

Lean Start Up



ECONOMÍA Y EMPRENDEDORISMO
ING. EN COMPUTACIÓN - UNLP

Origen de la metodología



- Metodo acuñado por ERIC RIES que publicó el libro The Lean Startup en 2011.
- La metodología tiene como origen la Estrategia de producción Lean Manufacturing que tiene origen en el sistema de producción Toyota (Just in time)
- Toma también conceptos del economista Austriaco Joseph Schumpeter que postula la ventaja competitiva a partir de la Innovación

Conceptos Centrales



- Una alternativa para el desarrollo de innovaciones en forma Agil.
- Entregar el mayor valor agregado al cliente en el menor tiempo posible cuando se trata de nuevos productos.
- Minimizar riesgos al lanzar un nuevo producto.
- Busca desarrollar conocimiento de la opinión del mercado sobre el nuevo producto a través del PMV (producto Mínimo Viable)
esto puede ser una Maqueta, presentación en power point, video, ect

Conocimiento Validado



- El aprendizaje validado es el proceso para demostrar empíricamente que un equipo ha descubierto información valiosa sobre las posibilidades presentes y futuras del negocio.

Crear-Medir-Aprender



- A través de este proceso de dirección, podemos aprender cómo saber cuándo y si ha llegado el momento de hacer un giro drástico llamado pivote o si debemos «perseverar» en nuestra trayectoria actual

Para profundizar leer Lean Start Up-Eric Ries



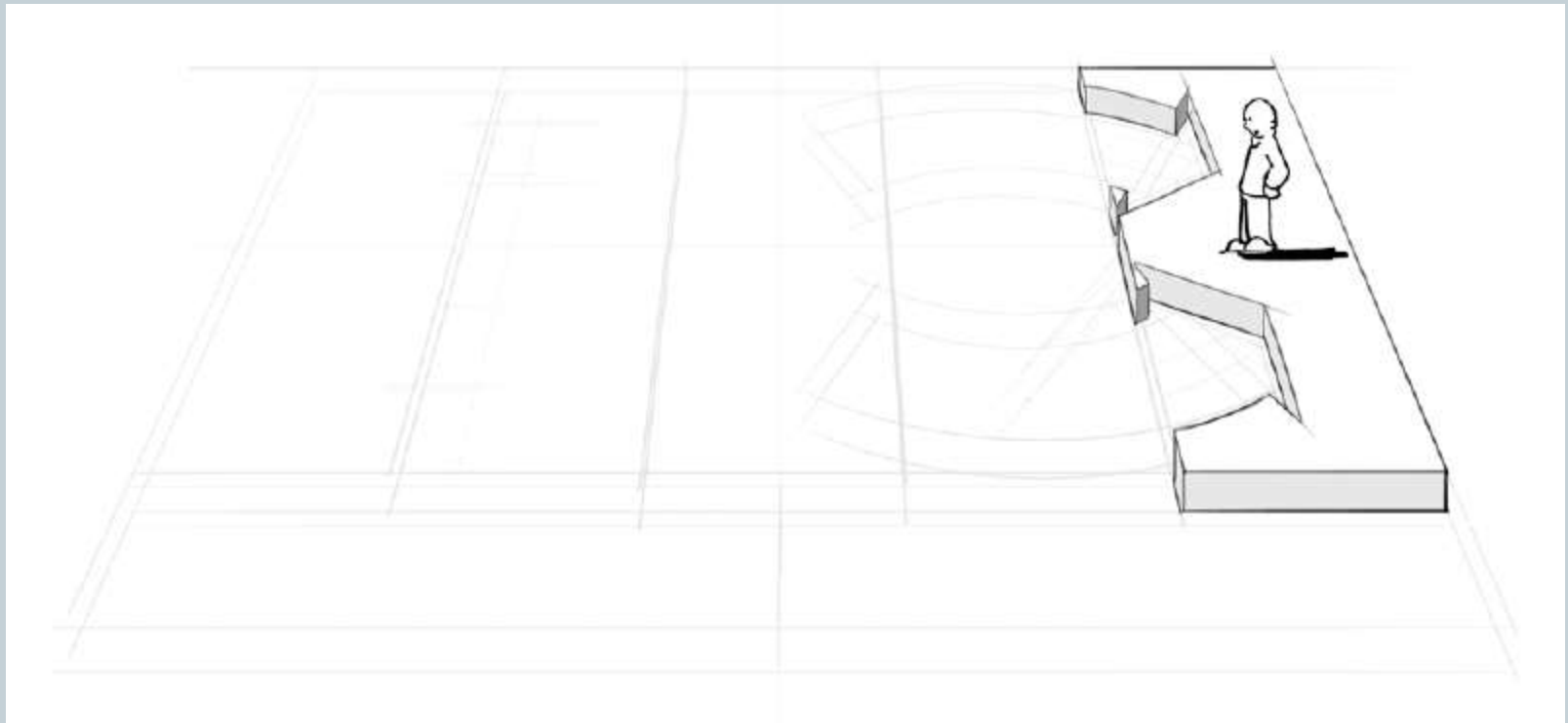
- Leer hasta capítulo 3 inclusive . Tema que entra en la evaluación
- Ver video de Harvard Review



