

INSTITUCION EDUCATIVA SAN MATEO DE HUANCHOR

Concurso del crea y emprende

PROYECTO

“SERVICIO DE DISEÑO DE GIGANTOGRAFIAS PUBLICITARIAS”**Docente Asesor: MIGUEL SANDOVAL DE LA CRUZ****Código modular del docente (1040919317)****0245126 - SAN MATEO DE HUANCHOR****Categoría en la que concursa: "A" COMPUTACION INFORMATICA****Año y sección: 2"A"****Integrantes**

1. – Rosita Alanís Flores Matencio
2. Valentina Valle Pérez
3. Sofía Angelica Rincón Tejeda
4. Sebastián Piero Vásquez Quispe
5. Jair Sebastián Echevarría Silva

Índice

I.-Caratula	2
II. ETAPA DEL PROYECTO: PREPARACIÓN.....	4
2.1 Situación problemática redactada considerando las necesidades de las personas del contexto (barrio, distrito, comunidad).....	4
2.2 Situación problemática redactada que permite articular aprendizajes STEAM (desde las Ciencias, Tecnología, Ingeniería, Arte y Matemática).....	4
2.3 Reto planteado desafiante, pero alcanzable.....	5
2.4 Representación gráfica elaborada de los roles de cada integrante en el equipo.	6
2.5 Nombre del equipo redactado	7
2.6 Mantra redactado	8
2.7 Nombre de una emprendedora o emprendedor local y descripción, en 5 líneas máximo, de por qué se le escogió.....	9
2.8 Link de la canción que los representa, alojado en un drive	9
2.9 Link de la página del equipo emprendedor en Facebook.	9
III. ETAPA DEL PROYECTO: CREACION	10
3.1 Fase Empatizar de la metodología del Design Thinking:	10
El reto o desafío planteado se inicia con la pregunta “¿Cómo podríamos nosotros...?”	10
El reto formulado da lugar a variadas alternativas de solución sin centrarse en una sola.....	10
Cuadro con los aspectos que faltan conocer para realizar el proyecto	11
Registro de las necesidades recogidas aplicando la técnica de la entrevista	11
Empatizar	11
Registro de las necesidades recogidas aplicando la técnica de la observación	13
Planificamos la Entrevista.....	13
Realizamos la Entrevista.....	13
Fase Definir de la metodología del Design Thinking:	14
Organizador elaborado de fuentes secundarias sobre lo que “se quería conocer más”	15
Listado de necesidades más frecuentes sobre lo que se pregunta, obtenidas por medio de la aplicación de alguna técnica del Design Thinking el nuevo reto o desafío.	15
Listado de necesidades más frecuentes sobre lo que se observa, obtenidas por medio de la aplicación de alguna técnica	15
Problema definido con la técnica del Punto de Vista (POV) e. Nuevo reto o desafío redactado como pregunta según el modelo “¿Cómo podríamos nosotros...?”, que permita variadas alternativas de solución teniendo en cuenta la información obtenida en la fase Empatiza ..	16
Fase Idear de la metodología del Design Thinkin.....	20

Fase Prototipo de la metodología del Design Thinking.....	22
Representación final del prototipo con materiales reciclados, plastilina, cartones u otros (si se trata de un producto) o con un diagrama de flechas (si se trata de un servicio).....	23
Representación mediante gráficos digitales (diseño digital)	23
Fase Evaluar de la metodología del Design Thinking:	24
Fase de plantar el Modelo de negocio Lean Canvas	26
IV.- ETAPA DE PLANIFICACION	27
4.1 Inventario elaborado de los recursos con que se cuenta y los recursos o insumos con los que no se cuenta.	27
4.2 Listado y descripción de las actividades que se realizarían para obtener los recursos que no se cuenta	27
Diagrama de Gantt elaborado como el plan de implementación del Producto Mínimo Viable (Anteriormente prototipo), Incluye actividades de elaboración	28
Estructura de Costos del servicio	31
V.- ETAPA DE EJECUCIÓN	34
Listado y descripción de las actividades realizadas que permitieron obtener recursos.....	34
Diagrama de flechas para el proceso de servicio	35
Diagrama de Operación de procesos	36
Afiches publicitarios elaborados con la técnica AIDA (Atención, interés, Deseo, Acción).....	37
APLICANDO LA TECNICA AIDA.....	39
Logotipo del producto.....	40
Video promocional del proyecto de emprendimiento elaborado, de 30 segundos, aplicando la técnica AIDA	41
Bloques del lienzo de modelo de negocio Lean Canvas validado	45
Diapositiva elaborada para venta, utilizando la técnica 10/20/30	46
VI.-ETAPA DE EVALUACION	47
6.1 Listado de aspectos positivos que realizaron en la gestión del proyecto de emprendimiento.	47
6.2 Listado de actividades para mejorar las ganancias por las ventas del producto o servicio.	48
6.3 Listado de actividades para mejorar las ganancias por las ventas del producto o servicio.	48
6.4 Listado de propuestas que realizarían para innovar el producto o servicio.	48
6.5 Listado de lecciones aprendidas en el desarrollo del proyecto del servicio.	48
ANEXOS	49

II. ETAPA DEL PROYECTO: PREPARACIÓN

2.1 Situación problemática redactada considerando las necesidades de las personas del contexto (barrio, distrito, comunidad)

En el distrito de San Mateo se ha observado que los comerciantes han bajado sus ventas ello es una problemática que hasta ahora no pueden superar, debido a que no cuentan con buena publicidad para sus negocios, La Sra. Juana está preocupada pues no sabe cómo hacer una buena publicidad para captar clientes para su negocio. Su necesidad es retener y captar clientes para mejorar sus ventas



2.2 Situación problemática redactada que permite articular aprendizajes STEAM (desde las Ciencias, Tecnología, Ingeniería, Arte y Matemática)

Situación problemática	STEAM				
	Ciencias	Tecnología	Ingeniería	Arte	Matemáticas
En el distrito de San Mateo se ha observado que los comerciantes han bajado sus ventas, debido a que no cuentan con buena publicidad para sus negocios, La Sra. Juana está preocupada pues no sabe cómo hacer una buena publicidad para captar clientes para su negocio.	Indaga mediante métodos científicos para construir conocimientos. Búsqueda científica de información sobre publicidad. Plantea una problemática Formula hipótesis sobre negocio de ventas	Se desenvuelve en los entornos virtuales generados por la TIC. Brinda alternativa de solución tecnológica.	Gestiona proyectos de emprendimientos economía social. Estructura modelos de diseños de publicidad.	Crea proyectos desde los lenguajes artísticos. Los colores utilizados para llamar la atención del cliente	Resuelve problemas de gestión de datos de incertidumbre. Tamaño de la publicidad metraje Resultado de encuestas cuantitativas

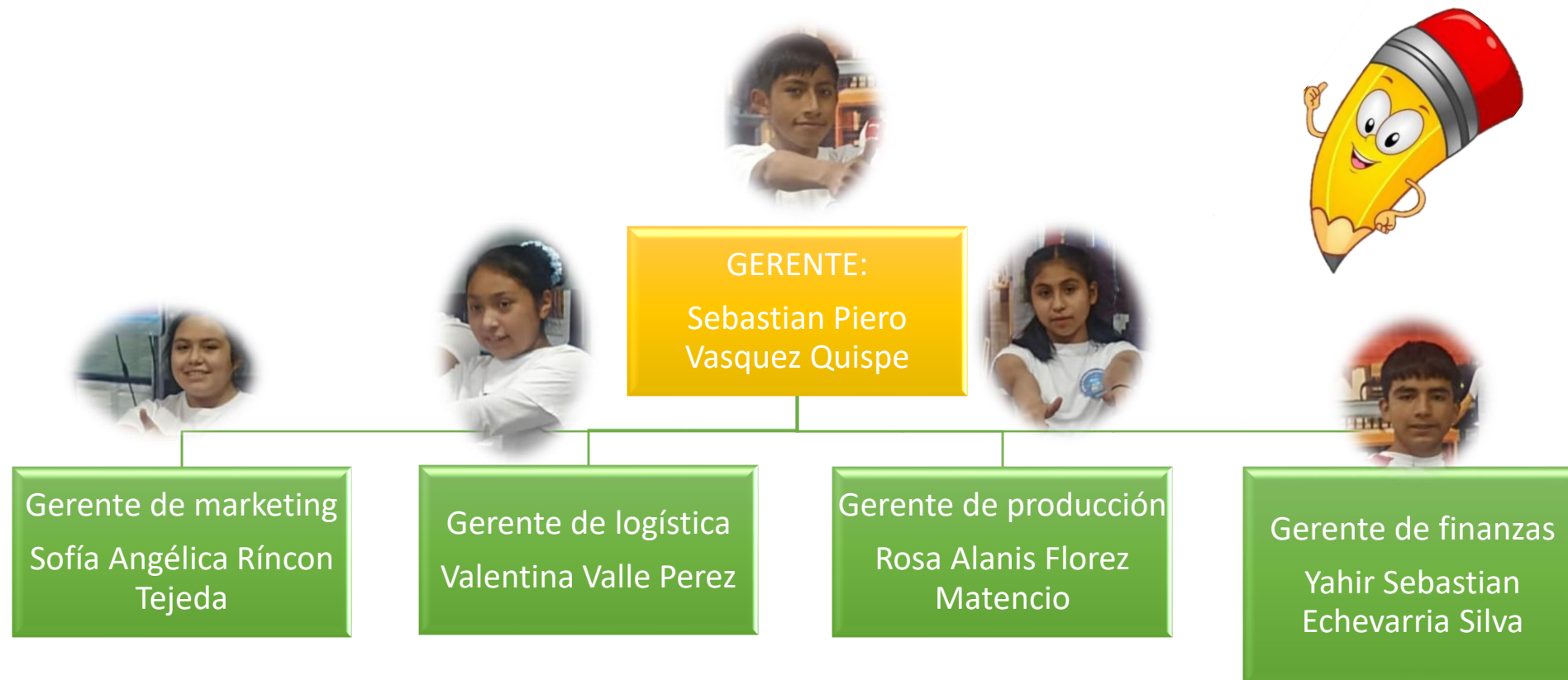
2.3 Reto planteado desafiante, pero alcanzable

Como hacer que los negocios del distrito de San Mateo capten más clientes para mejorar sus ventas.



¿Cómo podríamos hacer que los negociantes emprendedores del distrito de san mateo capten más clientes para sus ventas.

2.4 Representación gráfica elaborada de los roles de cada integrante en el equipo.



2.5 Nombre del equipo redactado

“Emprendedores del mañana”



2.6 Mantra redactado



“Se diferente”

**Es un mantra que pretende crear o dar
publicidad de manera diferente a los negocios
de la comunidad de San Mateo.**



2.7 Nombre de una emprendedora o emprendedor local y descripción, en 5 líneas máximo, de por qué se le escogió



Nuestro Equipo se inspiró en Scott que es un diseñador de video juegos, trabajó durante años y no tuvieron mucho éxito al iniciar su negocio, por su gran perseverancia y esfuerzo logro convertir su negocio en uno de las mejores sagas de la industria del video juego que ha existido.

