

	A	B	C	D	E	F	G	H
1	CONTEO DE REACCIONES EN FACEBOOK			=MAX(482;107;28;283)			=MIN(482;107;28;283)	
2	REACCION	CANTIDAD						
3	CORAZON	482						
4	COMENTARIO	107		=MAX(B3;B4;B5;B6)			=MIN(B3;B4;B5;B6)	
5	COMPARTIDO	28						
6	LIKES	283						
7								
8				=MAX(B3:B6)			=MIN(B3:B6)	
9								
10	TIPOS DE REDES USADOS POR MIS CLIENTES							
11	PLATAFORMA	VISTAS	FORTALEZA/ DEBILIDAD					
12	FACEBOOK	1548	=SI(1548>2000;"FORTALEZA";"DEBILIDAD")					
13	TIKTOK	1359	=SI(1359>2000;"FORTALEZA";"DEBILIDAD")					
14	TWITTER	2144	=SI(B17>2000;"FORTALEZA";"DEBILIDAD")					
15	YOUTUBE	1988	=SI(B18>2000;"FORTALEZA";"DEBILIDAD")					
16	INSTAGRAM	1548	=SI(B19>2000;"FORTALEZA";"DEBILIDAD")					
17								

P 15 | Influencers más útil

Junta asistida | Definitivamente tiene esta característica



MISIAS PERO VIAJERAS



Viaja y prueba



HugoX ChugoX

	LIKES	SI SUPERA 50% ES UTIL
MISIAS PERO VIAJERAS		
VIAJA Y PRUEBA		
HUGOX CHUGOX		
TOTAL		

CON LA FUNCION MAX, MIN IDENTIFICA LA MAYOR LIKES

MAXIMA VOTACION					
MINIMA VOTACION					

**las visitas a tiendas,
por centro comercial en Perú**

Junio 2024 / junio 2023 (Var.%)

Centros comerciales	
Jockey Plaza	2.9%
Plaza San Miguel	15.1%
Mega Plaza	17.6%
Plaza Norte	13.2%
Real Plaza - Salaverry	9.2%

VISITAS A TIENDAS			
Nº	TIENDA	VISITAS EN %	10% ES UN NEGOCIO ESTABLE
1	JOCKEY PLAZA	2.9%	
2	MEGAPLAZA	18%	
3	PLAZA NORTE	13%	
4	REAL PLAZA	9%	
5	PLAZA SAN MIGUEL	15%	
6	HUAMANTANGA	42%	

CON LA FUNCION MAX, MIN IDENTIFICA LA MAYOR CANTIDAD DE VISITAS

MAXIMA VOTACION						
MINIMA VOTACION						

2024 Men's Ballon d'Or

Points ranking

1. Rodri - 1170 points

2. Vinicius Jr. - 1129 pts

3. J. Bellingham - 917 pts

4. D. Carvajal - 550 pts



BALON DE ORO 2024		
Nº	JUGADOR	PUNTOS
1	D CARBAJAL	550
2	VINICIUS JR	1129
3	RODRI HERNANDE	1170
4	J BELLINGHAM	917

CON LA FUNCION MAX, MIN IDENTIFICA LA MAYOR PUNTOS			
MAXIMA VOTACION			
MINIMA VOTACION			

CON LA FUNCION MAX, MIN IDENTIFICA LA VALORACION

				SI ES
MAXIMA VOTACION				
MINIMA VOTACION				

Nivel de distribución de las redes sociales y aplicaciones móviles acorde a los objetivos empresariales					
Brindar información			Mejorar la imagen de la empresa		
	Facebook	74%		Facebook	64%
	Twitter	11%		Twitter	20%
	Instagram	9%		Instagram	16%
	WhatsApp	4%	<i>Promociones y acciones publicitarias</i>		
	Messenger	4%		Facebook	90%
<i>Comunicación con todos los stakeholders</i>				Instagram	10%
	WhatsApp	81%	<i>Para seguimiento post-venta</i>		
	Facebook	11%		Facebook	55%
	Messenger	6%		WhatsApp	39%
	Skype	2%		Messenger	6%

REDES	BRINDA INFORMACION	NIVEL DE SATISFACCION (BUENA/MALA)	MEJORA LA IMAGEN	NIVEL DE SATISFACCION (BUENA/MALA)	COMUNICACIÓN	NIVEL DE SATISFACCION (BUENA/MALA)	PARA SEGUIMIENTO
FACE							
WHATSAPP							
MESSANGER							
INSTAGRAM							
TWITTER							
SKYPE							

VISITANTES A MUSEOS



CON LA FUNCION MAX, MIN IDENTIFICA LA MAYOR VOTACION

MAXIMA VOTACION					
MINIMA VOTACION					