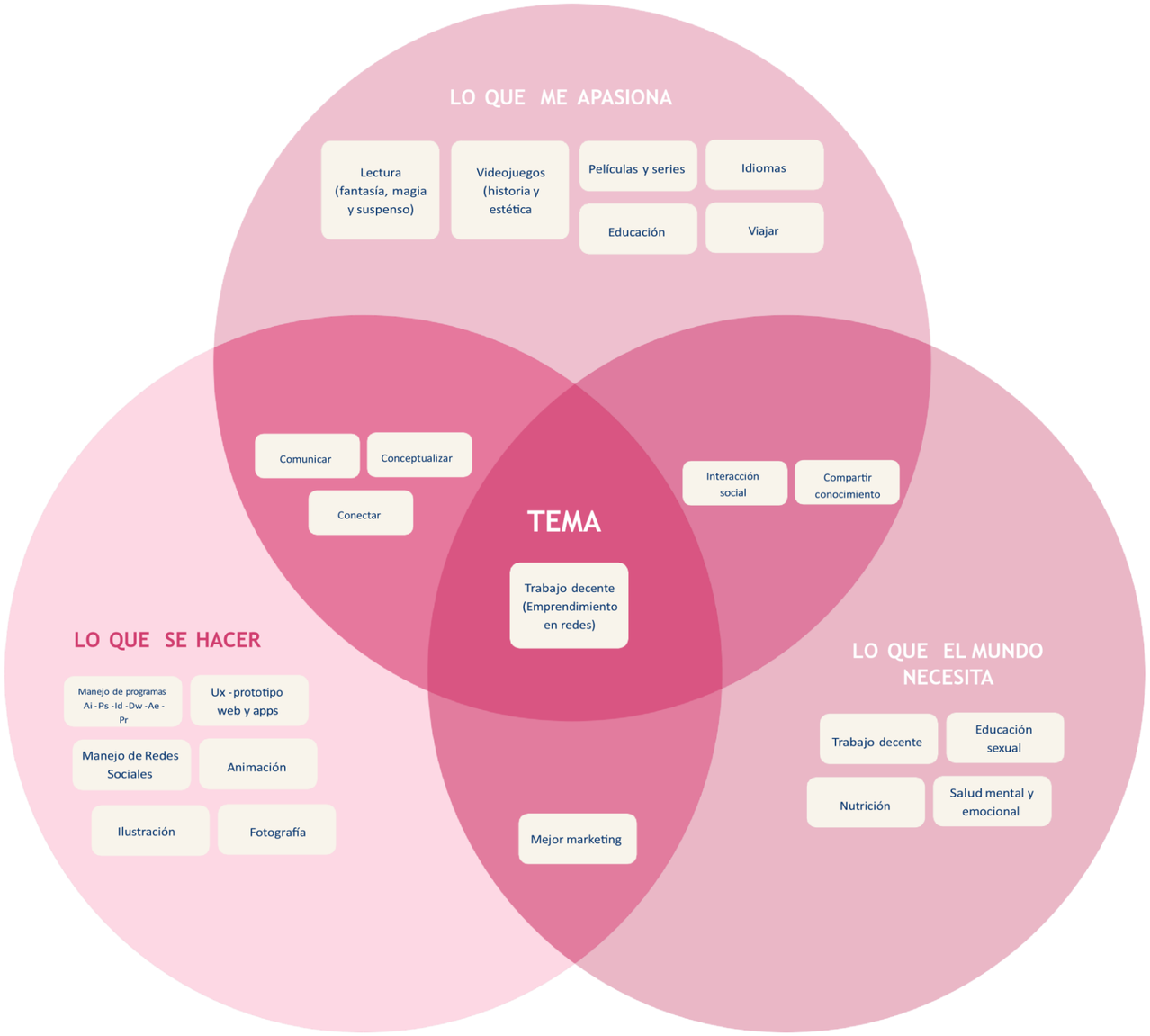
# TEMA DE PROYECTO



# MAPA DEL PROBLEMA

## TODO LO QUE SI FUNCIONA

Existen muchos perfiles de emprendedores sociales y que buscan resolver los problemas que más aquejan a la sociedad peruana

Nuevas oportunidades de trabajo

Los emprendimientos se convirtieron en el sustento económico de muchas familias




## TODO LO QUE NO FUNCIONA

- Iniciar sin un plan estratégico e investigación de mercado
- Implementar una idea de negocio de forma apresurada, sin conocer si tiene o no el potencial de mercado para generar ingresos.
- El Gobierno no tiene políticas públicas, no las ha tenido y no las tiene hoy en día de apoyo al emprendimiento
- Desconfianza de los clientes ante un negocio nuevo
- Ineficaz presupuesto de Marketing
- No saber cómo llegar al público
- Poco capital
- Competencia

## CONVERGENCIA

-Implementar una idea de negocio de forma apresurada, sin conocer si tiene o no el potencial de mercado para generar ingresos.
- Iniciar sin un plan estratégico e investigación de mercado
- El Gobierno no brinda suficiente apoyo a los emprendedores
- No saber cómo llegar al público
- Desconfianza de los clientes ante un negocio nuevo
- informalidad
- Competencia
- Ineficaz presupuesto de Marketing
- Poco capital

**MENOS URGENTE DE RESOLVER**

competencia

★★★★ Desconfianza de los clientes ante un negocio nuevo

★★★★ No saber cómo llegar al público

★★★ Ineficaz presupuesto de Marketing
POCO CAPITAL

★ El Gobierno no brinda suficiente apoyo a los emprendedores
-Informalidad

**MÁS URGENTE DE RESOLVER**



ODS

# TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO

Solo 1 de cada 10 negocios creados superan la barrera del primer año.

Menos del 10% de emprendimientos tienen éxito

Peruanos ocupan octavo lugar con mayor intención para emprender.

# LIENZO DEL TEMA DEL PROBLEMA



TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO

## TEMA

Trbajo decente
OBJETIVO DE LA ODS
Promover políticas orientadas al desarrollo que apoyen las actividades productivas, la creación de puestos de trabajo decentes, el emprendimiento, la creatividad y la innovación, y fomentar la formalización y el crecimiento de las microempresas y las pequeñas y medianas empresas, incluso mediante el acceso a servicios financieros.

## PROBLEMA

Desconfianza de los clientes ante un negocio nuevo
- No saber cómo llegar al público
- Ineficaz presupuesto de Marketing
- Los emprendimientos fracasan y cierran por no saber cómo crecer o mantenerse en el mercado
- Las personas no tienen mucha confianza en la calidad de estos emprendimientos porque son nuevos
- No hay ingresos para hacer un negocio.

## EVIDENCIA

Peruanos ocupan octavo lugar con mayor intención para emprender.

El 43% de peruanos piensa emprender, pero tiene problemas de financiamientor.

3 de cada 4 emprendimientos peruanos ya están usando herramientas tecnológicasr.

PMenos del 10% de emprendimientos peruanos llegan a tener éxito, ¿cómo no ser parte del fracaso?r.

95% de los emprendimientos peruanos no tienen éxito.

## CAUSAS

- Los emprendimientos no saben como promocionarse a sí mismos
- No generan impacto ni confianza
- No tienen un plan estratégico para llevar su negocio.
- Carecen de información sobre negocios en plataformas digitales.
- No tener ingresos para invertir en el negocio.
- La pandemia generé el cierre negocios presenciales.

## CONTEXTO

- Desempleo.
- Necesidad por generar ingresos.
- La pandemia genero desempleo.

## USUARIO

Emprendedores que ya están en el mercado presencial pero desean vender en plataformas digitales
-Nuevos emprendedores.
- Emprendedores que ven una oportunidad de negocio.
- Emprendedor por necesidad

## IMPACTO SOCIAL

- Los emprendimientos nacionales ganan una mala fama en cuanto a calidad y atención
- Los emprendimientos que no logran crecer cierran, dejando a sus dueños sin trabajo

## IMPACTO MEDIOAMBIENTAL

Sin tienda física se evita la contaminación de viajar en auto
- Las misma empresas tienen alcance para crear campaña o contenido de iniciativas medioambientales

## IMPACTO ECONÓMICO

- Los emprendimientos son el sustento económico de varias familias.
- Las mypes impulsan el crecimiento económico del país.
- El impacto en el entorno es positivo y dinamiza el sector económico al que pertenezca; se convierte en generadora de empleo y se vuelven sostenibles en el tiempo

## ¿QUÉ EXISTE AHORA?

-Buscan alternativas de marcas más reconocidas
- Adquirir el conocimiento para impulsar sus negocios
- Capacitaciones sobre el manejo de redes sociales

## ¿QUÉ NO FUNCIONA?

No sienten que apoyen a negocios nacionales que podrían merecerlo
- Muchos no tienen las posibilidades económicas
- No saben la diferencia que haría en su negocio tener un plan estratégico
- Algunos consideran que no es necesario saber manejar bien los medios de ventas.

## CONSECUENCIAS

No se incentiva a emprender y crear
- Crecimiento de negocios informales sin intenciones de formalizar a futuro
- Los emprendedores se quedan sin ese sustento económico
- Los emprendimientos cierran

## ¿POR QUÉ?

1
PORQUE IMPIDE EL CRECIMIENTO DEL NEGOCIO
- Porque será difícil conseguir clientes

2
PORQUE NO GENERARÁ NUEVAS VENTAS
Porque desconfía en si el producto llegara o si es de calidad.

3
PORQUE EL EMPRENDEDOR NO TENDRÁ VISIBILIDAD
- Porque impide que se concrete la venta/compra

4
PORQUE NO GENERA INGRESOS
Porque impide generar testimonios / comentarios

5
PORQUE EL EMPRENDEDOR DEPENDE DEL INGRESO DE ESE NEGOCIO
Porque evita generar intención, voz a voz y orgánico

## REESCRIBIR EL PROBLEMA

Quiero que las personas confíen en que si llegara su producto.

Consultan precios pero no compran nada.

Quiere crecer pero no sabe cómo.

Cuando uno comienza con su emprendimiento tiene muchos gastos

No priorizan la imagen de la marca o la publicidad.

¿Qué marca puede vender ese producto y de buena calidad?

Busca una prenda que vio por internet.

¿En que lugar puedo conseguirlo y tener la seguridad de que llegará el producto?

Consiguió el producto pero no sabe si comprarlo porque desconfía.

Quiere apoyar a emprendimientos.

Quiero una prenda que encontré en internet pero no se si llegará el producto

Encuentra en redes el producto pero no sabe si comprarlo porque tiene miedo de que no llegue el producto

No compra el producto en una tienda física por precio y prefiere buscarlo mas económico.

El emprendedor necesita que su negocio tenga visibilidad.

conexión

El consumidor necesita que le brinden seguridad.

El consumidor necesita / quiere apoyar a un emprendedor peruano en pandemia.

## EVIDENCIA

El 43% de peruanos piensa emprender, pero tiene problemas de financiamiento

95% de los emprendimientos peruanos no tienen éxito.

Menos del 10% de emprendimientos peruanos llegan a tener éxito, ¿cómo no ser parte del fracaso?

El 45% de las micro y pequeñas empresas del Perú tienen la probabilidad de desaparecer en los próximos cinco años por la baja productividad y profesionalización

## ¿QUÉ ES LO RELEVANTE?

¿Cómo llegar a más personas?

¿Cómo brindarle seguridad al consumidor?

Generar confianza en los clientes

Lograr que los consumidores visiten más tiendas para cumplir su objetivo inicial.

Asegurar que no es una estafa

Asegurar la calidad del producto y servicio

El estancamiento y/o desconfianza en una compra.

## RETO DE DISEÑO

¿Cómo podríamos lograr que los nuevos pequeños emprendedores peruanos tengan confianza para emprender digitalmente?

# LIENZO DEL PROBLEMA




El emprendedor necesita que su negocio tenga visibilidad y sentirse preparados para comenzar a emprender, principalmente en el mercado tecnológico.

El consumidor necesita que le brinden seguridad mediante un buen producto o servicio.



# PLAN DE INVESTIGACIÓN

| NIVEL DE CONOCIMIENTO | HERRAMIENTA DE INVESTIGACIÓN | MUESTRA | CARACTERÍSTICAS |
|---|---|---|---|
| | Entrevistas | 4 personas<br>2 hombres y 2 mujeres | Emprendedores peruanos o que residen en Perú, en diferentes rubros: Productos naturales, plan de vida saludable y manejo de redes sociales. |
| | Encuestas | 87 personas | Personas de ambos sexos entre 20 a 35 años, que compren a emprendedores peruanos, ya sea de manera presencial o digital (tratando de enfocarnos más en lo digital). |
| | Taller presencial | 2 personas | Dos mujeres de 28 y 30 años, jóvenes trabajadores dependientes que son muy frecuentes en las compras a emprendimientos por redes sociales. |

# ENCUESTAS AL CONSUMIDOR

**Consumidor Peruano (20 - 35 años)**

1. Del 1 (menos) al 10 (más) ¿Con que frecuencia compras a emprendimientos peruanos?
2. Si tu respuesta fue Nunca o Muy raro ¿Que te detiene a hacerlo?
3. ¿Cómo llegas a estos emprendimientos? Buscando en redes sociales, boca a boca, recomendación de amigos, etc
4. ¿Prefieres comprarlos de manera digital o presencial?

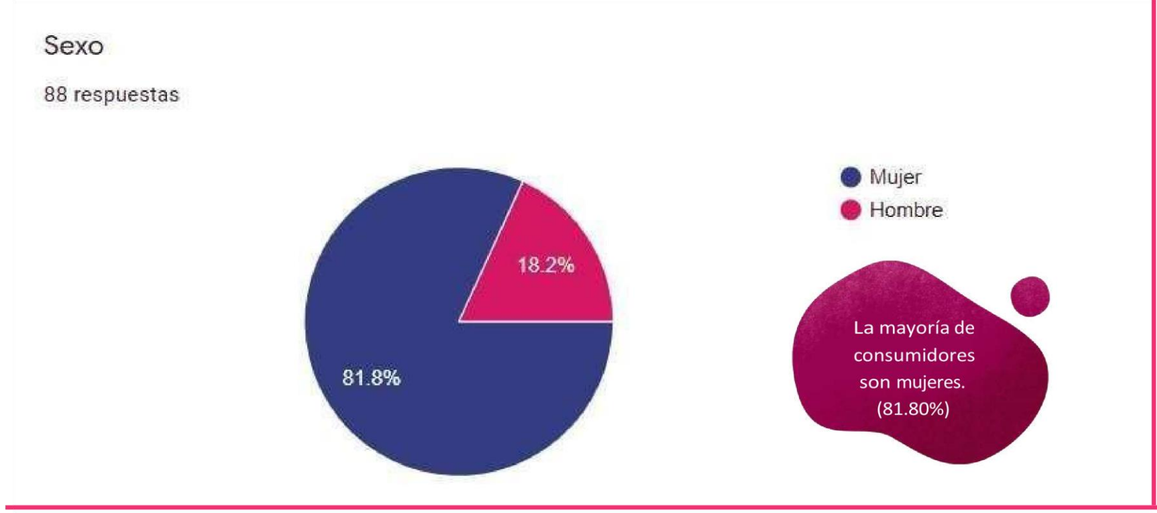
**Presencial**

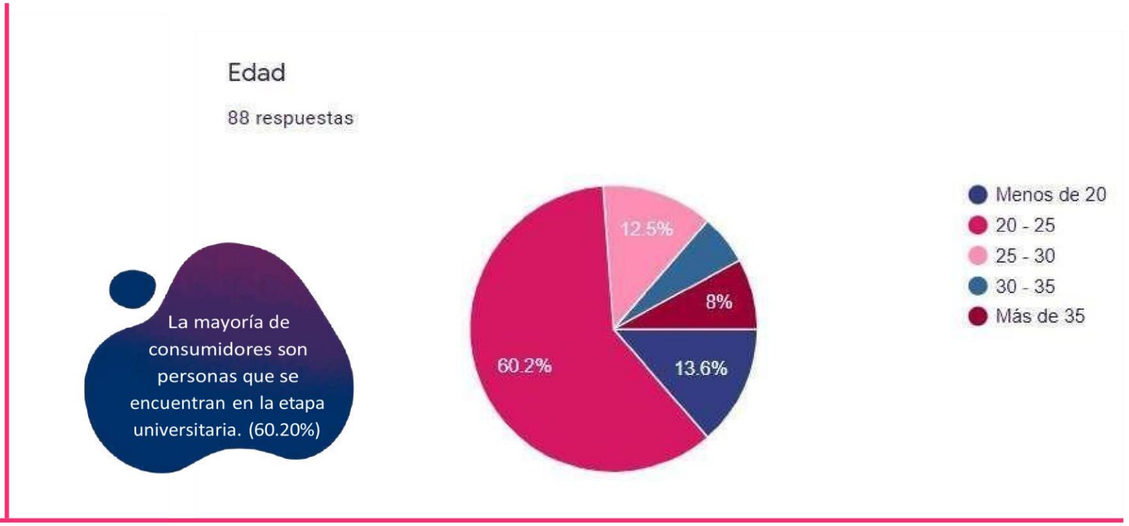
1. ¿Por qué prefieres comprar de forma presencial?
2. ¿Cuál consideras que es un obstáculo al comprar en línea?

**Digital**

1. ¿Cómo fue tu experiencia comprando por una plataforma digital a un emprendimiento peruano?
2. Qué red social prefieres para realizar una compra? Instagram, Facebook, Whatsapp
3. Con que frecuencia compras por redes sociales?
4. ¿Cuáles consideras que son las 3 principales ventajas de comprar online a emprendimientos peruanos?
5. ¿Qué es lo que tomas en cuenta al momento de realizar una compra online a emprendimientos peruanos?
6. ¿Qué productos o servicios de emprendimientos peruanos consumes más a través de redes sociales?
7. ¿Qué productos no consideras confiable comprar por medio de redes sociales a emprendimientos peruanos?

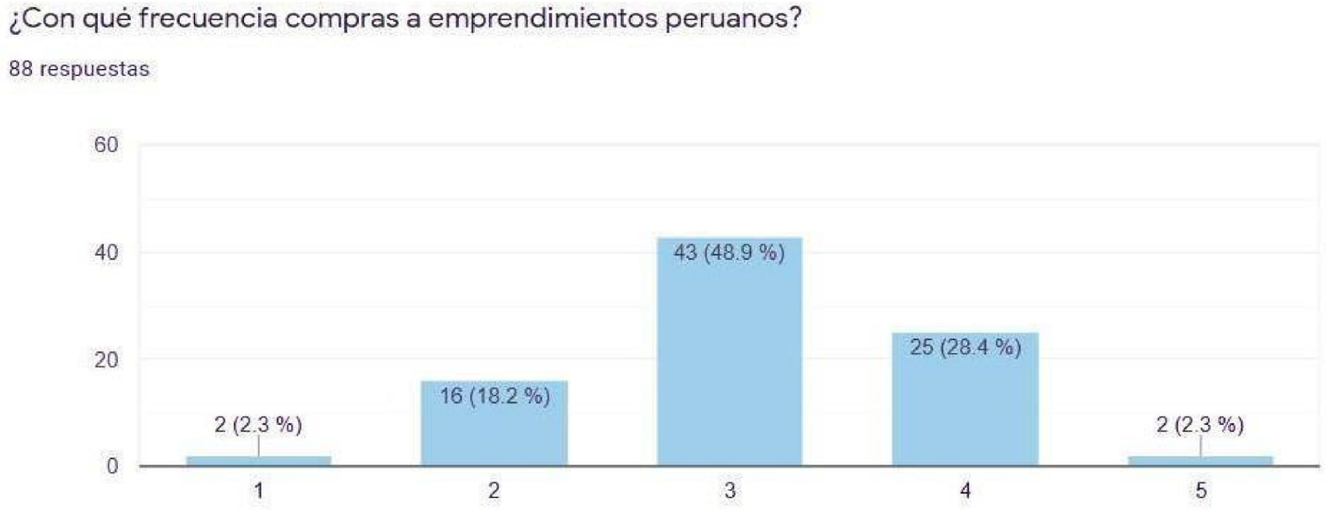
# ENCUESTAS AL CONSUMIDOR
## RESULTADOS



# ENCUESTAS AL CONSUMIDOR

La mayoría de consumidores compran regularmente o pocas veces al emprendedor peruano.



# ENCUESTAS AL CONSUMIDOR
# RESULTADOS

Si tu respuesta fue Nunca o Muy raro, ¿Qué te detiene a hacerlo? Explica en breves palabras.

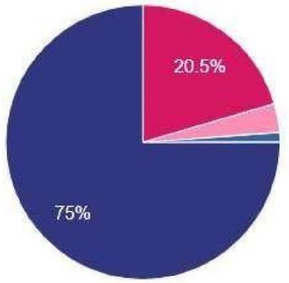
21 respuestas

- Suelo hacer mis compras por páginas web oficiales
- A veces la calidad del producto
- No se presenta la ocasión
- Que no son productos que necesite en este momento
- No son conocidos
- No les tengo mucha confianza y me da miedo te termine siendo una mala experiencia o una estafa
- depende de la ocasión, si veo que el producto es algo que necesito e innovador lo compro
- No soy de comprar mucho a menos que sea necesario
- Malos comentarios
- El proceso que lleva
- No hay publicidad
- Economía
- Me gusta ver el producto antes de comprar
- No suelo tenerle mucha confianza ya que es una compra online y no puedo ver cómo son realmente las prendas físicamente.
- Frecuento más centros comerciales
- no son muy frecuentes con el tema del marketing para captar la atención, eso obliga a que desconozca por mi parte dicho emprendimiento peruano.
- Muchas veces es por que olvido su marca, la publicidad empresarial es más invasiva, incomoda, pero funciona.
- No estoy consciente de que marcas son peruanas.
- Nunca responden y casi nunca ponen sus precios visibles

Las respuestas más enviadas fueron: desconfianza y Mala publicidad o marketing.

¿Cómo llegas a estos emprendimientos peruanos?

88 respuestas

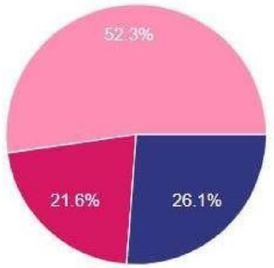



- Publicidad en redes sociales
- Recomendaciones de tu entorno
- Publicidad por Influencers
- La encerrona :D

La mayoría de consumidores llegan a los negocios por las redes sociales. (75%)

¿Prefieres comprarlos de manera digital o presencial?

88 respuestas




- Digital
- Presencial
- Ambos

El 52.30% compraría de ambas formas (digital y presencial).

El 26.10% prefiere comprar de forma digital.

# ENCUESTAS AL CONSUMIDOR
# RESULTADOS

¿Por qué prefieres comprar de forma presencial?

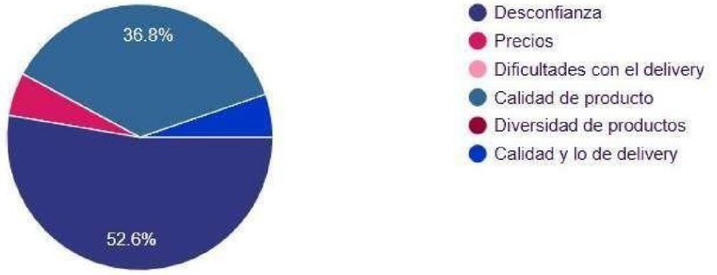
19 respuestas

- Puedo ver la calidad del producto
- Porque así veo con exactitud lo que me favorece
- Para poder verificar el vencimiento y más
- Se aprecia mejor el producto.
- Para comprobar la calidad
- Porque así escojo lo que quiero cuando compro
- Porque puedo ver y constatar calidad, precio y si me queda etc
- Para poder probarme y que me quedé bn
- Disfruto más la experiencia y el material
- Puedo ver la calidad de lo que compro directamente
- Ver la cantidad del producto o calidad
- Porque me gusta ver la calidad
- Probar el producto
- como es un nuevo emprendimiento y es de ropa es mas difícil elegir la calidad del producto, ay que en tema de ropa no son muy creativos y el material es poco sobresaliente
- Se aprecia mejor
- Es más seguro
- Porque puedo ver el producto en físico y en caso sea ropa por ejemplo, puedo probarmela para estar conforme con el fit
- Para ver mejor la calidad y ver si me queda bien la talla

Pueden ver directamente lo que están comprando.
Más seguro.
Se aseguran de la calidad por sí mismos.

¿Cuál consideras que es el mayor obstáculo al comprar en línea a emprendimientos peruanos?

19 respuestas

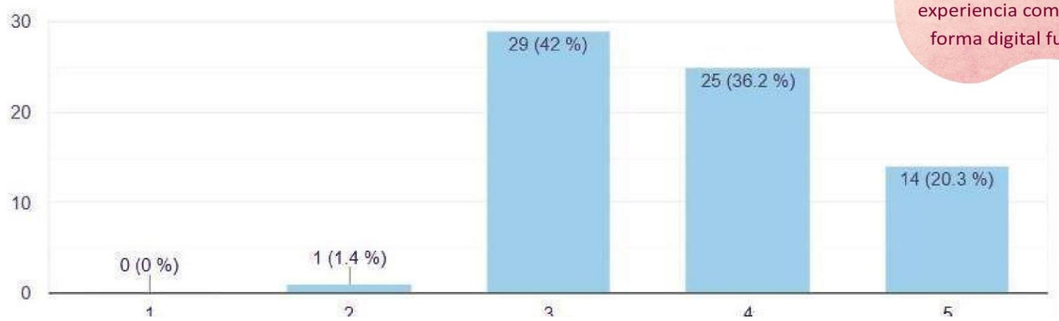



La mayoría de consumidores considera que la "desconfianza" es un obstáculo para comprar por internet.

Como segundo obstáculo, consideran la "calidad del producto". (36.80%)

¿Cómo fue tu experiencia comprando por una plataforma digital a un emprendimiento peruano?

69 respuestas

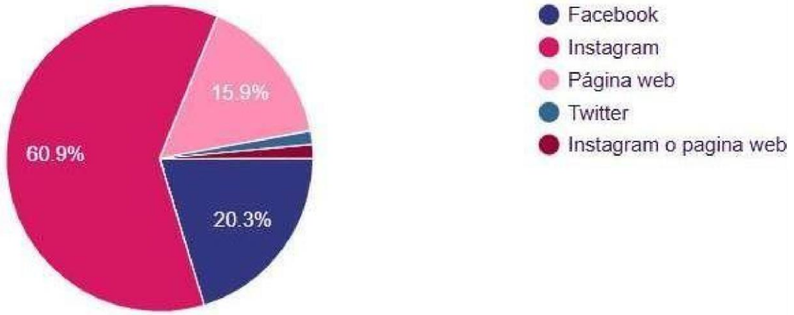



La mayoría de consumidores consideran que su experiencia comprando de forma digital fue buena.

