

Trabajo Práctico Grupal **Integrador**



Alumno:

Guatri Nicolas
Josefina Polarolo
Isaias Petruzzi

Carrera:

I.A.N.I.

PIC (Proyecto de Integración Curricular) - SOFIATERRA

1) Business Model Canvas

MODELO CANVAS SOFIATERRA



2) Lean Canvas

PROBLEM <small>List your top 1-3 problems.</small> <ul style="list-style-type: none"> • No monetiza • Pagina lenta • Propuesta de valor difusa • Falta de automatizaciones EXISTING ALTERNATIVES <small>List how these problems are solved today.</small> <ul style="list-style-type: none"> • Buscadores en linea • Librerias 	SOLUTION <small>Outline a possible solution for each problem.</small> <ul style="list-style-type: none"> • Suscripciones • Cursos • Venta de libros • Nueva página 	UNIQUE VALUE PROPOSITION <small>Single, clear, compelling message that states why you are different and worth paying attention.</small> <ul style="list-style-type: none"> • Sitio de difusión cultural • Contacto entre el autor y el usuario HIGH-LEVEL CONCEPT <small>List your X for Y analogy e.g. YouTube is Flickr for videos.</small>	BUY-IN / SUPPORT <small>List people whose support you need or could block you.</small> <ul style="list-style-type: none"> • Autores de libros • Sitios de interes cultural • Infraestructura digital 	CUSTOMER SEGMENTS <small>List your target internal customers and users.</small> <ul style="list-style-type: none"> • Artistas • Interesados en cultura • Lectores EARLY ADOPTERS <small>List the characteristics of your ideal internal customers.</small>
	KEY METRICS <small>List the key numbers that tell you how your project is doing.</small> <ul style="list-style-type: none"> • Tiempo de respuesta del sitio • Visitantes de la pagina • Número de suscriptores • Número de articulos publicados por mes 		CHANNELS <small>List your path to customers (internal or external).</small> <ul style="list-style-type: none"> • Sitio web • Grupo privado • Suscripción 	
COST STRUCTURE / BUDGET <small>List your fixed and variable costs.</small>			VALUE CREATED <small>List the positive impact on the business in monetary terms.</small>	

2	3	4	9	1
	8		5	
-	-	-	-	-



Lean Canvas for Internal Projects

Adapted from Lean Canvas by Spink53. Download from <http://www.martin.com/boiler/>

- 3) 10 pares de problemas y soluciones aplicados al caso.
- Principales problemas
 - Propuestas de soluciones
 - Sobre los prioritarios. Hipótesis del segmento de clientes, los problemas y las soluciones

PROBLEMA	SOLUCIÓN
No monetiza	Crear un plan de Suscripción que le brinde a los usuarios ventajas y actividades dentro de la web.
Página lenta	Simplificar la estructura del sitio.
Propuesta de valor difusa	Especificar de manera clara y concisa la misión y el propósito de la marca. Debe responder a la pregunta: ¿Por qué existe este sitio y qué ofrece a los visitantes?
Falta de automatizaciones	Con el objetivo de evitar tareas simples y repetitivas, se podría automatizar mediante distintas herramientas por ejemplo las respuestas automáticas con chatbots, automatización de la publicación de contenidos o lograr una automatización en el proceso de filtrado de contenido a la hora de este ser publicado.
Carencia de humanización de la marca	Mostrar el detrás de escena de SofíaTerra, que se presenten Paula y Julian, que realicen vivos o historias hablando.
Poco engagement	Agregar llamados a la acción o encuestas para que los usuarios participen.
Falta de métricas y análisis de datos	Utilizar herramientas de análisis para tomar decisiones basadas en datos.
Problemas de generación de leads	Fomentar la suscripción de los usuarios al newsletter, ofreciendo información de calidad en el mismo.
Falta de un claro llamado a la acción a colaborar	Generar un texto, imagen o video que motive y lleve a una persona a colaborar con la causa de SofíaTerra
Carencia de contenido dinámico, como reels	Adaptar las publicaciones más exitosas a formatos de reels o carruseles.

Hipótesis críticas

A. Problema: No monetiza

Solución: Crear un plan de Suscripción que le brinde a los usuarios ventajas y actividades dentro de la web.

