiento de Internet
  - Internet 1.0, 2.0 y 3.0
  - El Correo Electrónico
  - Páginas Web:
    - Lenguaje HTML
    - Plataforma Web
    - Posicionamiento Web
    - Motores de Búsqueda
  - Dispositivos Móviles
  - Publicidad en Línea
  - Seguridad y Fraudes en Línea
  - Ingreso y provecho de las Redes Sociales

- Facebook
- Twitter
- YouTube
- LinkedIn
- Google +
- Otros
- Comercio Electrónico
- Computación en la Nube
- Todos los temas serán abordados desde un punto de vista sencillo y poco técnico.
- Igualmente las explicaciones serán mezclada con sesiones en grupo e individuales, dónde los asistentes podrán aplicar lo que han aprendido.
- El conferencista estará presente hasta las 6:00 pm. Entre las 4:00 pm y 6:00 pm, y en los breaks, estará disponible para recibir preguntas y profundizar en temas que no se hayan abordado en las charlas.

**¿Qué Incluye?:** Conferencias y talleres de ocho horas con directivos y empleados de la compañía. Ocho horas para compartir con Andrés Julián Gómez y su experiencia en el tema de Internet.

**NOTA:** Todos los talleres incluyen una copia del libro "Estrategias de Internet – Cómo destacarse y lograr el éxito", el cual será entregada a uno de los asistentes, después de alguna dinámica durante el taller.

**Para mayor información visite [www.andresgomez.com](http://www.andresgomez.com)**

### **Requisitos de audio y video**

El salón deberá tener una tarima que permita la visibilidad de todos los asistentes.

- Computador portátil estándar, conexión al proyector y salida para audio: se necesita proyectar una presentación en Power Point y videos en Media Player en caso de que se requiera. El computador deberá contar con conexión permanente de alta velocidad a Internet



- Una mesa para el computador.
- Video proyector y pantalla.
- Sonido básico.
- Un tablero metálico en tarima y apoyo de video para que los asistentes puedan ver en pantalla las notas del conferencista (preferiblemente).
- Micrófono de solapa para el conferencista.
- Micrófonos de mano para preguntas.
- Pointer para que el conferencista pueda pasar las diapositivas durante su presentación.

\* Es necesario una prueba de video y sonido 30 minutos antes de la conferencia con el equipo de producción.

\* Los requerimientos de audio y video dependen del número de asistentes.

\* Por favor tener una botella de agua sobre la mesa del computador para el conferencista.

## **Otros requisitos**

**Salón o espacio para el conferencista:** Se agradece que el conferencista pueda tener un espacio, con acceso a internet, para trabajar antes de su presentación.

**Internet para los Asistentes:** Para los talleres de servicio al cliente en Internet y Aprendiendo de Internet, el salón debe contar con conexión inalámbrica a Internet de alta velocidad Wifi, para que los asistentes puedan acceder con sus equipos a Internet.

**Desayunos y Almuerzos para los Talleres:** Los desayunos y almuerzos, así como los espacios para realizar los mismos durante los talleres, deben ser provistos por el cliente.

**Grabación durante las presentaciones:** La grabación y/o transmisión de la conferencia no está permitida sin previa autorización del conferencista.

**Transmisión vía streaming:** En caso de que el cliente lo requiera y con previa autorización del conferencista las conferencias podrán ser transmitidas vía streaming.