# ENCUESTAS AL CONSUMIDOR
# RESULTADOS

¿Qué red social prefieres para comprar a estos emprendimientos?

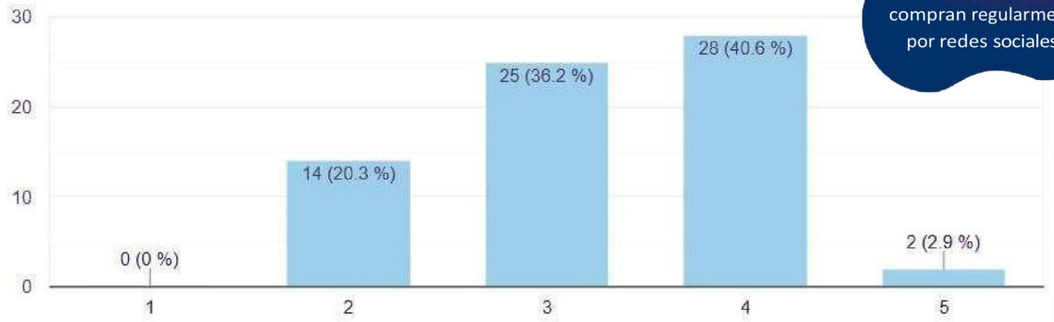
69 respuestas




La mayoría de consumidores prefiere comprar por Instagram. (60.30%). Facebook como segunda opción de compra. (20.60%)

¿Con qué frecuencia compras mediante redes sociales a emprendimientos peruanos?

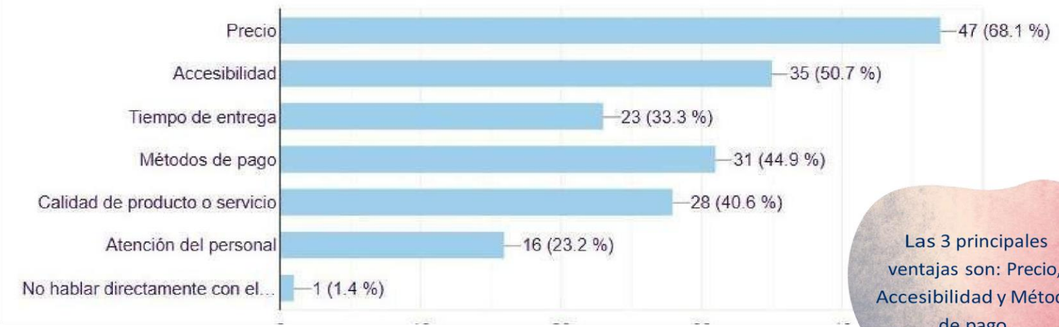
69 respuestas




Los consumidores compran regularmente por redes sociales.

¿Cuáles consideras que son las 3 principales ventajas de comprar online a emprendimientos peruanos?

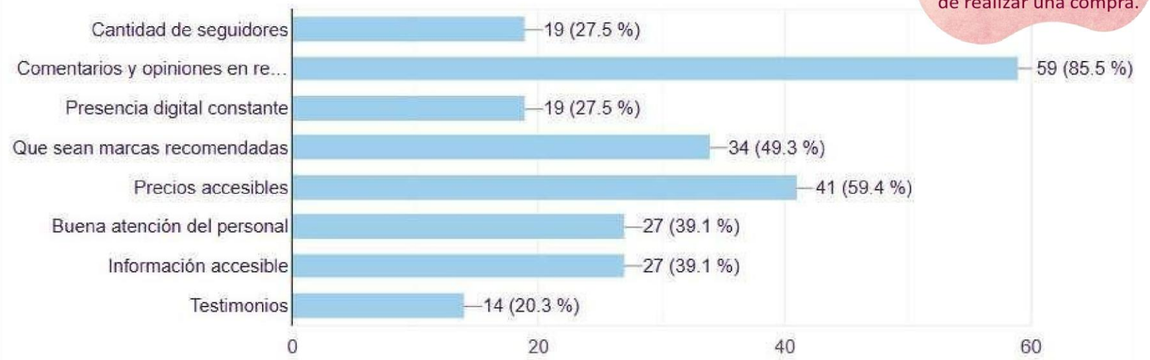
69 respuestas




Las 3 principales ventajas son: Precio, Accesibilidad y Método de pago.

¿Qué es lo que tomas en cuenta al momento de realizar una compra online a emprendimientos peruanos?

69 respuestas




Los consumidores priorizan los "comentarios en las redes" al momento de realizar una compra.

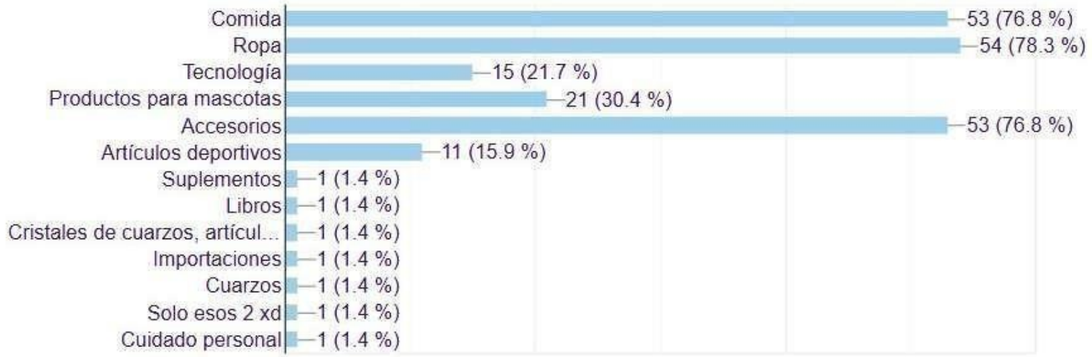
# ENCUESTAS AL CONSUMIDOR

## RESULTADOS

# ENCUESTAS AL CONSUMIDOR

¿Qué productos o servicios de emprendimientos peruanos consumes más a través de redes sociales?

69 respuestas



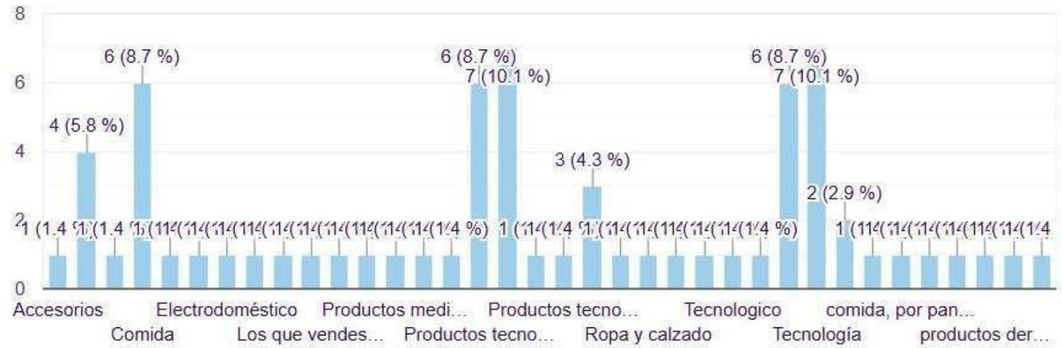

Comida

Ropa y Accesorios

Tecnología

¿Qué productos no consideras confiable comprar por medio de redes sociales a emprendimientos peruanos?

69 respuestas




Comida

Tecnología (celulares, laptops, etc)

# ENCUESTAS AL CONSUMIDOR
# RESULTADOS

¿Qué consideras indispensable en un emprendimiento peruano para brindar un buen servicio?

69 respuestas

- Buena atención
- La honestidad y buenos productos
- Calidad
- Costo de envío incluido en el precio
- Buen atención al cliente
- Calidad de producto y buena atención
- La experiencia total de la compra, desde el saludo hasta el momento de la entrega (el Packaging).
- Buenas reseñas
- La atención del personal
- Que la atención sea personalizada para cada cliente, y que sea claro y directo con lo que esta vendiendo
- comunicación constante
- La confianza en la calidad del bien o servicio que ofrece.
- Que sigan así
- Prescencia en redes sociales
- Fiabilidad
- La calidad de atención
- Un método de comunicación accesible para cuando ya se realizó el pago
- Buena atención y confianza de que no me van a estafar
- Información confiable del producto
- Precio y calidad
- Respuesta y entrega rápida con delivery
- Productos para el hogar
- calidad
- Puntualidad y calidad
- La forma como entrrga el producto
- Buen trato , buena comunicación trato con respeto
- La calidad del producto y el servicio
- Atención personalizada y que brinde información suficiente sobre el producto o servicio
- El precio, metodo de pago, calidad y entrega
- Buen trato al cliente
- La atención al cliente
- Que sean transparentes con el envío y el producto
- Si
- Atender bien al cliente
- Una mejor atención
- Calidad
- Dar información del producto servicio y una biena atención
- La atención al cliente
- Tener varias fotos videos del producto, estar atentos a las dudas que deje el cliente por mensaje
- atención al cliente, desde el saludo hasta la entrega final siempre cordial
- atención A1
- El trato que nos brindan a nosotros los clientes, la apertura a mostrarle lo que ofrece. Mostrarse transparentes y nos regalen el valor de la confianza.
- Confiablidad, que respondan los mensajes, dar confianza cuando piden adelanto
- Fotos del producto
- Trato amable, respuesta rápida, opciones de envío o contraentrega
- La accesibilidad hacia los clientes
- El tiempo de entrega y la comunicación.
- Atención al cliente (respuesta rápida)
- constancia en las redes sociales
- Buena atención al cliente
- La atención
- Buena atencion al cliente y transparencia
- Calidad del producto o servicio, trato amable y puntualidad en el reparto.
- Comentarios acerca de los productos
- La empatía y la paciencia.
- Siempre deben estar atentos a cualquier consulta y sobretodo a los mensajes si son primeros compradores
- Atención al público, calidad del producto, precio razonable.
- Atención de calidad
- Comunicación rápida y transparente
- Claridad en la info
- Buena atención y poner la información precisa
- Cumplir los plazos de entrega y que sea el pago contraentrega
- Responder rápido los mensajes
- Branding
- Una buena relación calidad - precio

Atención al cliente

Calidad

Acceso a información (precios, especificaciones del producto)

# ENCUESTAS AL CONSUMIDOR
## CONCLUSIONES



- Según el consumidor, **la desconfianza y la mala publicidad o marketing** son las principales razones que lo detienen de comprar digitalmente.
- La mayoría de consumidores llegan a los negocios por **las redes sociales.**
- La mayoría de consumidores considera que la **"desconfianza"es un obstáculo** para comprar por internet.
- La mayoría de consumidores prefieren comprar por **Instagram.**
- Los consumidores priorizan los comentarios en las redes al momento de realizar una compra.
- Los consumidores **consideran indispensablela atención y experiencia del cliente** con una marca.

# ENTREVISTAS EMPRENDEDORES

**Parte 1**

1. ¿Cómo surgió la idea para crear la empresa? ¿Cuándo y cómo identificó la oportunidad? (ánimo / motivación)
2. ¿Cuándo / Cómo supo que quería emprender?
3. ¿Considera que el entorno (personal, social o político) era favorable a la actividad empresarial en el momento de crear la empresa? ¿Te sentías preparado?
4. ¿Qué tipo de recursos tenías cuando creaste tu emprendimiento?
5. ¿Qué fue lo más complicado que necesitaste conseguir para empezar tu emprendimiento?
6. ¿Elaboraste un plan de negocio para comenzar con tu emprendimiento?
7. ¿Consideraste necesario usar herramientas que te guíen o capacitación para poder dar a conocer tu negocio?

**Parte 2**

1. ¿Cuántas horas, por día y por semana, trabajaba durante la primera etapa?
2. ¿Qué crees que consideren tus clientes al elegir tu producto o servicio? (propuesta de valor)
3. ¿De qué manera llegas a tus clientes? ¿Tienes presencia digital?
4. ¿Cómo te decidiste por llevar tu negocio por redes sociales?
5. ¿Cómo llevas la publicidad en tus redes sociales? ¿Cómo te resultó al principio? ¿Lo llevaste tu mismo o tuviste ayuda?
6. ¿Con que frecuencia sueles publicitar tu emprendimiento? ¿Consideras que es importante "estar pendiente" o "darle movimiento" a las redes sociales todos los días?
7. ¿Consideras que es la mejor forma de llegar a tus clientes? ¿Por qué?
8. ¿Tienes un grupo de clientes estable? ¿Cuánto tiempo te llevó conseguirlo? ¿Por qué crees que se quedan con tu servicio?

**Parte 3**

En caso de producto: ¿Cómo te encargas de hacer las entregas? *Si cuenta con un tercero para esta parte: ¿Alguna vez te ha causado problemas?
Has tenido quejas en cuanto a tu servicio / producto? ¿Cuáles son los motivos principales de estas quejas? Qué has hecho respecto a ellas? Han afectado a tu emprendimiento?
¿Qué crees que podrías mejorar? Servicio, experiencia, digitalización, la manera de publicitar.

**Parte 4**

(Si el negocio fue a raíz de pandemia) Si no hubiera pasado lo del COVID 19, ¿Hubiera existido tu emprendimiento?
¿Consideras que los emprendimientos son los mismo antes y después de pandemia? por qué
¿Qué te hubiera gustado saber cuando comenzaste tu emprendimiento? Si volvieras a la etapa inicial ¿Qué harías diferente?
¿Cuál consideras que es la clave para el éxito de tu emprendimiento?
¿Cómo ves tu emprendimiento a futuro?
¿Qué aprendiste? (manejo de emprendimiento / trato a clientes)

# OPORTUNIDAD

We feelin
Heliann Teixido
Diseño y manejo de redes sociales

Inicia a raíz de la pandemia - debido a que retoma conversación con su mejor amiga, ahora socia, que vive en Venezuela.

Empatía -trabajo en equipo -que seamos como una familia -que nuestros clientes sientan un ambiente cálido.

Oportunidad: Vimos que nacieron muchos emprendimientos que no sabían como hacer con el manejo de sus redes sociales

"Mis padres y las personas que yo admiro siempre han querido ser sus propios jefes, el éxito es que no trabajes para otros"

Desde el comienzo nos ha ido bien, desde el día 1 hemos tenido clientes, todo ha sido favorable.

Nuestro servicio es virtual y es por eso que no quedaba de otra que nuestros clientes confíen en nosotros.

Al principio nos costó mucho. Mi socia tenía horarios diferentes al mío es por ello que a veces nos reuníamos de madrugada. En cuanto al conocimiento, al comienzo nos equivocamos mucho porque no sabíamos bien cómo llegar a las personas, respecto a la publicidad, segmentación, alcance, tuvimos que llevar cursos de ello. Tuvimos que aprender de todo y hacer de todo porque sólo somos 2 personas.

Lo que define a we feelink es la empatía porque vemos que otras agencias son muy frías, buscamos orientarlos, nuestro ambiente es muy cálido e informal y varios de nuestros clientes nos han elegido por ello.

Creo que la gente no debería estar esclavizada en sus redes sociales y publicar todos los días. Admiro mucho a la gente que siempre está ahí. Nosotros tratamos de publicar 3 veces a la semana y stories 3 a 4 veces a la semana (en un buen mes)

Queremos atraer a un tipo de cliente -que sea igual de cálido que nosotros y hacer un Match! Es importante también que al ofrecer nuestros servicios, la forma en que lo describimos sea muy detallada y que ellos entiendan porque muchos de ellos no saben del mundo de la publicidad, entonces tratamos de desmenuzar todo.

Se quedan con nosotras porque nosotras les damos más de lo que nos piden, una milla extra. No perdemos la conexión en ningún momento, buscamos siempre estar atentas a lo que requieren.

Lo que nos faltaría mejorar sería la comunicación con nuestros clientes al ofrecerle un servicio, tal vez una página web nos puede ayudar con ello, tenerlo más claro y que las personas lo entiendan.

Un dato curioso: Es que todos nuestros clientes no hemos tenido problema con el tema del pago, han pagado por adelantado sin ningún problema. Ahora con nuestro cliente peruano, este cliente nos pidió pagar en dos partes, lo que normalmente no nos piden los clientes de otros países.

Creo que esto podría ser cultural, porque hay mucha desconfianza aquí en Perú porque como consumidora, tengo que siempre fijarme si el producto llegó bien. completo, a veces te estafan.

Creo que esto podría ser cultural, porque hay mucha desconfianza aquí en Perú porque como consumidora, tengo que siempre fijarme si el producto llegó bien. completo, a veces te estafan.

Si no hubiera existido la pandemia, no hubiera existido mi negocio, porque a raíz de esto tuve más tiempo para poder hablar con mi mejor amiga y crear we feelink, no fue tanto por necesidad.

Creo que también a raíz de la pandemia, los emprendedores han tenido que obtener más herramientas y ser más creativos para poder crecer en este mundo tan competitivo y eso fue bueno porque a varios les ha ido súper bien! Ya puede venir un apocalipsis zombie y los emprendedores podrán con ello.

Me hubiera gustado saber más sobre pauta publicitaria pero igual esta experiencia ha sido muy bonita. También me hubiera gustado dedicarle un poco más pero tampoco fue determinante al momento de emprender.

Me gustaría que este emprendimiento se convierta en una agencia publicitaria, quisiera seguir ayudando a los emprendedores a crecer en el mundo digital.

Oportunidad: Vimos que nacieron muchos emprendimientos que no sabían como hacer con el manejo de sus redes sociales

Se quedan con nosotras porque nosotras les damos más de lo que nos piden, una milla extra. No perdemos la conexión en ningún momento, buscamos siempre estar atentas a lo que requieren.

Un dato curioso: Es que todos nuestros clientes no hemos tenido problema con el tema del pago, han pagado por adelantado sin ningún problema. Ahora con nuestro cliente peruano, este cliente nos pidió pagar en dos partes, lo que normalmente no nos piden los clientes de otros países.

Lo que define a we feelink es la empatía porque vemos que otras agencias son muy frías, buscamos orientarlos, nuestro ambiente es muy cálido e informal y varios de nuestros clientes nos han elegido por ello.

Lo que nos faltaría mejorar sería la comunicación con nuestros clientes al ofrecerle un servicio, tal vez una página web nos puede ayudar con ello, tenerlo más claro y que las personas lo entiendan.

Creo que esto podría ser cultural, porque hay mucha desconfianza aquí en Perú porque como consumidora, tengo que siempre fijarme si el producto llegó bien. completo, a veces te estafan.

Se dieron cuenta de que había una necesidad en el mercado por cambiar a una vida saludable. Nace en parte por el Covid y por ello, empiezan el servicio solo por instagram.

También nace en parte de la necesidad de trabajar, son 2 nutricionistas y 3 personas quienes administran la marca. Decidieron unirse y hasta ahora a funcionado.

Por pandemia y el home office aprovecharon la oportunidad para llegar al publico por redes sociales.

La calidad de servicio fue lo mas difícil, tenían que asegurarse de que el trabajo era bueno porque de eso dependía la imagen del emprendimiento.

No consideraron invertir en el manejo de las redes sociales en un inicio. Ellos se repartieron el trabajo y terminaron por manejar las redes, hasta que la marca creció y decidieron sumar a su equipo a un diseñador.

Utilizaron a influencers.
Había problemas, días que reventaban la bandeja de chats y eran horas de responder mensajes. Invertían 5 a 6 horas diarias.

Pararon la publicidad, no llevan un registro de la publicidad o sobre como llegar al consumidor pero si saben que meses son los adecuados para poner lanzarse a publicitar masivamente.

La inestabilidad política afecta mucho ya que la mayoría de noticias y de publicidad son sobre ello por lo que no rinde invertir en publicitar. Se paraliza todo, las redes se saturan y hacer campaña en esa época no es rentable. Las personas no están enfocadas en ello.

Publicitar con influencers es complicado. Si mueve las redes y trae bastante gente pero muchos llegaban solo a preguntar, habían personas que decían "porfa más información" o "más info" pero solo eso y no compraban nada.

No ofrecemos directamente el plan, primero informamos el porque y que nazca el interés. Juegan mucho con los mitos. Tratan de crear una comunidad no solo en vender.

Tratan de no solo vender sino de llegar y que se animen a informarse, que sean parte de la comunidad. Por la alta competencia en el mercado consideramos que se debe analizar todas las formas posibles para implementar estrategias sobre como llegar o como captar a los clientes.

Todo tiene un proceso. El primer contacto es por instagram, ellos mandan un mensaje, un asesor responde, se explica como es el proceso del servicio, totalmente claro pero algo básico, una vez toman el servicio, se deriva a la persona al chat personal de la empresa y comienza el seguimiento diario, de la especialista y semanal, de la empresa.

El tema de la digitalización cambio todo, antes tu podías emprender un negocio, las personas buscaban que hacer presencialmente, tener mas contacto pero al llegar el Covid todo cambia, los pagos virtualmente, sin contacto. Todos los negocios se tuvieron que adaptar a la digitalización.

El entorno/contexto ayudo a que el país se digitalice más, ayudo a que las personas que no estan acostumbrados a la tecnología, por necesidad, tuvieron que hacerlo, los pedidos, ya no vas a lugar sino que ahora o pides por una app o por el celular, son cosas interesantes que en otros países era mas recurrente pero aquí todavía no.

"Ser paciente es fundamental, muchos te van a escribir y no comprar. También es importante saber la estrategia de Marketing, saber bien en que se va a invertir. Hoy es costoso tener un cliente. Un cliente es como un pedacito de lo que se invierte en publicidad, tener un cliente orgánico es complicado, la mayoría llega por recomendación."

La mejor forma de fidelizar a los clientes es ofrecer un servicio de calidad. Que el cliente perciba que esta recibiendo un buen servicio, el seguimiento para que sienta que esta acompañado, que se de cuenta que somos una opción que no solo trata de venderte u ofrecerte un servicio sino que también te brinda apoyo.

Si volvieran al inicio, les gustaría conocer bien el mercado, las temporadas. Al iniciar no sabían como se movía el mercado en esa categoría y ahi tuvieron muchos percances.

# ENTREVISTAS

# OPORTUNIDAD

**JOKO Studio**
**Josellyn Cervera**

Combinó nombres.
Fue con una compañera de clases para poder hacer un emprendimiento juntas.

Había una necesidad en el mercado. Ella hace un estudio y se lo envía, si hay mucho trabajo en el mercado.

Todo por la pandemia. Necesitaban dinero e investigaron para realizar una idea de negocio.

Había una necesidad, en su trabajo, guardo contactos y así pudo empezar a independizarse.

Si, porque ya contaba con la experiencia. Lo que se le dificulta es por el tiempo.

No es su principal ingreso, es algo adicional. Pero si lo ve a futuro como su único ingreso.

Todas las herramientas ya que estudio para ello. Incluso es autodidacta, aprendió programas fuera de sus clases para fortalecer su servicio.

Lo más complicado fue conseguir una cartera de clientes. Posicionarte en el mercado y que las personas confíen en ti.

No, porque todavía recién estaba empezando y se esta basando en las cosas que tiene actualmente. A futuro si lo ve necesario.

Vio modelos en instagram. A la competencia. Selecciono recursos para poder emplear.

De ahí fue un logo de taller mejorado. Se capacito con un amigo para diseñar las firmas empresariales de sus correos.

Le dedicaba 4 hrs al día.
Se capacitaron con cursos para poder brindar su servicio.

La puntualidad. Como ya tiene confianza, ellos pueden consultar. Son personas que confían en ella y por eso también la recomiendan.

Si, me encuentran en instagram y luego me llaman por whatsapp y correos.

Porque instagram es el lugar donde tiene más llegada con su público, lo vio necesario para publicitarse.

Lo hacia la amiga con la que tiene el emprendimiento. Ponía tips, formas de combinar, distribuciones, etc. No pagaban por publicidad, lo hará cuando este enfocada

No le dedica el tiempo actualmente porque tiene otro trabajo actual.

No publicita actualmente porque no tiene tiempo para brindar el servicio.

Si lo considera importante porque así logra llegar a mas clientes.

Tiene un grupo de 4 clientes estables, le tomo conseguirlo medio año. Ellos se quedan con su servicio por la confianza.

Hasta ahora no ha tenido quejas.

Me gustaría mejorar la publicidad, si tiene una buena forma de comunicar y logra pegar, lo convertiría en su ingreso. También, el tiempo.

Si existiría su emprendimiento, incluso sin el covid. La pandemia solo acelero el proceso por el tiempo y el dinero, se enfoco mucho en ello.

Invirtieron en los cursos para perfeccionar sus servicios de 3D.

No, antes era más fácil contactar a las personas. La pandemia hizo que las personas, por necesidad, creen nuevos emprendimientos.

Saber la organización y el tiempo que le iba a tomar. Considero que iba a ser fácil pero con los meses se dio cuenta que si debía dedicarle más tiempo.

Ser perseverante y saber organizarte. También, capacitarse de expertos porque con ellos puedes brindar un mejor servicio.

Lo veo en grande. Actualmente, esta consiguiendo contactos, proveedores, personas que la puedan ayudar y en las que confiar.

Aprendí sobre todo a tener paciencia, es difícil hablar con personas. Cumplir con las fechas para lograr fidelizar a las personas y que te recomienden.

Aprendió también a dar sus limites y dar valer su trabajo. Tener en claro las especificaciones que brindar a su negocio, porque a veces se aprovechaban de ella porque no era clara con lo que ofrecía.

**Arujet**
**Jimena Paucar**

La idea surgió al ver que habían personas que querían mandar coas a sus familiares en otro país

Todo el entorno político social y personal me favorecía ya que en ese momento todo estaba bien en el país y no había pandemia.

ya teníamos planeado todo y como iba a funcionar.

Va bastante bien, ya que la mayoría de nuestros clientes están fuera del país y al ver la facilidad del Facebook y WhatsApp se comunican más rápido con nosotros.

Gracias a Dios fue antes de la pandemia pero si nos afectó.

Mejorar las herramientas que usamos para diseñar

Quisiéramos llegar a más clientes, brindarles información de forma práctica

no había una agencia que les brinde la seguridad y confianza de que sus cosas lleguen bien y a tiempo.

Tenían recursos económicos y profesionales.

En la primera etapa eran de 9 a 12 horas al día y casi todos los días.

Si tengo un grupo de difusión en el WhatsApp donde ahí se publica nuestro servicio.

La puntualidad. Como ya tiene confianza, ellos pueden consultar. Son personas que confían en ella y por eso también la recomiendan.

Que prácticamente se mueva solo y se pague solo y que la fluidez del servicio sea más rápida.

iempre tratando de darles tranquilidad con la calidad de nuestro servicio.

Me di cuenta que quería emprender cuando vi que mi sueldo no me alcanzaba en el antiguo trabajo

Fue complicado encontrar un local donde poner la agencia.

Los cliente valoran La velocidad y la confianza que se les brindo la primera vez y la constante seguridad que se les brinda.