2.8 Link de la canción que los representa, alojado en un drive.

CANCIÓN DEL GRUPO	ENLACE DE YOUTUBE	ENLACE DE DRIVE DONDE ESTA ALOJADA
Color de esperanza	https://www.youtube.com/watch?v=Nb1VOQRs-Vs	https://drive.google.com/file/d/14ZsGvq2okBjS2pn7ZNhLMd0arF9pspg4/view?usp=sharing
Cada día más y mejor	https://www.youtube.com/watch?v=n3cvBZoAuk0	https://drive.google.com/file/d/1W2ikn4j1p5HZiwsHkKFcpbRdoOkjFG7c/view?usp=sharing

2.9 Link de la página del equipo emprendedor en Facebook.

<https://www.facebook.com/profile.php?id=100085816148319>



Angel Sandoval DE LA Cruz

[Agregar a historia](#) [Editar perfil](#) [...](#)

Cada dos segundos, alguien necesita sangre.
Las donaciones de sangre pueden salvar la vida a cualquier persona. Facebook puede avisarte cuando los bancos de sangre cerca de ti necesitan tu ayuda. ¿No puedes donar sangre? Más información

[Cerrar](#) [Recibir notificaciones](#)



Angel Sandoval DE LA Cruz

[Agregar a historia](#) [Editar perfil](#) [...](#)

Cada dos segundos, alguien necesita sangre.
Las donaciones de sangre pueden salvar la vida a cualquier persona. Facebook puede avisarte cuando los bancos de sangre cerca de ti necesitan tu ayuda. ¿No puedes donar sangre? Más información

[Cerrar](#) [Recibir notificaciones](#)



Angel Sandoval DE LA Cruz

[Agregar a historia](#) [Editar perfil](#) [...](#)

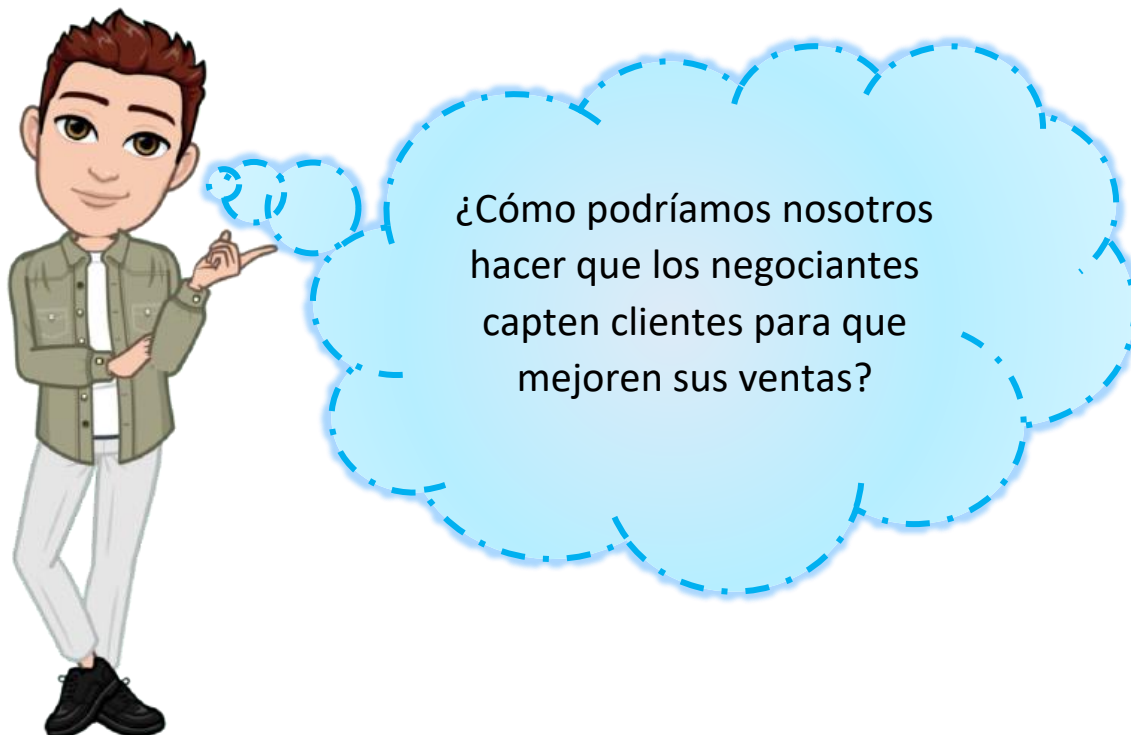
Cada dos segundos, alguien necesita sangre.
Las donaciones de sangre pueden salvar la vida a cualquier persona. Facebook puede avisarte cuando los bancos de sangre cerca de ti necesitan tu ayuda. ¿No puedes donar sangre? Más información

[Cerrar](#) [Recibir notificaciones](#)

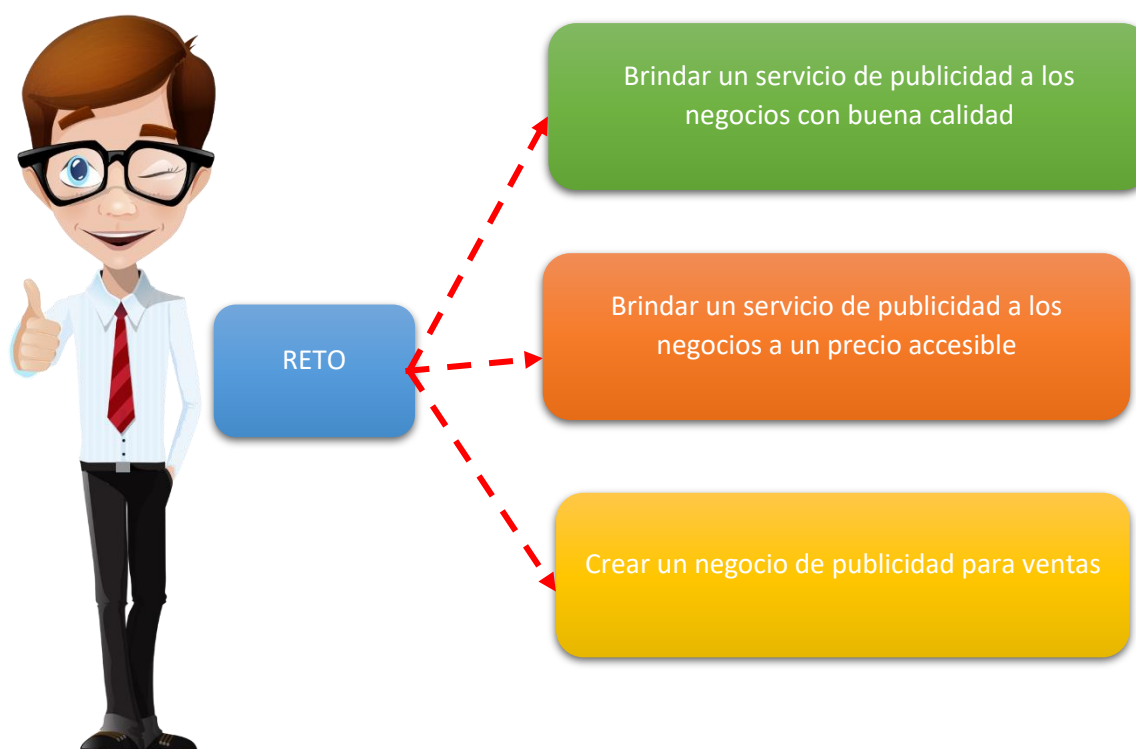
III. ETAPA DEL PROYECTO: CREACION

3.1 Fase Empatizar de la metodología del Design Thinking:

El reto o desafío planteado se inicia con la pregunta “¿Cómo podríamos nosotros...?”



El reto formulado da lugar a variadas alternativas de solución sin centrarse en una sola



Cuadro con los aspectos que faltan conocer para realizar el proyecto

Lo que no sabemos y quisiéramos conocer mas	Personas que por su labor nos pueden brindar información sobre lo que no sabemos o fuentes de internet
Queremos saber más como diseñar una buena publicidad	Docente de informática
Saber más del marketing	Docente de informática
Siendo estudiantes realizar un negocio será posible	Docente de informática
Dar publicidad llamativa	Docente de informática

Registro de las necesidades recogidas aplicando la técnica de la entrevista

Empatizar

Para realizar esta fase primero estableceremos una hipótesis de solución considerando el segmento de personas que presentan el problema o necesidad identificada. Luego, realizan una investigación sobre el público objetivo para comprender las motivaciones, necesidades y aspiraciones de las personas, así como su contexto. Esta investigación requiere el recojo de información por medio de entrevistas, observaciones o el uso de diversas fuentes.

Nos encontramos en medio de la pandemia. Necesitamos mejorar la economía de los negocios mediante publicidad y marketing en San Mateo.

Para iniciar con la primera fase de la metodología Design Thinking exige redactar un desafío con ciertas características; eso permitirá establecer el marco adecuado para poder recoger la información pertinente o necesaria de los usuarios mediante entrevistas de empatizar.

Lo que encontraron más interesante	Los recuerdos que cada quien tiene de la conversación durante la entrevista	¿Cuál fue la historia más interesante y sorpresiva	¿Qué es lo que más le importa a la persona entrevistada?	¿Qué es lo que lo motiva a continuar?	¿Qué es lo que le frustra?	¿Qué preguntas les gustaría explorar más después de la entrevista
Fue que las personas que tienen sus negocios quieren tener publicidad para vender más productos.	Un señor vendió dulces de buena calidad, pero casi nadie lo conocía porque no tenía publicidad. Recuerdo que algunos negociantes entrevistados están logrando más ventas con las gigantografías, folletos, volante y carteles.	Que la señora Jacoba este año está vendiendo más productos por la publicidad que está afuera de su negocio	Que tengan buenas ventas a lo largo de año manteniéndose estable, que capten más clientes .	Que cuando tiene una buena publicidad capta más clientes y vende más productos.	Que no hay publicidad en los negocios del distrito de San Mateo.	¿Cómo dio publicidad sin gigantografía? ¿Cómo su negocio fue conocido? ¿Cómo haríamos más publicidad en los negocios del distrito de San Mateo?

Entrevistado	Entrevistador	Necesidades
Dice: No hay un servicio de diseño publicitario en San Mateo	Existe un servicio de diseño gráfico en el distrito	Servicio de publicidad para su negocio
Sabe: Que la publicidad ayuda a captar clientes	Sabe que hay publicidad para captar clientes	Captar clientes mediante la publicidad
Piensa: Que si tiene buena publicidad puede mejorar su venta.	Cree que la publicidad mejore sus ventas	Mejorar sus ventas
Siente: Que no tiene la buena publicidad para su negocio	Su negocio tiene buena publicidad	Retener clientes

Registro de las necesidades recogidas aplicando la técnica de la observación

observado	Observador	Necesidades
Venta: Desea mejorar sus ventas con la publicidad.	Cree la computadora económica le ayudara en sus estudios	Mejorar sus ventas
Negocio: Captar clientes para su negocio	Su economía le alcanza para adquirir una computadora	Captar clientes
Economía: Mejorar su economía en su negocio	La computadora debe ser de material reciclable	Mejorar su economia

Planificamos la Entrevista

Ahora debemos definir a quienes entrevistaremos, pueden ser familiares que viven con nosotros y, si tenemos acceso a las redes sociales, podemos entrevistar a amigos, vecinos, u otros familiares. Es importante que seleccionemos a las personas que puedan aportar más en las entrevistas.

