

Cómo crear grupos de Facebook y aprovechar ventajas de comunidad online

Dado que ahora la mayoría de los consumidores cuentan con un perfil de Facebook el potencial de esta red para conectar a los negocios con su público objetivo y crear comunidad con ellos es enorme, especialmente si estos aprovechan una de sus herramientas más valiosas: los grupos.

Estos permiten dar a conocer el negocio desde la especialidad y experiencia, llegando al tipo de consumidor correcto e interesado en lo que uno ofrece.

Es por ello que, en esta oportunidad el Consultorio Financiero de MiBanco nos enseña cómo crear grupos de Facebook pues, en un contexto digital como el actual, suponen una herramienta valiosa para generar conversaciones alrededor de nuestra marca y crear un sentimiento de comunidad valioso para nuestros clientes. Los pasos a seguir son los siguientes:

1. Defina su tipo de grupo de Facebook

Abierto: sirven para que su marca sea más vista y para potenciar la temática en la que se especializa y en la que quiere posicionarse.

Al ser abierto podrá llegar a potenciales clientes, además Facebook da prioridad a la ubicación del grupo por lo que podrá llegar a clientes de su zona.

Cerrado: Para ser parte de ellos debe ser admitido y cumplir ciertas reglas que establece el administrador.

Por otro lado, el alcance de su negocio será menor pero más especializado, es decir, podrá hacerse conocido desde lo que más sabe. Asimismo, usualmente en estos grupos encontrará a aquellas personas interesadas en sus productos.

Secreto: Grupo indicado para generar exclusividad con sus clientes, pues en ellos podrá crear una comunidad selecta de clientes a quienes deberá entregar contenido de alto valor.

Útil para generar un sentido de pertenencia y comunidad, ambos fundamentales para el desarrollo de la relación con el cliente.

2. Cree el grupo y configúrelo

Lo podrá hacer entrando a facebook.com/groups, donde deberá elegir un nombre para el grupo, elegir la privacidad e indicar si es un grupo oculto o visible para todos.

3. Personalice su grupo

Cree un diseño para la cabecera del grupo, una descripción de su grupo con las políticas o reglas de convivencia, defina la ubicación de su grupo y finalmente suba una publicación de bienvenida y destáquela.

Con estos consejos ya está listo para aprovechar las ventajas de conformar su propia comunidad de clientes en Facebook.

Sea un grupo abierto, cerrado o secreto, el algoritmo de Facebook le permitirá llegar a los clientes adecuados ya que la plataforma segmenta a sus usuarios según sus intereses y preferencias. ¿Qué espera para aprovecharlo?

Perú tiene acuerdos comerciales pendientes por negociar

La exministra de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur), Claudia Cornejo, afirmó que durante su gestión dejó acuerdos comerciales pendientes para su negociación durante este gobierno, así como la profundización y optimización de los que ya se tienen.

Indicó que están pendientes las conversaciones para un posible acuerdo comercial entre Perú y la India, cuyos trabajos para la elaboración del Estudio Conjunto de Factibilidad entre ambos países se iniciaron en marzo de 2015.

Además, con Centroamérica, específicamente con Nicaragua, se busca consolidar la posición peruana en estos mercados porque son importantes para las pymes del país.

Optimización de los acuerdos comerciales

Cornejo explicó que está pendiente la mejora de los términos y condiciones de nuestros acuerdos comerciales con Brasil, Argentina y China, por ello, afirmó que sí existe una agenda comercial bastante dinámica.

“Hay varias negociaciones que están pendientes que se tienen que continuar sin duda y una de las más importantes es la profundización del acuerdo comercial con China, recordemos que es nuestro principal socio comercial”, declaró a La Cámara.

Asimismo, calificó como positivo el desempeño del sector comercio exterior en lo que va del año porque se han cumplido las cifras de recuperación que se dieron en diciembre del 2020.

“Estos números se están cumpliendo, estamos viendo mes a mes cifras de exportación buenas prácticamente en todos los sectores y no se estarían dando sin duda si el año pasado no hubiéramos tomado las medidas de apoyar al sector en los momentos más difíciles”, puntualizó.

Recaudación por impuesto a la renta creció 55% en agosto

La recaudación por impuesto a la renta creció en 55,1% en agosto del 2021 respecto al mismo mes de 2020 y en 34,8% con relación a similar mes de 2019, informó el Banco Central de Reserva (BCR).

Este resultado positivo se da por sexto mes consecutivo, principalmente por los pagos a cuenta de personas jurídicas domiciliadas.

Recaudación enero – agosto

En el período enero-agosto, el crecimiento de la recaudación por este tributo fue de 37,5% respecto al mismo período de 2020 (19,1% en relación al periodo de enero a agosto de 2019).

En ello influyeron, principalmente, el pago por regularización del impuesto a la renta del ejercicio gravable 2020 de las

personas jurídicas, que alcanzó un nivel récord, y los pagos a cuenta del impuesto a la renta de las personas jurídicas domiciliadas; en menor medida lo hizo el impuesto a la renta de personas naturales, principalmente por rentas de segunda categoría (dividendos).

Personas naturales

La recaudación del impuesto a la renta de personas naturales en agosto subió en 26,9% respecto al mismo mes de 2020 (27,0% con relación a agosto de 2019), debido principalmente a los mayores ingresos por rentas de segunda, cuarta y quinta categorías.

Asimismo, los ingresos del impuesto a la renta de personas jurídicas se incrementaron en 106,8% en agosto respecto al mismo mes de 2020 (37,1% con relación a agosto de 2019).

Por su parte, entre enero y agosto de 2021, se registró un crecimiento en la recaudación del impuesto a la renta de personas naturales en 21,5% respecto al mismo período de 2020 (7,8% con relación a los primeros ocho meses de 2019).

En el caso de la renta de personas jurídicas, se registró un crecimiento de 33,0% respecto al mismo período de 2020 (19,9% con relación al periodo enero-agosto de 2019).