Un modelo de negocio describe los fundamentos de cómo una organización crea, desarrolla y captura valor.

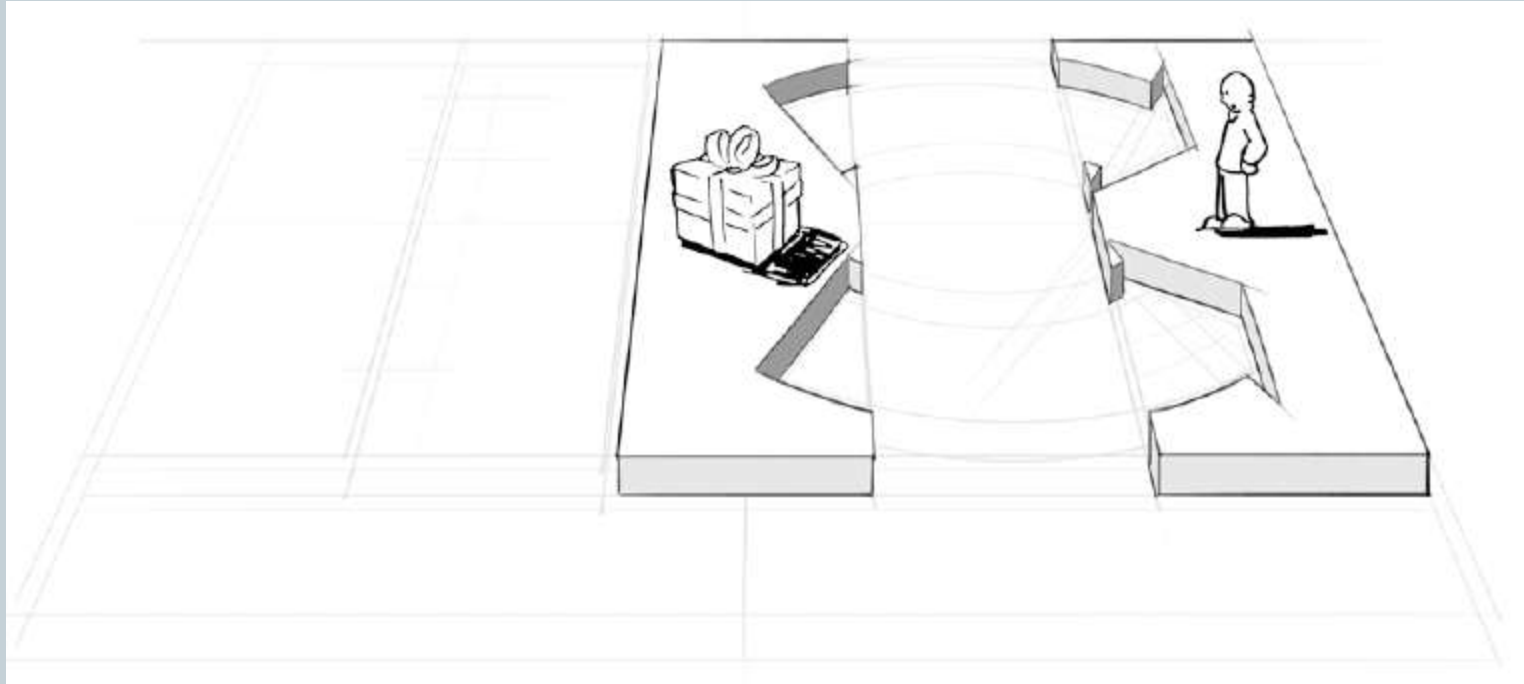
Reproducido de OSTERWALDER, A. AND Y. PIGNEUR *Generación de modelos de negocio*.