Ponderación Total: 11

- **Hipótesis 1:** El segmento target encuentra más atractivas las opciones gratuitas disponibles en otros sitios culturales.
- **Hipótesis 2:** El problema de no monetizar puede deberse a la falta de estrategias de marketing efectivas para promover el plan de suscripción.
- **Hipótesis 3:** La introducción del plan de suscripción podría requerir una inversión considerable en términos de desarrollo de software y gestión, lo que podría no ser sostenible a largo plazo.

B. Problema: Página lenta

Solución: Simplificar la estructura del sitio.

Ponderación Total: 10

- **Hipótesis 1:** Simplificar la estructura del sitio puede llevar a la pérdida de características y funcionalidades apreciadas por el segmento objetivo.
- **Hipótesis 2:** La lentitud actual de la página ha contribuido a la pérdida de usuarios y retención de visitantes.
- **Hipótesis 3:** Mejorar la velocidad del sitio puede hacer que se generen mayores ingresos.

C. Problema: Propuesta de valor difusa

Solución: Especificar de manera clara y concisa la misión y el propósito de la marca. Debe responder a la pregunta: ¿Por qué existe este sitio y qué ofrece a los visitantes?

Ponderación Total: 6

- **Hipótesis 1:** Si el mensaje no se comunica de manera efectiva o no resuena con la audiencia, la claridad en la misión podría no traducirse en un mayor atractivo para los usuarios.
- **Hipótesis 2:** La propuesta de valor difusa puede haber contribuido a la pérdida de interés y desconfianza por parte de la audiencia.
- **Hipótesis 3:** Cuando los visitantes comprenden mejor por qué el sitio existe y qué les ofrece, es más probable que vuelvan y se mantengan comprometidos.

D. Problema: Carencia de humanización de la marca

Solución: Mostrar el detrás de escena de SofíaTerra, que se presenten Paula y Julian, que realicen vivos o historias hablando.

Ponderación Total: 4

- **Hipótesis 1:** La falta de humanización de la marca ha llevado a una percepción de falta de autenticidad y apego emocional por parte de los usuarios.
- **Hipótesis 2:** El segmento objetivo podría estar muy interesado en el detrás de escena de la marca o en la interacción con los fundadores.
- **Hipótesis 3:** La carencia de humanización de la marca puede haber afectado negativamente la retención de usuarios y la lealtad a largo plazo.

E. Problema: Falta de métricas y análisis de datos

Solución: Utilizar herramientas de análisis para tomar decisiones basadas en datos.

Ponderación Total: 4

- **Hipótesis 1:** La falta de métricas y análisis ha llevado a decisiones erróneas y estrategias ineficaces.
- **Hipótesis 2:** La implementación de herramientas de análisis puede no ser efectiva si no se capacita al equipo en su uso y en la interpretación de los datos.
- **Hipótesis 3:** La falta de métricas y análisis de datos ha llevado a la ineficacia en la personalización del contenido y la experiencia del usuario.

- 4) Validación de hipótesis (Nombre e inicial del A., con el tipo de cliente/perfil)
 - a) Encuesta preparada, explicando los fundamentos de cada grupo de preguntas con respecto a las hipótesis
 - b) Resultado de las 5 entrevistas, información cruda directa.
 - c) **Realizar conclusiones sobre los resultados obtenidos, basados en la validación del problema, la validación de la solución y la validación de las expectativas basadas en las hipótesis y prototipos que hayan ideado.**

a) Preguntas Segmentadas:

- **No monetiza:**

¿Solés consumir productos digitales? ¿Te interesaría pagar por contenido de valor de SofiaTerra? ¿Qué tipo de contenido te gustaría recibir?

El objetivo principal es poder identificar si los usuarios de SofiaTerra están dispuestos en un futuro cercano/lejano a ser suscriptores del sitio web. Además de ayudarnos a identificar el contenido que podría interesarles.

- **Página lenta:**

¿Usas frecuentemente la página? ¿Para qué? ¿Cómo es tu experiencia? ¿Te encontraste algún inconveniente?

Estas preguntas nos ayudan a detectar si los usuarios perciben problemas a la hora de ingresar a la página y saber con qué frecuencia ingresan, si es que lo hacen.

- **Propuesta de valor difusa:**

¿Qué es SofiaTerra para vos? ¿Cuál crees que es el propósito de la comunidad? ¿Cómo describirías la comunidad de SofiaTerra en una oración?