Yo creo que siempre se tiene que mejorar ciertos puntos en una empresa pero eso se hace con emprendimiento y responsabilidad.

confianza seguridad y puntualidad.

Me gustaría mejorar la publicidad, sobre todo en facebook

El trato a los clientes ya que algunos son personas de la tercera edad y otros son un poco quisquillosos

no quería tener horario de trabajo, ni límites para trabajar.

Si me sentía preparada porque se trataba de mi carrera (Negocios Internacionales)

Todas nuestras publicidades lo hacemos a través de Facebook y WhatsApp.

Las publicaciones se hacen cada vez que tenemos una fecha exacta de salida que son cada dos semanas.

Hemos tenido quejas de los clientes por parte de terceros pero aveces nuestros clientes tienden a equivocarse o se olvidan de revisar de cómo llegó su producto.

No, porque antes de la pandemia los emprendimientos eran más elaborados y con más tiempo, ahora por la crisis que esta pasando el país, la gente trata de invertir más para que su servicio y/o producto no quede estancado.

Considero que es la mejor forma, porque ahora la tecnología mueve las personas y los negocios y que mejor forma de promover tu negocio a través de las redes.

# ENTREVISTAS

# NECESIDAD - OPORTUNIDAD

**Mr. Nuez**
**Jenessis Delgado**
**Venta de productos naturales**

Inicia a raíz de la pandemia - debido a que necesitaba generar ingresos para poder vivir día a día -Comenzó con 100 soles y comenzó comprando menestras y miel. Las menestras en ese entonces estaban baratas

"Mi idea fue invertir y así poder seguir invirtiendo. Estas menestras se que podía venderlas pero también consumirlas, es así que empecé."

"Lo digital me ayudó mucho porque yo no podía movilizarme y toda la información sobre proveedores, productos, pude encontrarlo por internet"

Lo más complicado para empezar el emprendimiento fue conseguir buenos proveedores que muchos de ellos a veces no cumplían con lo que decían o sus productos no eran lo mejor, a veces no era el precio más justo"

"si bien no soy formal, en mis precios estoy considerando un margen para que cuando me formalice pueda yo mantener mis precios, eso es lo que me aconsejaron"

"No todo se vende por redes sociales. Hay muchas personas que prefieren comprar presencial porque no confían. entonces mi ideal es colocar mis productos en pequeñas tiendas y más adelante en supermercados"

"Prefieren a Mr. Nuez, que sea un buen producto, de calidad y que sea ecoamigable. También estoy trabajando en la confianza"

"Lo de la miel de abeja también fue una muy buena idea porque en ese entonces había el boom de las mieles que levantaba el sistema inmunológico y todo el mundo quería eso. Pregunté a mis familiares del norte sobre todo eso y me informé un montón sobre los tipos de mieles y sobre su proceso y duración. La miel es eterna"

"siempre he sido de emprender, antes tenía una pequeña empresa de eventos pero que a raíz de la pandemia tuve que dejar"

"la mayoría son productos peruanos, de fácil acceso, ecológico en el empaquete y preparación"

"Otro reto para mi fue saber sobre costos, tuve que meterme de lleno a la computadora para poder investigar, aprender sobre todo ello para saber que debo incluir, el no poder cambiar mis precios, entre otras cosas, me costó mucho aprenderlo, tuve que convertirme en una persona muy autodidacta"

"Mi plan a corto plazo es poder registrar mi empresa y esto también me ayudará a expandirme"

""Trabajaba de 6 a 11 pm todos los días sin descansar, no sólo es subir fotos en redes. Es ver precios, ver la competencia, ver los empaques. Me pasaba horas en los supermercados viendo a la gente que comprabana que preferia, etc. y al principio no se gana, como en todos los comienzos"

"a veces uno tiene que arriesgarse porque las personas no quieren pagar un adelanto"

"Otro tema preocupante es lo del delivery. Para poder manejarlo de buena manera, debería tener de 3 a más entregas por días para que pueda salir a cuenta, porque a veces el delivery salía más que la entrega"

"Mis clientes empezaron a ser mi familia, amistades y amistades de amistades. Ahora ya también por redes sociales y market place" "ahorita si no tengo pauta publicitaria, es por ello que he bajado un poco las ventas"

"Siento que aquí en Perú o Latinoamérica desconfían mucho y todavía prefieren comprar de manera presencial"

"A largo plazo sería ideal tener una página web para que puedan compras los productos a través de esta plataforma"

"Para mejorar mi emprendimiento tendré que buscar algo que ofrecerle a mis clientes y que sea diferente a los demás, por ejemplo ofrecer productos únicos como por ejemplo miel de cramberries-"

"Si no hubiera sucedido lo del covid, no creo que haya existido mi emprendimiento porque jamás pensé dedicarme a esto"

"Si no hubiera sucedido lo del covid, no creo que haya existido mi emprendimiento porque jamás pensé dedicarme a esto pero ahora sé que no lo podría dejar"

"Ahora nos enfrentamos que hay muchos más emprendimientos, porque antes las personas tenían trabajos estables y ahora se han sentido obligados a buscar la manera de ganarse la vida"

"Otro reto también es la virtualidad y sobre los costos, que ahora han subido y tampoco es que podamos subir muchos los precios porque sino no compran"

"Veo a mi negocio con una página web y con presencia en minimarket o supermercados"

Empezar el emprendimiento fue conseguir buenos proveedores que muchos de ellos a veces no cumplían con lo que decían o sus productos no eran lo mejor, a veces no era el precio más just

"a veces uno tiene que arriesgarse porque las personas no quieren pagar un adelanto"

"Mi plan a corto plazo es poder registrar mi empresa y esto también me ayudará a expandirme"

"Siento que aquí en Perú o Latinoamérica desconfían mucho y todavía prefieren comprar de manera presencial

Busco darle confianza a mis clientes. Lo que hago es pedirle a los clientes que se tomen fotos con su producto y así otros clientes puedan verlo y quieran comprar porque otros lo recomiendan" "También que no sólo se trata de vender sino que aconsejar a los clientes para que puedan llevar una vida saludable y para qué le sirve cada producto que ofrecemo

"Siento que los clientes quieren ver de alguna forma tu producto. Quieren ver donde estás que no sea en tu casa o oficina. Quieren ver al menos donde lo tienes. Porque hay varios que venden lo mismo y no se saben cómo lo venden. Tal vez en el momento que lo ven no lo compren pero si después le aparece una publicidad digital por internet, pueden identificar tu producto y al final decidan comprarlo"

"Otro reto para mi fue saber sobre costos, tuve que meterme de lleno a la computadora para poder investigar, aprender sobre todo ello para saber que debo incluir, el no poder cambiar mis precios, entre otras cosas, me costó mucho aprenderlo, tuve que convertirme en una persona muy autodidacta"

"Veo a mi negocio con una página web y con presencia en minimarket o supermercados"

"Veo a mi negocio con una página web y con presencia en minimarket o supermercados"

""A largo plazo sería ideal tener una página web para que puedan compras los productos a través de esta plataforma"

"Otro tema preocupante es lo del delivery. Para poder manejarlo de buena manera, debería tener de 3 a más entregas por días para que pueda salir a cuenta, porque a veces el delivery salía más que la entrega"

"No todo se vende por redes sociales. Hay muchas personas que prefieren comprar presencial porque no confían. entonces mi ideal es colocar mis productos en pequeñas tiendas y más adelante en supermercados"

**Cake Avenue**
**Andrea Vera**

Siempre le ha gustado hacer postres y ya tenía la idea de tener su propia pastelería

Debido a la pandemia no le renovaron el contrato en su anterior trabajo (Británico)

Con su liquidación decidió lanzarse a crear su emprendimientos en redes sociales (comenzó en Facebook)

El negocio tiene un año más o menos (empezó en Julio -Agosto)

Siempre quiso 'tener algo propio'

Con la situación de la pandemia se convirtió en una necesidad

Al inicio: no se sentía preparada para llevar este emprendimiento y sentía bastante miedo. Tenía amigos y familiares que compraban sus postres pero expandir el alcance de su negocio y ganar confianza de más clientes fue difícil.

Recursos iniciales: usó parte de su dinero para comprar elementos de cocina.

Facebook: Utilizó los grupos de vecinos para promocionar sus postres y vender aquellos productos del día.

Actualmente tiene su propio auto para hacer entregas y un chico que la ayuda también (en bicicleta o moto).

No tenía un plan de negocio muy concreto pero sí tenía el objetivo de formalizar su negocio (SUNAT)

Formalizar su negocio fue una de las primeras cosas que hizo por los beneficios (tener garantía y credibilidad)

Ha visto anuncios sobre aprender a hacer publicidad pero no se ha animado aún por miedo.

Quiere algo que sea más práctico y pueda usar inmediatamente.

Sí piensa en un futuro hacer un curso de marketing digital.

Al inicio y aún trabaja varias horas al día, en especial durante campañas (navidad, día de la madre, etc). A veces hasta la madrugada.

"Es cuando se necesita. No un horario establecido."

En el futuro, sí quiere tener un horario que no le demande tanto. Cuando tenga una clientela más estable.

Cree que principalmente van/vuelven a su negocio por el sabor de sus postres.

Intenta tener una presencia constante en redes sociales (especialmente Facebook)

Postea siempre que tiene en stock del día y responder a comentarios / inbox tan pronto como le sea posible

En Instagram tiene menos presencia porque demanda otro tipo de contenido (como tips) y no sabe como crearlo, manejarlo.

Considera importante tener movimiento en redes y seguir las tendecias porque 'van evolucionando y uno tiene que ir a la par' para no quedarse atrás.

Las recomendaciones de boca a boca son importantes pero se llega a más personas por medios digitales.

Desde un principio sabía que tenía que crear Facebook e Instagram para su negocio. Así como otras redes que considere que puede usar para llegar a más gente.

En Instagram tiene menos presencia porque demanda otro tipo de contenido (como tips) y no sabe como crearlo, manejarlo.

Con su liquidación decidió lanzarse a crear su emprendimientos en redes sociales (comenzó en Facebook)

Facebook: Utilizó los grupos de vecinos para promocionar sus postres y vender aquellos productos del día.

No tenía un plan de negocio muy concreto pero sí tenía el objetivo de formalizar su negocio (SUNAT).

El negocio tiene un año más o menos (empezó en Julio - Agosto)

Al inicio y aún trabaja varias horas al día, en especial durante campañas (navidad, día de la madre, etc). A veces hasta la madrugada

Postea siempre que tiene en stock del día y responder a comentarios / inbox tan pronto como le sea posible

Al inicio: no se sentía preparada para llevar este emprendimiento y sentía bastante miedo

Utiliza canva, pero otros programas los usa poco porque no sabe como manejarlos

Sí piensa en un futuro hacer un curso de marketing digital.

"Es cuando se necesita. No un horario establecido."

"Intenta tener una presencia constante en redes sociales (especialmente Facebook)

En Instagram tiene menos presencia porque demanda otro tipo de contenido (como tips) y no sabe como crearlo, manejarlo.

# ENTREVISTAS

**Le bebé**
**Cindy Revilla**

Tiene otro emprendimiento, el que bajaron las ventas por la pandemia.

No tenia la idea de emprender en esta categoría. A raíz de su experiencia personal, surge la idea.

Si se sentía preparada pero asustada, era algo nuevo, no sabia nada del tema y tuvo que investigar proveedores, tipos de telas, etc.

Solo contaba con unos pocos ahorros y el apoyo de la familia. Compartiendo la pagina, diseño de sus redes.

Elaboró un plan de negocio para organizarse.

Le dedicaba muchas horas en la primera etapa. Madrugar, tuvo éxito por la circunstancia.

Considera que la personalización de su producto, calidad y el detalle que le pone a cada paquete / envío es su valor agregado.

Por la pandemia, decidió llevarlo digital, porque todos tenían el "celular en la mano".

Paga por publicidad, cada 15 días o 1 vez al mes. Considera que es la mejor forma de llegar a sus clientes.

Tiene un grupo de clientes estables que se fidelizaron con su marca en el primer mes. Ella tomo este mes como el tiempo para afianzar a sus clientes.

Las recomendaciones le ayudan a que las personas compren.

Considera que puede mejorar en marketing para "no pagar por publicidad" ya que es un costo adicional.

Si no hubiera el Covid-19, no existiría su emprendimiento, seguiría trabajando en su otra marca de pasteles.

Los emprendimientos no son lo mismo ya que ahora solo es presencia digital.

Tiene otro emprendimiento con 5 mil seguidores sin embargo no tiene muchos pedidos por la pandemia.

Ella ya sabia como tratar con clientes pero no sabia como era de forma digital, no tuvo problemas.

En búsqueda de ropita para bebé en medio de la pandemia, no encontraba y observo que había un nicho y una oportunidad.
A parte, es madre soltera, necesitaba dinero pero no considero esta idea como oportunidad para emprender.

Era favorable porque todo estaba cerrado y todo se manejaba virtual.

Lo más complicado fue el proveedor ya que no conocía del tema, le tocaba confiar e investigar bien por ofrecer buena calidad.

Tuvo una capacitación de 3 días con una Community Manager, una amiga, quien le brindo en 3 charlas como manejar las redes, en que horario publicar, que días, etc. Al principio ella publicaba 3 veces todos los días y luego de su capacitación, cambio, era intercalado y variedad en sus publicaciones.

Solo presencia digital, FB e Ins.

Publicidad 5 veces a la semana, varia entre fotos, consejos, tips, etc.

La publicidad lo hizo ella sola porque no cuenta con los recursos para pagarle a alguien.

Utilizo otro recurso, Influencers, pero solo una, Yidda Eslava, porque las demás pedían mucho, excedían su presupuesto.

Ella se encargaba de hacer las entregas y cuando ya tuvo mas ventas, opto por usar un tercero, motorizado. De todas formas, ella cuando puede, lleva los productos.

Hasta ahora no ha tenido quejas, todo bien y ella cree que es por la atención personalizada y que también le pone mucho empeño al detalle de cada paquete. Desde la dedicatoria, empaque, hasta la prenda.

Considera que su valor agregado es el tiempo de sus entregas, sus clientes mencionan "tu me salvas" ya que ella entrega en el momento en el que la persona quiera. No tiene un horario definido.

Le hubiera gustado saber mas del tema como costura, diseño, personalización, detalles que en el camino fue encontrando y capacitando.

Le gustaría agrandar mas su negocio para llegar a mas clientes. Le pone mucha atención a la experiencia del usuario, desde el mensaje que envían, recorrido del envío y pago.

Los detalles como usar papel orgánico, las cintas satinadas, las tarjetas con mensajes personalizados.

## ENTREVISTAS NECESIDAD - OPORTUNIDAD

Buscamos un negocio que inspire y ayude a las personas

BeautyGliz fue impulsada con el objetivo de empoderar a las mujeres

Busca apoyar a las mujeres en el ámbito laboral y que tengan conocimiento en el rubro

Ve su emprendimiento a futuro como una cadena de tiendas en distintos departamentos del Perú

Todavía no ha invertido en publicidad, pero considera que si es importante a futuro

Pidió guías y sugerencias de profesionales para saber cómo manejar mejor su negocio digital

Considera que los emprendimiento han cambiado mucho respecto al tema de la digitalización

"No quiero que mi marca muera, quiero seguir creciendo y avanzando"

Ahora por tema de tiempo publica stories a diario y post una vez por semana

Desea mejorar la experiencia de entrega al cliente, entregar un producto memorable

Realiza entregas a través de Olva y motorizados recomendados

Elaboró un focus group para tener más opiniones y recomendaciones

Era favorable porque todo estaba cerrado y todo se manejaba virtual.

Lo más complicado fue el proveedor ya que no conocía del tema, le tocaba confiar e investigar bien por ofrecer buena calidad.

Elaboro un plan de negocio

Capacitación

Atención personalizada

No cuenta con recursos para invertir en un diseñador

A futuro, considera que ya no debe pagar por publicidad. (costo adicional)

No cuenta con recursos para invertir en un diseñador

Tuvo una capacitación de 3 días con una Community Manager, una amiga, quien le brindo en 3 charlas como manejar las redes, en que horario publicar, que días, etc. Al principio ella publicaba 3 veces todos los días y luego de su capacitación, cambio, era intercalado y variedad en sus publicaciones.

Hasta ahora no ha tenido quejas, todo bien y ella cree que es por la atención personalizada y que también le pone mucho empeño al detalle de cada paquete. Desde la dedicatoria, empaque, hasta la prenda.

Utilizo otro recurso, Influencers, pero solo una, Yidda Eslava, porque las demás pedían mucho, excedían su presupuesto.

Tiene otro emprendimiento con 5 mil seguidores sin embargo no tiene muchos pedidos por la pandemia.

BeautyGliz
Glizbeth Inoquio

Inició el emprendimiento en pandemia

Creo una línea de maquillaje, tenía previos contactos y eso la motivó más

Notó que había mucha demanda en estos productos

Siempre supo que quería tener un negocio propio

Estudió administración lo que le ayudó a crear su marca

Su mamá también tiene un negocio propio, eso influyó mucho en ella

Busca desarrollar su marca de manera profesional y con enfoque social

Le gusta la idea de aportar y ayudar en el ámbito social

Le tomó mucho esfuerzo y dedicación comenzar con el negocio

"En mis venas está arriesgarme"

Los recursos tecnológicos los tenía a un nivel básico

Considera muy importante tener presencia digital

Lo más complicado considera que es saber llegar al cliente

Actualmente trabaja para una empresa y a la vez maneja su emprendimiento

Elaboró un plan de negocio con los conocimientos en administración que tenía

Considera que todavía le falta mucho por aprender y agregar a su emprendimiento

Pidió guías y sugerencias de profesionales para saber cómo manejar mejor su negocio digital

Elaboró un focus group para tener más opiniones y recomendaciones

La primera etapa dedicó un aproximado de 5 horas diarias a su negocio

Quiere vivir de su marca a futuro

Su negocio a un sector C - D

Fusionó calidad y precio, además de ofrecer una buena experiencia de compra

Creó una página web de su marca, busca mejorarla poco a poco

Tiene mayor contacto con sus clientes a través de instagram y whatsapp

Todavía no ha invertido en publicidad, pero considera que si es importante a futuro

Sabe que la publicidad le ayudará a segmentar su público y llegar a más gente

En la primera etapa publicaba a diario para darle movimiento a sus redes

Ahora por tema de tiempo publica stories a diario y post una vez por semana

Considera importante crear otro canal digital como tiktok

Realiza entregas a través de Olva y motorizados recomendados

Realiza seguimiento a las entregas para conocer la opinión de sus clientes

Ve su emprendimiento a futuro como una cadena de tiendas en distintos departamentos del Perú

Quiere compartir su conocimiento y ayudar a las personas

Desea mejorar la experiencia de entrega al cliente, entregar un producto memorable

Espera poder invertir en publicidad a futuro, por el momento considera que es una inversión costosa

# ENTREVISTAS
# "EL QUE TODAVIA NO EMPRENDE"

**Parte 1**

1. ¿Cómo surgió la idea para crear la empresa? ¿Cuándo y cómo identificó la oportunidad? (ánimo / motivación)
2. ¿Cuándo / Cómo supo que quería emprender?
3. ¿Considera que el entorno (personal, social o político) era favorable a la actividad empresarial en el momento de crear la empresa? ¿Te sentías preparado?
4. ¿Qué tipo de recursos tenías cuando creaste tu emprendimiento?
5. ¿Qué fue lo más complicado que necesitaste conseguir para empezar tu emprendimiento?
6. ¿Elaboraste un plan de negocio para comenzar con tu emprendimiento?
7. ¿Consideraste necesario usar herramientas que te guíen o capacitación para poder dar a conocer tu negocio?

**Parte 2**

1. ¿Cuántas horas, por día y por semana, trabajaba durante la primera etapa?
2. ¿Qué crees que consideren tus clientes al elegir tu producto o servicio? (propuesta de valor)
3. ¿De qué manera llegas a tus clientes? ¿Tienes presencia digital?
4. ¿Cómo te decidiste por llevar tu negocio por redes sociales?
5. ¿Cómo llevas la publicidad en tus redes sociales? ¿Cómo te resultó al principio? ¿Lo llevaste tu mismo o tuviste ayuda?
6. ¿Con que frecuencia sueles publicitar tu emprendimiento? ¿Consideras que es importante "estar pendiente" o "darle movimiento" a las redes sociales todos los días?
7. ¿Consideras que es la mejor forma de llegar a tus clientes? ¿Por qué?
8. ¿Tienes un grupo de clientes estable? ¿Cuánto tiempo te llevó conseguirlo? ¿Por qué crees que se quedan con tu servicio?

# ENTREVISTAS "EL QUE TODAVIA NO EMPRENDE"

porque alquilar un local o algo físico es mas costoso, es invertir más. Además, considera que como todo lo piden por delivery, puede funcionar.

Es muy laborioso crear una empresa, el ruc, la sociedad, el registro

e, logo, passa un processo quet omatiempo, antes de emprender. L

apublicidadtambién, es necesaria eimportante para invertir

## Entrevista 1: Ariana Miguel

Ha pensado varias veces en emprender

Inicialmente pensó en emprender en el rubro de comida pero luego le llamó la atención el área de aseo y desinfección

Pensó en emprender por primera vez hace 2 años.

Considera que es primordial el tema del orden y organización.

Ha pensado en llevar el negocio sola, sin embargo considera que siempre se necesita ayuda.

Considera que la publicidad es muy importante para dar a conocer tu negocio.

La inversión más costosa es la mercadería.

El principal obstáculo cuando quería emprender era el financiamiento y la falta de un buen socio.

La responsabilidad y saber organizarse es clave.

Considera que actualmente tiene todas las herramientas para emprender.

Está buscando la forma de iniciar con un emprendimiento familiar.

Tenía la iniciativa de tener un negocio propio.

Tiene relación con su carrera en la parte administrativa porque estudia negocios internacionales.

Considera que no ha podido emprender por no encontrar un buen socio en el negocio.

Resalta la paciencia al emprender, porque sabe que las cosas no resultan como uno lo espera.

Iniciaría a través de 3 redes sociales: fb, ig y wpp.

La publicidad es una forma importante de llegar a tus clientes.

Uno de los requisitos más importantes es tener un buen capital.

Considera que tienes que ser muy optimista porque en los negocios hay días buenos y malos.

Depende mucho del rubro en que quiera emprender para poder iniciar.

## Entrevista 2: Alejandra Grippa

Si, en un futuro. Ha intentado emprender pero no ha funcionado porque no podía invertir mucho tiempo, no estaba segura de como hacerlo ni de lo que quería la gente.

No sabia como llegar a la gente. No sabia como manejar las redes sociales.

Considera que necesita aprender muchas cosas más para poder montar su negocio. Todo tiene que estar en regla.

Puede manejar el producto o el servicio en cuanto a diseño pero no, las cuentas, crear.

Considera que la presentación es importante, sobre todo cuando compras un producto que no es de primera necesidad y es más por un gusto.

Lo primordial es saber bien que es lo que estas vendiendo y que estas ofreciendo, tu propuesta. Como tener en regla tu empresa, para no tener problemas.

Y también, lo primordial es la presentación

No tenia tiempo. No sabia como realizar las entregas. Con el tiempo, lo fue dejando de lado hasta que desapareció el emprendimiento.

Para emprender necesita saber mas cosas relacionado a lo financiero.

Miedo a que no funcione. Miedo a lo desconocido. No sabia como manejarlo.

Solo pensó en una red social, no manejaba mucho las redes. No tenia empaque para enviar sus productos, lo cual si lo considera importante.

Cuando encuentras algo que te llame la atención y más en redes sociales, ves mucha competencia, entonces tu producto tiene que resaltar y una manera de hacerlo, a parte de su valor agregado, es su presentación, como lo vendas, su comunicación, es la primera impresión.

Si considero importante invertir en eso porque le agrega un valor al producto, no tiene que ser algo costoso pero si algo que demuestre lo que eres como marca y que si te importa la e xperiencia y atención que tenga tu consumidor.

Una empresa es un todo, no solo el producto. Miedo a lo desconocido.

Si quieres hacerlo, necesitas tiempo, darle dedicación a cada cosa y, pensar y buscar ello, toma tiempo.

Me hubiera gustado hacer un estudio de mercado o un testeo para saber si realmente a la gente le iba a gustar mi producto.

Prepararse, no solo tener conocimiento en su area.

Considera que debe dejar lo que hace para dedicarse 100% al emprendimiento.

Me cuesta buscar en detalle lo que

**QUE TODAVIA NDE"**

porque así fidelizas a los consumidores y los vuelves un canal de recomendación.

Todo lo tiene pensado como un negocio digital

Considera importante la publicidad, no necesariamente pauta pagada al comienzo sino buscar otro canal en lo que se pueda invertir poco y enviar el mensaje adecuado.

quiero, es más fácil si me dan cosas y que me digan, vas a gastar esto solo una vez y cuanto me va a ayudar.

Publicidad por contactos pero ahí tiene que ser algo solido, es decir, tener una página bien hecha o la presentación que sea buena.

Considero que es importante fidelizar al cliente porque ese te va a comprar muchas veces y te va a recomendar, así llegaras a más personas.

La imagen de la marca es importante para invertir también, imagina que comiences a ganar gente y de ahí cambies tu imagen, dejas de tener esa pregnancia en el consumidor.

Por el covid-19, es más difícil conseguir las cosas.

El tema de costos tienes que invertir un

Dependiendo el tipo, en tus envases o como envolverlo, el delivery (porque se que depende de cuánto vendas)

## Entrevista 3:
## Maria Fernanda Velásquez

Si ha pensado en emprender para generar ingresos extras.

Si tiene relación con su carrera.

Pensó en emprender cuando inicio la pandemia porque pensó que capaz podía tener tiempo pero todo lo contrario.

Saber que producto quiere ofrecer y que necesita el consumidor. Hasta el detalle de la entrega porque todo "entra por los ojos".

La publicidad es básico, fijo, sino ¿Cómo llegas a las personas?

Lo más costoso es invertir en el producto, los empaques, detalles y pagar por la publicidad en redes.

Le falta saber en que emprender, ella cree que en un producto, capaz comprar del extranjero al por mayor y venderlo.

Da miedo porque piensas que le vas a poner muchas ganas y también perder la inversión, capaz no te sale en un inicio porque no tienes tiempo o porque dejas de darle la atención con el paso del tiempo.

La idea de emprender para mi, es tener algo adicional a lo que hago, es tener mi trabajo y el emprendimiento, no lo veo como un ingreso fijo, menos en un inicio, a futuro y si funciona, puede ser que si.

Veo cada pagina y me guio por las recomendaciones ya sea por alguien conocido o por influencer o bloggers, y así, buscas a profundidad y vas llegando.

No lo ha hecho porque primero tiene que pensar en que cosa. Pensó en manualidades pero para eso considera que debe llevar clases y eso es invertir tiempo que no tiene.

