

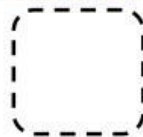
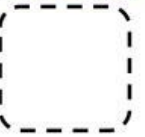
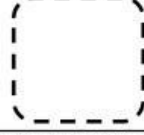
Actividad 2: Formulamos hipótesis falsables. Idea de negocio: "Servicios publicitarios enfocados en la elaboración de historias, videos cortos y publicaciones en redes sociales"

Lienzo de Lean Canvas

PROBLEMA ¿Qué problema se quiere solucionar? • Los artesanos tienen poca visibilidad en redes sociales y no logran atraer nuevos clientes	SOLUCIÓN ¿Cómo resolvemos el problema? • Un kit publicitario que incluye plantillas y estrategias para mejorar la promoción en redes MÉTRICAS CLAVES ¿Cómo medimos el éxito de nuestro Producto Mínimo Viable? • Número de kits vendidos, alcance en redes sociales	PROPUESTA DE VALOR ÚNICA ¿Qué hace especial nuestro Producto Mínimo Viable? • Aumentar la visibilidad y las ventas de los artesanos a través de contenido atractivo y profesional	VENTAJA ESPECIAL ¿Qué nos hace difícil de copiar? • Adaptación personalizada para cada artesano y enfoque en el crecimiento sostenible CANALES ¿Cómo llegamos a los clientes? • Ferias locales, redes sociales como Instagram y Facebook	SEGMENTO DE CLIENTES ¿Quiénes sufren el problema? • Artesanos locales que buscan mejorar su presencia en redes sociales
ESTRUCTURA DE COSTOS ¿Cuáles son los gastos principales? • Diseño de plantillas, • promoción en redes		FLUJO DE INGRESOS ¿Cómo obtendremos ganancias? • Venta del kit y talleres personalizados de marketing digital		

Relaciona las hipótesis falsables del emprendimiento para su modelo de negocio:
Luego registramos las hipótesis en el Lean Canvas digital

Lienzo de Lean Canvas

PROBLEMA 	SOLUCIÓN  MÉTRICAS CLAVES 	PROPUESTA DE VALOR ÚNICA 	VENTAJA ESPECIAL  CANALES 	SEGMENTO DE CLIENTES  Early adopters Primeros seguidores
ESTRUCTURA DE COSTES 		FLUJO DE INGRESOS 		

A	• Si mostramos las publicaciones y videos a turistas jóvenes, al menos 3 de cada 5 estarán interesados en seguirnos para conocer más sobre los artesanos del Carmen	B	• Al menos 4 de cada 5 artesanos de El Carmen prefieren recibir ayuda para promocionar sus productos en redes sociales en lugar de hacerlo solos
C	• Al menos 4 de cada 5 turistas sienten que nuestras publicaciones reflejan la auténtica cultura de El Carmen y sus artesanos	D	• Al menos el 80 % de los artesanos estarán satisfechos con el contenido y creerán que representa bien su trabajo
E	• Si publicamos en Instagram y Facebook, al menos 3 de cada 5 turistas verán y seguirán el contenido sobre los artesanos de El Carmen	F	• Si ofrecemos una publicación promocional a los artesanos al precio de 10 soles, al menos 2 artesanos aceptarán el servicio en la primera semana