



UNIVERSIDAD NACIONAL DE EDUCACIÓN ENRIQUE GUZMÁN Y VALLE

ACTIVIDADES PRODUCTIVAS

UNIDAD 04

SEMANA 13

APLICAMOS EL MODELO DE NEGOCIOS LEAN CANVAS

(PARTE I)

Prof. Rocío Saravía M.

ENFOQUE TRANSVERSAL : BÚSQUEDA DE LA EXCELENCIA /ENFOQUE AMBIENTAL

DESEMPEÑOS PRECISADOS : Conoce, aplica y describe concepto Modelo de negocios, lienzo lean canvas, los 9 bloques o segmentos del lienzo

TEMA: MODELO DE NEGOCIOS LIENZO LEAN CANVAS

¿QUÉ SE EVALUARÁ ?

N°	CRITERIOS	INICIO (0-10)	PROCESO (11-13)	LOGRO ESPERADO (14-17)	LOGRO DESTACADO (18-20)
1	Participa activamente de manera asertiva				
2	Conoce y describe con precisión el concepto de modelo de negocio Lean Canvas				
3	Aplica el modelo de negocio del Lienzo Lean Canvas con su proyecto productivo.				

PROPÓSITO DE LA SESIÓN

QUE APLIQUE EL
MODELO DE
NEGOCIO LEAN
CANVAS EN SU
PROYECTO
PRODUCTIVO

RECOJO DE SABERES PREVIOS

¿QUE ES UN MODELO
DE NEGOCIOS?

¿Qué maneras, estrategias,
tiene una empresa para
ganar dinero?

Modelo de negocio:

LIENZO LEAN CANVAS



El Lean Canvas está basado en el [Canvas de Modelo de Negocio](#) diseñado por Alex Osterwalder. Gracias a [Ash Maurya](#) podemos disfrutar de una adaptación específica del canvas de modelo de negocio para emprendedores que están trabajando en su idea de negocio a la hora de lanzar su producto.

*Un modelo de negocio **es una herramienta** previa al plan de negocio que te permitirá definir con claridad **qué vas a ofrecer al mercado**, cómo lo vas a hacer, a quién se lo vas a vender, cómo se lo vas a vender y de qué forma vas a generar ingresos. Es una herramienta de análisis que te permitirá saber quién eres, cómo lo haces, a qué coste, con qué medios y qué fuentes de ingresos vas a tener. Definir tu modelo de negocio es saber cuál es tu ADN, cómo está hecho, cómo se puede modificar, cómo pulir, cómo cambiar, cómo moldear...*

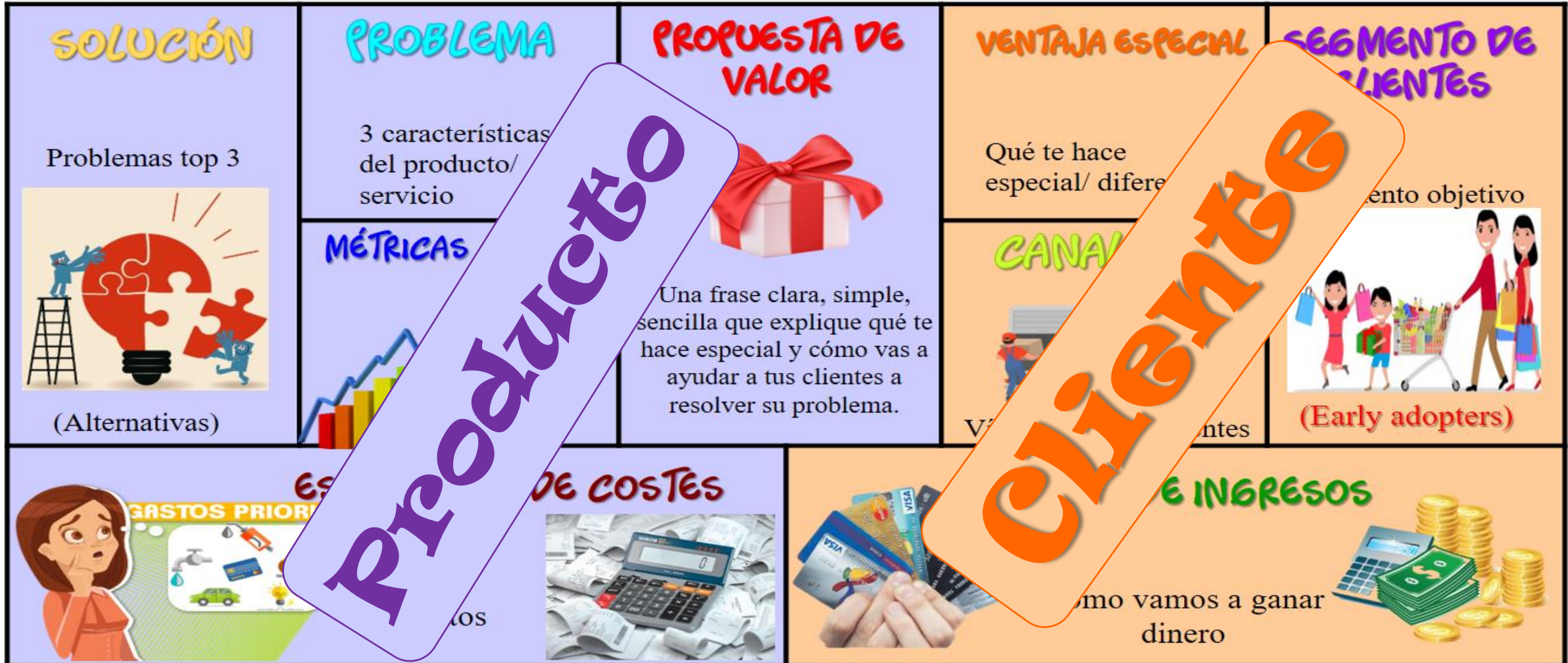
La forma que tiene una empresa de ganar dinero