El tiempo es la primera razón por la que no ha podido emprender y también por la decisión.

Pensó en lo digital, fijo en Instagram, cree que es la red social con la que cualquier emprendedor inicia y es más fácil.

Cuando ya esta situado y es solo de boca a boca, ya podrías dejar un poco la publicidad, no del todo pero si reducirla o capaz por periodos pero solo si eres conocido.

Inviertes tiempo en el manejo de las redes, realizar los pedidos, empaquetar, armarlo, realizar la gestión del pago, el envío, todo eso es tiempo que lamentablemente no tengo.

Necesita organizar todo, generar un plan de negocio, saber que días serán dedicadas solo al emprendimiento.

La inversión también es necesaria porque con eso creo todo, nada sale de un día para otro. Necesito saber en que voy a invertir y cuanto.

Algo que he visto es que buscar un producto es demasiada chamba, tengo que buscar una palabra en las redes y encuentras un montón de cuentas y emprendimientos relacionado o no, a lo que vendes.

Uy un emprendedor debe ser bien valiente, la verdad! y creativo para poder vender, buscar clientes, saber que decirles.

La idea que teníamos en mente es ofrecer desayunos y regalos personalizados

Sí justo este año tuve la idea junto con mis mejores amigas

Bueno no tiene relación a mi carrera porque yo estudié Ingeniería Industrial. Pero esto nació a raíz de los regalos que les enviamos a mis compañeros, a veces buscábamos opciones más creativas o personalizadas y nos era difícil encontrar.

No he podido emprender por falta de tiempo. Teníamos que ver la competencia y que de diferente podríamos ofrecer, yo me encargaría de los costos, la logística. Habíamos quedado fecha para poder reunirnos pero al final, no pudimos hacerlo.

En base a mi experiencia como consumidora he visto que es importante destacarse porque cuando busco a una empresa, quiero ver algo diferente p orque busco y busco y muchas son similares.

La plataforma que utilizaría sería instagram, yo siempre busco ahi y siento que la mayoría tiene su cuenta en instagram, poner las fotos de tus productos y se ve mejor.

montón en tu producto o servicio.

quería comprar un terreno en Cieneguilla y hacerlo como un Hostel, sería lindo!

Lo principal es tiempo y dedicación. De verdad que respeto mucho a mi amiga que tuvo que renunciar a su actual trabajo para empezar con su emprendimiento. En cambio tengo otra amiga que trabaja en una empresa y tiene emprendimiento pero no le dedica mucho tiempo y sólo vende a sus conocidos

como por ejemplo, mi proveedor de arreglos con globos. Me gustó como entregó el arreglo la primera vez y ahora para todos lo cumpleaños, le pido que me haga un arreglito.

Para la promoción de tu producto, siento que es importante porque dependiendo eso harás que otros puedan verte y expandir tu número de seguidores.

lo que más me impide emprender es el tener que dedicarme a tiempo completo para desarrollarlo, por los dos trabajos que tengo, la verdad es que me queda poco tiempo.

de herramientas, bueno conocimiento de lo que va a vender, ofrecer. Ser buen vendedor, eso creo que me falta a mi, siento que si yo emprendo, sólo me comprarían mis amigos y familia (riéndose)

Bueno tengo conocimientos, si me falta la parte comercial, una vez me dijeron que debía ser más vendedora porque coincide en que estoy en el área de producto en la chamba. ahh! y tiempo, necesito tiempo para dedicarme a el emprendimiento.

Buen o de estet i p o d

pequeños sempre dimi entos sos sies la pri mera vez que se me ocurre

porque antes Simegusta ría poder hacer un empre ndi mi ento, per

o
m
á
s
a
d
e
l
a
n
t
e
,
c
u
a
n
d
o
d
e
r
e
p
e
n
t
e
t
a
m
b
i
é
n
t
e
n
g
a
q
u
i
e
n
m
e
a
p
o
y
e
c

o
n
e
l
l
o
o
e
s
t
e
r
e
a
l
i
z
a
n
d
o
o
t
r
a
s
c
o
s
a
s
q
u
e
m
e
d
e
m
a
n
d
e
n
t
a
n
t
o
t
i
e
m

p
o
.

# TALLER GENERATIVO

## PARTICIPANTES

- Lourdes Lazo
- Milagros Muñoz

## OBJETIVO

Averiguar sobre alternativas de regalos para un cumpleaños

## MECÁNICA

Se realizó a través de una conversación por Whatsapp

## MILAGOS MUÑOZ

-Usó Instagram y se fijó en las recomendaciones que los influencers que sigue daban en sus stories

-También pidió recomendaciones a sus amistades o colegas del trabajo

-"Una vez compré una pizarra y me dio desconfianza que no tenga tantos seguidores y todavía que no me pida adelanto :( Yo siempre he visto que te piden entonces me dio miedo y pedí que lo entregara en un lugar público"

-Una vez consiguió algunos nombres de emprendimientos, empezó a fijarse en:

-N° de seguidores que tenía la cuenta
- Comentarios que hacían sobre los productos
- Si tenían buenas fotografías de sus productos

"Para mi es muy importante ver cuántos seguidores tiene y que le pongan empeño a las fotos que tomen, si tienen buenas fotos, eso muestra bien sus productos""

-Una vez que se fijó de todo lo mencionado, procedió a escribirles a los que encontraba confiables

No respondieron al instante, inclusive ni después de culminado el taller

-"U"Eso también es importante para mi, tampoco que respondan al instante pero si que no demoren mucho

## LOURDES LAZO

-También usó instagram y puso #regalos #regalosperu

Encontró muchas alternativas y empezó ver las primeras acerca de lo que ofrecen

"A mi si me da penita aquellos que no tienen muchos seguidores, es por eso que es a ellos a quienes compro""

Vio al que tenía menos seguidores pero que sus fotos estaban bonitas

-decidió escribirles a 3 de ellos, de los cuales uno le respondió al instante

"Eso me emociona y me parece un
buen servicio, que estén atentos"

-Finalmente para confirmar el pedido, le pidieron un adelanto del 70%

Lo cual no generó desconfianza en Lourdes

-"No tengo problemas con el tema del pago porque sé que es un monto pequeño pero si fuera mayor, ahí si prefiero el pago contraentrega""

## PREGUNTAS FINALES

"Mi primera opción para comprar siempre es instagram, a veeeces uso facebook"

cosas para regalar, como globos, arreglos florales, decoración y esas cosas. Una vez le compré una decoración para el cumpleaños de mi perrita

"No compraría comida porque no sabría como hacen la preparación, sobretodo ahora con el tema de la pandemia"

"Yo prefiero comprar en instagram y si tienen número, los llamo"

"Lo que más compro son pulseritas, anillos, collares, cositas así curiosas que sé que no las encontraría en tiendas por departamento"

"yo no compraría ropa: Una vez pedí una blusa amarilla y me llegó de un tipo de amarillo diferente. Ni que decir de las tallas, muy complicado para mi"

# HALLAZGO TIPOS DE EMPRENDEDORES

## EMPRENDEDOR POR NECESIDAD

### Pains

- No tiene mucho tiempo para descansar porque siempre está pendiente de su negocio.
- No saber como crear contenido efectivo para diferentes redes sociales.
- Que haya mucha competencia y sentir que no tiene un valor diferencial.
- Que las personas no confíen en su servicio
- Temor a delegar partes del trabajo
- No contar con las herramientas para expandir su negocio
- Que a veces los clientes piensan que un emprendedor debe estar 24/7 y piensa: "también necesito dormir".
- No siente las ganancias de su trabajo a pesar de todo su esfuerzo
- Se siente estancado y no sabe como seguir creciendo
- Que no valoren su esfuerzo y dedicación (piden rebaja, ofertas, etc)

### Gains

- Formalizar su negocio
- Expandir el alcance de su público
- Que su producto / servicio tenga más reconocimiento
- Tener una clientela más estable
- Tener más presencia en redes sociales
- Poder estudiar un curso de marketing / community
- Tener un horario de trabajo definido
- Conseguir proveedores a buen precio y de confianza
- Mayor confianza en su negocio

## EMPRENDEDOR

- No poder invertir en influencers / publicidad para hacer crecer su negocio.
- Sacrificar mucho tiempo en el manejo de las redes sociales.
- Las personas no aprecien el detalle de su producto personalizado.
- No saber en que invertir.
- Pagar por publicidad
- Le molesta que influencers se quieran aprovechar de su pequeño negocio.
- Le duele que las personas no apoyen a los emprendimientos.
- Le molesta que las personas pidan muchas rebajas porque le perjudica.
- Tener recursos tecnológicos básicos / Adaptación a lo digital
- Estrés laboral
- No saber del tema y tener que aprender en el camino.
- No saber como llegar / fidelizar al cliente.

- Capacitaciones / Asesorías
- Fidelizar a sus clientes
- Comunidad de emprendedores peruanos
- Agrandar su negocio
- Aprender sobre herramientas de diseño.
- Elaborar un plan de negocio para organizarse.
- Llegar a su público objetivo.
- Que aprecien los detalles de su producto o servicios, desde atención al cliente hasta el paquete enviado.
- Ganancias
- Inspirar a otras personas a emprender

## EMPRENDEDOR POR OPORTUNIDAD

### Pains

- No ver crecimiento en sus redes.
- Ve mucha competencia y muchos de ellos son informales.
- No saber sobre algunos temas de su emprendimiento y tener que buscar a un tercero.
- Le duele que el emprendimiento no sea como lo imagino en su plan de negocio inicial.
- Le molesta no saber como publicitar su emprendimiento.
- No saber en que invertir.
- Al tener un emprendimiento virtual, sus cliente o potenciales clientes aún desconfían.
- Las trabas o complicaciones para manejar un emprendimiento formal
- Desmotivación por el fracaso de otros negocios
- Estrés laboral
- Problemas con clientes / Quejas
- Falta de apoyo del estado.

### Gains

- Nuevas herramienta y conocimiento para hacer crecer su negocio.
- Necesita saber cómo llegar a más clientes.
- Espera que cuando todo mejore (pandemia) pueda acceder a más personas.
- Espera poder equilibrar su tiempo entre su negocio y su familia.
- Espera que su negocio siga creciendo con el paso del tiempo.
- Espera expandir el negocio.
- Espero capacitarse y obtener más experiencia.
- Pertenecer a una comunidad de emprendedores peruanos.
- Ganancias / Ser su propio jefe.
- Fomentar la compra y venta a emprendedores peruanos.
- Fidelizar / Conocer bien a su cliente.
- Generar vínculos con otros emprendimientos

## EL EMPRENDEDOR QUE TODAVÍA NO EMPRENDE

### Pains

- No tener tiempo para hacer otras actividades
- No tener tiempo para dedicarse a crear un emprendimiento
- Invertir mucho y que vaya a fracasar
- No saber por donde empezar
- Le duele poner mucho esfuerzo en un emprendimiento y que no funcione.
- Le duele no saber como llegar a las personas.
- Le molesta lo difícil que es conseguir productos por la situación actual.
- Le molesta lo laborioso que es crear una empresa.
- La rutina laboral
- Le molesta no tener un buen socio en quien confiar.

### Gains

- Necesita que le faciliten conseguir las cosas.
- Socios
- Ayuda en manejar el negocio
- Conseguir mercadería accesible
- Necesita saber como organizarse
- Saber sobre financiamiento
- Capacitaciones
- Saber como comunicarse con el consumidor
- Saber como fidelizar a clientes
- Presentación de marca
- Generar una buena primera impresión
- Formalización del emprendimiento
- Algo que le destaque
- Invertir en publicidad económica
- Imagen de marca (desde el principio)
- Estudio de mercado

Se enfocará en estos dos tipos de emprendedores.

**POR NECESIDAD - OPORTUNIDAD**

## Pains

## Gains

# EMPRENDEDOR NECESIDAD - OPORTUNIDAD



## Profesión - formación

Carrera Universitaria o Técnica
Administración
Cursos online sobre marketing

## Entorno - familia - amigos

Soltera / Vive sola.
Ayuda económicamente a sus padres.
Algunos fines de semana sale con sus amigos.
Pet friendly / Tiene un perro.

Conoce a muchos emprendedores peruanos.
Aún mantiene comunicación con sus amigas del colegio y universidad.

## Redes sociale que usa y cómo

Celular -laptop

S tiene un leve conocimiento sobre el manejo de redes.
Le dedica 6 horas diarias a las redes para responder mensajes sobre su negocio.

## Qué es lo que dice

"Quiero tener un negocio propio"
"En mis venas está arriesgarme"
"No quiero que mi marca muera, quiero seguir creciendo y avanzando"
"Necesito aprender sobre el manejo de las redes sociales porque ahora todo es digital"
"Es una oportunidad para crear mi negocio"

## Tipo de ocio - descanso

SPasa tiempo libre en familia / pareja.
Salir con sus mejores amigos
Autodidacta, le gusta capacitarse en sus tiempos libres.
Habla con sus amigos profesionales para que la orienten con su negocio.
Antes de pandemia, le gustaba mucho viajar.
Le gusta buscar nuevas y mejores formas de innovar.
Hace actividades deportivas
Visita a sus padres.
Amante de lo DIY.

## Quéle duele y le molesta

- No poder invertir en influencers / publicidad para hacer crecer su negocio.
- Sacrificar mucho tiempo en el manejo de las redes sociales.
- Las personas no aprecien el detalle de su producto personalizado
- No saber en que invertir.
- Le molesta que influencers se quieran aprovechar de su pequeño negocio.
- Le molesta que las personas pidan muchas rebajas porque le perjudica.
- Tener recursos tecnológicos básicos / Adaptación a lo digital
- No saber del tema y tener que aprender en el camino
- No saber como llegar / fidelizar al cliente.
- Le duele que las personas no apoyen a los emprendimientos

## Qué necesita y espera

- Capacitaciones / Asesorías
- Fidelizar a sus clientes
- Comunidad de emprendedores peruanos
- Agrandar su negocio
- Aprender sobre herramientas de diseño.
- Elaborar un plan de negocio para organizarse.
- Llegar a su público objetivo.
- Que aprecien los detalles de su producto o servicios, desde atención al cliente hasta el paquete enviado.
- Inspirar a otras personas a emprender

# EMPRENDEDOR OPORTUNIDAD



## Profesión formación

- Carrera universitaria
- Negocios Internacionales
- Idiomas
  - Inglés
  - Chino

## Entorno - familia - amigos

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| Carrera universitaria | Sus padres también son emprendedores, es así que Ivan siguió el ejemplo | Amigos de la universidad | Amigos del instituto de inglés | Vecinos más cercanos |
| Recibe siempre consejos y apoyo incondicional de ellos | Ivan es una persona que tiene muchos amigos, de diferentes lados, ya sea de estudios o de la vida | Para él le parece muy importante tener contactos de todos lados, no se sabe cuando puedas pedir un favor y corresponderles con lo mismo. | Amigos del colegio | Sus vecinos siempre han sido sus primeros clientes, a parte de su familia |

## Redes sociale que usa y cómo

Celular -laptop

Es muy viajero, le encanta compartir fotos y videos de sus viajes por historias de Instagram / Whatsapp. Hacer algunos tik toks en los lugares que conoce.

Recibe siempre consejos y apoyo incondicional de ellos

## Quéle duele y le molesta

- No ver crecimiento en sus redes.
- Ve mucha competencia y muchos de ellos son informales.
- No saber sobre algunos temas de su emprendimiento y tener que buscar a un tercero.
- Le duele que el emprendimiento no sea como lo imagino en su plan de negocio inicial.
- Le molesta no saber como publicitar su emprendimiento.
- No saber en que invertir.
- Al tener un emprendimiento virtual, sus cliente o potenciales clientes aún desconfían.
- Las trabas o complicaciones para manejar un emprendimiento formal
- Problemas con clientes / Quejas
- Pandemia, estrés laboral

## Qué es lo que dice

-"Estoy en constante aprendizaje."
- "Yo nunca me he detenido, siempre he buscado que hacer."
- "Todos los días reviso las nuevas tendencias y cómo mejor las redes sociales de mi negocio."
- "Siempre empiezo con miedo y he cometido errores pero así se aprende".
- "La persistencia es parte del emprendedor. Siempre van a haber altibajos pero uno debe seguir trabajando y sacar a flote el proyecto."
- "Todos los negocios se estan digitalizando"

## Qué necesita y espera

-Nuevas herramienta y conocimiento para hacer crecer su negocio.

- Necesita saber cómo llegar a más clientes.
- Espera que cuando todo mejore (pandemia) pueda acceder a más personas.
- Espera poder equilibrar su tiempo entre su negocio y su familia.

## Tipo de ocio - descanso

- Le gusta salir con sus amigos los fines de semana.
- Aprender muchas cosas por internet.
- Le gusta vestirse bien.
- Le gusta leer libros sobre como manejar una empresa.
- Pertenece a una comunidad estudiantil.
- Le gusta buscar nuevas y mejores formas de innovar.
- Ver series o películas en Netflix, Disney +, Amazon Prime, etc.

- Espera que su negocio siga creciendo con el paso del tiempo.
- Espera expandir el negocio.
- Espero capacitarse y obtener más experiencia. - Pertenecer a una comunidad de emprendedores peruanos.
- Fomentar la compra y venta a emprendedores peruanos.

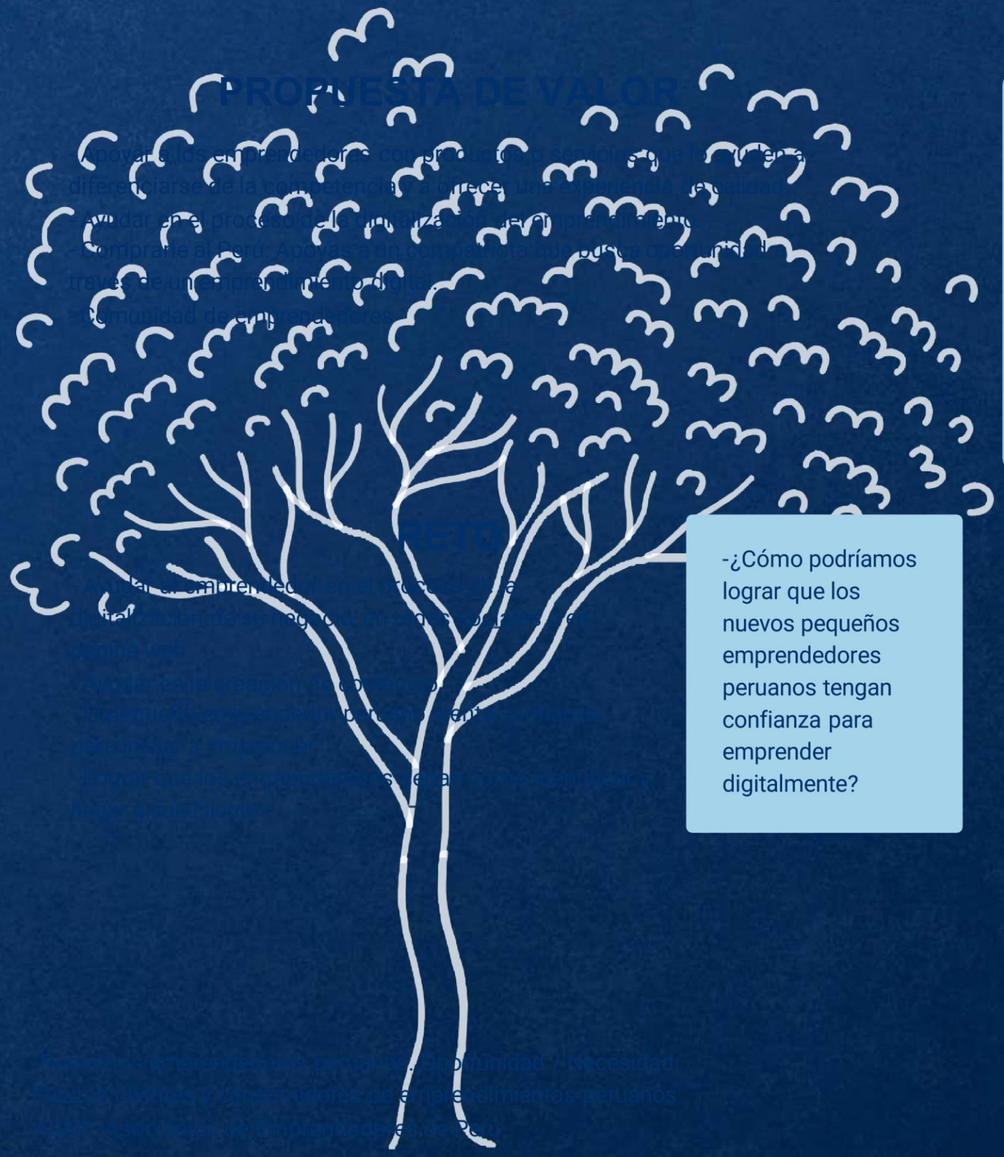
Fidelizar / Conocer bien a su cliente.

- Generar vínculos con otros emprendimientos
- Ser su propio jefe

# ÁRBOL DEL PROBLEMA

## ALIANZAS

- Consumidores y posibles clientes peruanos
- Redes sociales
- Plataformas digitales
- Pequeños emprendedores por Oportunidad y Necesidad
- ASEP
Asociación de emprendedores de Peru
- Ministerio de la Producción
- Herramientas tecnológicas



## VISIÓN UTÓPICA

Buscamos ayudar al pequeño emprendedor peruano en la digitalización o crecimiento de su negocio, a tener visibilidad, a llegar a futuros clientes, en la diferenciación de la competencia. Asesorándolos para crear una imagen de marca, estrategia de contenido o publicidad adecuada y a que tengan el conocimiento básico sobre como impulsar sus negocios para llevarlo a otro nivel.

Buscamos conectar a pequeños emprendimientos peruanos y a consumidores que deseen apoyar a un compatriota. (vinculo)

-¿Cómo podríamos lograr que los nuevos pequeños emprendedores peruanos tengan confianza para emprender digitalmente?

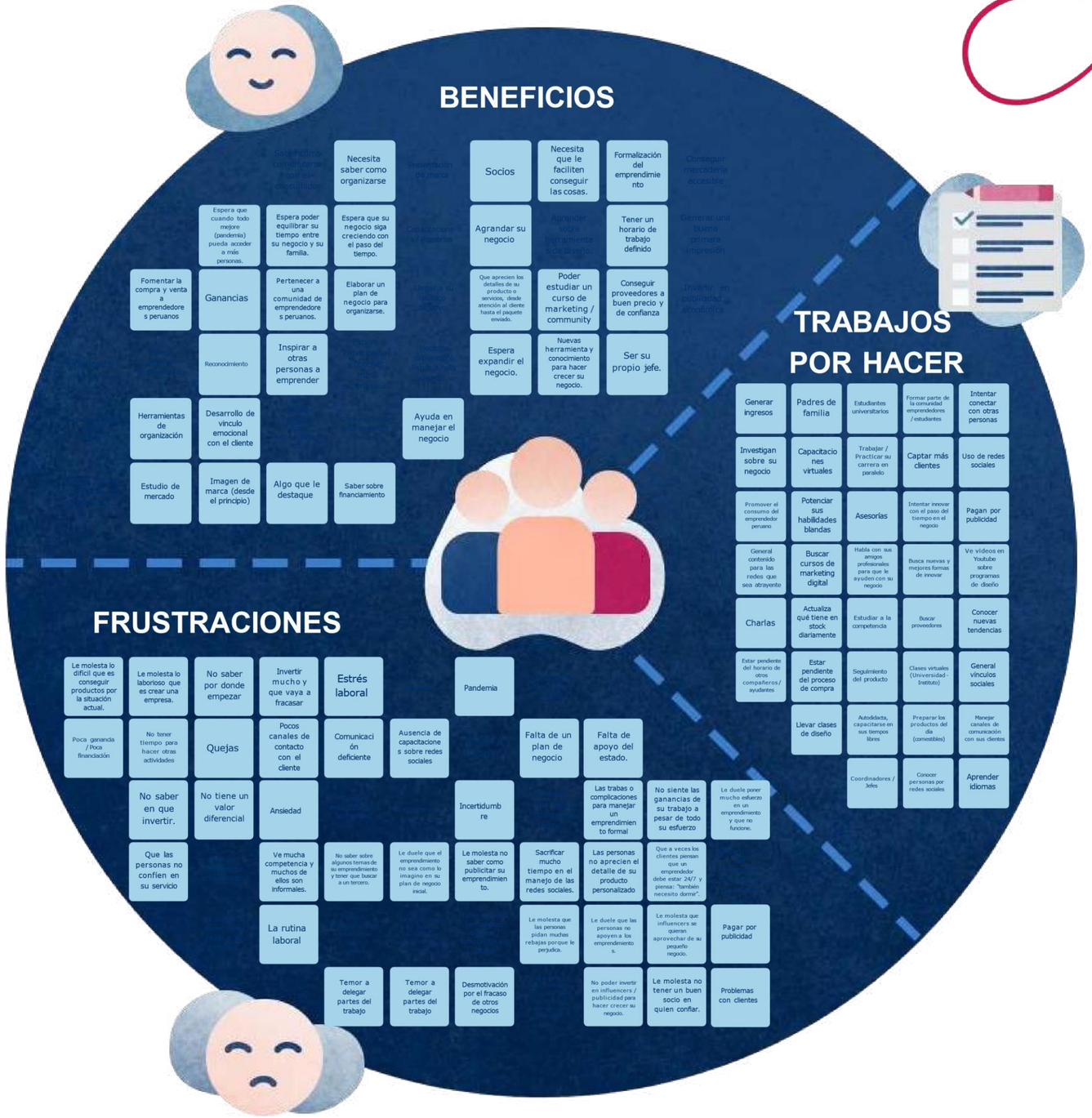
## VALORES

- Confianza
- Honestidad
- Responsabilidad
- Respeto a emprendedores
- Empatía
- Compañerismo
- Perseverancia

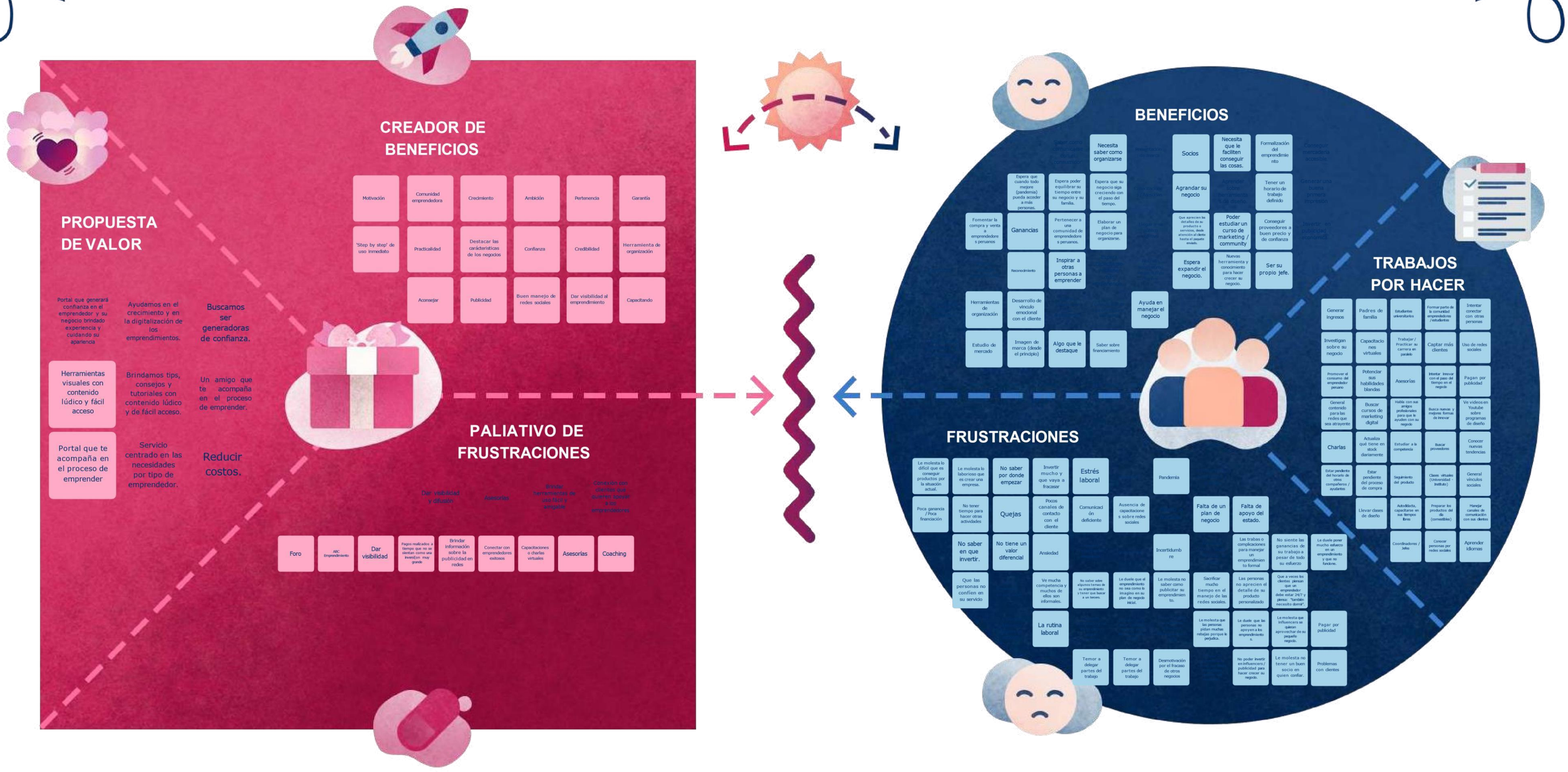
## ARCHIVO PROFUNDO

- La desconfianza del consumidor.
- Emprendimientos informales.
- Malas experiencias en atención al cliente.
- Mala calidad de un producto.
- Malas referencias en redes.
- Emprendimientos en pandemia.
- Digitalización.
- Las redes sociales saturadas de emprendimientos de un mismo rubro.
- Ayudar a dar visibilidad.
- Incentivar al público a comprar a emprendimiento.