Realizamos la Entrevista

Bien, es momento de ejecutar la entrevista según lo planificado, pero antes le preguntamos a nuestro entrevistado(a) si podemos grabar la entrevista o tomar foto. Podemos explicarle que es importante para nosotros, ya que nos servirá para organizar y sintetizar la información.

Evidencia de Entrevista a los negociantes



Entrevista a los diferentes negociantes del distrito muchos no cuentan con publicidad



el problema es que no tienen mucha clientela y su necesidad de mejorar su economía haciendo publicidad



Fase Definir de la metodología del Design Thinking:

Fase definir

Esta fase consistió en ordenar y tamizar la información obtenida en la fase anterior (Empatizar), para poder descubrir patrones en las respuestas o revelaciones desconocidas, las cuales pueden ser relevantes para el problema o necesidad identificada previamente. A estos patrones o revelaciones se les denomina *insights*. El cual fue importante recoger la información necesaria y analizarla adecuadamente para definir correctamente el problema y proponer soluciones que permitan su resolución.

Ahora sí, con esta información estaremos listos para definir el problema específico para el cual encontraremos solución. Para ello utilizaremos la técnica saturar y agrupar.

Organizador elaborado de fuentes secundarias sobre lo que “se quería conocer más”

Temáticas de lo que queremos saber mas	Fuentes secundarias a revisar
Estrategias de publicidad	https://www.tiendanube.com/blog/mx/estrategias-de-la-publicidad/
Estrategias de marketing	https://publifacil.pe/?utm_source=Google_Ads&utm_medium=Search&utm_campaign=Trafico
Estrategias de venta	https://www.esan.edu.pe/eventos/maestria-en-marketing?src=googlesearch_cpc_texto-dmp_MAEMark_LIM2022-Conferencia-II&gclid=CjwKCAjwsfuYBhAZEiwA5a6CDL6jyoetPXIH_CcZYrlvkWxaLSBsgVEs5vYMFbhy0Bj4mm0a_3PSLRoCfMYQAvD_BwE#form-suscripcion
Como diseñar una gigantografia	https://gamagrafica.com/tips-de-como-hacer-gigantografias/

Listado de necesidades más frecuentes sobre lo que se pregunta, obtenidas por medio de la aplicación de alguna técnica del Design Thinking el nuevo reto o desafío.

Necesidades	Patrones	Insigth
Falta de publicidad Falta de marketing Poca venta Generar publicidad Tipo de publicidad Servicio de publicidad	Tener personal capacitado para la elaboración de diseño de gigantografias.	Retener clientes para mejorar su economía de sus negocios

Listado de necesidades más frecuentes sobre lo que se observa, obtenidas por medio de la aplicación de alguna técnica

Falta de publicidad
Falta de marketing
Poca venta
Generar publicidad
Tipo de publicidad
Servicio de publicidad

Problema definido con la técnica del Punto de Vista (POV) e. Nuevo reto o desafío redactado como pregunta según el modelo “¿Cómo podríamos nosotros...?”, que permita variadas alternativas de solución teniendo en cuenta la información obtenida en la fase Empatiza

Definir el problema jugando

En este juego hay tres palabras claves: USUARIO/O; NECESIDAD y REVELACIÓN O INSIGHT. La USUARIO o el USUARIO es la persona a quien entrevistamos.

Utilicemos verbos para redactar las “necesidades”. Las revelaciones deben ser declaraciones concretas que permitan pensar en la solución. A continuación, tenemos el siguiente ejemplo:



USUARIO	+	NECESIDAD +	INSIGHT O REVELACIÓN
Los negociantes de		Necesitan el servicio de publicidad	Para captar clientes y mejorar su economía

Después de haber sintetizado la información, vamos a definir el problema con exactitud. De esta forma vamos a formular el “punto de vista” (point of view) y la pregunta reto para generar ideas.

Técnica como Podríamos

¿Cómo podríamos brindar el servicio de publicidad para los negocios del distrito para mejorar la captación de clientes y mejorar la economía de los vendedores

Utilizando la técnica Saturar y Agrupar

Es Una técnica que consiste en organizar toda la información recabada en la fase empatizar mediante la observación y la entrevista. Esto nos permitirá traducir aquellos pensamientos y experiencias en objetos visuales y tangibles que nos ayudarán a identificar insights. Una vez que hemos recopilado y contrastado toda la información que obtuvimos, vamos a procesar y sintetizar la información para definir el problema.

Se organizó y sintetizó la información obtenida de la encuesta realizada a los usuarios mediante la técnica **Saturar y Agrupar**

Saturar

1.- Se puede solucionar dando un servicio de publicidad.	3.- Contratar a un profesional.	5.- Llamativos y muy coloridos ya que así capta atención del público y resalta de otros emprendimientos	4.- Me parece bien, ya que estas ayudando a futuros emprendedores.
4.- Me parece una gran idea muy innovadora para la localidad.	2.- Comprando llaveros, gigantografías, podemos realizar afiches, dípticos, etc.	1.- Dando a conocer llamativamente los productos mediante una gigantografía usando la técnica AIDA.	3.- Contrataría a un diseñador profesional que sepa de marketing.
1.- Poniendo negocio de producción de gigantografías o publicidad.	4.- Que está bien ya que varios negocios son tienen publicidad y pueden ganar un buen dinero.	5.- Debe tener colores llamativos, imágenes llamativas y textos breves.	2.- La podemos hacer en papelotes, en tela, en cartulina, etc.
5.- Tiene que tener colores llamativos e imágenes grandes para llamarla atención del cliente	2.- Compra gigantografías, he copias para dar a conocer mi negocio	3.- Crear una publicidad que se impresionen las personas con diseños de buena calidad o llamar a una persona que sabe diseñar.	1.- Podríamos hacer gigantografías, llaveros, afiches, anuncios en la TV y así podremos generar publicidad en los negocios.
3.- Haría diseños haciendo publicidad de mi negocio he imprimiendo en gigantografías.	4.- Me parece muy bien porque así genera más clientes para que compren en nuestro negocio.	5.- Debe tener un color llamativo, detalles que llamen la atención como dibujos, decoraciones para que las personas se animen a comprar en nuestro negocio.	2.- Podríamos realizarlo usando papelotes, cartulina, papel brillante, etc.

Agrupar

1.-Tema: Generar Publicidad

1.- Se puede solucionar dando un servicio de publicidad.

1.- Poniendo negocio de producción de gigantografías o publicidad.

1.- Podríamos hacer gigantografías, llaveros, afiches, anuncios en la TV y así podremos generar publicidad en los negocios.

1.- Dando a conocer llamativamente los productos mediante una gigantografía usando la técnica AIDA.

2.- Tema: Tipo de publicidad

2.- La podemos hacer en papelotes, en tela, en cartulina, etc.

2.- Comprando llaveros, gigantografías, podemos realizar afiches, dípticos, etc.

2.- Podríamos realizarlo usando papelotes, cartulina, papel brillante, etc.

2.- Compra gigantografías, he copias para dar a conocer mi negocio

5.- Debe tener un color llamativo, detalles que llamen la atención como dibujos, decoraciones para que las personas se animen a comprar en nuestro negocio.

5.- Tiene que tener colores llamativos e imágenes grandes para llamarla atención del cliente.

5.- Debe tener colores llamativos, imágenes llamativas y textos breves.

5.- Llamativos y muy coloridos ya que así capta atención del público y resalta de otros emprendimientos

3.- Crear una publicidad que se impresionen las personas con diseños de buena calidad o llamar a una persona que sabe diseñar.

3.- Contratar a un profesional.

haciendo publicidad de mi negocio he imprimiendo en gigantografías.

3.- Contratar a un diseñador profesional que sepa de marketing.

4.- Que está bien ya que varios negocios son tienen publicidad y pueden ganar un buen dinero.

4.- Me parece una gran idea muy innovadora para la localidad.

4.- Me parece bien, ya que estas ayudando a futuros emprendedores.

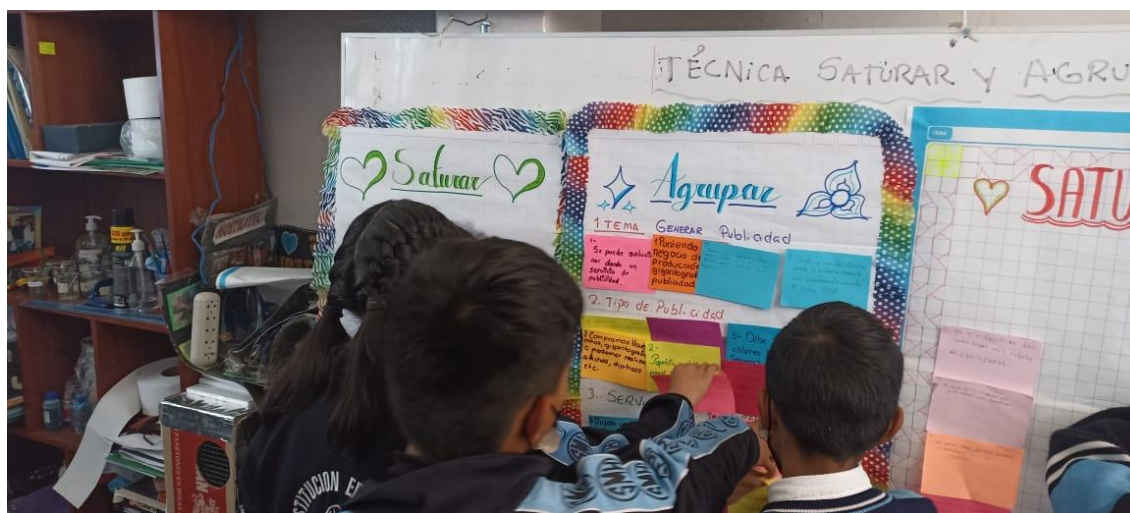
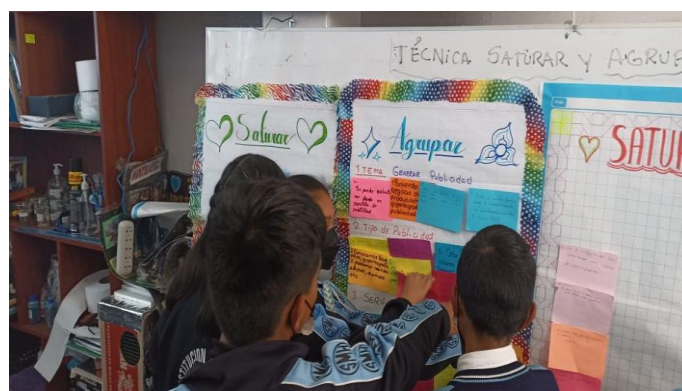
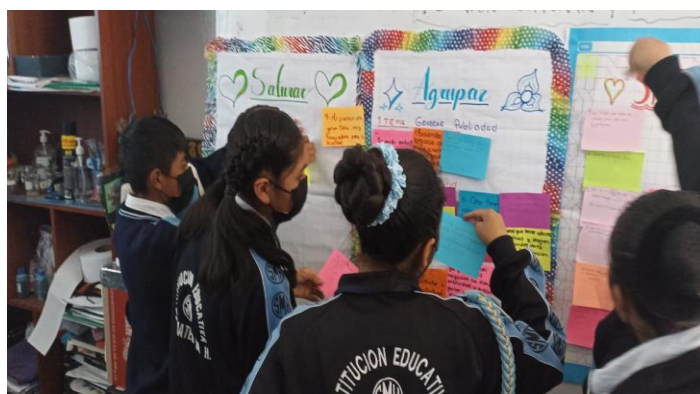
4.- Me parece muy bien porque así genera más clientes para que compren en nuestro negocio.