El lienzo del modelo de negocios Lean Canvas es una herramienta estratégica que permite analizar de manera visual nuestro modelo de negocio para aumentar las posibilidades de éxito.

Se centra fundamentalmente en entender el **problema o necesidad del cliente**, para luego poner el foco en el diseño del producto.

El esquema Lean Canvas está constituido por nueve segmentos, llamados "bloques" El lado derecho representa al segmento mercado, también denominado segmento de clientes, mientras que el lado izquierdo muestra la solución y corresponde al segmento producto

MODELO DE NEGOCIO LEAN CANVAS



MODELO DE NEGOCIO LEAN CANVAS

PROBLEMA

Que problema padece tu cliente que tu producto-servicio pretende solucionar (escribir 3 problemas mas relevantes)



SOLUCIÓN

Características del producto-servicio que aporta la solución a los 3 problemas

MÉTRICAS CLAVES



Actividades clave a medir para tomar decisiones

PROPUESTA DE VALOR



Explica qué te hace especial o lo que te diferencia de los demás y cómo vas a ayudar a tus clientes a resolver su problema.

VENTAJA ESPECIAL

Debes reflejar en una frase lo que te hace especial frente al resto de tus competidores
¿Qué tienes tú que sea muy difícil copiar a tus competidores?

CANALES



Como tu producto va a llegar a los clientes y como te vas a relacionar con ellos (canales físicos o virtuales)

SEGMENTO DE CLIENTES

Tiene que detallar a que persona va dirigido tu producto
Edad, sexo, ocupación, ingresos, etc.



(Early adopters)

ESTRUCTURA DE COSTES

Todo lo que genera gastos a tu empresa como los gastos fijos y variables



FLUJO DE INGRESOS

¿Cómo vamos a ganar dinero?
¿Porqué te van a pagar tus clientes?
Sistemas de pagos que aceptaran los clientes por los servicios





UNIVERSIDAD NACIONAL DE EDUCACIÓN ENRIQUE GUZMÁN Y VALLE

ACTIVIDADES PRODUCTIVAS

UNIDAD 04

SEMANA 14

APLICAMOS EL MODELO DE NEGOCIOS LEAN CANVAS

(PARTE II)

Prof. Rocío Saravía M.

FORMULAMOS LAS HIPÓTESIS DEL LIENZO LEAN CANVAS

SEGMENTO DE CLIENTES

El “cliente objetivo” o “segmento objetivo” es el segmento donde quieres llegar, pero previamente, harás los ajustes y validaciones con los early adopters. En el “segmento objetivo”, los datos **demográficos**: información general sobre la edad, el sexo, lugar de residencia, ocupación, ingresos. Los datos **psicográficos**: la personalidad, estilo de vida, intereses, aficiones, valores.