El objetivo es identificar si es necesario que dentro del sitio web se realicen cambios o no, ya que creemos que un mensaje claro de la propuesta de valor puede acercar a los usuarios con la marca.

- **Carencia de humanización de la marca:**

¿Tienes alguna idea de quiénes son las personas detrás de SofiaTerra y qué los motiva? ¿Qué sugerencias tendrías para que la comunidad de SofiaTerra se sienta más cercana y conectada contigo como usuario?

El objetivo de este grupo de preguntas es averiguar si los usuarios sienten cercanía con la marca y conocen quienes están detrás de ella. Para saber si la humanización de la misma los ayudaría a empatizar más con la marca y sentirla más auténtica.

- **Falta de métricas y análisis de datos.**

Si alguna vez publicaste en SofiaTerra, ¿Sabes cuanta gente leyó tu artículo o vió tus fotos? ¿Qué feedback recibiste después de publicar? ¿Qué datos te serán útiles recibir la próxima vez que publiques algo?

Este grupo de preguntas nos guiará para saber qué es lo que necesitan los usuarios que publican para sentirse cómodos dentro de SofiaTerra, y que ellos puedan mejorar a través de las críticas y números que surgen de sus publicaciones.

b) **Encuesta en orden que se hicieron:**

1. **¿Qué es SofiaTerra para vos? ¿Cómo los conociste?**
2. **¿Cuál crees que es el propósito de SofiaTerra?**
3. **¿Cómo describirías la comunidad de SofiaTerra?**
4. **¿Tenes alguna idea de quiénes son las personas detrás de SofiaTerra? y qué los motiva?**
5. **¿Qué sugerencias tendrías para que la comunidad de SofiaTerra se sienta más cercana y conectada con vos como usuario?**
6. **¿Visitas frecuentemente la página web? ¿Para qué? ¿Cómo es tu experiencia? ¿Te encontraste algún inconveniente?**
7. **¿Publicaste alguna vez en SofiaTerra?**
8. **(Si dijo que si en la anterior) ¿Sabes cuánta gente leyó tu artículo o vió tus fotos? ¿Qué feedback recibiste después de publicar?**
9. **¿Qué datos te serán útiles recibir la próxima vez que publiques algo?**
10. **¿Compraste alguna vez un curso digital o estas suscripta a alguna plataforma digital? Por ejemplo cursos, podcast, artículos,etc**
11. **¿Pagarías por contenido de valor de SofiaTerra? ¿Qué tipo de contenido te gustaría recibir?**
12. **Si publicaron: Te gustaría que tus poemas/cursos/ lo que sea, sean comercializados? bajo qué condiciones te parecería justo?**
13. **¿Alguna sugerencia que me quieras decir?**

Entrevista: Lesly Iso. Psicóloga

1. ¿Qué es SofiaTerra para vos? ¿Cómo los conociste?

'La conozco por mi amiga, es una plataforma cultural que siempre sube contenido interesante, le da oportunidad de voz a profesionales que no tienen la posibilidad de mostrarse en otros medios'

2. ¿Cuál crees que es el propósito de SofiaTerra?

'Me parece que es de difusión cultural y también de lazo entre distintas disciplinas y el contacto con otros profesionales'

3. ¿Cómo describirías la comunidad de SofiaTerra?

-

4. ¿Tenes alguna idea de quiénes son las personas detrás de SofiaTerra? y qué los motiva?

'A Paula la motiva todo, ellos motorizan todos los espacios en donde están, son personas que les gusta aprender todo el tiempo y transmiten ese amor por el saber'

5. ¿Qué sugerencias tendrías para que la comunidad de SofiaTerra se sienta más cercana y conectada con vos como usuario?

'Uno tiende a acercarse más al contenido que es más personalizado, si hay alguien que me explica y me habla me engancha más. Algunas paginas que me gusta el contenido son @buenosairesparachicos @lachicadelbrunch , pagina en las que se ve quien está detrás, creo que eso te motiva, Paula se tiene que animar, ella no tiene vergüenza a nada, hace chistes, es muy graciosa...'

6. ¿Visitas frecuentemente la página web? ¿Para qué? ¿Cómo es tu experiencia? ¿Te encontraste algún inconveniente?