Evidencia Fotográfica del trabajo

Trabajando en equipo la técnica Saturar y Agrupar



Aplicando la técnica



Fase Idear de la metodología del Design Thinkin

FASE IDEAR

En esta fase, nos ha servido para generar varias alternativas de solución al problema definido previamente haciendo uso de la creatividad. Para ello se ha empleado la **técnica da Vinci** para elegir una esas alternativas e incentivar el pensamiento creativo. En esta fase idear, buscaremos darle solución a la necesidad o problema de la comunidad de San Mateo, para ello utilizo:

La **técnica Da Vinci** es una herramienta que permite buscar o generar ideas asociadas con una situación/problema en particular. Esta técnica es una herramienta que tiene como base el proceso creativo que seguía este personaje (Leonardo Da Vinci).

La técnica se basa en pensar en un problema, luego se deben cerrar los ojos y dibujar todo aquello que pase por la mente y que tenga relación con el problema. No se debe perfeccionar el dibujo, solamente se deben dejar fluir las manos y los pensamientos.

Técnica Da Vinci

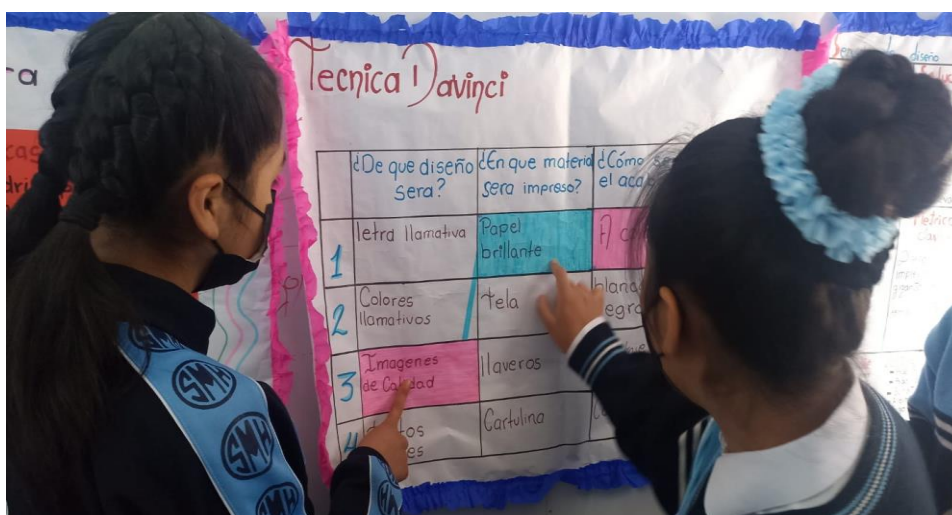
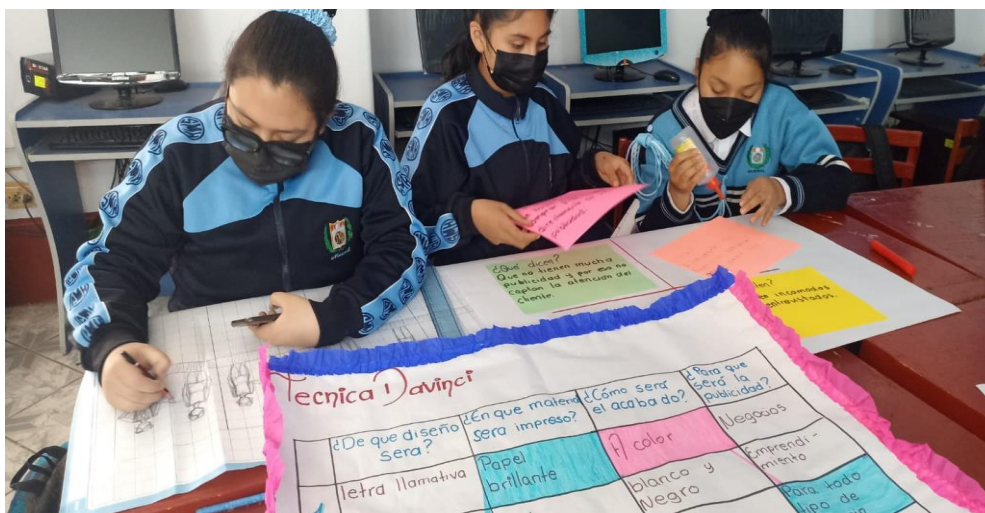
	¿De qué diseño será?	¿En qué material será impreso?	¿Cómo será el acabado?	¿Para qué será la publicidad?
1	Letra llamativa	Papel brillante	A color	Negocios
2	Colores llamativos	Tela	Blanco y negro	Emprendimientos
3	Imágenes de calidad	Llaveros	microperforado	Para todo tipo de negocios
4	Textos breves	cartulina	Contorno	Tiendas

Eligiendo la idea ganadora

	Idea 1 Letra llamativa echa en cartulina con acabo contorno para los emprendimientos.	Idea 2 Colores llamativos echa en tela con acabado microperforado para los negocios.	Idea 3 Servicio de Publicidad de Imágenes de calidad echa en papel brillante a color para todo tipo de negocios.	Idea 4 Textos breves echa en llaveros a blanco y negro para las tiendas
La idea es novedosa y les gustara a las personas. (0-5)	3	4	5	4
La idea es posible de realizar. (0-5)	3	3	4	3
La idea es económicamente fiable. (0-5)	4	2	3	3
Total de puntaje	10	9	12	10

Idea ganadora es **Servicio publicidad de Imágenes de calidad echa en papel brillante a color para todo tipo de negocios.**

Evidencia Técnica Da vinci



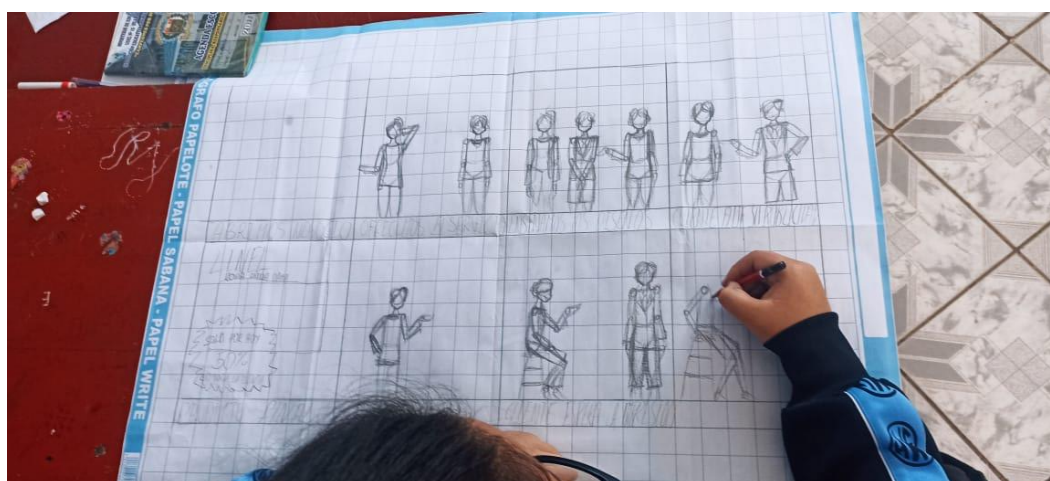
Fase Prototipo de la metodología del Design Thinking:

Fase Prototipo

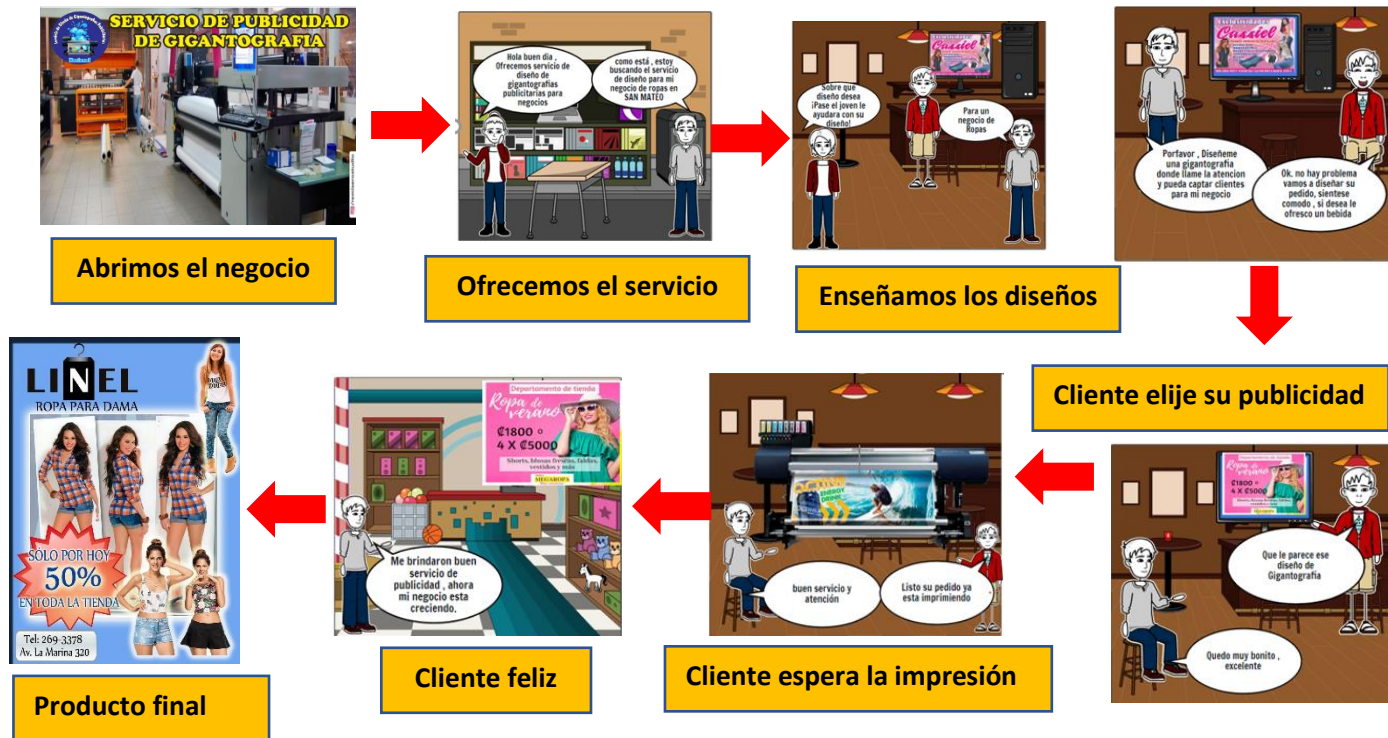
En esta fase, se está representando la idea-solución en un prototipo, el cual fue construido con materiales de reúso como cartones, cartulinas, entre otros. Este prototipo será utilizado en la siguiente fase para recoger opiniones de otras personas e identificar lo que deben mejorar.