# PAINS & GAINS


BENEFICIOS
Necesita saber como organizarse
Socios
Necesita que le faciliten conseguir las cosas.
Formalización del emprendimiento
Espera que cuando todo mejore (pandemia) pueda acceder a más personas.
Espera poder equilibrar su tiempo entre su negocio y su familia.
Espera que su negocio siga creciendo con el paso del tiempo.
Agrandar su negocio
Tener un horario de trabajo definido
Fomentar la compra y venta a emprendedores peruanos
Ganancias
Pertenecer a una comunidad de emprendedores peruanos.
Elaborar un plan de negocio para organizarse.
Que aprecien los detalles de su producto o servicios, desde atención al cliente hasta el paquete enviado.
Poder estudiar un curso de marketing / community
Conseguir proveedores a buen precio y de confianza
Reconocimiento
Inspirar a otras personas a emprender
Espera expandir el negocio.
Nuevas herramienta y conocimiento para hacer crecer su negocio.
Ser su propio jefe.
Herramientas de organización
Desarrollo de vinculo emocional con el cliente
Ayuda en manejar el negocio
Estudio de mercado
Imagen de marca (desde el principio)
Algo que le destaque
Saber sobre financiamiento
TRABAJOS POR HACER
Generar ingresos
Padres de familia
Estudiantes universitarios
Formar parte de la comunidad emprendedores / estudiantes
Intentar conectar con otras personas
Investigan sobre su negocio
Capacitaciones virtuales
Trabajar / Practicar su carrera en paralelo
Captar más clientes
Uso de redes sociales
Promover el consumo del emprendedor peruano
Potenciar sus habilidades blandas
Asesorías
Intentar innovar con el paso del tiempo en el negocio
Pagan por publicidad
General contenido para las redes que sea atrayente
Buscar cursos de marketing digital
Habla con sus amigos profesionales para que le ayuden con su negocio
Busca nuevas y mejores formas de innovar
Ve videos en Youtube sobre programas de diseño
Charlas
Actualiza qué tiene en stock diariamente
Estudiar a la competencia
Buscar proveedores
Conocer nuevas tendencias
Estar pendiente del horario de otros compañeros / ayudantes
Estar pendiente del proceso de compra
Seguimiento del producto
Clases virtuales (Universidad - Instituto)
General vínculos sociales
Llevar clases de diseño
Autodidacta, capacitarse en sus tiempos libres
Preparar los productos del día (comestibles)
Manejar canales de comunicación con sus clientes
Coordinadores / Jefes
Conocer personas por redes sociales
Aprender idiomas
FRUSTRACIONES
Le molesta lo difícil que es conseguir productos por la situación actual.
Le molesta lo laborioso que es crear una empresa.
No saber por donde empezar
Invertir mucho y que vaya a fracasar
Estrés laboral
Pandemia
Poca ganancia / Poca financiación
No tener tiempo para hacer otras actividades
Quejas
Pocos canales de contacto con el cliente
Comunicación deficiente
Ausencia de capacitaciones sobre redes sociales
Falta de un plan de negocio
Falta de apoyo del estado.
No saber en que invertir.
No tiene un valor diferencial
Ansiedad
Incertidumbre
Las trabas o complicaciones para manejar un emprendimiento formal
No siente las ganancias de su trabajo a pesar de todo su esfuerzo
Le duele poner mucho esfuerzo en un emprendimiento y que no funcione.
Que las personas no confíen en su servicio
Ve mucha competencia y muchos de ellos son informales.
No saber sobre algunos temas de su emprendimiento y tener que buscar a un tercero.
Le duele que el emprendimiento no sea como lo imagino en su plan de negocio inicial.
Le molesta no saber como publicitar su emprendimiento.
Sacrificar mucho tiempo en el manejo de las redes sociales.
Las personas no aprecien el detalle de su producto personalizado
Que a veces los clientes piensan que un emprendedor debe estar 24/7 y piensa: "también necesito dormir"
La rutina laboral
Le molesta que las personas pidan muchas rebajas porque le perjudica.
Le duele que las personas no apoyen a los emprendimientos.
Le molesta que influencers se quieran aprovechar de su pequeño negocio.
Pagar por publicidad
Temor a delegar partes del trabajo
Temor a delegar partes del trabajo
Desmotivación por el fracaso de otros negocios
No poder invertir en influencers / publicidad para hacer crecer su negocio.
Le molesta no tener un buen socio en quien confiar.
Problemas con clientes

# PROPUESTA DE VALOR



## Alianza clave

Diseñador Gráfico
Diseñador Publicitario
Animador audiovisual
Comunidades de Emprendedores Peruanos
Medios de Comunicación (redes sociales)
Generador de contenido
Proveedor Imprenda

## Actividades clave

Desarrollo, creación y mantenimiento de la página web y redes sociales.
Desarrollo de las pieza gráficas atractivas y dinámicas. (animación)
Creación y diseño de las plantillas.
Estrategias para comunicar el servicio. (fácil y amigable)
Creación de contenido de redes sociales. (tips)
Ordenar y digitalizar la información de cada emprendimiento de nuestra comunidad.
Elaboración de pauta para las asesorías.

## Recursos clave

- Inversión económica - Capital.
- Herramientas tecnológicas.
- Plataformas digitales. (redes)
- Diseñador Gráfico y Publicitario.
- Animador audiovisual
- Programador
- Desarrollo, diseño y mantenimiento.
- Materiales.
- Personal Administrativo.
- Inmueble. (oficina)

## Propuesta de valor

Creanza es la personificación de la [illegible] mundo del diseño que todos esperan [illegible] a quien acudir por un consejo [illegible] generadora de confianza que [illegible] a ayudar, escuchar y acompañar [illegible] emprendedores de su comunidad.

Ayudamos a dar visibilidad, difundiendo a los emprendimientos que confiaron en nosotros y ahora son parte de nuestra comunidad. Difusión apoyada a través de las redes sociales.
Iniciativa orientada en el crecimiento de los emprendedores.

Emprendedor por Oportunidad

Brindamos herramientas a través de asesorías a un precio accesible para mejorar la imagen y comunicación de la marca de cada negocio.
Conocer la importancia sobre la imagen de marca (se desconoce) y educar sobre ello porque puede ser gran valor diferenciador para el crecimiento de su emprendimiento.

Emprendedor por Necesidad - Oportunidad

Ofrecemos kits con plantilla base y personalizada, a un costo accesible, que serán el complemento que necesitan para ofrecerle una presentación de producto de calidad y que a su vez genere una primera buena impresión, genere confianza y logre fidelizar al consumidor.
Ayudamos a que reduzcan la inversión en la presentación de su producto.
Eficiencia, ahorro de tiempo, menos gastos.

## Relación con clientes

- Tono de comunicación amigable y apoyo, brindando confianza.
- Brindar un espacio de confianza en el que puedan consultar con libertad.
- Atención directa (asesorías y kit)
- Colaborativo
- Recomendaciones
- Generar una comunidad de emprendedores.

## Canales

Página Web
Redes Sociales (Instagram)
Correo
Whatsapp
Recomendación. Divulgación de persona a persona.

## Segmentos de clientes

Personas (20 - 40)
Nivel Nacional / Nativos digitales
Pequeños emprendedores por oportunidad, mypes, marcas que quieran iniciar en el mercado o estén comenzando a digitalizar sus negocios.

Desean ofrecer una experiencia de calidad.
Quieren un valor agregado.
Desean ofrecer una buena primera impresión.
Generar confianza en sus consumidores.
Independientes que necesiten apoyo con la imagen y comunicación de marca.
Desean ser vistos y apoyados por más personas.

## Estructura de costos

Activos
- Equipos de trabajo (laptop, computadora)

Costos Fijos
- Desarrollo y diseño de contenido para redes.
- Costo por programas Adobe Creative Cloud
- Herramientas digitales
- Impresión
- Sueldos
- Servicios eléctricos (Internet, luz)
- Alquiler de local.

Costos Variables
- Pauta para asesorías
- Diseño Gráfico
- Publicidad para redes sociales
- Tiempo (mano de obra)
- Marketing

## Fuentes de ingresos

- Kit Complemento (plantilla base + logo)
- Kit Personalizado
- Asesoría Makeover de redes
- Asesoría Estrategia de Contenido
- Tarifa por servicio (difusión de redes
- Suscripciones escalonadas)

# CUSTOMER JOURNEY MAP

## MOMENTOS

| INVESTIGAR | COMUNICACIÓN CONTACTOS | ATERRIZAJE | CREACIÓN | IMAGEN | DIGITALIZACIÓN | INTERACCIÓN | EXPERIENCIA DE USUARIO | MEJORAS |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|

## HECHOS

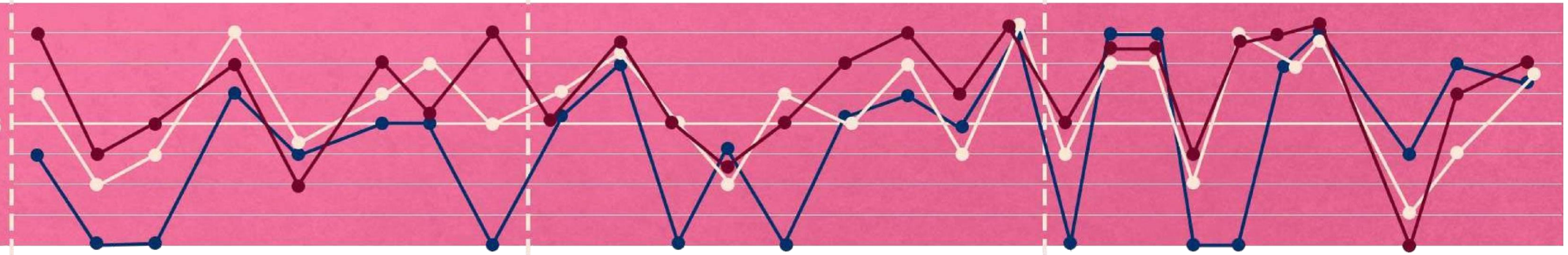
- EMPRENDEDOR POR NECESIDAD
- EMPRENDEDOR POR NECESIDAD / OPORTUNIDAD
- EMPRENDEDOR POR OPORTUNIDAD

| INVESTIGAR | COMUNICACIÓN CONTACTOS | ATERRIZAJE | CREACIÓN | IMAGEN | DIGITALIZACIÓN | INTERACCIÓN | EXPERIENCIA DE USUARIO | MEJORAS |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Visualiza una idea de negocio / Buscar una idea | Analizar al mercado (competencia) | Investigar el público | Buscar apoyo mediante contactos | Conversaciones con amigos (contactos) capacitaciones | Buscar información en internet sobre su producto o servicio | Adquirir producto (mercancía) o servicio (personas expertas) | Generar un plan de negocio | Capacitaciones / Autodidacta | Crear su marca (nombre) | Diseñan su identidad corporativa | Crean su propio empaque para sus entregas | comprar el empaque para sus entregas (bolsas o cajas básicas) | Hacer las piezas para su red social | Crear redes sociales del emprendimiento | Publicar en sus redes sodales | Difundir su emprendimiento en redes personales o círculo social | pagar por publicidad | Interacción con usuario - Responder comentarios / Me gusta a comentarios | Responder mensajes privados | Trabajar con influencers | Publicar en redes clientes satisfechos | Hacer entregas | Concretar ventas | Problemas con clientes / Quejas | Capacitaciones | Cambios en el servicio (sugerencias) |

## PIENSA / SIENTE

| INVESTIGAR | COMUNICACIÓN CONTACTOS | ATERRIZAJE | CREACIÓN | IMAGEN | DIGITALIZACIÓN | INTERACCIÓN | EXPERIENCIA DE USUARIO | MEJORAS |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Pandemia<br>Incertidumbre<br>Temor / Preocupación<br>Tener recursos tecnológicos básicos (capacitación)<br>Ve mucha competencia y muchos de ellos son informales.<br>Le duele que las personas no apoyen a los emprendimientos.<br>Inseguridad<br>Ansiedad<br>Emoción<br>Susto<br>Curiosidad | Falta de apoyo del estado.<br>Miedo a Fracasar<br>No saber sobre algunos temas de su emprendimiento y tener que buscar a un tercero.<br>No saber del tema y tener que aprender en el camino.<br>Pandemia<br>Desmotivación por el fracaso de otros negocios | Al tener un emprendimiento virtual, sus clientes o potenciales clientes aún desconfían.<br>Ausencia de capacitaciones sobre redes sociales<br>emoción<br>Incertidumbre<br>Falta de un plan de negocio<br>Desanimo / Decepción / Desmotivación<br>No saber en que invertir. | Miedo a fracasar<br>Inexperiencia<br>No poder invertir en influencers / publicidad para hacer crecer su negocio.<br>Las trabas o complicaciones para emprendimiento formal | Indecisión<br>No saber si la imagen de la marca tendrá un buen impacto<br>Las personas no aprecien el detalle de su producto personalizado.<br>Incertidumbre | Miedo a fracasar<br>Adaptación a lo digital<br>Estrés laboral<br>No ver crecimiento en sus redes.<br>Pocos canales de contacto con el cliente<br>Poca ganancia / Poca financiación<br>Le duele que el emprendimiento no sea como le imagino en su plan de negocio inicial. | Le molesta no saber como publicitar su emprendimiento.<br>Sacrificar mucho tiempo en el manejo de las redes sociales.<br>No saber como llegar / Ubicar al cliente.<br>Comunicación deficiente<br>Le molesta que influencers se quieran aprovechar de su pequeño negocio.<br>Problemas con clientes<br>Le molesta que las personas pidan muchas rebajas porque le perjudica. | Satisfacción<br>Incertidumbre<br>alegría<br>Alegría<br>estrés<br>Satisfacción<br>emoción<br>Inseguridad preocupación<br>confianza | Miedo a Fracasar<br>Temor<br>asco<br>curiosidad<br>pánico<br>curiosidad<br>interés<br>inseguridad<br>ansiedad |

## EMOCIONES



## ACTORES INVOLUCRADOS

| INVESTIGAR | COMUNICACIÓN CONTACTOS | ATERRIZAJE | CREACIÓN | IMAGEN | DIGITALIZACIÓN | INTERACCIÓN | EXPERIENCIA DE USUARIO | MEJORAS |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| profesional en el tema de finanzas y administración<br>amigos<br>amigos | personas de videos de youtube<br>asesor<br>personas de videos de youtube<br>vendedor<br>Proveedores<br>usuarios de red social<br>compañeros de clases, amigos, familia | usuarios de red social<br>usuarios de red social<br>cliente<br>cliente<br>cliente<br>cliente<br>cliente<br>influencer<br>profesional del tema<br>cliente<br>asesor<br>asesor |

## HERRAMIENTAS QUE UTILIZAN

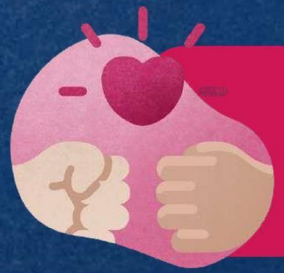
| INVESTIGAR | COMUNICACIÓN CONTACTOS | ATERRIZAJE | CREACIÓN | IMAGEN | DIGITALIZACIÓN | INTERACCIÓN | EXPERIENCIA DE USUARIO | MEJORAS |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Redes Sociales<br>Facebook, Instagram, Facebook<br>Internet<br>Amigos profesionales (contactos)<br>Zoom / Meet<br>Internet | Cursos<br>Crehana<br>Domestika<br>Youtube<br>Canva<br>Canva<br>Canva | Redes Sociales<br>Facebook, Instagram, Facebook<br>Amigos profesionales (contactos)<br>Redes Sociales<br>Facebook, Instagram, Facebook<br>Courier<br>Cursos<br>Crehana<br>Domestika |

# CUSTOMER JOURNEY MAP



## HECHOS

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Visualiza una idea de negocio / Buscar una idea | Analizar al mercado (competencia) | Investigar el público | Buscar apoyo mediante contactos | Conversaciones con amigos (contactos) capacitaciones | Buscar información en internet sobre su producto o servicio | Generar un plan de negocio | Capacitaciones / Autodidacta | Crear su marca (nombre) | Diseñan su identidad corporativa | Crean su propio empaque para sus entregas | comprar el empaque para sus entregas (bolsas o cajas básicas) | Hacer las piezas para su red social | Crear redes sociales del emprendimiento | Publicar en sus redes sociales | Difundir su emprendimiento en redes personales o circulo social | pagar por publicidad | Interacción con usuario - Responder comentarios / Me gusta a comentarios | Responder mensajes privados | Trabajar con influencers | Publicar en redes clientes satisfechos | Hacer entregas y Concretar ventas | Capacitaciones |

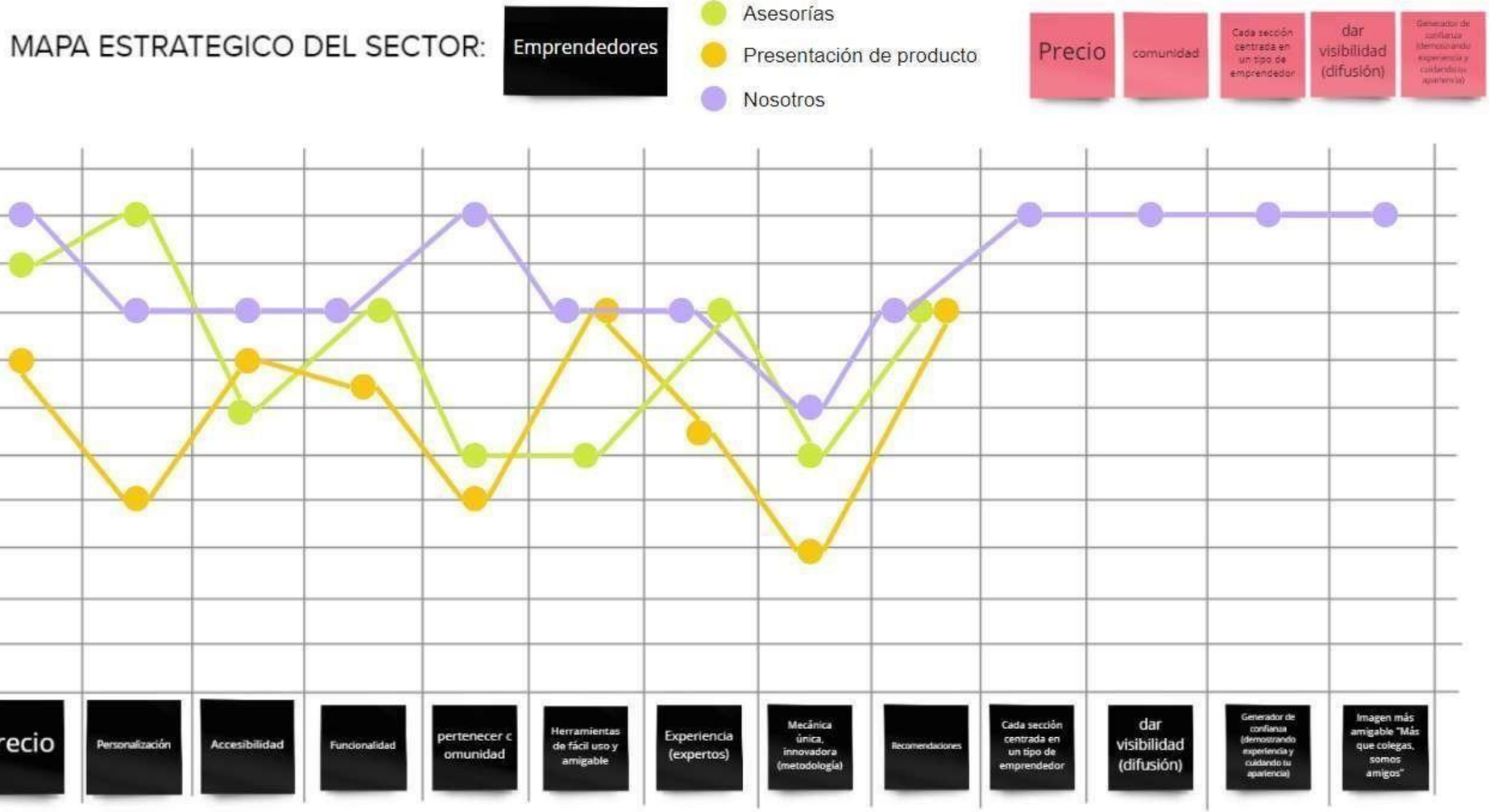


## ACTORES INVOLUCRADOS

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Amigos | Amigos | Amigo profesional en administración y finanzas | Personas de videos de youtube | ? | ? | Personas de videos de youtube | Vendedor / proveedores | ? | ? | Usuarios de red social<br><br>compañeros, amigos, familia | Entorno | Usuarios de red social | Cliente | Cliente | Influencer | Cliente | cliente | Cliente / amigos |

Hay un vacío en los momentos de creación de imagen de marca, estrategia de contenido, comunicación, es decir, en el profesional en Diseño Gráfico y Publicitario.

# CURVA DE VALOR



# EVALUAR INNOVACIÓN

## PROPUESTA DE VALOR

Creanza es la primera personificación de la amiga del mundo del diseño que los emprendedores esperan tener y a quien acudir por un consejo. Es una generadora de confianza que esta dispuesta a ayudar. Es quien apoya, escucha, valora, difunde y acompaña el crecimiento de cada emprendimiento de nuestra comunidad, en el camino a la digitalización. Buscamos ser generadores de confianza e ir hacia el éxito juntos.

## ¿CÓMO FUNCIONA?

- Ayudamos a dar visibilidad, difundiendo a los emprendimientos de nuestra comunidad.
- Categoriza por tipo de emprendedor y recomienda en base a la necesidad e inversión de tu negocio.
- Diagnostica tu marca y redes sociales, encuentra sus puntos débiles y te asesora para perfeccionar esos pequeños desniveles para lograr la diferenciación de la competencia.
- Brindamos herramientas a un precio accesible para mejorar la imagen y comunicación de la marca de cada negocio.
- Ofrecemos kits básicos y personalizado que serán el complemento que necesitan para ofrecerle una presentación de producto de calidad y que a su vez genere una primera buena impresión y logre fidelizar al consumidor.



# MOODBOARD


Comunidad
DISTANT SUMMIT
Camino - Recorrido
Apoyarse unos a otros
Organización
Motivación
Apoyo
Despegar
Conectar
Confianza
Difundir - Recomendar
Superación
PERSONAL BRAND
ATREVETE
DESAFIA
CREA

"Todo es posible con el debido esfuerzo y la voluntad de alcanzar la meta"

Representan el esfuerzo, honor, victoria e implicación

Marca con aspiraciones

transmiten motivación, esfuerzo, disciplina, triunfa, competencia y valentía

Superación de uno mismo, mejorar el mundo y luchar por el bien común.