'Me encanta todo lo que sube, veo las efemérides, el concurso fotográfico me encantó. Me aparece que muchas veces no avisan que subieron algo, como que suben al perfil y no lo suben en historia, no avisa y a veces no lo veo' 'Entro desde Instagram, no entro a la página'

7. ¿Publicaste alguna vez en SofiaTerra?

'Si, publiqué un cuento, tuvo un montón de visualizaciones me dijo Paula, creo que fue porque puse una foto de un perro muy linda y por eso tenía muchos likes. Algunos comentaban del cuento igual. Fue una linda experiencia. Les mandé para la revista también. Me pidió que le mande una vez por mes pero no tengo la energía'

8. (Si dijo que si en la anterior) **¿Sabes cuánta gente leyó tu artículo o vió tus fotos? ¿Qué feedback recibiste después de publicar?**

9. **¿Qué datos te serian útiles recibir la próxima vez que publiques algo?**

‘Quien lo leyó, si le gustó o no, estaria bueno algun feedback, alguna sugerencia’

10. **¿Compraste alguna vez un curso digital o estas suscripta a alguna plataforma digital? Por ejemplo cursos, podcast, artículos,etc**

‘Compro todo por internet, hasta el súper, desde la pandemia hasta la ropa compro por internet. Los regalos los compro por internet también. Es muy práctico. Podcast me encanta, escucho La Cruda, me gustan de entrevistas. Algunos que leen cartas de famosos me encantan, del Che Guevara a la hija y así.’

11. **¿Pagarias por contenido de valor de SofiaTerra? ¿Qué tipo de contenido te gustaría recibir?**

‘Si, hay una filósofa que escribe mucho de maternidad que me gusta mucho que sube recortes de lo que escribe y si te suscribes te manda el texto completo, eso me encanta, pagaría por algo así’ ‘Si hay algo que me interesa me suscribo, tengo suscripciones de libros para mis hijos’

12. **Si publicaron: Te gustaría que tus poemas/cursos/ lo que sea, sean comercializados? bajo qué condiciones te parecería justo?**

‘Si me gustaria, igual yo lo hago más por hobby. Nunca me imagine que podría ganar plata asi que lo que venga va a estar bien, escribo desde chiquita como hobby’

13. **¿Alguna sugerencia que me quieras decir?**

‘Necesitan más contenido, como reels y eso, algo más dinámico para no pasar desapercibidos’

Entrevista: Milagros Carnevale

1. **¿Qué es SofiaTerra para vos? ¿Cómo los conociste?**

‘La página la conocí mediante Paula, por lo que tengo entendido una página de cultura, donde se suben cosas tanto literarias como artísticas, plásticas, etc.’

2. **¿Cuál crees que es el propósito de SofiaTerra?**

‘Siento que Paula lo creó por placer, no por una cosa en específico, ni para ganar plata ni nada por el estilo simplemente por placer.’

3. ¿Cómo describirías la comunidad de SofiaTerra?

‘La verdad es que no se que responderte, ya que no estoy muy interiorizada.’

4. ¿Tenes alguna idea de quiénes son las personas detrás de SofiaTerra? y qué los motiva?

‘No, únicamente conozco a Paula’

5. ¿Qué sugerencias tendrías para que la comunidad de SofiaTerra se sienta más cercana y conectada con vos como usuario?

‘No se que responderte ya que no soy de entrar muy seguido a la página.’

6. ¿Visitas frecuentemente la página web?¿Para qué?¿Cómo es tu experiencia?¿Te encontraste algún inconveniente?

‘No soy un usuario frecuente, la utilice para realizar una publicación y para hacer una reseña de un libro. Ahora mismo estoy visitando la página y la veo mucho mejor de como la recordaba, en el sentido estético y muy claro el objetivo que tiene la página. En cuanto al inconveniente, no me resultó fácil ni intuitivo cuando tuve que buscar los datos acerca de mi publicación.’

7. ¿Publicaste alguna vez en SofiaTerra?

‘No recuerdo la fecha en la que lo hice pero si, publique un cuento y una reseña de un libro.’

8. (Si dijo que si en la anterior) ¿Sabes cuánta gente leyó tu artículo o vió tus fotos? ¿Qué feedback recibiste después de publicar?