Representación gráfica de la idea seleccionada a nivel de boceto (si se trata de un producto) o a nivel de diagrama de flechas (si se trata de un servicio)

Evidencia Diseñando prototipo- Boceto



Representación final del prototipo con materiales reciclados, plastilina, cartones u otros (si se trata de un producto) o con un diagrama de flechas (si se trata de un servicio)



Representación mediante gráficos digitales (diseño digital)



Fase Evaluar de la metodología del Design Thinking:

Fase Evaluar

- a) Descripción del procedimiento de evaluación aplicado de acuerdo a la técnica de evaluación empleada, y fotografías del prototipo final con las mejoras realizadas en relación al prototipo inicial.

En esta fase, se ha sometido el prototipo a pruebas que permitan evidenciar la resolución del problema o satisfacción de las necesidades encontradas. Con ello identificado las mejoras e incorporaron las que consideren pertinentes para obtener la versión final del prototipo-solución.

Técnica de la Malla Receptora de información para evaluar prototipos

Se ha llegado a la última fase de la metodología DESIGN THINKING, que consiste en evaluar el prototipo al presentárselo al usuario. En esta acción, recibiremos la retroalimentación y las opiniones de los prototipos que fueron creados con la participación de nuestros familiares y amistades cercanas. Aquí podremos incorporar todas las mejoras a nuestra propuesta de solución. Para ello utilizaremos la MALLA RECEPTORA DE INFORMACION, que consiste en diseñar un cuadrante de cuatro casillas en el que debemos tomar nota de los diferentes comentarios.

Se aplicó la “Malla receptora de información” al prototipo con la participación de los usuarios.

Malla Receptora de la Información

Malla Receptora

Cosas interesantes

- Que ahora capta más la atención de clientes para su negocio.
- Que le da atención al cliente

Críticas Constructivas

- Podría ponerle colores más llamativos.
- Tener garantía del producto.

Preguntas

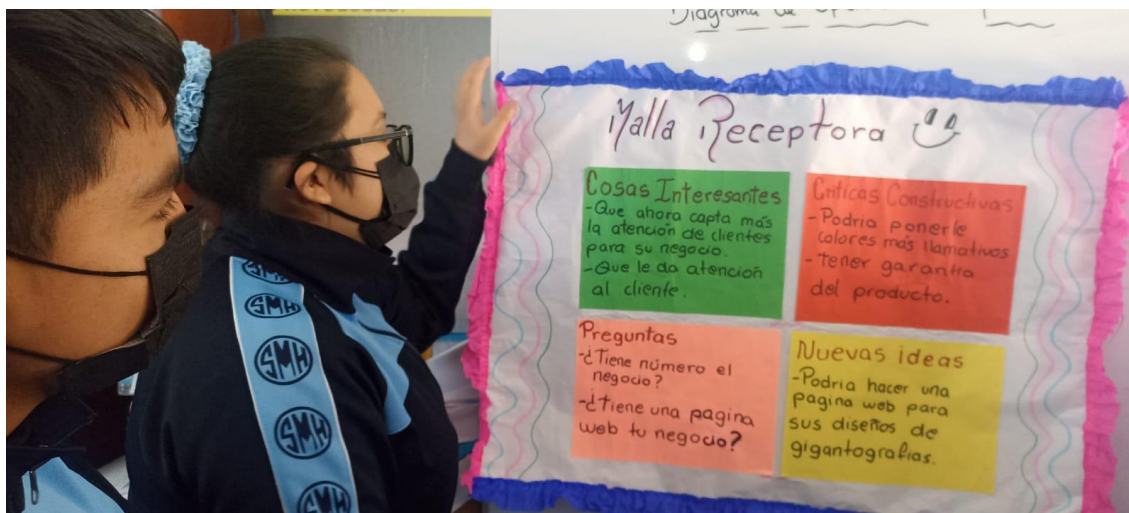
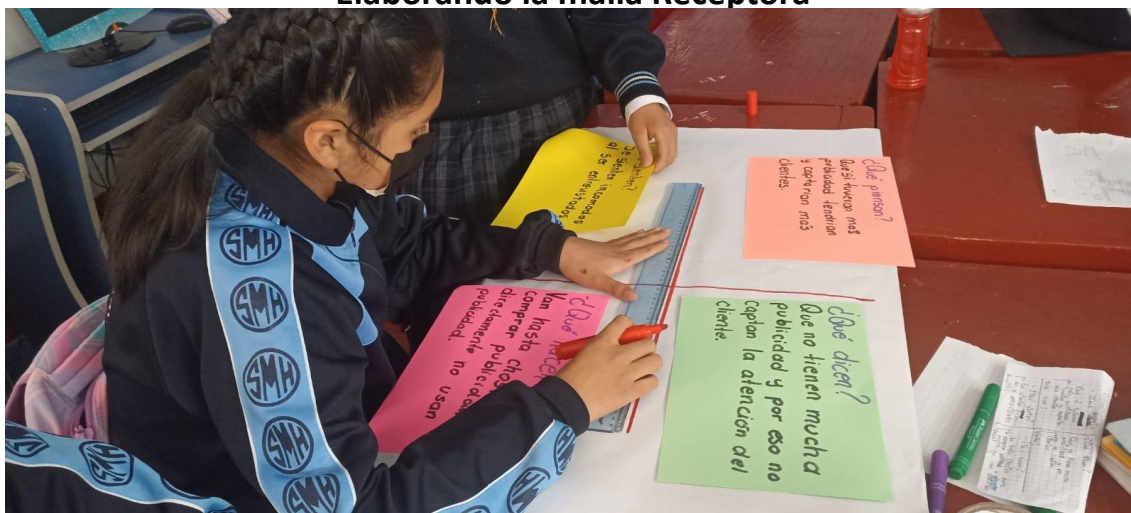
- ¿Tiene número el negocio?
- ¿Tiene una página web tu negocio?

Nuevas ideas

- Podría hacer una página web para sus diseños de gigantografías.

Evidencia de trabajo de Malla receptora

Elaborando la malla Receptora



Fase de plantar el Modelo de negocio Lean Canvas

LIENZO LEAN CANVAS

SERVICIO DE DISEÑO DE GIGANTOGRAFIAS PUBLICITARIA

PROBLEMA

- Las impresiones no son de calidad
- En el distrito no existe el servicio de diseño de gigantografías
- El precio de las impresiones sean muy elevados

SOLUCIÓN

- Mejorar la calidad y nitidez de las gigantografías
- Hacer que en San Mateo exista un servicio de gigantografías
- Hacer que los precios no sean tan elevados

MÉTRICAS CLAVES

Diseño e impresión de gigantografías y demás materiales.

PROPUESTA DE VALOR

Tener alta calidad en imágenes, letras, colores y más en el negocio de gigantografías.

VENTAJA ESPECIAL

No hay otros puestos de impresión de gigantografías en San Mateo.

CANALES

- Teléfono
- Redes sociales
- Establecimiento
- Delivery

SEGMENTO DE CLIENTES

- Negociantes
- Personas de 18 a 60 años
- Tienen su negocio y necesita publicidad
- Emprendedores que necesitan publicidad para un trabajo

ESTRUCTURA DE COSTES

- Máquina para imprimir
- Materiales para impresión
- Tinta para la impresión
- Pago de luz
- Pago de agua
- Pago a empleados
- Pago del local
- Arbitrios

FLUJO DE INGRESOS

- Calidad del producto y precios accesibles
- Descuentos
- Promociones 2x1

IV.- ETAPA DE PLANIFICACION

4.1 Inventario elaborado de los recursos con que se cuenta y los recursos o insumos con los que no se cuenta.

Recursos necesarios	¿ Se cuenta?
Computadora	Si
Programa de Corel Draw	Si
Diseñadores publicitarios	Si
internet	Si

4.2 Listado y descripción de las actividades que se realizarían para obtener los recursos que no se cuentan.

Recursos necesarios	Actividades que se realizaran para obtener los recursos
Impresora de gigantografias	Elaboración de pollada para venta en la olimpiadas internas del colegio y recaudar fondos para adquirir la maquina impresora de gigantografias.
Capacitadores del programa de corel a nuestros trabajadores	Préstamo de las familias de cada integrante del equipo
Local de ventas	

Diagrama de Gantt elaborado como el plan de implementación del Producto Mínimo Viable (Anteriormente prototipo), Incluye actividades de elaboración

GanttProject *

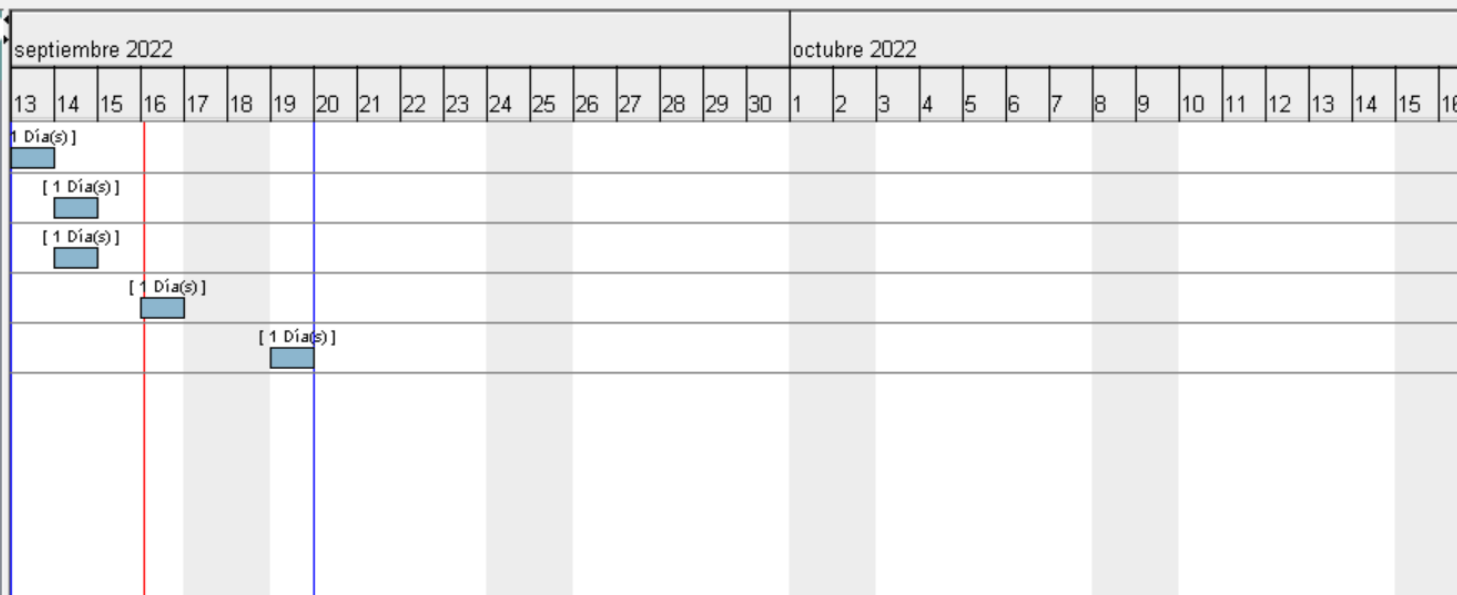
Proyecto Editar Ver Tarea Recursos Ayuda