“EARLY ADOPTERS”. son aquellos primeros clientes que tienen problemas específicos y están por tanto a la búsqueda de productos que puedan solucionarlos. A ellos no les importa si tu producto es perfecto, están dispuestos incluso a darte ideas de cómo mejorarlo.

En tu proyecto de emprendimiento los **Early Adopters** serán las personas cercanas a tu entorno familiar que están dispuestas a mejorar tu producto o servicio brindando retroalimentación a tu propuesta de valor.

PROBLEMAS

En este bloque también se debe poner las “alternativas existentes” que actualmente viene empleando el cliente, ten en cuenta que los clientes de alguna manera están solucionando sus problemas, no están esperando tu solución.

SOLUCIONES

cuando se ha definido la necesidad o problema, se podrá encontrar la solución para resolverlo. En este bloque se tienen que definir las 3 características más importantes de tu producto/servicio que ayudarán a tus clientes a solucionar sus problemas o satisfacer sus necesidades.

PROPUESTA DE VALOR

En este bloque se debe poner el conjunto de beneficios y funcionalidades que harán que los clientes se decidan por ti

FORMULAMOS LAS HIPÓTESIS DEL LIENZO LEAN CANVAS

CANALES

se enfoca en:

- **Comunicación:** donde se comunicará la empresa con el cliente o distribuidor o consumidor, redes sociales, mensajería instantánea, chat interno, entre otros.
- **Distribución:** cuáles son los canales de cómo se va a entregar los productos o servicios, transporte propio, empresa de encomienda, empresa de delivery, empresa de transporte, entre otros; y si es el caso de producto digital en una tienda en línea, por correo electrónico, entre otros.
- **Ventas:** por donde se va a ofrecer el producto o se va a presentar las bondades del producto, puede ser a través de la fuerza de ventas, sistemas de referencia, plataformas de ventas (Amazon, Etsy, Mercado Libre), redes sociales, página web propia.

FLUJO DE INGRESOS

En este bloque incluiremos todas las maneras que se nos ocurran de generar ingresos

Tienes que tener claro cómo vas a ganar dinero. Al principio pon todas las opciones que se te ocurran y posteriormente testa cómo y cuánto está dispuesto a pagar tu cliente objetivo (venta de activos, suscripción, publicidad, venta cruzada.

ESTRUCTURA DE COSTES

Analiza los gastos que va a tener tu empresa

Aquí debes señalar tus costos fijos y variables, es decir, todo lo que te va a generar gasto en el lanzamiento y puesta en marcha del negocio.

Por ejemplo: salarios, alquileres de espacios, material de oficina, logística y almacén, hosting y dominio, entre otros.

Cuánto vamos invertir en nuestro producto o servicio

FORMULAMOS LAS HIPÓTESIS DEL LIENZO LEAN CANVAS



MÉTRICAS CLAVES

Lo que no se mide no se mejora, hay que seleccionar los puntos claves que son necesarios medir constantemente, para tener una visión del impacto del producto o servicio dentro del segmento del mercado.

Por ejemplo: cantidad de ventas generadas por día, porcentaje de satisfacción del cliente con respecto del producto, entre otros



VENTAJA ESPECIAL

*En este espacio es necesario definir que nos hace ser especial y conocer los elementos diferenciadores que destaquen por encima de la competencia, parte de esto puede ser una **buena atención al cliente, tiempo de respuesta corto, beneficios que favorecen a la comunidad, entre otros.***

MODELO DE NEGOCIO LEAN CANVAS

PROBLEMA

2

3 Problemas



(Alternativas)

SOLUCIÓN

4

3 características del producto/ servicio

MÉTRICAS CLAVES

8



Actividades clave a medir

PROPUESTA DE VALOR

3



Una frase clara, simple, sencilla que explique qué te hace especial y cómo vas a ayudar a tus clientes a resolver su problema.

VENTAJA ESPECIAL

9

Qué te hace especial/ diferente

CANALES

5



Vía de acceso a clientes

SEGMENTO DE CLIENTES

1

Segmento objetivo



(Early adopters)

ESTRUCTURA DE COSTES

7

Costos fijos y variables



FLUJO DE INGRESOS

6

Cómo vamos a ganar dinero y de que forma nos van a pagar