‘Feedback no recibí y tampoco sabría fijarme cómo hacer para poder verlo, es mas, no sabia que esa opción estaba disponible dentro de la página’

9. ¿Qué datos te serán útiles recibir la próxima vez que publiques algo?

‘Lo que me resulta muy útil es la opción de poder ver cuanta gente lo leyó.’

10. ¿Compraste alguna vez un curso digital o estas suscripta a alguna plataforma digital? Por ejemplo cursos, podcast, artículos,etc

‘No, nunca pague por algún tipo de curso digital o plataforma’

11. ¿Pagarías por contenido de valor de SofiaTerra? ¿Qué tipo de contenido te gustaría recibir?

'Honestamente no pagaría, ya que habiendo tanto contenido gratuito por internet no lo haría. Teniendo en cuenta además que SofiaTerra es algo que está recién comenzando no se si me material a pagar algo.'

12. Si publicaron: ¿Te gustaría que tus poemas/cursos/ lo que sea, sean comercializados? ¿Bajo qué condiciones te parecería justo?

'Si no tendría ningún problema, la única condición es que yo reciba parte de lo generado.'

13. ¿Alguna sugerencia que me quieras decir?

-

Entrevista: Candela Fabroni

1. ¿Qué es SofiaTerra para vos? ¿Cómo los conociste?

'Mi mama es amiga de Paula, se conocieron en una maestría y mi mama la ayuda a Paula con temas de la página y demás'

2. ¿Cuál crees que es el propósito de SofiaTerra?

'La página está relacionada con la difusión cultural, que es lo primero que dice en la página. Brindarle un lugar a la gente para publicar'

3. ¿Cómo describirías la comunidad de SofiaTerra?

'No tengo mucha idea acerca de la comunidad'

4. ¿Tenes alguna idea de quiénes son las personas detrás de SofiaTerra? y qué los motiva?

'Hasta donde yo se son Paula y Julian quienes la crearon y administran'

5. ¿Qué sugerencias tendrías para que la comunidad de SofiaTerra se sienta más cercana y conectada con vos como usuario?

'Siento que la página es exclusivamente para mostrar, no tiene nada didáctico para que los usuarios interactúen. No se me ocurre que sería eso didáctico para agregar pero le falta algo de eso'

6. ¿Visitas frecuentemente la página web? ¿Para qué? ¿Cómo es tu experiencia? ¿Te encontraste algún inconveniente?

'No, no soy usuario frecuente'

7. ¿Publicaste alguna vez en SofiaTerra?

'Si hace poco publicaron un cuento mío'

- 8. (Si dijo que si en la anterior) ¿Sabes cuánta gente leyó tu artículo o vió tus fotos? ¿Qué feedback recibiste después de publicar?**

'No, no tengo idea acerca de esa información. Ni que estaba disponible dentro de la página'

- 9. ¿Qué datos te serán útiles recibir la próxima vez que publiques algo?**

'Sinceramente no me sirve el feedback, tal vez si el numero de lectores'

- 10. ¿Compraste alguna vez un curso digital o estas suscripta a alguna plataforma digital? Por ejemplo cursos, podcast, artículos,etc**

'No, no estoy suscripta a nada de eso'

- 11. ¿Pagarías por contenido de valor de SofiaTerra? ¿Qué tipo de contenido te gustaría recibir?**

'Actualmente no lo haría, pero tal vez en un futuro podría hacerlo'

- 12. Si publicaron: ¿Te gustaría que tus poemas/cursos/ lo que sea, sean comercializados? ¿Bajo qué condiciones te parecería justo?**

'Si, puede ser no tengo ningún problema en comercializarlo'

- 13. ¿Alguna sugerencia que me quieras decir?**

Entrevista: Silvia Seccia

- 1. ¿Qué es SofiaTerra para vos? ¿Cómo los conociste?**

'Conozco a Paula, ella estaba en creación de Sofia cuando la conocí'

- 2. ¿Cuál crees que es el propósito de SofiaTerra?**

'Tiene un propósito cultural y generoso, dar a conocer de manera sin fines de lucro cuestiones culturales de arte, filosofía, todo lo que tiene que ver con el arte. Despierta el interés en el otro, conmueve al otro'

- 3. ¿Tenes alguna idea de quiénes son las personas detrás de SofiaTerra? y qué los motiva?**

'Paula es un alma inquieta, creo que hay algo de querer dar a conocer, acercar, es muy generosa con lo que sabe, le gusta compartir'

4. ¿Qué sugerencias tendrías para que la comunidad de SofiaTerra se sienta más cercana y conectada con vos como usuario?