Gantt Recursos



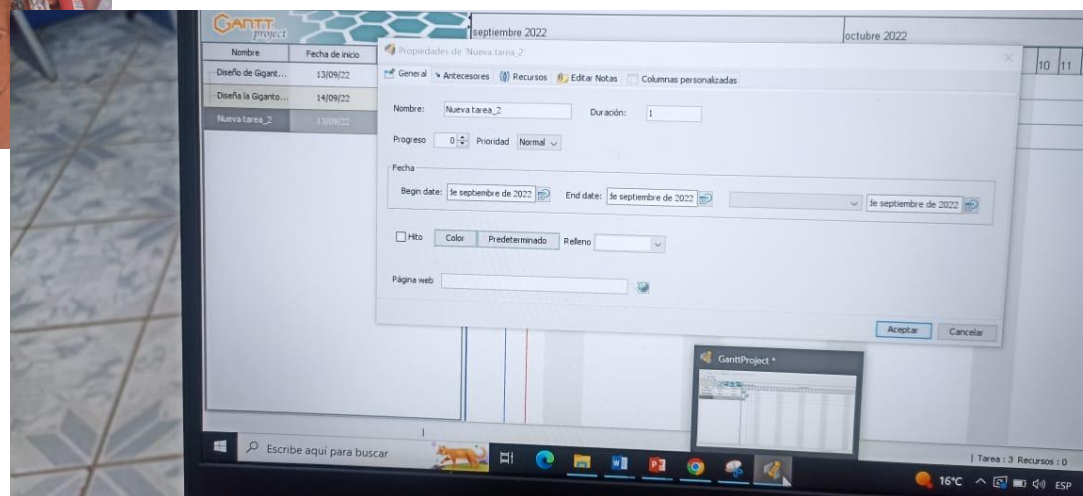
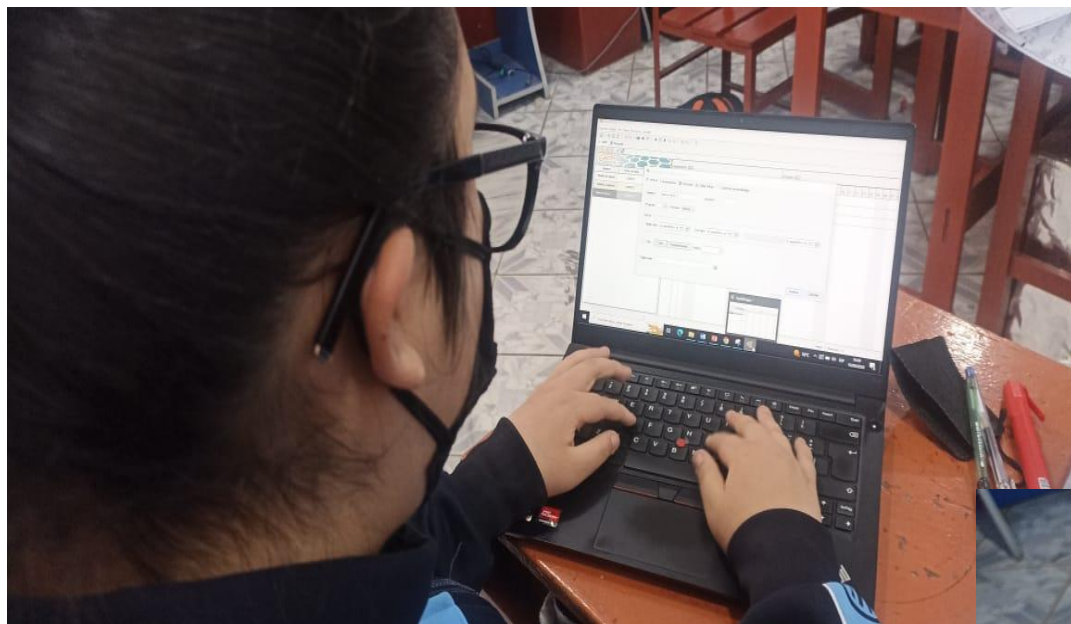
Nombre	Fecha de inicio	Fecha de fin
Diseño de Gigant...	13/09/22	14/09/22
Diseña la Giganto...	14/09/22	15/09/22
Verifica el Diseño	14/09/22	15/09/22
Graba su publicid...	16/09/22	17/09/22
Entrega el Produ...	19/09/22	20/09/22



Secuencia de actividades en GANNT

Actividades	Semana 1	Semana 2	Semana 3
Elaboración del proyecto de boletas-de servicio de gigantografías publicitarias			
Diseña la publicidad de gigantografía			
Verifica el control del diseño de la publicidad			
Graba su publicidad utilizando la técnica de venta AIDA			
Venta del servicio de publicidad de gigantografías			

EVIDENCIA FOTOGRAFICA DEL USO DE LA TECNICA GANTT PROGRAMADOR DE ACTIVIDADES



Estructura de Costos del servicio
Proyección en costos para iniciar el negocio masivo

DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN O IMPLEMENTACIÓN DEL PROYECTO

Material es o materias primas de la localidad se va a usar en la elaboración del bien.

Equipos:

Equipos	Cantidad (Unidades requeridas)	Materiales de servicio	Cantidad (Unidades requeridas)
Computadoras	05	Tintas	04
Programa de corel Draw	01	Lona banner	2000 m

Recursos Productivos:

Productos para producción de diseño de gigantografías	Cantidad (Unidades requeridas)	Costo unidad	Costo total
Diseñadores de Corel Draw	4	S/.60	S/.240
Galones de tinta	4	S/ 250	s/1000
Lona Banner	2	S/ 1,200	S/ 2,400
TOTAL: POR PRODUCCIÓN AL DIA			
AL MES: S/ 3, 640X 30DIAS= 109,200			

Análisis económico.

Estructura de Costos – Gastos que consideramos en la elaboración de gigantografías.

Estudio Económico de Producción de gigantografías

Costos de programación de gigantografías – Mes, EGRESOS O GASTOS:

Proyección de costos-gastos en un mes

Costos Fijo:

Costos variable	Cantidad	Total
Servicio de electricidad	4 % de costo de producción	S/.4,368
Servicio de agua y desagüe		

Costos de Comercialización	Cantidad	Total
Servicio de transporte de mercadería	8 % de costo de producción	S/.8,736.0
Promoción y publicidad		

Costos de Mano de Obra	Cantidad	Total
Mano de obra directa	25 % de costo de producción	S/.27,300
Seguros y beneficios de ley		

Costos de Administración	Cantidad	Total
Papelería e insumos propios de la administración	2 % de costo de producción	S/. 2,184

Costos fijo	Cantidad	Total
Alquiler de local	1	s/. 1,000.0

Total costo fijo S/, 43,588

Costos variables adicional

Costos de adicionales	Cantidad	Total
Comisión por venta	1 % de costo de producción	S/.1,092.

Total, egreso: S/. 153,880. mensual

Costo de variable unitario por cada metro de Diseño de Gigantografia impresa: s/. 12.00

Precio de ventas por metro de Diseño de Gigantografías - Mes, INGRESOS:

Unidades producidas al día	Producto Boleta electrónica	Precio de venta de por metro de diseño de gigantografías	Total de ventas de diseño de impresión de gigantografía al mes	Total de ventas en soles obtenidos en un mes
2,000	24,000.0	S/. 12.00	60,000	S/. 720,000.0

✓ **Margen de contribución – ganancia a la empresa**

Total de ventas obtenidas en un mes - Costo total de producción (Costo Fijo)
s/. 720,000.0
s/. 153,880
s/. 556,120.0 utilidad

Como podemos apreciar el margen de ganancia es aproximadamente la mitad del costo total de programación de boletas electrónicas

Determinación del punto de equilibrio en volumen:

$$P.E = \frac{\text{Costos fijos}}{\text{Precio de Venta Unitario} - \text{Costo variable unitario}}$$

$$P.E = \frac{43,588}{12 - 6.67} 8,177 \text{ mt}$$

PE= 8,177. unidades producidas

PE= 98,124 en unidades monetarias

CUADRO DE RESUMEN DE VENTAS

PRODUCTO	Gigantografía por metro
Costo de ventas por metro de gigantografía	S/. 5.33
Precio de venta por programa de boleta de venta	S/. 12.00
Ganancia por Boleta de venta	S/. 6.67
Margen de rentabilidad por boleta de venta.	44 %

V.- ETAPA DE EJECUCIÓN

Listado y descripción de las actividades realizadas que permitieron obtener recursos.

Actividades para obtener recursos	Breve descripción de las actividad
Venta de pollada	Elaboración de pollada para venta en la olimpiadas internas del colegio y recaudar fondos para adquirir la maquina impresora de gigantografias.
Venta de popcorn	Se aprovechó el paseo por la juventud para para vender palomitas y recaudar fondos