"Lucha por tus sueños y ten mente ganadora. El esfuerzo tiene su recompensa"

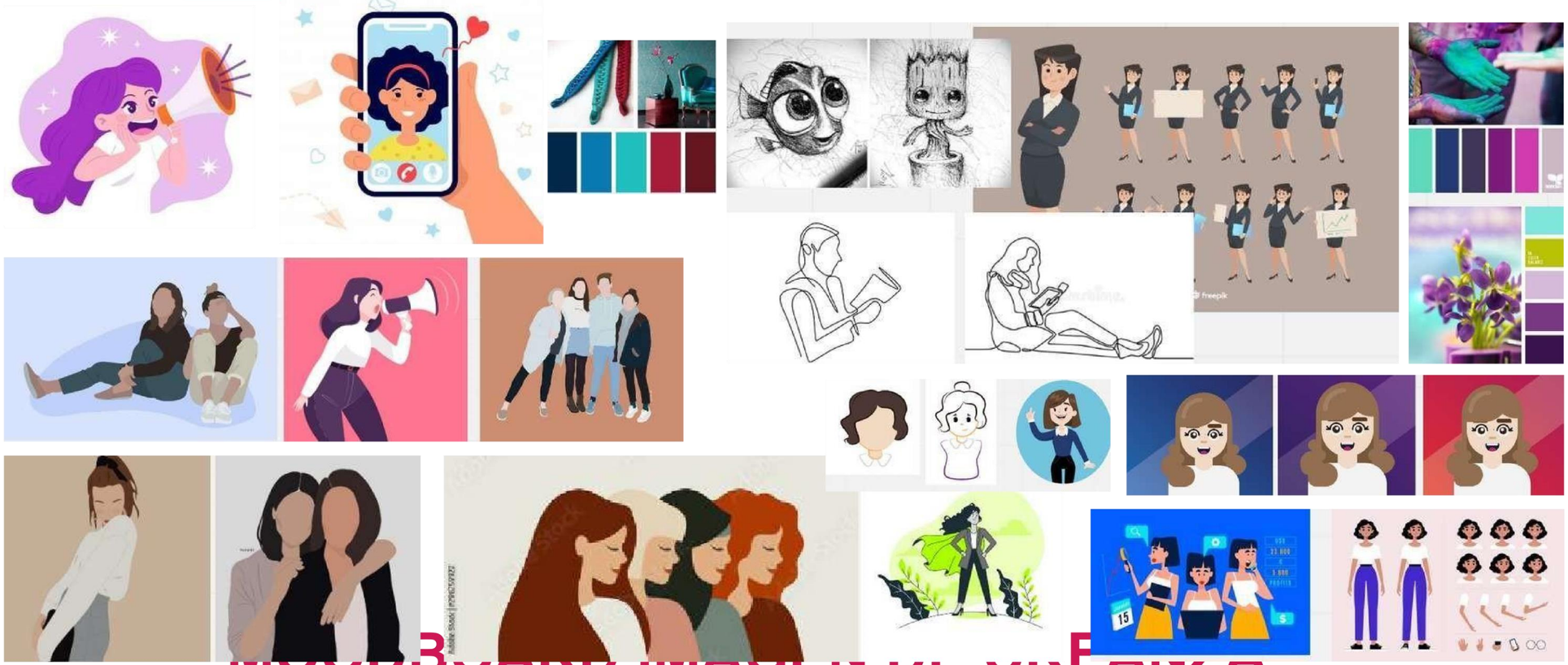
Motivado siempre por proteger e inspirar a otros

Colores: rojo, azul, gris y negro

El consumidor:

Competitivo por naturaleza, orientado al logros de resultados

No sólo examinarán tus productos o servicios sino tus convicciones y actitudes ante los acontecimientos de la sociedad



# MOODBOARD IMAGEN DE MARCA

# PERSONALIDAD CREANZA

## ¿QUÉ FRASES DIRÍA?

"Pensamos que es necesario sentirnos preparados y confiados antes de enfrentarnos a un reto. El problema es que crees que debes sentirte confiado para hacerlo.

Actúa sin confianza, y la confianza vendrá después. Así que la regla de oro de la confianza es que no debes esperar a sentirte confiado.

## PROPUES

Creanza es la primera
diseño que los empren
un consejo. Es una ge
ayudar. Es quien apoya
crecimiento de cada e
camino a la digitalizac
e ir hacia el éxito [illegible]

## ¿A QUIEN SE DIRIGE?

### Emprendedores por oportunidad

- "Estoy en constante aprendizaje."
- "Yo nunca me he detenido, siempre he buscado que hacer."
- "Todos los días reviso las nuevas tendencias y cómo mejor las redes sociales de mi negocio."
- "Siempre empiezo con miedo y he cometido errores pero así se aprende".
- "La persistencia es parte del emprendedor. Siempre van a haber obstáculos pero uno debe seguir trabajando y sacar a flote el proyecto."
- "Todos los negocios se estan digitalizando"

### Emprendedores por necesidad

- "Quiero tener algo propio, algo que sea mío"
- "Formalizar mi negocio porque eso me ayudará a crecer pero es costoso"
- "En un futuro quiero tener mi propio local y página web"
- "Da miedo pero a veces hay que arriesgarse"
- "La necesidad hizo que viera la manera de cómo generar dinero"
- "No puedo gastar mucho"

### Emprendedores por necesidad / oportunidad

- "Quiero tener un negocio propio"
- "En mis venas está arriesgarme"
- "No quiero que mi marca muera, quiero seguir creciendo y avanzando"
- "Necesito aprender sobre el manejo de las redes sociales porque ahora todo es digital"
- "Es una oportunidad para crear mi negocio"

### Persona que todavía no emprende

- "No tengo tiempo"
- "Tengo que trabajar mucho"
- "Tengo que hacer muchas cosas y no se por donde empezar"
- "Me canso de estar todo el día al frente de una computadora"
- "Quiero emprender pero no se si vaya a funcionar"
- "Tengo que saber como organizarme"
- "Necesito aprender a tener paciencia"
- "Quiero emprender pero no tengo tiempo para invertir"
- "Tengo que terminar de estudiar"
- "Emprender es algo adicional, dinero extra, no un trabajo fijo"

- No persigas la confianza, créala.
- La autoconfianza se puede trabajar y mejorar.
- La mayoría de emprendedores por oportunidad busca iniciar su negocio asesorándose. Sienten más confianza al
- iniciar con un respaldo.
- Tendrán apoyo y más probabilidades de triunfar Porque con
- las herramientas y el apoyo adecuado sienten que lanzará el

éxito.

Los emprendedores por necesidad buscan reducir sus costos e inversión.

Buscan ofrecer un servicio, producto o experiencia de

- calidad. El origen de la confianza consiste en empezar a actuar, por pequeño que sea el primer paso. Marcarte metas es un grave problema si no eres capaz de aceptar que puedes fracasar. Evita convertir la confianza en un objetivo en sí mismo.

Nombres

Slogan (creencia)

**Creanza**

**No persigas la confianza, créala.**

Concepto

**Generadoras de confianza**

- **Actúa sin confianza, y la confianza vendrá en el camino.**
- **Aliados de tu marca**



Crecemos contigo

Creer para crecer

tranquilidad

amigos

sinceridad

familiaridad

acciones

coherencia

seguridad

confianza

expertos

transparencia

sin filtro

conocido

promesa

confianza

crear

# ¿QUIÉN ES CREANZA?

**Biografía**

Mujer
Edad: 30 años
Estado civil: Soltera - conviviente - sin hijos
Residencia: Lima
Estilo de vida: Moderna

**Habilidades**

- Sociales (10/10)
- Comunicación (10/10)
- Planificación (10/10)
- Paciencia (10/10)
- Empatía (10/10)

**Influencias**

Otros amigos emprendedores
Su familia
Su pareja
Tendencias, nuevos conocimientos

**Personalidad**

Alegre
Solidaria
Atenta
Empática
Trabajadora
Positiva
Organizada

**Motivaciones**

Le interesa ayudar a los demás, busca ser una persona independiente, segura y trabajadora.
Alcanzar sus metas y trabajar para seguir creciendo como persona.
Brindar sus conocimientos a una comunidad a la que ella también pertenece.

**Frustraciones**

- Que los emprendedores no tengan tanto apoyo y visibilidad.
- Lo costoso y difícil que es emprender

**Redes sociales**






**Biografía**

Mujer
Edad: 30 años
Estado civil: Soltera - conviviente - sin hijos
Residencia: Lima
Estilo de vida: Moderna

**Habilidades**

- Sociales (10/10)
- Comunicación (10/10)
- Planificación (10/10)
- Paciencia (10/10)
- Empatía (10/10)

**Influencias**

Otros amigos emprendedores
Su familia
Su pareja
Tendencias, nuevos conocimientos

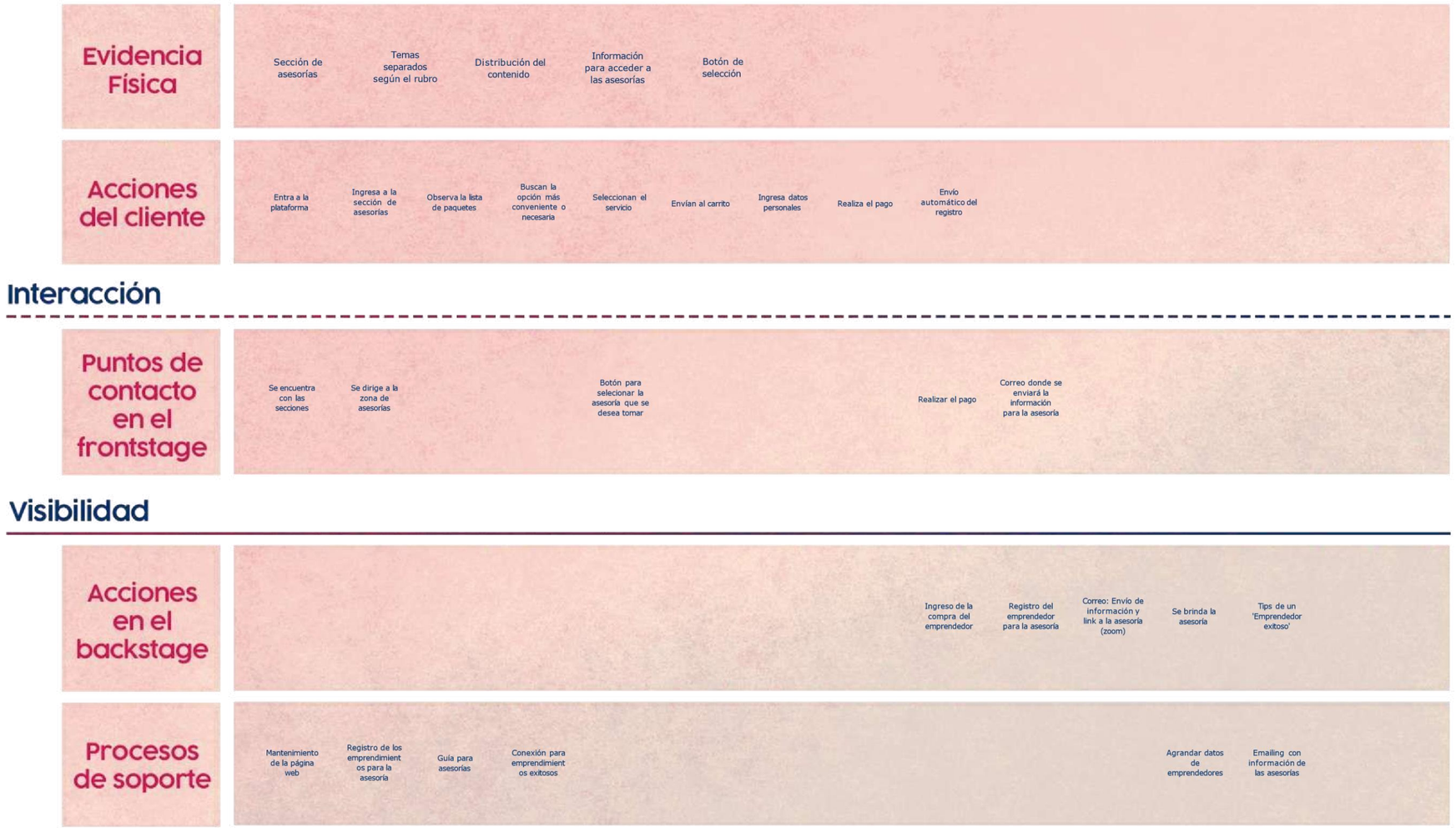
# SERVICE BLUEPRINT

# KITS COMPLEMENTO / PERSONALIZADO



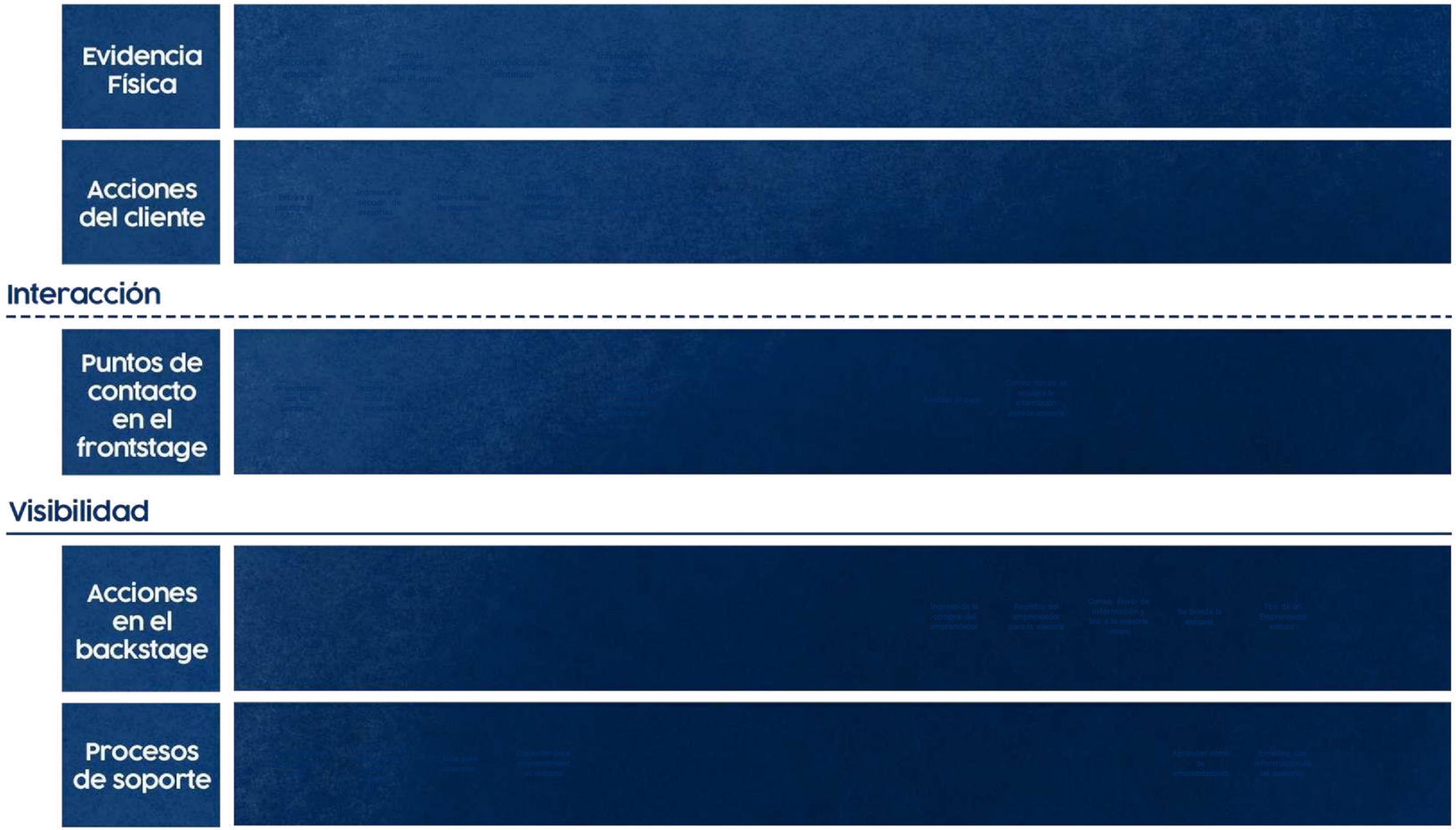
# SERVICE BLUEPRINT

# ASESORÍAS MAKEOVER DE REDES



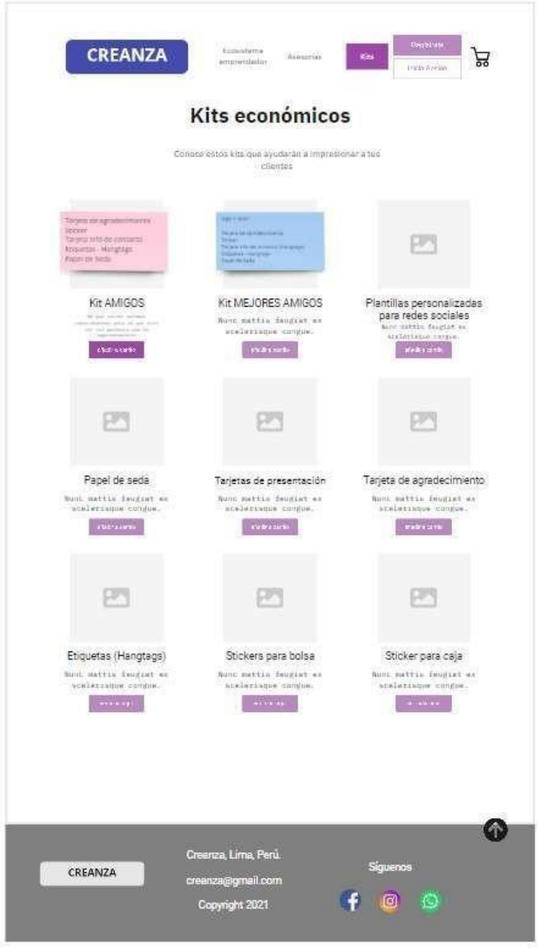
SERVICE BLUEPRINT

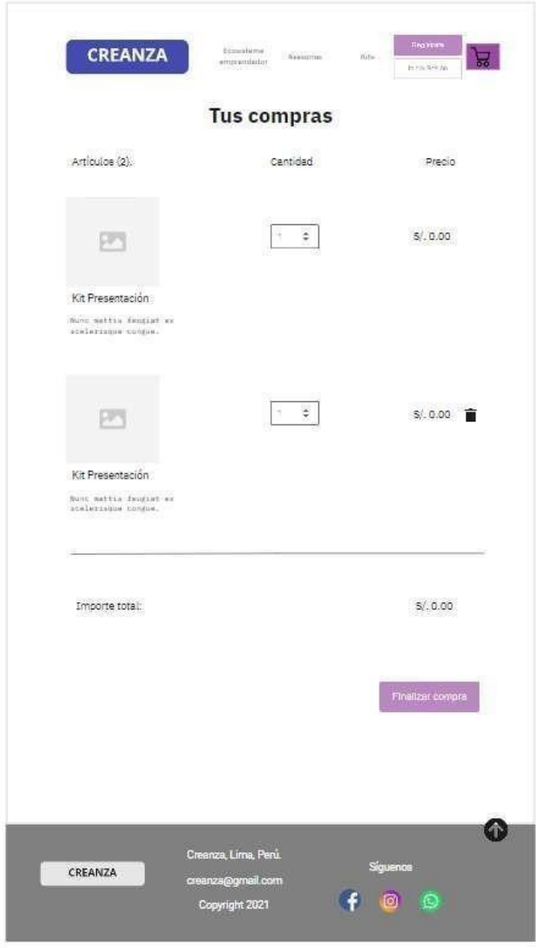
# ASESORÍAS ESTRATEGIA DE CONTENIDO



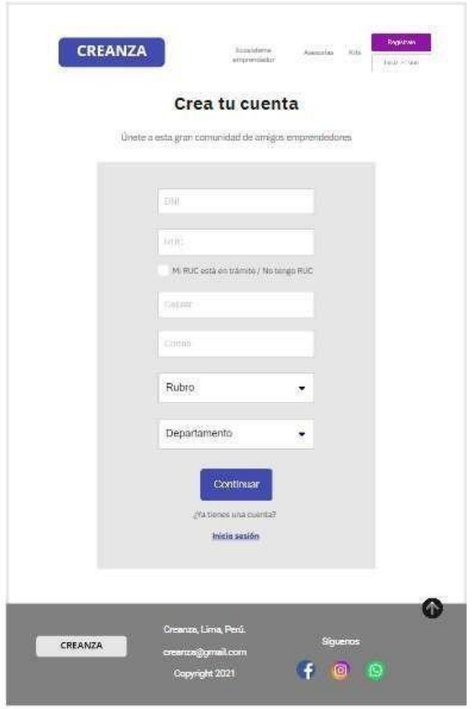
# PROTOTIPOS

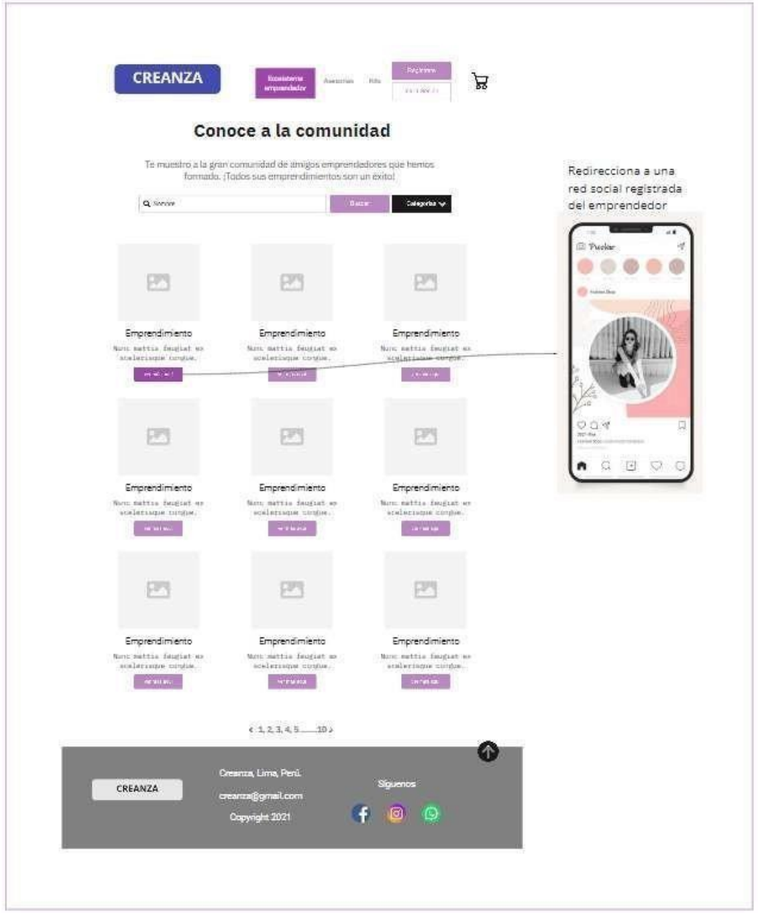

CREANZA
Plataforma de emprendedores
¿Eres un emprendedor peruano?
Conoce la comunidad de emprendimientos peruanos
¿Quién quiero ser?
Mi amistad te ofrecerá
¿? Veamos que puede ir aquí
Mis valores
Icono
Confianza
Amistad
Empatía
Creatividad
CREANZA
Creanza, Lima, Perú.
creanza@gmail.com
Copyright 2021
Síguenos

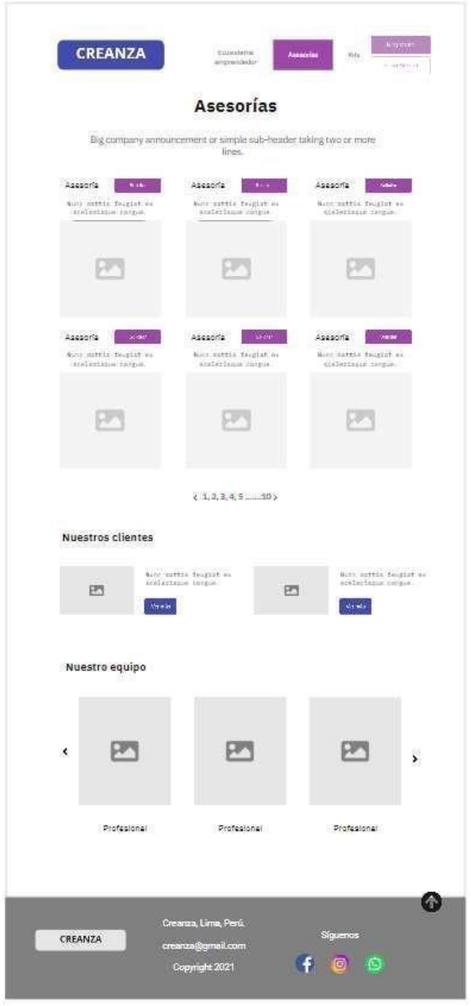

CREANZA
Kits económicos
Kit AMIGOS
Kit MEJORES AMIGOS
Plantillas personalizadas para redes sociales
Papel de seda
Tarjetas de presentación
Tarjeta de agradecimiento
Etiquetas (Hangtags)
Stickers para bolsa
Sticker para caja
CREANZA
Creanza, Lima, Perú.
creanza@gmail.com
Copyright 2021
Síguenos


CREANZA
Tus compras
Artículos (2).
Cantidad
Precio
Kit Presentación
S/. 0.00
Kit Presentación
S/. 0.00
Importe total:
S/. 0.00
Finalizar compra
CREANZA
Creanza, Lima, Perú.
creanza@gmail.com
Copyright 2021
Síguenos

# PROTOTIPOS


CREANZA
Crea tu cuenta
Únete a esta gran comunidad de amigos emprendedores
DNI
RUC
Mi RUC está en trámite / No tengo RUC
Celular
Correo
Rubro
Departamento
Continuar
¿Ya tienes una cuenta?
Inicia sesión
CREANZA
Creanza, Lima, Perú.
creanza@gmail.com
Copyright 2021
Síguenos


CREANZA
Conoce a la comunidad
Te muestro a la gran comunidad de amigos emprendedores que hemos formado. ¡Todos sus emprendimientos son un éxito!
Buscar
Categorías
Emprendimiento
Redirecciona a una red social registrada del emprendedor
CREANZA
Creanza, Lima, Perú.
creanza@gmail.com
Copyright 2021
Síguenos


CREANZA
Asesorías
Big company announcement or simple sub-header taking two or more lines.
Nuestros clientes
Nuestro equipo
Profesional
Profesional
Profesional
CREANZA
Creanza, Lima, Perú.
creanza@gmail.com
Copyright 2021
Síguenos