'Que sigan conectando y abriendo espacio para los profesionales como hacen'

5. ¿Visitas frecuentemente la página web? ¿Para qué? ¿Cómo es tu experiencia? ¿Te encontraste algún inconveniente?

'Cada tanto entro, soy media burra de redes, entro de Instagram. Se me dificulta cuando tengo que entrar al link'

6. ¿Publicaste alguna vez en SofiaTerra?

'Sí publiqué. nunca había publicado en ningun lado'

7. (Si dijo que si en la anterior) ¿Sabes cuánta gente leyó tu artículo o vió tus fotos? ¿Qué feedback recibiste después de publicar?

'Me lo fue contando Paula, no me quedé atenta, pero me gustó hacerlo'

8. ¿Qué datos te serian útiles recibir la próxima vez que publiques algo?

'Tiene un perfil muy respetuoso con lo que el otro comparte, eso me gusta, hace lugar'

9. ¿Compraste alguna vez un curso digital o estas suscripta a alguna plataforma digital? Por ejemplo cursos, podcast, artículos, etc

'Soy media desconfiada, tengo que conocer a la persona, prefiero mas presencial. Compré algunos virtuales pero tengo que saber de donde viene, de gente muy estudiosa que me llegue lo que dice, que me guste como lo dice' 'Escucho podcast mientras cocina, mientras limpio, seminarios de psicoanálisis, un podcast que me gusta se llama Crecer de Grande. Son entrevistas que hacen siempre las mismas preguntas pero a diferentes personas de la ciencia, escritores, filósofos, eso me super interesa'

10. ¿Pagarías por contenido de valor de SofiaTerra? ¿Qué tipo de contenido te gustaría recibir?

'Si, siempre y cuando este segura de que lo que están aportando me sirve y quien es el que está detras, me gustan cursos de escritura, de filosofia'

11. Si publicaron: Te gustaría que tus poemas/cursos/ lo que sea, sean comercializados? bajo qué condiciones te parecería justo?

'No se si siento que lo que hago sea tan bueno como para que lo cobren'

12. ¿Alguna sugerencia que me quieras decir?

'Me gusta el misterio de no saber quien esta atras de Sofia, es como una gran comunidad, pero escuchar la voz que lean las pesia o los cuentos me gustaría'

c) Realizar conclusiones sobre los resultados obtenidos, basados en la validación del problema, la validación de la solución y la validación de las expectativas basadas en las hipótesis y prototipos que hayan ideado.

+ **No monetiza**

- Validación del Problema: Nuestro primer problema fue validado, ya que la pagina no monetiza.
- Validación de la Solución: Nuestra solución era crear un plan de suscripción que le brinde ventajas y actividades a los usuarios., basado en nuestras entrevistas pudimos constatar que la mayoría de las entrevistadas prefieren las opciones gratuitas, pero a pesar de ello estarían dispuestos a pagar por contenido si ven el verdadero valor de este y creen que les podría ayudar, primero tienen que confiar en lo que les ofrecen
- Validación de las Expectativas basadas en Hipótesis y Prototipos:
 - Hipótesis 1: El segmento target encuentra más atractivas las opciones gratuitas disponibles en otros sitios culturales. **Confirmada**
 - Hipótesis 2: El problema de no monetizar puede deberse a la falta de estrategias de marketing efectivas para promover el plan de suscripción. **Confirmada**
 - Hipótesis 3: La introducción del plan de suscripción podría requerir una inversión considerable en términos de desarrollo de software y gestión, lo que podría no ser sostenible a largo plazo. **No constatada**

+ **Página lenta:**

- Validación del Problema: El problema está a la vista, pero no es algo relevante para los usuarios entrevistados
- Validación de la Solución: Nuestra solución era simplificar la estructura del sitio, a través de las entrevistas no hemos constatado tal solución, ya que está fuera del alcance de los entrevistados
- Validación de las Expectativas basadas en Hipótesis y Prototipos:
 - Hipótesis 1: Simplificar la estructura del sitio puede llevar a la pérdida de características y funcionalidades apreciadas por el segmento objetivo. **No constatada**
 - Hipótesis 2: La lentitud actual de la página ha contribuido a la pérdida de usuarios y retención de visitantes. **Confirmada**
 - Hipótesis 3: Mejorar la velocidad del sitio puede hacer que se generen mayores ingresos. **No constatada.**