Diagrama de flechas para el proceso de servicio

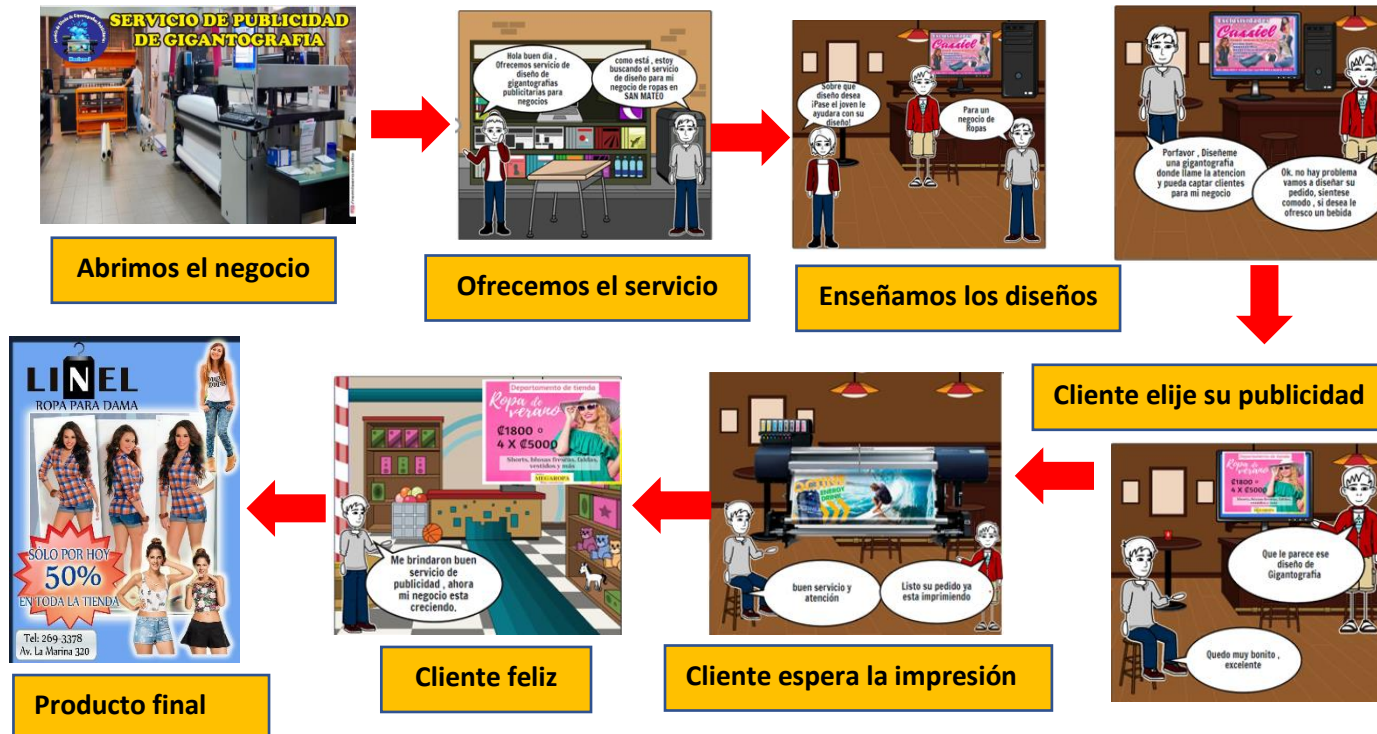
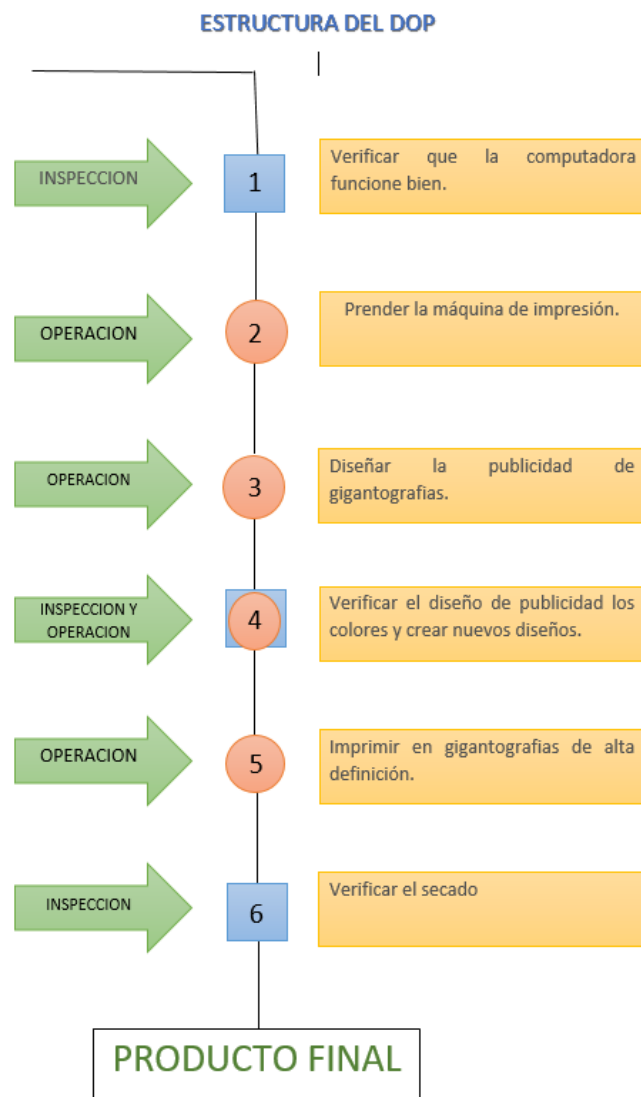


Diagrama de Operación de procesos



Modelo de diseño de Gigantografía



Afiches publicitarios elaborados con la técnica AIDA (Atención, interés, Deseo, Acción)

TÉCNICA AIDA

El método AIDA es un modelo lineal, es decir, en este proceso es necesario pasar por cada etapa antes de pasar a la siguiente. Estas etapas se corresponden con los términos que forman el acrónimo, esto es: atención, interés, deseo y acción.

Primer paso: Atención

El primer paso consiste en considerar cómo atraer la atención de los consumidores. En este sentido, no hay que caer en el error de pensar que los consumidores ya conocen un producto o servicio, por lo que es necesario llamar su atención y destacar por encima de la gran cantidad de información que los usuarios tienen a su disposición.

Por otro lado, en el caso de que los consumidores conozcan un producto o una marca, esto no implica necesariamente que le hayan prestado atención. Por esta razón, una buena manera de atraer su atención es rompiendo los patrones de comportamiento existentes a través de un mensaje creativo. Esto se puede hacer a través de anuncios publicitarios, con la creación de contenidos en diferentes soportes o mediante estrategias de marketing de guerrilla, por ejemplo.

Segundo paso: Interés

Una vez que el consumidor sabe que el producto o servicio existe, es el momento de despertar y mantener su interés. Para ello, es fundamental tener en cuenta que, al día, una persona puede recibir hasta 5.000 estímulos publicitarios, a los que solo atiende al 10%, según indica David Castejón, experto en comunicación, marketing y publicidad. De ahí que, para que el proceso de venta siga su curso, hay que ofrecer al consumidor algo que mantenga su atención.

Las estrategias para mantener el interés son muy variadas y dependen tanto del producto o servicio como del público objetivo. En cualquier caso, en este punto es importante centrarse en qué le importa al consumidor o qué le resulta relevante, ya sea a modo informativo o porque se trata de algo provocador.

Tercer paso: Deseo

El tercer paso consiste en que el consumidor desee el producto o el servicio en el que ya está interesado.

Si bien un consumidor puede comprar cosas que no necesita, nunca comprará algo que no desea. Sin duda, se trata de algo que hay que tener claro en el proceso de venta con el fin de centrar el mensaje en cómo el producto satisface los deseos del consumidor.

Cuarto paso: Acción

El objetivo final es impulsar al consumidor para pasar a la acción, es decir, a comprar o a solicitar información. Por este motivo, es importante que la llamada a la acción sea clara, que especifique cuál es el siguiente paso que el consumidor debe hacer, sin dejar lugar a dudas.

Para ello, incluir elementos de urgencia o escasez suele dar buenos resultados, especialmente si el paso previo a la compra no es la compra en sí, sino la solicitud de información, el comienzo de una prueba gratuita, suscribirse a una newsletter o cualquier otra cosa que no requiera de un desembolso económico

APLICANDO LA TECNICA AIDA

DISEÑO E IMPRESIÓN DE**GIGANTO
RAFÍAS**

IMPRESIONES DE CALIDAD

INMEDIATA ATENCIÓN AL CLIENTE

BAJOS PRECIOS

**¿QUE ESTAS
ESPERANDO!****LAS MEJORES IMPRESIONES EN
SAN MATEO****20%
DESCUENTO****LLAMA AL: 51 - 974 839 213****DIRECCIÓN: PARQUE MATEO VERA SAN MATEO POR
EL ANTIGUO LOCAL DEL MUNICIPIO**

El **modelo AIDA** es una técnica de venta que identifica las etapas cognitivas y conductuales que atraviesa un consumidor durante el proceso de compra de un producto o servicio con el objetivo de comunicar el mensaje correcto en cada fase.

Así, el acrónimo **AIDA** hace referencia a las fases de atención, interés, deseo y acción. En cada una de ellas, los especialistas en Ventas deben adaptar sus campañas publicitarias y estrategias de comunicación para ayudar a los consumidores a avanzar de una etapa a la siguiente.

Estas etapas se identifican con el clásico embudo de ventas o funnel de conversión que representa las fases que atraviesa una persona desde que desconoce por completo una marca hasta que se convierte en cliente tras culminar una acción de compra. Este proceso de compra consta de las siguientes fases: descubrimiento y toma de conciencia, consideración y búsqueda de información, decisión valorando alternativas y acción o compra del producto.

Logotipo del producto

Logotipo



Marca



Video promocional del proyecto de emprendimiento elaborado, de 30 segundos, aplicando la técnica AIDA.

Enlace de video de Spot

<https://www.youtube.com/watch?v=AtMImVVrCrs>



Lean Canvas

Este lienzo es ideal de usa cuando estás en las fases iniciales de la definición del modelo de negocio hasta alcanzar el encaje Problema – Solución porque trata sobre lo más arriesgado, las partes del modelo que al principio son las más inciertas y que si no las abordas adecuadamente, te llevarán a diseñar un modelo de negocio pobre.

Por ello: Si estás empezando a diseñar tu producto, tienes claro que lo tuyo es una aproximación lean, y no tienes nada claro quién es tu cliente utiliza este Canvas ahondar de verdad en un problema doloroso y definir una Solución acertada.

PASOS PARA IMPLEMENTARLA

Reúne al equipo de trabajo para hacer una “jam session”, compra post-its, rotuladores y dispón de algún sitio donde puedas dibujar tipo una pizarra o un Flip-chart o rotafolios.

Bájate una plantilla del VPC Canvas o mejor pinta las cajas en la pizarra. Existen herramientas digitales para hacer este Canvas, pero te recomiendo que las utilices después a modo de síntesis, y no en la primera instancia. Estas te permitirán documentar lo que hayáis hecho en la sesión de grupo. Si en la plantilla original te parece que no caben los post-its, puedes dibujar algo más cuadrado en la pizarra como la gráfica de esta herramienta.

1-Empezas a completar la caja de segmento de cliente, lista todos los tipos de cliente que crees que tienes en tu modelo de negocio.

Si en tu modelo hay usuarios y clientes es muy importante que diferencies entre ellos dado que tanto el problema como la oferta de valor serán muy diferente entre ellos. En caso de que estés ideando un marketplace, haz dos Canvas diferentes ya que lo vas a necesitar. Si tu negocio no es tan complejo, puedes mantener todos tus segmentos en un mismo Canvas. Pero si ves que en cada caja pones cosas diferentes, haz un “Split” en el Canvas cuando lo veas necesario.

Entiende quiénes serán tus early adopters, menciónalos en la parte inferior de la caja de clientes.

2- A la izquierda del Canvas tienes la caja de Problema. Enumera los tres problemas más importantes que tiene tu cliente, pero hazlo con las palabras que utilizaría tu cliente. Si eres capaz de describir el problema de tu cliente mejor que él, de forma inconsciente asumirá que tienes la mejor solución para él.

¿Cuáles son los más dolorosos? Prioriza. Una de las formas más efectivas para ver si de verdad son “dolorosos” es utilizar la técnica de los 5 porqués para ello. También puedes utilizar el Canvas de la Oferta de valor-VPC para entender de verdad de sus tareas y dificultades, ahondando en los Customer Jobs, Pains y gains.

Asimismo, sería ideal que menciones en la parte inferior de la caja de problemas, cómo están solucionando estos problemas hoy; es decir qué herramientas o soluciones alternativas están utilizando. Puede que hoy no existan soluciones alternativas, pero piensa si no hay otras herramientas parecidas que simplemente solucionen parte del problema o lo hagan “a manubrio” es decir de forma pedestre.

