

CANVAS

# Lienzo del Plano del Sistema

Lienzo de trabajo para mapear inputs, outputs, loops y puntos humanos de tu sistema. Un blueprint que cualquier persona del equipo debe poder leer de un vistazo.

Curso	Marketing Systems Lab
Programa	Aplicaciones de Inteligencia Artificial en Procesos de Mercadeo
Instructor	André Paredes Vega
Institución	Panamerican Business School

## Cómo usar el lienzo

Completa cada bloque con frases cortas. El blueprint debe poder leerse de un vistazo, no estudiarse. Si necesitas párrafos largos, todavía no tomaste decisiones; estás describiendo opciones. Pasa por los bloques en orden, pero permite volver atrás: completar Outputs casi siempre obliga a refinar Inputs.

- Llena con verbos y sustantivos concretos, no con adjetivos.
- Cada bloque cabe en tres a cinco líneas máximo.
- Marca con un asterisco (\*) las decisiones que aún están abiertas.
- Comparte el blueprint con un colega antes de la Clase 3. Si no lo entiende, no está listo.

### Bloque 1 - Problema

#### PROBLEMA

¿Qué decisión de marketing estás tratando de resolver mejor y más seguido?

### Bloque 2 - Audiencia

#### AUDIENCIA

¿A quién sirve este sistema? Persona, contexto de uso, qué espera resolver.

### Bloque 3 - Inputs

#### INPUTS

Datos, briefs, research, señales de uso, conversaciones. Marca cuáles son recurrentes y cuáles puntuales.



#### **Bloque 4 · Outputs**

##### **OUTPUTS**

Qué produce el sistema, con qué frecuencia, en qué formato y para quién.

## Bloque 5 · Pasos automatizables

### AUTOMATIZABLE

Tareas repetibles, reversibles y sin riesgo editorial. Lista tres a cinco.

## Bloque 6 · Puntos humanos

### HUMAN-IN-THE-LOOP

Dónde el criterio es indelegable. ¿Quién decide y con qué frecuencia?

## Bloque 7 · Feedback loop

### LOOP

Cómo aprende el sistema de lo que funciona y de lo que no. Qué señal entra, dónde se procesa, qué cambia.

## Bloque 8 · Métrica de éxito

### MÉTRICA

Una sola métrica que importa. Si pones tres, pones cero.

## Bloque 9 · Riesgos editoriales

### RIESGOS

Qué tipo de error sería el peor para tu marca y cómo lo detectarías a tiempo.

**Validación final.** Léelo en voz alta a alguien que no conoce el proyecto. Si después de un minuto no puede repetirte qué decide el sistema y dónde entra el humano, vuelve al lienzo.