+ **Propuesta de valor difusa:**

- Validación del Problema: Este problema ha sido refutado por los entrevistados ya que todos comprendía fácilmente la propuesta de valor de SofiaTerra.
- Validación de la Solución: Al no haber un problema claro, no es necesario ningún tipo de solución.
- Validación de las Expectativas basadas en Hipótesis y Prototipos:
 - Hipótesis 1: Si el mensaje no se comunica de manera efectiva o no resuena con la audiencia, la claridad en la misión podría no traducirse en un mayor atractivo para los usuarios. **Refutada**

- Hipótesis 2: La propuesta de valor difusa puede haber contribuido a la pérdida de interés y desconfianza por parte de la audiencia. **Refutada**
- Hipótesis 3: Cuando los visitantes comprenden mejor por qué el sitio existe y qué les ofrece, es más probable que vuelvan y se mantengan comprometidos. **Refutada**

Cabe aclarar que creemos que estas respuestas están sesgadas ya que todas las entrevistadas conocían a Paula y había publicado en el sitio. Creemos que usuarios que no tienen contacto directo con Paula, podrían no tener clara la propuesta de valor.

+ **Carencia de humanización de la marca:**

- Validación del Problema: El problema fue validado mediante las entrevistas, ya que si bien conocen a Paula y Julian, estos no se muestran en las redes.
- Validación de la Solución: Nuestra solución era mostrar el detrás de escena de SofíaTerra, que se presenten Paula y Julian, que realicen vivos o historias hablando. Y con una entrevistada pudimos constatar que estas acciones harán que se sienta mas cercana a SofíaTerra
- Validación de las Expectativas basadas en Hipótesis y Prototipos:
 - Hipótesis 1: La falta de humanización de la marca ha llevado a una percepción de falta de autenticidad y apego emocional por parte de los usuarios. **Confirmada**
 - Hipótesis 2: El segmento objetivo podría estar muy interesado en el detrás de escena de la marca o en la interacción con los fundadores. **Confirmada**
 - Hipótesis 3: La carencia de humanización de la marca puede haber afectado negativamente la retención de usuarios y la lealtad a largo plazo. **No constatada.**

+ **Falta de métricas y análisis de datos.**

- Validación del Problema: El problema no fue relevante para los usuarios entrevistados, ya que no presentaron interés por conocer las métricas de sus publicaciones.
- Validación de la Solución: Como los entrevistados no sienten este problema como un obstáculo, nuestra solución de utilizar herramientas de análisis para tomar decisiones basadas en datos no es relevante.
- Validación de las Expectativas basadas en Hipótesis y Prototipos:
 - Hipótesis 1: La falta de métricas y análisis ha llevado a decisiones erróneas y estrategias ineficaces.
 - Hipótesis 2: La implementación de herramientas de análisis puede no ser efectiva si no se capacita al equipo en su uso y en la interpretación de los datos. **No constatada.**
 - Hipótesis 3: La falta de métricas y análisis de datos ha llevado a la ineficacia en la personalización del contenido y la experiencia del usuario. **No constatada.**

5) Comunidad - Community Canvas (MVP)