3- Solución: Describe qué quieres construir, pero ¡ojo! Céntrate en el Mínimo Producto Viable. Para cada problema de los tres más dolorosos que has identificado, intenta identificar qué funcionalidades de tu Solución resuelve el problema. De nuevo, si has utilizado el VPC tendrás una idea clara de esta asociación entre necesidades del cliente, y parte de la solución que la cubre.

4- Oferta de valor única: para describir la Oferta de valor diferencial has de hacer la intersección entre el problema y la solución en términos de beneficios para tu cliente. Piensa qué pensaría éste después de utilizar tu producto.

Para concretar esto, evita utilizar un lenguaje marketiniano como “nuestras solución es simple, fácil, genial, la mejor,...” aunque Apple las utilice, ellos pueden dado su trayectoria y que han construido toda una imagen de marca en torno a la idea de simplicidad.

5- Canales: el camino hacia tus clientes; piensa cómo vas a acercarte a ellos y a través de qué medios les vas a explicar tu oferta de valor. Este es una de las cajas más arriesgadas del modelo, dado que si no la implementas bien no tendrás la suficiente cantidad de clientes como para alcanzar el encaje producto – mercado. Es importante que pienses en los posibles canales escalables que puedes explotar.

6- Ingresos: define el modelo de ingresos (revenue) o “pricing”. El modelo de precios condiciona a tus clientes y por ello forma parte de tu producto. Esta caja es una de las más costosas de validar, de hecho se suele hacer con entrevistas de solución. Si estás empezando a diseñar el modelo, te recomiendo que definas un modelo de precios sencillo; siempre tendrás tiempo para complicarlo. Pero lo que no puedes dejar de hacer en ningún caso, y sobre todo si utilizas este Canvas, es salir a la calle a comprobar la percepción de cuánto dinero el cliente está dispuesto a gastar. Nunca establezcas el precio solamente top-down (es decir a partir del coste de producción) y tampoco dejes que tus clientes establezcan el precio; Prueba varios precios en tus entrevistas, ¿Cuánto dinero está dispuesto el cliente a gastar?

7-Costes: ten en cuenta tus gastos operativos. Recuerda que el valor capturado (es decir el ingreso monetario) ha de ser mayor que el coste en producir el activo (o el valor entregado). Si estás al principio del diseño del modelo esto es muy difícil de saber pero puedes empezar a incluir el coste del personal, materiales, servicios que contratas como el hosting, etc. y tener una idea inicial de tu punto de equilibrio o break even.

8-Métricas clave: cómo vas a medir el éxito de tu negocio. Representan las métricas operativas que importan en este momento. Esto puede y ha de variar enormemente a lo largo del tiempo, pero si estás al principio del proceso de validación de tu modelo de negocio, piensa en incluir cómo vas a medir las acciones que hace el cliente, que aportan valor. Es decir, cosas como por ejemplo las respuestas del usuario a las llamadas a la acción que encuentra en la web para convertirse en lead, prospect o cliente, en el caso de que tu modelo es en Internet, claro.

9-Ventaja diferencial (Unfair Advantage): Esta es la caja más difícil de completar y por ello tómate tu tiempo.

"Una verdadera ventaja diferencial es algo que no se puede copiar ni comprar fácilmente"- Jason Cohen.

Es tu “ingrediente secreto”, ese que no puede ser copiado y que por lo tanto se puede convertir en una ventaja competitiva como lo es el diseño en cualquier producto de Apple, o el algoritmo del buscador de Google.

Si no lo tienes deja esta caja en blanco por ahora, aparecerá en un momento de serendipia.

Bloques del lienzo de modelo de negocio Lean Canvas validado



Diapositiva elaborada para venta, utilizando la técnica 10/20/30

SERVICIO DE DISEÑO DE GIGANTOGRAFIAS PUBLICITARIAS!

Equipo: Emprendedores del mañana

SERVICIO DE PUBLICIDAD DE GIGANTOGRAFIA

SERVICIO DE PUBLICIDAD DE GIGANTOGRAFIA

Llama al: 939 958 322

Categoría: A- Servicio

Situación problemática

En el distrito de San Mateo se ha observado que los comerciantes han bajado sus ventas ello es una problemática que hasta ahora no pueden superar, debido a que no cuentan con buena publicidad para sus negocios, La Sra. Juana está preocupada pues no sabe cómo hacer una buena publicidad para captar clientes para su negocio. Su necesidad es retener y captar clientes para mejorar sus ventas.

¿Cómo podríamos hacer que los negociantes emprendedores del distrito de san mateo capten más clientes para sus ventas?

¡Solución!

Considerando que los comerciantes del distrito de San Mateo tiene baja ventas y no saben como tener una buena publicidad para captar clientes, surgió la idea de realizar un negocio de gigantografías en la comunidad con los mejores diseños y las mejores calidades.

La magia que hay detrás

Te brindamos soluciones integrales.

Desde un suplemento, flyer, aviso, video o banner hasta el desarrollo de una campaña multiplantforma.

En el distrito no existe el servicio de diseño de gigantografías de buena calidad, nuestra magia es que los comerciantes capten clientes de manera rápida al tener alta calidad en imágenes, letras, colores llamativos que atraen a los clientes.

Actuales clientes

Demostración del servicio

Nuestro equipo de diseño se encarga de hacer las mejores publicidades con los mejores diseños, utilizando la técnica AIDA que sirve mucho a los comerciantes emprendedores que quiere captar más clientes en sus negocios.

DISEÑO E IMPRESIÓN DE GIGANTOGRAFÍAS

IMPRESIONES DE CALIDAD

IMEDIATA ATENCIÓN AL CLIENTE

BAJOS PRECIOS

¡QUE ESTAS ESPERANDO!

LLAMA AL: 01 - 974 030 293

DIRECCIÓN: A. Avenida Carlos III 1000

Análisis competitivo

Nuestro servicio es único en la comunidad siendo muy beneficioso para todos los comerciantes que quieran emprender en el mundo del marketing, **ya que ofrecemos las mejores gigantografías con una buena calidad**, con los mejores diseños y que captara muchos clientes.

Te brindamos soluciones integrales.

Diseño de un suplemento, flyer, aviso, video o banner hasta el desarrollo de una campaña multiplantforma.

GIGANTOGRAFÍAS

IMPRESIONES DE CALIDAD

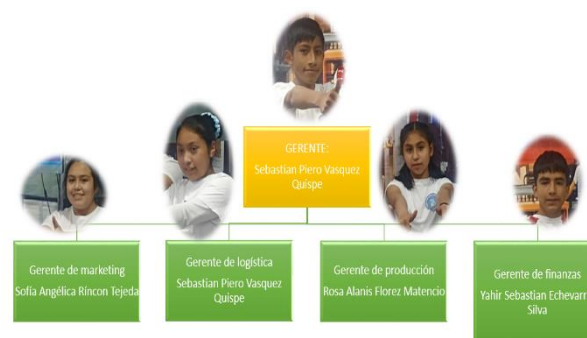
IMEDIATA ATENCIÓN AL CLIENTE

BAJOS PRECIOS

¡QUE ESTAS ESPERANDO!

LLAMA AL: 01 - 974 030 293

DIRECCIÓN: A. Avenida Carlos III 1000



Próximos pasos

Para que nuestro servicio llegue a más personas hemos decidido crear nuestra propia pagina web de comercialización, utilizaremos el Facebook, el Instagram para compartir nuestro diseños para que llegue a más personas, además que contaremos con un establecimiento y teléfono para que puedan hacer pedidos y expandir el negocio a nivel nacional.

<https://msandovaldelacruz.wixsite.com/gigantografias>

Facebook

YouTube

VI.-ETAPA DE EVALUACION

6.1 Listado de aspectos positivos que realizaron en la gestión del proyecto de emprendimiento.

Evaluación de impacto en el ambiente

Contaminación ambiental.

Método de disposición del residuo sólido que se produce en el proceso.

Método de disposición del residuo sólido que se produce en el desecho								
Nombre del residuo sólido	¿Cómo se produce?	Marcamos con X donde corresponde						
		Se envía al recojo de basura del municipio	Se quema	Se entierra	Se deposita en el suelo	Se vende	Se recicla	Se reutiliza
Retazos de vinil del banner	Material sintético						x	
Residuos de las tintas	Material tinta ecológica							x

Método de disposición del residuo sólido que se produce en el proceso.

Método de disposición del residuo sólido que se produce en el desecho					
Nombre del residuo líquido	¿Cómo se produce		Se envía al canal de desagüe sin tratamiento	Se reutiliza	Se le da un tratamiento antes de enviar al desagüe
	Es residuo de la producción	Medio auxiliar para la producción			
Retazos de vinil Y residuos de las tintas	Gigantografías			x	

Como podemos observar nuestra producción no presenta efectos contaminantes que afecten al medio ambiente, los desechos producidos en el proceso son reutilizados o reciclados reduciendo los efectos negativos pues dichos desechos son reutilizados como compost en el huerto de la escuela.

6.2 Listado de actividades para mejorar las ganancias por las ventas del producto o servicio.

Listado de aspectos positivos que se realizaron en la gestión del proyecto	1.- La iniciación de una modelo de negocio emprender
	2.-El trabajo en equipo de todos los integrantes
	3.- las actividades programadas se lograron ejecutar el 98%

6.3 Listado de actividades para mejorar las ganancias por las ventas del producto o servicio.

Listado de actividades para mejorar las ganancias por las ventas de servicio	1.- Mejorar más la publicidad
	2.- Mejorar la atención al cliente
	3.- Priorizar actividades urgentes del proyecto

6.4 Listado de propuestas que realizarían para innovar el producto o servicio.

Listado de propuestas para innovar el servicio	1.- Los canales de servicio
	2.- Los costos y ofertas
	3.- Innovar la presentación del servicio

6.5 Listado de lecciones aprendidas en el desarrollo del proyecto del servicio.

Listado de lecciones aprendidas en el desarrollo del proyecto del servicio.	1.- Los pasos del proyecto de emprendimiento
	2.- Sacar costos del proyecto
	3.- Las estrategias para aplicar emprendimiento

ANEXOS

Diseños creados para nuestros clientes

**INSTITUCIÓN EDUCATIVA
SAN MATEO DE HUANCHOR**

Concurso Nacional Crea y Emprende

**Dia: 28-09-2022
Hora: 10:00 am**

CYE
Concurso Nacional
Crea y Emprende

Electrónica

**Industria del
Vestido**

**Construcciones
Metálicas**

**Artes
Industriales**

Computación

**Industria
Alimentaria**



*Te brindamos
soluciones integrales.*

*Desde un
suplemento, flyer,
aviso, video o banner
hasta el desarrollo de
una campaña
multiplataforma.*



GIGANTO GRAFÍAS

**REACTIVA
TU NEGOCIO**

BANNER Y VINIL

ADHESIVOS Y TRUQUELADOS

TARJETAS PERSONALES

SELLOS AUTOMÁTICOS

VOLANTES PUBLICITARIOS



PAGINA WEB DE LA EMPRESA : SERVICIO DE DISEÑO DE COMPUTADORAS



Mira tu sitio publicado en versión móvil

Escanea el código con tu dispositivo para ver el aspecto y el funcionamiento de tu sitio publicado en versión móvil.

Hecho

<https://msandovaldelacruz.wixsite.com/gigantografias>

DISEÑANDO EN LA COMPUTADORA