# PROTOTIPOS
# REDES SOCIALES

Animación




Frame 1




Frame 2




Frame 3




Frame 4




Frame 15




Frame 13




Frame 14




Copy of Create account




Screen 7




Screen 5




Screen 6




Copy of Animación




Frame 7




Frame 5




Frame 16




Frame 6




Frame 8

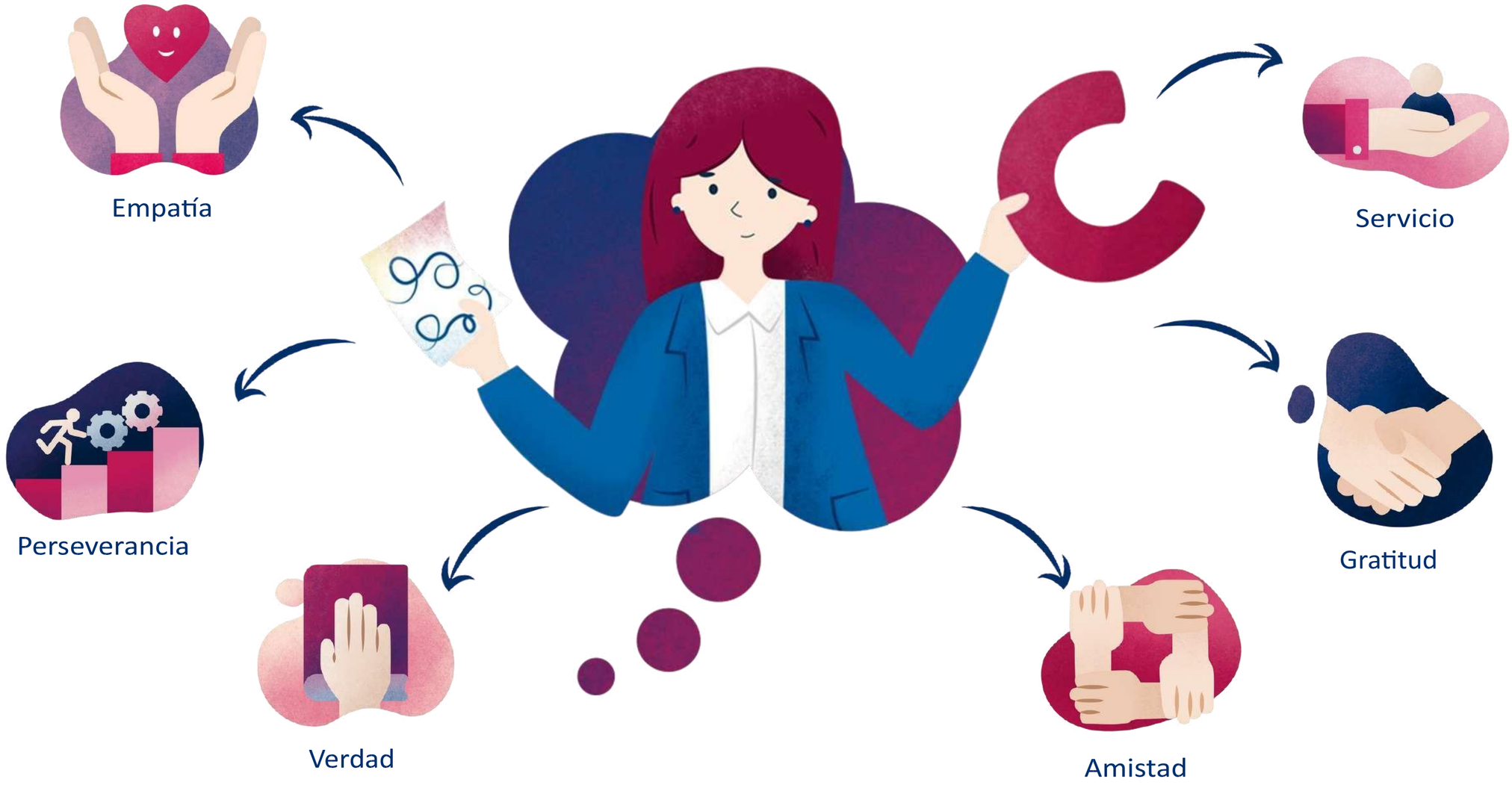


CREANZA



# ¡Hago lo que un amigo hace por ti!

# "NO PERSIGAS LA CONFIANZA, CRÉALA"




CREANZA

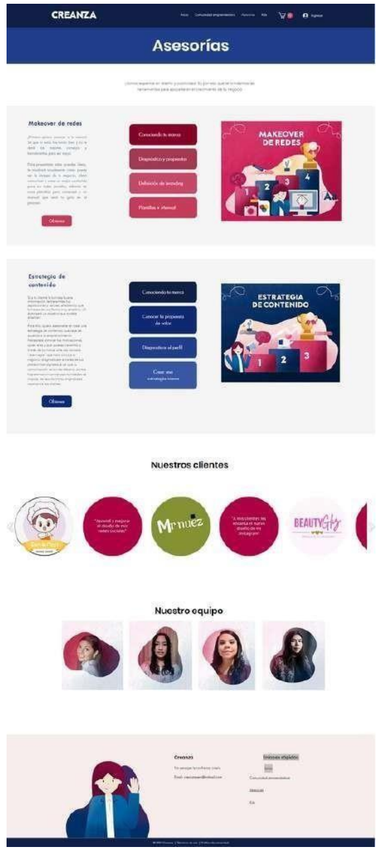
# PÁGINA WEB

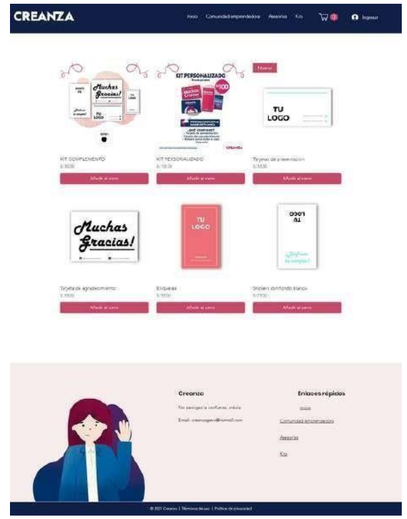








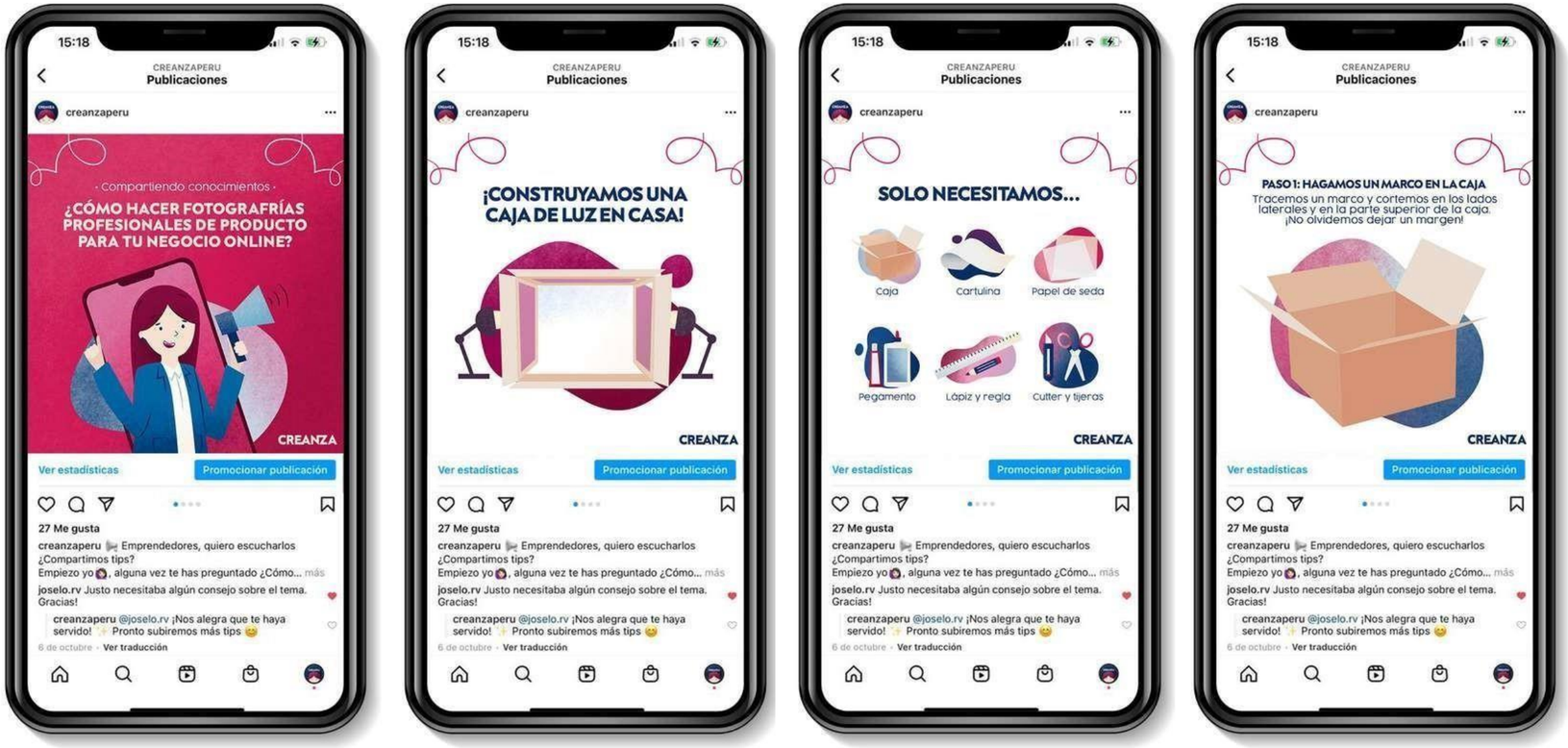




https://creanzaperu.wixsite.com/emprendedores

CREANZA

# INSTAGRAM

LINK AL PERFIL CREANZA




CREANZA


15:19
CREANZAPERU
Publicaciones
creanzaperu
¿CÓMO ELEGIR EL NOMBRE DE TU NEGOCIO?
• Responde dos preguntas:
¿Qué es lo que impulsa tu negocio? y ¿Cùal es tu propuesta de valor?
Es importante saber que es lo que ofreces más allá de un producto o servicio, puede ser una emoción o una experiencia.
Ten en claro que es lo que te hace único.
• Debe ser corto y simple
Tiene que ser fácil de recordar. De esa forma permanecerás en la mente de tu consumidor.
• Toma en cuenta la comunicación
El nombre, el logo y la comunicación de la marca debe ser coherente entre sí
CREANZA
Ver estadísticas
Promocionar publicación
24 Me gusta
creanzaperu Amigo emprendedor@ que recién creará su negocio, te comparto algunos tips que debes tomar en cuenta para elegir el nombre y que sea funcional! ✨
#emprendedoresperuanos #diseñografico #redessociales
6 de octubre · Ver traducción
creanzaperu

CREANZA

# INSTAGRAM



















CREANZA



# INSTAGRAM

CREANZA


15:20
CREANZAPERU
Publicaciones
creanzaperu
CONOCE EL TAMAÑO CORRECTO PARA TUS POSTS EN REDES SOCIALES
px
px
CREANZA
CREANZA
Ver estadísticas
Promocionar publicación
17 Me gusta
creanzaperu Emprendedores
Plantillas hay muchísimas y de todos los tamaños... ¿Cierto?
¡Asegurémonos de que sea el correcto para que tus posts sean publicados en buena calidad!
#emprendedoras #emprendimientos #tipsendiseño #diseñográfico #redessociales #medidasenredessociales
Ver los 2 comentarios


15:20
CREANZAPERU
Publicaciones
creanzaperu
INSTAGRAM
Foto de perfil
180 x 180 px
Fotos y Videos
IGTV
Stories y Reels
Retrato
1080 x 1350 px
Cuadrado
1080 x 1080 px
Paisaje
1080 x 608 px
Vertical
1080 x 1920 px
Horizontal
1920 x 1080 px
1080 x 1920 px
CREANZA
Ver estadísticas
Promocionar publicación
17 Me gusta
creanzaperu Emprendedores
Plantillas hay muchísimas y de todos los tamaños... ¿Cierto?
¡Asegurémonos de que sea el correcto para que tus posts sean publicados en buena calidad!
#emprendedoras #emprendimientos #tipsendiseño #diseñográfico #redessociales #medidasenredessociales
Ver los 2 comentarios


15:20
CREANZAPERU
Publicaciones
creanzaperu
FACEBOOK
Foto de perfil
180 x 180 px
Portada
851 x 315 px
Publicaciones
Foto para tienda
Stories
Cuadrado
1080 x 1080 px
Horizontal
1200 x 630 px
1024 x 1024 px
1080 x 1920 px
CREANZA
Ver estadísticas
Promocionar publicación
17 Me gusta
creanzaperu Emprendedores
Plantillas hay muchísimas y de todos los tamaños... ¿Cierto?
¡Asegurémonos de que sea el correcto para que tus posts sean publicados en buena calidad!
#emprendedoras #emprendimientos #tipsendiseño #diseñográfico #redessociales #medidasenredessociales
Ver los 2 comentarios


15:20
CREANZAPERU
Publicaciones
creanzaperu
TIK TOK
Foto de perfil
200 x 200 px
Anuncio del feed
Video
1200 x 628 px
1080 x 1920 px
CREANZA
Ver estadísticas
Promocionar publicación
17 Me gusta
creanzaperu Emprendedores
Plantillas hay muchísimas y de todos los tamaños... ¿Cierto?
¡Asegurémonos de que sea el correcto para que tus posts sean publicados en buena calidad!
#emprendedoras #emprendimientos #tipsendiseño #diseñográfico #redessociales #medidasenredessociales
Ver los 2 comentarios

CREANZA

# INSTAGRAM





















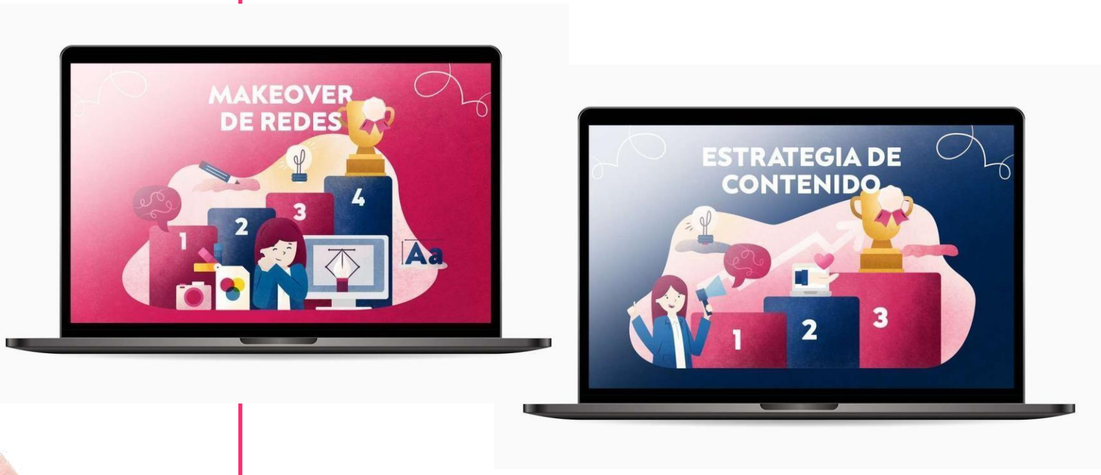

CREANZA

# PRODUCTO / SERVICIO POR TIPO DE EMPRENDEDOR

# EMPRENDEDOR NECESIDAD - OPORTUNI




# EMPRENDEDOR OPORTUNIDAD




**Kit complemento Asesorías y personalizadopersonalizadas**

Es importante dar una primera buena impresión. **¿Sabes cómo?** A través del empaque. El kit complemento brinda todo lo que tu negocio necesita, invirtiendo poco pero generando una gran experiencia única a tu cliente.

# KIT PERSONALIZADO













Ofrece 50 unidades en:

Tarjeta de presentación.

Tarjeta de agradecimiento. Stickers para caja o bolsa.

Etiquetas

El kit personalizado ofrece el complemento perfecto que necesita tu negocio para terminar de brindar un buen servicio y lograr la fidelización de los clientes.

**¡Adaptado a tu imagen de marca!**



CREANZA

Ofrece 50 unidades en:

Tarjeta de presentación.

Tarjeta de agradecimiento.

Stickers para caja o bolsa.

Etiquetas




CREANZA

3

# ENCUESTAS DE VALIDACIÓN

## RESULTADOS

Sexo

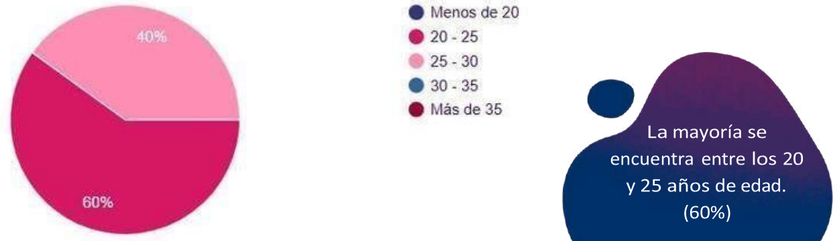
5 respuestas




La mayoría de emprendedores son mujeres. (60%)

Edad

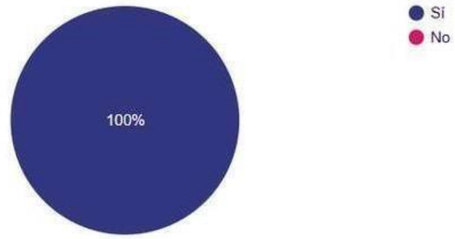
5 respuestas




La mayoría se encuentra entre los 20 y 25 años de edad. (60%)

¿Tiene algún emprendimiento?

5 respuestas



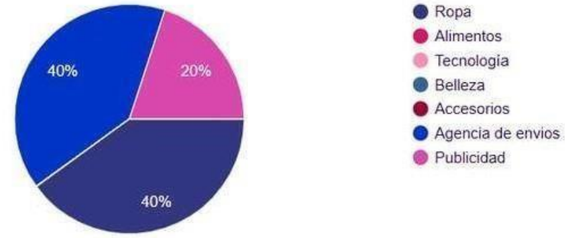

Todos tie

hen

sus

Si su respuesta fue sí, ¿de qué rubro es tu emprendimiento?

5 respuestas



# ENCUESTAS DE VALIDACIÓN

emprendi hientos.

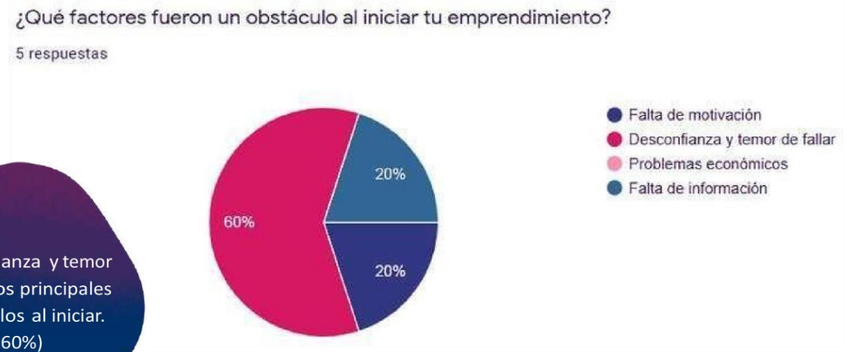
os rubros



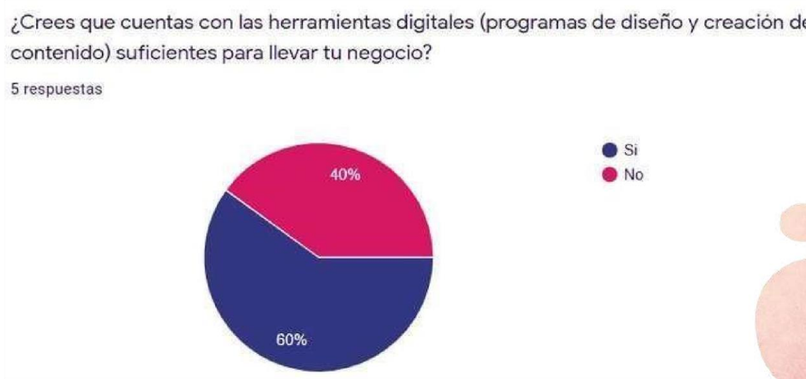

de ropa, e nvíos y
publici dad.

# ENCUESTAS DE VALIDACIÓN

## RESULTADOS




Desconfianza y temor fueron los principales obstáculos al iniciar. (60%)




La mayoría que sí cuenta con las herramientas que necesitan. (60%)

# ENCUESTAS DE VALIDACIÓN

¿Qué programa de diseño utilizas con mayor frecuencia?

5 respuestas




Photoshop e Illustrator son los programas más usados. (40%, 40%)

¿Qué crees que debes o deseas mejorar en el diseño y publicidad de tu negocio?

5 respuestas

- Que sea mas atractivo para el público
- Mejorar mi propia identidad gráfica
- Publicidad paga
- Deseo mejorar la publicidad
- Otros fondos para nuestras publicidades

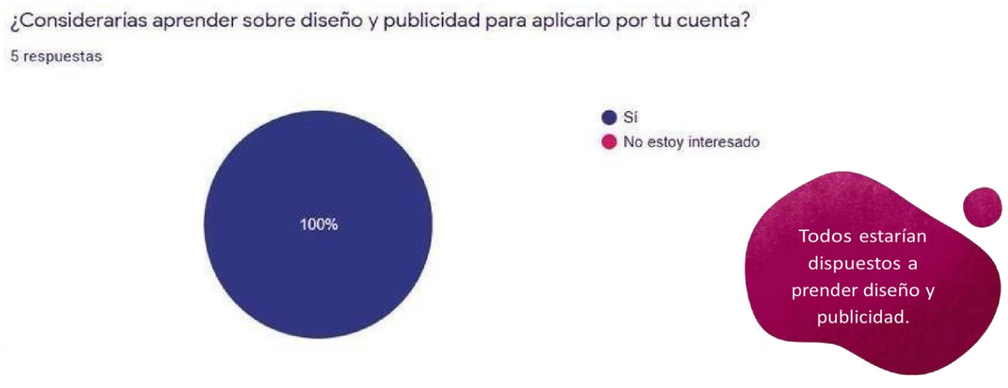
Desean mejorar su imagen de marca y la publicidad.

3

# ENCUESTAS DE VALIDACIÓN




No invierten en profesionales debido a factores económicos. (60%)




Todos estarían dispuestos a prender diseño y publicidad.

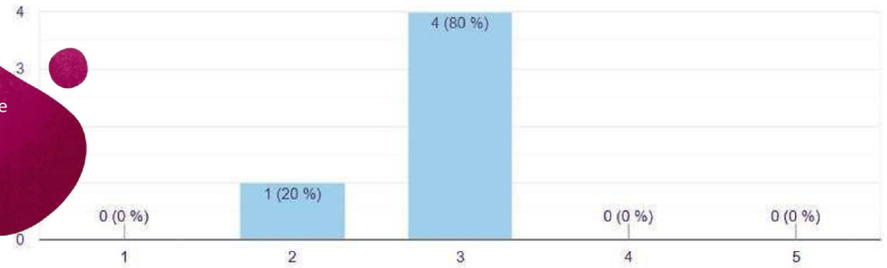
## RESULTADOS

# ENCUESTAS DE VALIDACIÓN

## RESULTADOS

¿Qué tan complicado considera buscar papelería para su emprendimiento?

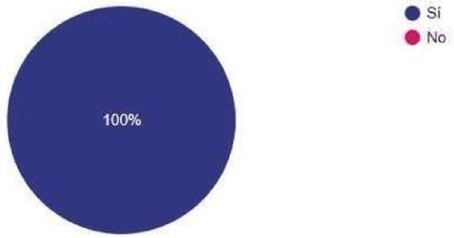
5 respuestas




Consideran moderamente complicado buscar papelería.

¿Le interesaría adquirir papelería personalizada con el logo de su emprendimiento mediante una página web? (Delivery)

5 respuestas

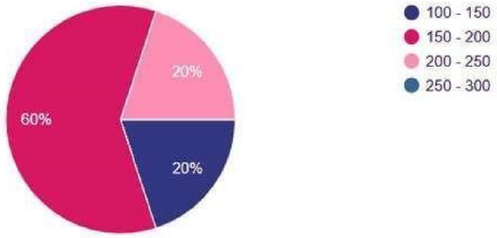



A todos ellos les interesaría adquirir papelería personalizada por página web.

¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por una asesoría de 4 sesiones donde aprenderías a llegar a más clientes y mejorar la experiencia de tu emprendimiento?

5 respuestas

La mayoría pagaría entre 150 y 200 soles por 4 asesorías. (60%)

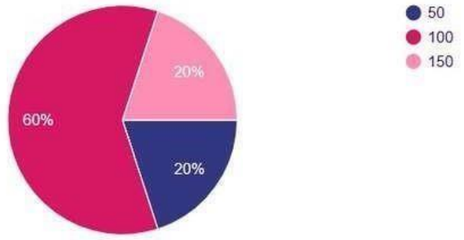



Una minoría pagaría entre 200 y 250 soles, y otra entre 250 y 300 soles. (20%, 20%)

# ENCUESTAS DE VALIDACIÓN

¿Cuanto pagarías por un kit personalizado de 50 tarjetas de presentación, 50 stickers de tu marca, 50 tarjetas de agradecimiento y 50 tags (colgantes con el logo)?

5 respuestas



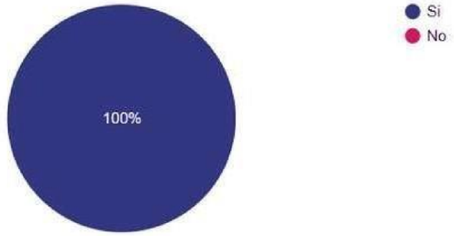

La mayoría pagaría 100 soles por un kit personalizado. (60%)

# ENCUESTAS DE VALIDACIÓN

## RESULTADOS

¿Le gustaría ver tutoriales rápidos de diseño o tips de publicidad en nuestro instagram? (@Creanzaperu)

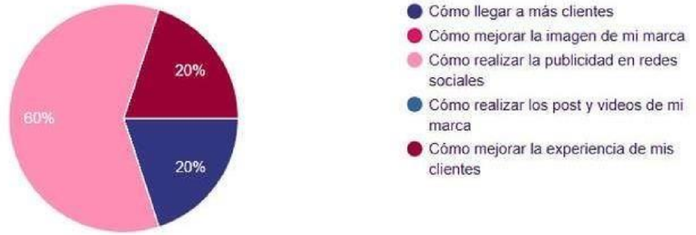
5 respuestas




A todos les gustaría ver tutoriales y tips de diseño en el Instagram de Crenza.

¿Qué clase de temas le interesaría ver en los tips o tutoriales?

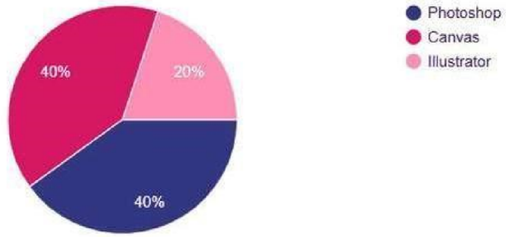
5 respuestas




A la mayoría le gustaría ver tips y tutoriales para hacer publicidad en redes. (60%)

¿Qué herramientas digitales le gustaría conocer más mediante tips y consejos?