COMUNIDAD MINIMA VIABLE

COMUNIDAD MINIMA VIABLE		<small>Fuente Original Inglés: https://community-canvas.org/ Diseñado por Oscar Schmitz, OscarSchmitz.com @SchmitzOscar</small>	
NOMBRE: #			
1 PROPÓSITO ¿Por qué/Para qué existe la comunidad? El propósito de la comunidad se basa en conocer personas con los mismos intereses y la posibilidad de compartir y aprender de arte.	3 VALORES ¿Cuáles son los principios más importantes? Transparencia, idependencia, colaboración, integridad, respeto, autenticidad.	5 EXPERIENCIA ¿Qué sucede en la comunidad de manera recurrente que nos ayuda a lograr nuestras metas y expresa nuestros valores en acción? ¿Cómo comienza la experiencia en la comunidad? El usuario se encuentra en Instagram y le aparece una publicidad de SofiaTerra, la cual lo guía directamente al sitio web. Una vez en el sitio se encuentra con la propuesta de valor y los contenidos dentro de este, comienza a conocer la comunidad y comparte un texto que escribio en su tiempo libre. Luego de unos dias recibe comentarios positivos de la comunidad y continua escribiendo textos para compartir con sus lectores.	
2 IDENTIDAD ¿Para quién es y cómo es el proceso de selección? Interesados en cultura, historia, arte, psicoanálisis, filosofía y la condición humana en si misma.	4 META/ÉXITO ¿Cuáles son las 3 métricas que definen el éxito en el próximo año? <ul style="list-style-type: none"> • Que la comunidad sea autosustentable • Estar entre las primeras 10 comunidades de arte Argentinas 		
6 ROLES ¿Qué roles diferentes pueden realizar los miembros en la comunidad? ¿Cuál es la relación del dar/recibir? Los miembros de la comunidad podrán cumplir el rol de creador de contenido o consumidor de contenido, según la actividad que realicen. Coordinador de contenido (ponen palabra magica)	7 REGLAS ¿Qué guías y restricciones ayudan a lograr nuestro propósito y representan nuestros valores? Evitar contenido político, ofensivo o polarizante. Fomentar el respeto mutuo.	8 GOVERNANZA ¿Cómo tomamos decisiones? ¿Quién decide qué? Decisión colaborativa a través de votación de los miembros.	9 COMUNICACIONES ¿Cuáles son los canales más simples y frecuencia? Instagram Facebook Sitio Web



6) Plataformas - Comparativas 3 seleccionadas

PLATAFORMA	VENTAJAS	DESVENTAJAS	PRECIO
Tribe	<ul style="list-style-type: none"> -Enfoque claro en la construcción de comunidades en línea. -Fácil configuración y uso. -Diseño limpio y amigable. -Fácil de configurar y usar. 	<ul style="list-style-type: none"> -Menos funciones avanzadas en comparación con algunas alternativas. -Puede carecer de ciertas herramientas de gestión. 	- U\$D 599 por mes
Mighty Networks	<ul style="list-style-type: none"> -Enfocado en la creación y gestión de comunidades. -Herramientas de monetización y análisis. -Orientado a proporcionar una experiencia personalizada, chat y mensajería disponible 	<ul style="list-style-type: none"> -Puede tener una curva de aprendizaje para usuarios nuevos. 	- U\$D 33 por mes
TiendUp	<ul style="list-style-type: none"> -Plataforma Argentina, por lo que es fácil entenderla y buscar tutoriales. -Facilidad de uso para configurar una tienda. -Personalización y opciones de diseño. 	<ul style="list-style-type: none"> -Sólo acepta pagos en pesos o PayPal. -Posibles limitaciones en términos de escalabilidad. -Limitaciones de funciones en comparación con plataformas más avanzadas. 	Desde \$8.500 a \$15.200 por mes.

7) EXO Canvas

EXO CANVAS

M.T.P.: Fomentar al intercambio de ideas y de conocimiento, brindar un espacio libre y seguro donde se reúnan personas con intereses por distintas ramas del arte para poder compartir vivencias, experiencias, y saber que están acompañados de más aficionados, profesionales y enamorados por el arte. Un espacio donde se enlazan distintas disciplinas y da oportunidad de voz a profesionales que no tienen la posibilidad de mostrarse en otros medios

SCALE	<p>Community & Crowd: Incentivar la participación de la comunidad con concursos y sorteos en redes sociales. Por ejemplo, pueden sortearse entradas a museos y hacer trivias en RRSS</p>	<p>Autonomía: Los artistas pueden publicar sus obras sin depender de que un tercero deba aprobar manualmente las obras. Con una herramienta de IA podrían filtrarse las obras para que cumplan con las reglas de la comunidad.</p>	IDEAS
	<p>Staff on Demand: No es necesario que alguien externo haga mantenimiento constante de la web y de las redes sociales. En caso de ser necesario en otra etapa del proyecto, se podrá sumar personal por proyecto, por tiempo determinado</p>	<p>Experimentation: Lanzamiento de distintas piezas de contenido, cursos, a fin de medir resultados, mejorar, y tomar decisiones</p>	