5 respuestas




Photoshop y Canva son las herramientas de las que más les gustaría ver tips. (40%, 40%)

# ENCUESTAS DE VALIDACIÓN

## CONCLUSIONES



- **Desconfianza y temor** fueron los principales obstáculos al iniciar. (60%)
- **Photoshop e Illustrator** son los programas más usados. (40%, 40%)
- Desean **mejorar su imagen de marca y la publicidad.**
- No invierten en profesionales debido a **factores económicos.** (60%)
- La mayoría pagaría entre **150 y 200 soles** por 4 asesorías. (60%)
- **Canva y Photoshop son las principales herramientas** que el emprendedor **utiliza para creación de contenido**, por ello, buscan aprender más sobre ellas mediante tutoriales.

# VALIDACIÓN

# KITS COMPLEMENTO / PERSONALIZADO






















HOY

Hola Lesly, que tal? He visto por Instagram que Creanza está ofreciendo unos kit de papelería, tu crees que pueda comprarte uno? 1:41 p. m.

Es para poder ponerlo a los productos que vendo 1:41 p. m.

Hola Pamela, claro que sí! Te cuento que tenemos dos tipos de kits, unos que son con una plantilla básica y otro que podrías poner tu papelería personalizada de acuerdo a la línea gráfica de tu empresa 1:43 p. m.

Porfis me puedes enviar tu logo y cual te gustaría 1:43 p. m.

Ahora te mando un correito con más información 1:43 p. m.

Ya si por favor espero tu correo y te mando el logo 1:44 p. m.

ANDREA ROSALES
BAZAR - BOUTIQUE

MIÉRCOLES

Gracias Lesly y al grupo CREANZA por darnos este material q nos servirá de mucho apoyo a nuestro emprendimiento muy agradecida con ustedes.😊

6:37 a. m.

# ASESORIAS




**¡Primero quiero conocer tu marca!** Sé que lo estás haciendo bien y yo te daré mis mejores consejos y las oportunidades que tienes para ser el mejor.

Para presentarte estas grandes ideas, te mostraré visualmente cómo puede ser la imagen de tu negocio, cómo comunicar y crear un mejor contenido para tus redes sociales. Además, porque sé que necesitas una ayudadita extra, me encargaré de darte algunas plantillas para que puedas comenzar y un manual que será tu guía para este proceso que en tus manos, **¡Será todo un éxito!**




Sé que amas tu emprendimiento y despiertas cada día con nuevas ideas para mejorar tu negocio. Déjame contarte que si a tu cliente le brindas una buena información, le transmites tus aspiraciones y valores; añadiendo que lo haces de una forma muy atractiva, **¡Créeme que tu éxito será un objetivo que podrás alcanzar!**

Para ello, quiero asesorarte en crear una estrategia de contenido que vaya de acuerdo a tu emprendimiento. Necesitaré conocer tus motivaciones, quién eres y qué quieres transmitir a través de tu marca. Una vez conozca "esa magia" que hace único a tu negocio, diagnosticaré a través de tus plataformas digitales, si es que tu comunicación es la más efectiva. **Juntos lograremos encontrar oportunidades de mejora, tanto en el contenido como en lo visual; de esta forma tu originalidad cautivará a tus clientes.**

# VALIDACIÓN
# ASESORÍA MAKEOVER DE REDES

Mr Nuez

**Paso 1** Conociendo al emprendedor y a su marca.

Tenemos una videollamada para conocer al emprendedor, su motivación e inspiración, conocer quién es y cómo espera trasmitir su valor de marca.

**Paso 2** Diagnóstico de redes. ¿Cómo ves tu marca?

Se realiza una auditoría de la marca y su perfil de instagram, tanto imagen de marca como comunicación, para ver el estado actual y encontrar los puntos de mejora.

**Paso 3** Maquillamos tu marca.

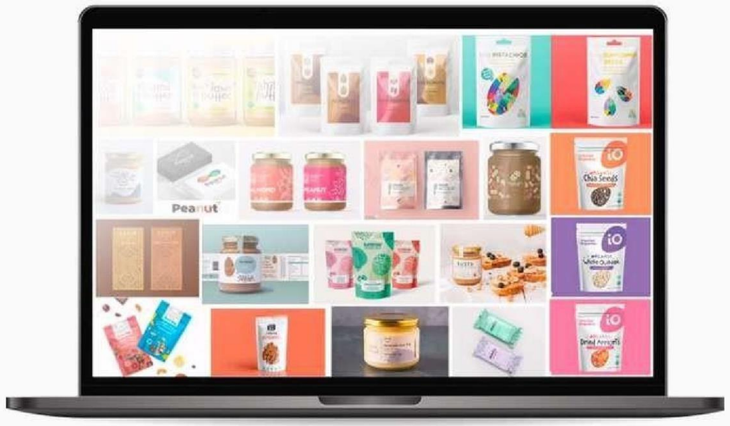
Definir el branding junto al moodboard de la marca, se realiza el rediseño y la estructura del feed.

**Paso 4** Plantillas y manual. Preguntas y respuestas.

Se diseña 5 portadas para posts e historias. Se presenta el manual con tips para fotografías, contenido y herramientas como aplicación para un mejor manejo de redes sociales.











CREANZA

# VALIDACIÓN
# ASESORÍA ESTRATEGIA DE CONTENIDO

BEAUTYGlyz
BRILLA A TU MANERA

**Paso 1** Conociendo al emprendedor y a su marca.

Tenemos una videollamada para conocer al emprendedor, su motivación e inspiración, conocer quién es y cómo espera trasmitir su valor de marca.

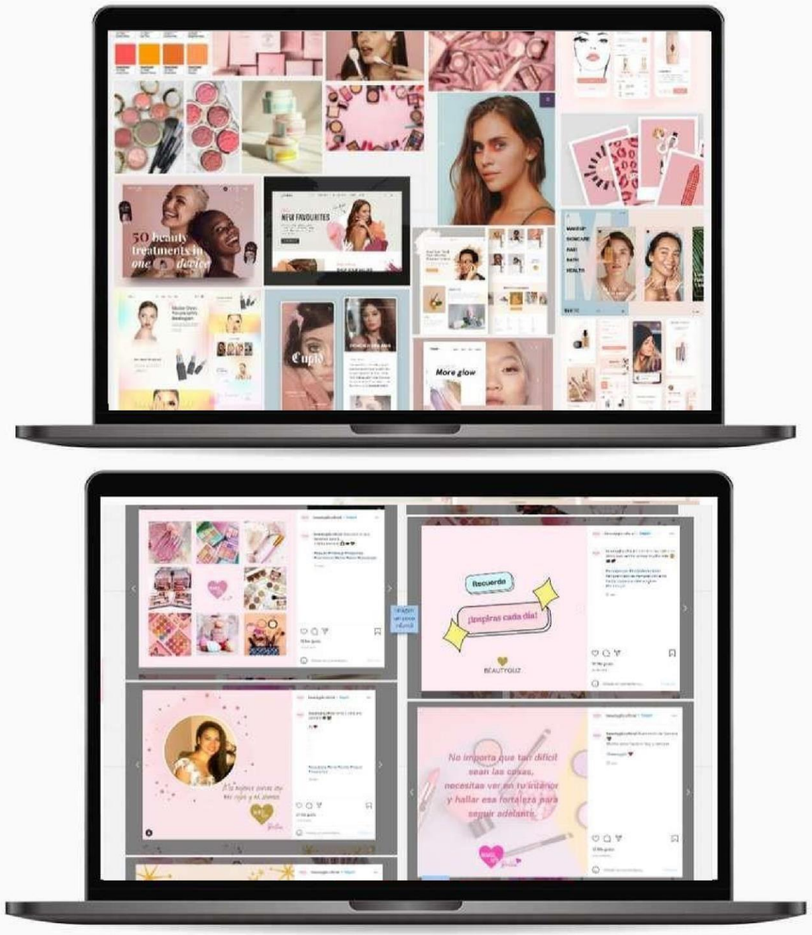
**Paso 2** Diagnóstico de redes. Análisis y Optimización de la estrategia de marca

Descubrir la esencia y estilo de marca y objetivos, lo que hace única la marca. El perfil, imagen, descripciones y comentarios, son lo primero que el consumidor ve, por ello, en este paso se espera enseñar a transmitir el mensaje original, único y atractivo.

**Paso 3** Creación de estrategia de contenido

Se realiza una auditoría de la cuenta y la creación de estrategia. Un checklist del estado actual para crear la nueva estrategia e identificar las áreas de oportunidad.

**Paso 4** Preguntas y respuestas




CREANZA

# VALIDACIÓN ENTREVISTAS

## MR NUEZ



Tiene conocimiento en Social Media

Su esposo se encarga de realizar la página web

Para realizar sus piezas gráficas para redes, usa Canva pro

Herramientas digitales: Canva, Photoshop y camera raw

Tutoriales

Sería muy útil saber de ello

Rompecabezas de instagram

Hacer minivideos (cuántos minutos es prudente)

qué colores usar, paleta de colores

Mejoras para su emprendimiento

Línea gráfica, identidad de marca - Personalizado de etiquetas

¿Qué quiere saber?

Registros sanitarios

Excel - Costos - Social media actualizado

publicidad especializada

Aprender ilustrator

Aprender a hacer empaques

A través de mock ups

¿Qué te impide para invertir en D&P?

Economía

"Si bien tengo conocimiento, no sé si pudiera saber todo, hay un momento en que debo delegar"

los emprendimiento con comida vencen y si no logro vender, pierdo todo ello. entonces mock up resulta ser más facil

Asesoría

Me parece muy importante y no dudaría en pagarlo que sea que ser profesional que dedica su tiempo a eso

Por ejemplo yo necesito un cambio en la imagen de la marca

Kits

Yo hago los diseños y los mando a imprimir

Yo voy al centro para a veces las empresas quieren imprimirte por millar y es demasiado no te conviene si recién estás empezando.

Me parece bien el precio de los kits porque vienen las unidades que puedes utilizar para empezar y a un buen precio.

Me parece bien el precio de los kits porque vienen las unidades que puedes utilizar para empezar y a un buen precio.

No sé si todos necesitarían una tarjeta de presentación

## JOKO STUDIO



Brindas un servicio en el que ustedes tienen experiencia.

Muy aparte de lo que has estudiado, uno a pasado por ello.

Entienden a los emprendedores y lo que necesitan para diferenciarse en el mercado.

Las personas no conocen la importancia de una asesoria.

Tutoriales

Darle una propuesta de valor especifica.

como publicitar, en que momento.

sobre financiamiento

Utiliza más Canva. A veces usa Photoshop e illustrator.

Le gustaría saber como animar para poder usar otras herramientas como tik tok.

También a manejar otros programas como Photoshop.

Branding

Aprender a manejar más programas como Ps, Ai, After

Asesoría

No se como hacer un estatus de valor para que la marca resalte.

Yo adquiriría el servicio porque necesito perfeccionar mi forma de comunicar.

Que te ayude a enfocar más a su publico objetivo y en la comunicación de las redes.

Le gustaría saber como editar videos para poder brindar una mejor imagen de su servicio.

Le gustaría especificar su branding.

Si pagaría los 800 pero estaría dispuesta hasta pagar S/.1000 por un rediseño completo.

No invierte porque todavía no le da el tiempo necesario a su marca.

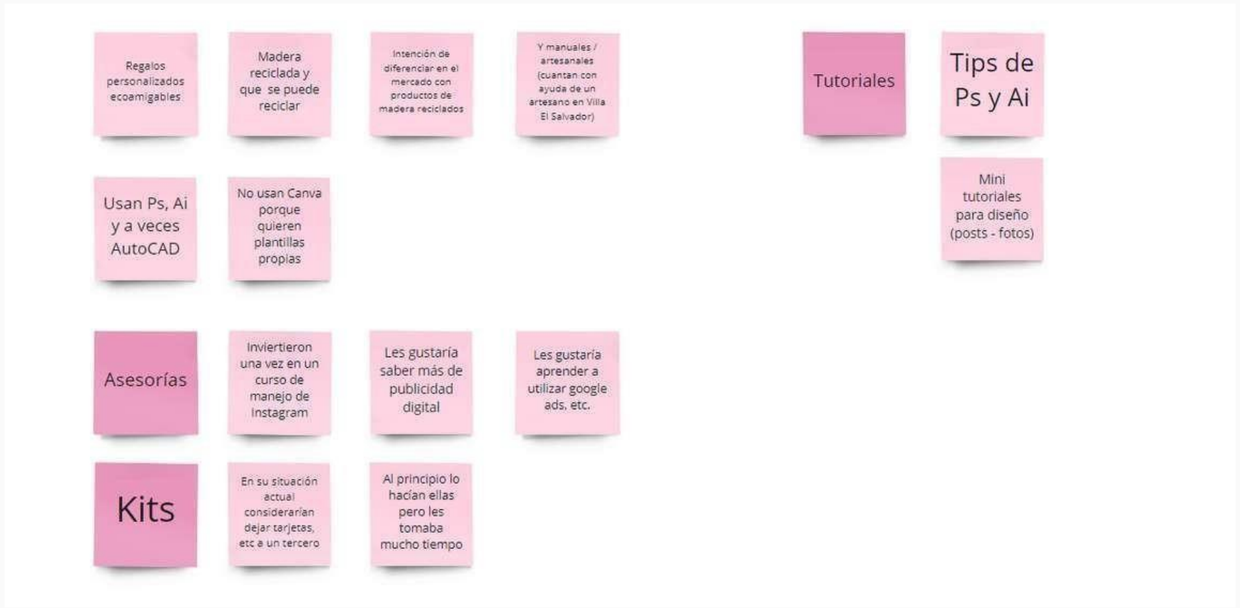
Kits

le ahorra tiempo, armar las piezas y enviarlas.



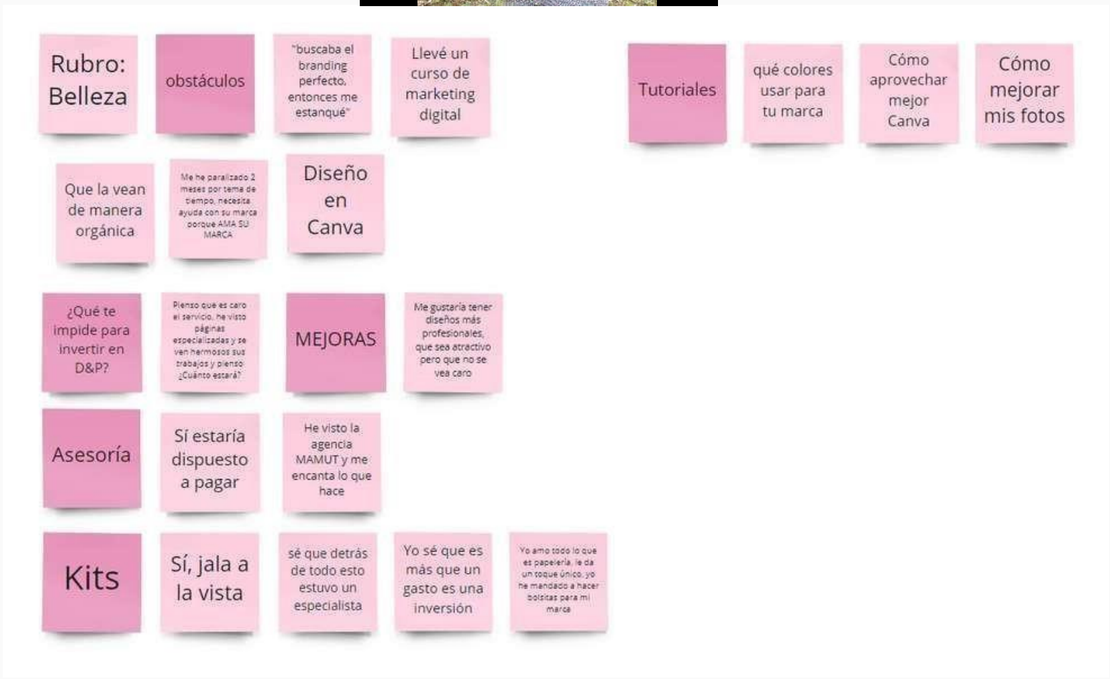
# VALIDACIÓN ENTREVISTAS

## WOODO




## BEAUTY GLIZ





# VALIDACIÓN ENTREVISTAS

## ARUJET






# PUNTOS CLAVES DE LA VALIDACIÓN



## Asesorías más personalizadas, no grupales.

Mencionaron que las asesorías debían ser más personalizadas, dependiendo el rubro, y como un proceso, no grupales y generales.
En un inicio, se pensaba brindar una o dos asesorías, pero ellos mencionaron que preferían que sea como ir de la mano con el profesional ya que como no tienen a alguien a quien consultar y que este experto sea a quien acudir por dudas.
**Creanza modifico el proceso con suscripciones escalonadas, para acudir al profesional cada que necesiten resolver preguntas. Además, añadió más asesorías y en pasos, para que estén más centradas en cada negocio.**

## Reducir el número de unidades en los kits.

En las entrevistas mencionaron dos puntos importantes a considerar: el primero es que no les convenía comprarle a un proveedor porque ellos venden al por mayor, y segundo, preferían menos unidades ya que en un inicio no suelen tener muchas ventas y eso les genera pocos ingresos por eso invertir en ello lo consideraban innecesario, así que optan por otras opciones como imprimir desde casa en papel bond.
**Por eso, Creanza modifico las unidades de sus kits y ahora los ofrece a 50unds, para que sea el complemento del inicio de sus negocios.**

## Tips de herramientas de diseño y contenido en redes.

Los emprendedores mencionaron que no

CREANZA

tienen mucho conocimiento de las herramientas de diseño, como Canva, Photoshop o Illustrator. Resaltaron que trataban de aprender de tutoriales en YouTube o tomar cursos virtuales pero que estos no eran muy útiles para ellos porque no eran claros, a veces confusos, aburridos y no tenían un seguimiento con un profesional, **por lo que Creanza busco la forma de enseñarles estas herramientas de una manera sencilla y habilito una sección de tutoriales en sus reels en Instagram.**

CREANZA

Principales estadísticas:

- Inicio de operación: **05 de Octubre**
- Cuentas alcanzadas en la última semana del **18 al 24 oct:**
- **3,397**

Impresiones: **4,209**

CREANZA

# ESTADÍSTICAS
















Se puede observar que con el contenido realizado en instagram, los que Dentro del público alcanzado por Creanza, se puede observar que el 79.2% tuvieron mayor alcance fueron los reels de tips o tutoriales de pertenece a Lima, el rango de edad oscila entre los 18 a 34 años. y hay un herramientas de diseño, obteniendo en uno un número de **1,701 cuentas** 55.4% de mujeres y un 44.6% de público masculino. **alcanzadas,** de los cuales **19 cuentas** interactuaron con el contenido y se guardó **9 veces.**

# COSTOS

LINK AL EXCEL



## SERVICIOS BÁSICOS

Teléfono, luz, internet, cable, mantenimiento

**s/ 645 cada mes**



## COSTOS MENSUALES

Licencia zoom y adobe, tintas, dominio y hosting, publicidad, costo del producto de los kits

**Ene. s/ 8,115 - Dic. s/ 15,760**



## ALQUILER

Total del alquiler de un inmueble

**s/ 1,000**



## INGRESOS MENSUALES

Producto Kit complemento

Producto Kit personalizado

Servicio Asesoria y Branding (Imagen de marca)

Servicio Asesoria (Estrategias de publicidad)

**Ene. s/ 24,700- Dic. s/ 41,950**



## SUELDOS

Ma. Alejandra Mendoza / Direc. de arte -S/ 3,000

Lesly / Direc. creativa -S/ 3,000

Mafe / Gerente de mrkt. -S/ 2,750

Sofía Palacios/ Gerente financiero -S/ 2,750

**Total S/ 11,500**

Community manager -S/ 1,500

Programador -S/ 2,250

Diseñador junior -S/ 1,500

**Total s/ 16,750**



## INVERSIONES

- Escritorios
- Sillones de escritorio/ Sillas de visita
- Mueble Archivador
- Computadora / Laptops
- Impresora
- Wacom
- Telefono / Celulares
- Caja de 6 lapiceros / ápiz x 12 und
- Block de Hojas 500 x 75gr
- Pizarra acrílica 60 x 40 cm /Plumones
- Post-its (500 hojas)
- Borrador x 30 und
- Regla de metal
- Cutter / Tijera x 3 und
- Bolsas 15 x 14 / Bolsas 25 x 25 (+ Logo)
- Cutting Mat
- Mesa
- Bolsas Celofan
- Papel adhesivo A3 x 16und
- Dominio página web (Creanzaperu.com)
- Papel de Seda
- Licencia Office 2019 Professional Plus

**Total S/. 25,575**

# COSTOS KITS




## KIT COMPLEMENTO

| | |
|---|---|
| Tarjeta de agradecimiento | s/ 3,06 |
| Sticker | s/ 2,34 |
| Tarjeta info de contacto | s/ 1,15 |
| Etiquetas -Hangtags | s/ 1,72 |
| Envío (Delivery) | s/ 10,00 |
| Packaging (entrega) | s/ 4,00 |
| | **S/ 22,27** |




## KIT PERSONALIZADO

| | |
|---|---|
| Tarjeta de agradecimiento | s/ 33,06 |
| Sticker | s/ 2,34 |
| Tarjeta info de contacto | s/ 1,15 |
| Etiquetas -Hangtags | s/ 1,72 |
| Brief + Diseño | s/ 40,00 |
| Envío (Delivery) | s/ 10,00 |
| Packaging (entrega) | s/ 4,00 |
| | **s/ 62,27** |

# VENTAS

| Rubro/Mes | Enero | Febrero | Marzo | Abril | Mayo | Junio | Julio | Agosto | Setiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Producto Kit Amigos** | 5.000,00 | 5.500,00 | 6.050,00 | 6.650,00 | 7.300,00 | 7.650,00 | 8.050,00 | 8.450,00 | 8.850,00 | 9.300,00 | 9.750,00 | 10.250,00 |
| **Precio Unitario** | 50,00 | 50,00 | 50,00 | 50,00 | 50,00 | 50,00 | 50,00 | 50,00 | 50,00 | 50,00 | 50,00 | 50,00 |
| **Cantidad vendida** | 100,00 | 110,00 | 121,00 | 133,00 | 146,00 | 153,00 | 161,00 | 169,00 | 177,00 | 186,00 | 195,00 | 205,00 |
| | | | | | | | | | | | | |
| **Producto Kit mejores amigos** | 6.000,00 | 6.600,00 | 7.300,00 | 8.000,00 | 8.800,00 | 9.200,00 | 9.700,00 | 10.200,00 | 10.700,00 | 11.200,00 | 11.800,00 | 12.400,00 |
| **Precio Unitario** | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 |
| **Cantidad vendida** | 60,00 | 66,00 | 73,00 | 80,00 | 88,00 | 92,00 | 97,00 | 102,00 | 107,00 | 112,00 | 118,00 | 124,00 |
| | | | | | | | | | | | | |
| **Asesoria (Branding)** | 7.500,00 | 7.800,00 | 8.100,00 | 8.400,00 | 8.700,00 | 9.000,00 | 9.600,00 | 10.200,00 | 10.800,00 | 11.400,00 | 12.000,00 | 12.600,00 |
| **Precio Unitario** | 300,00 | 300,00 | 300,00 | 300,00 | 300,00 | 300,00 | 300,00 | 300,00 | 300,00 | 300,00 | 300,00 | 300,00 |
| **Cantidad vendida** | 25,00 | 26,00 | 27,00 | 28,00 | 29,00 | 30,00 | 32,00 | 34,00 | 36,00 | 38,00 | 40,00 | 42,00 |
| | | | | | | | | | | | | |
| **Asesoría (Estrategias content** | 4.000,00 | 4.200,00 | 4.400,00 | 4.600,00 | 4.800,00 | 5.000,00 | 5.200,00 | 5.400,00 | 5.600,00 | 5.800,00 | 6.000,00 | 6.400,00 |
| **Precio Unitario** | 200,00 | 200,00 | 200,00 | 200,00 | 200,00 | 200,00 | 200,00 | 200,00 | 200,00 | 200,00 | 200,00 | 200,00 |
| **Cantidad vendida** | 20,00 | 21,00 | 22,00 | 23,00 | 24,00 | 25,00 | 26,00 | 27,00 | 28,00 | 29,00 | 30,00 | 32,00 |
| | | | | | | | | | | | | |
| **Ingresos Totales** | **22.500,00** | **24.100,00** | **25.850,00** | **27.650,00** | **29.600,00** | **30.850,00** | **32.550,00** | **34.250,00** | **35.950,00** | **37.700,00** | **39.550,00** | **41.650,00** |

# RESULTADOS

| | Enero | Febrero | Marzo | Abril | Mayo | Junio | Julio | Agosto | Setiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Ventas | S/. 22.500 | S/. 24.100 | S/. 25.850 | S/. 27.650 | S/. 29.600 | S/. 30.850 | S/. 32.550 | S/. 34.250 | S/. 35.950 | S/. 37.700 | S/. 39.550 | S/. 41.650 |
| Costos Fijos | S/. 17.965 | S/. 17.965 | S/. 17.965 | S/. 17.965 | S/. 17.965 | S/. 17.965 | S/. 17.965 | S/. 17.965 | S/. 17.965 | S/. 17.965 | S/. 17.965 | S/. 17.965 |
| Costos Variables | S/. 7.353 | S/. 7.949 | S/. 8.630 | S/. 9.333 | S/. 10.120 | S/. 10.525 | S/. 11.015 | S/. 11.504 | S/. 11.994 | S/. 12.505 | S/. 13.079 | S/. 13.676 |
| **Utilidad** | **S/. -2.818** | **S/. -1.814** | **S/. -745** | **S/. 352** | **S/. 1.515** | **S/. 2.360** | **S/. 3.570** | **S/. 4.781** | **S/. 5.991** | **S/. 7.230** | **S/. 8.506** | **S/. 10.009** |
| **Margen** | **-13%** | **-8%** | **-3%** | **1%** | **5%** | **8%** | **11%** | **14%** | **17%** | **19%** | **22%** | **24%** |

CREANZA

## Período de recuperación de inversión: 10 meses

CREANZA

## CONCLUSIONES

- Pandemia: Impulso para emprender.
- Digitalización (Plataforma web y redes sociales).
- Importancia del diseño en sus campos de acción y como diferenciador.
- Creanza: Amiga experta en Diseño Gráfico y Publicitario.



## RECOMENDACIONES

- Acciones post pandemia.
- Asociación con involucrados.
- Nuevo foco: No emprendedores
- Nuevas plataformas

CREANZA