Segmentos de clientes

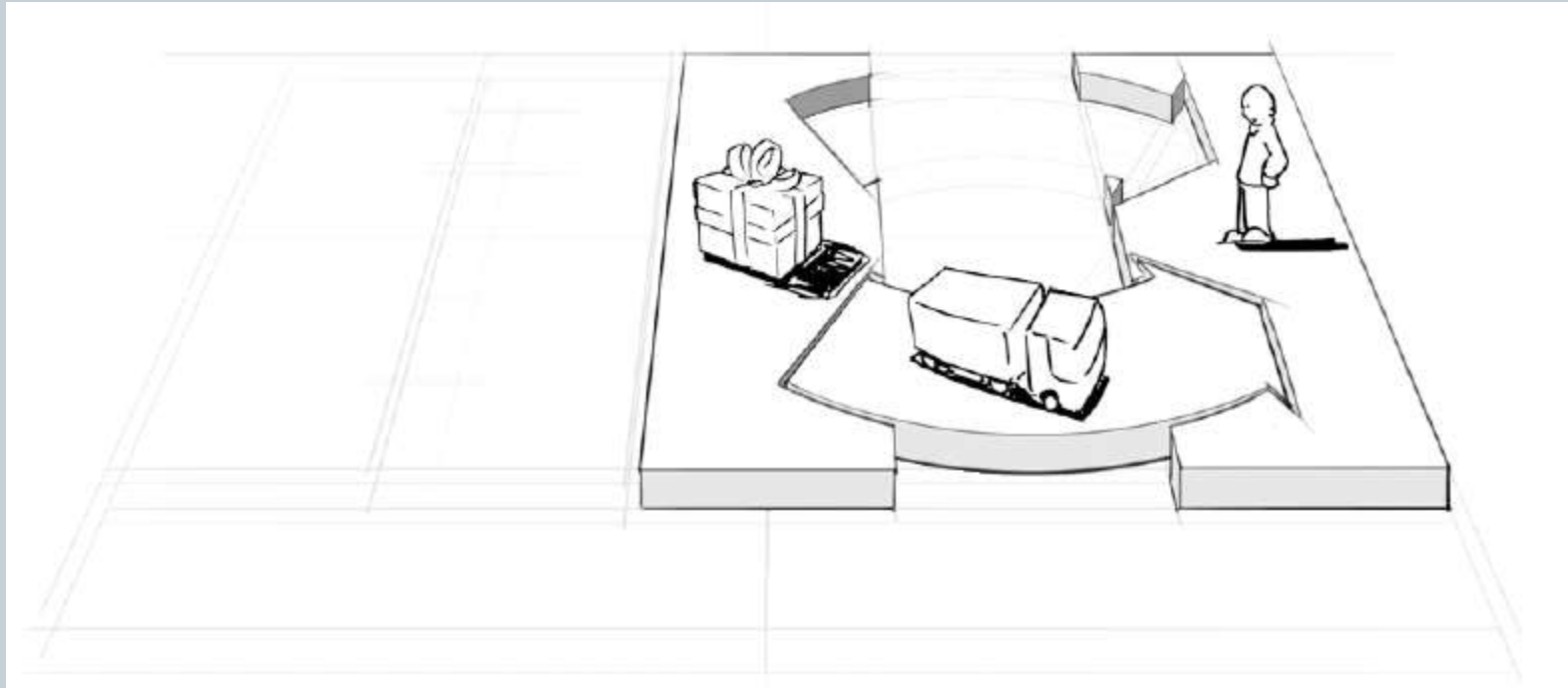


Fuente: Reproducido de OSTERWALDER, A. AND Y. PIGNEUR *Generación de modelos de negocio*. Translated by L.V. CAO. Edtion ed. Barcelona, España: Centro Libros PAPF, S.L.U. , 2011. ISBN 978-84-234-2799-4. Copyright © Centro Libros PAPF, S.L.U, 2011

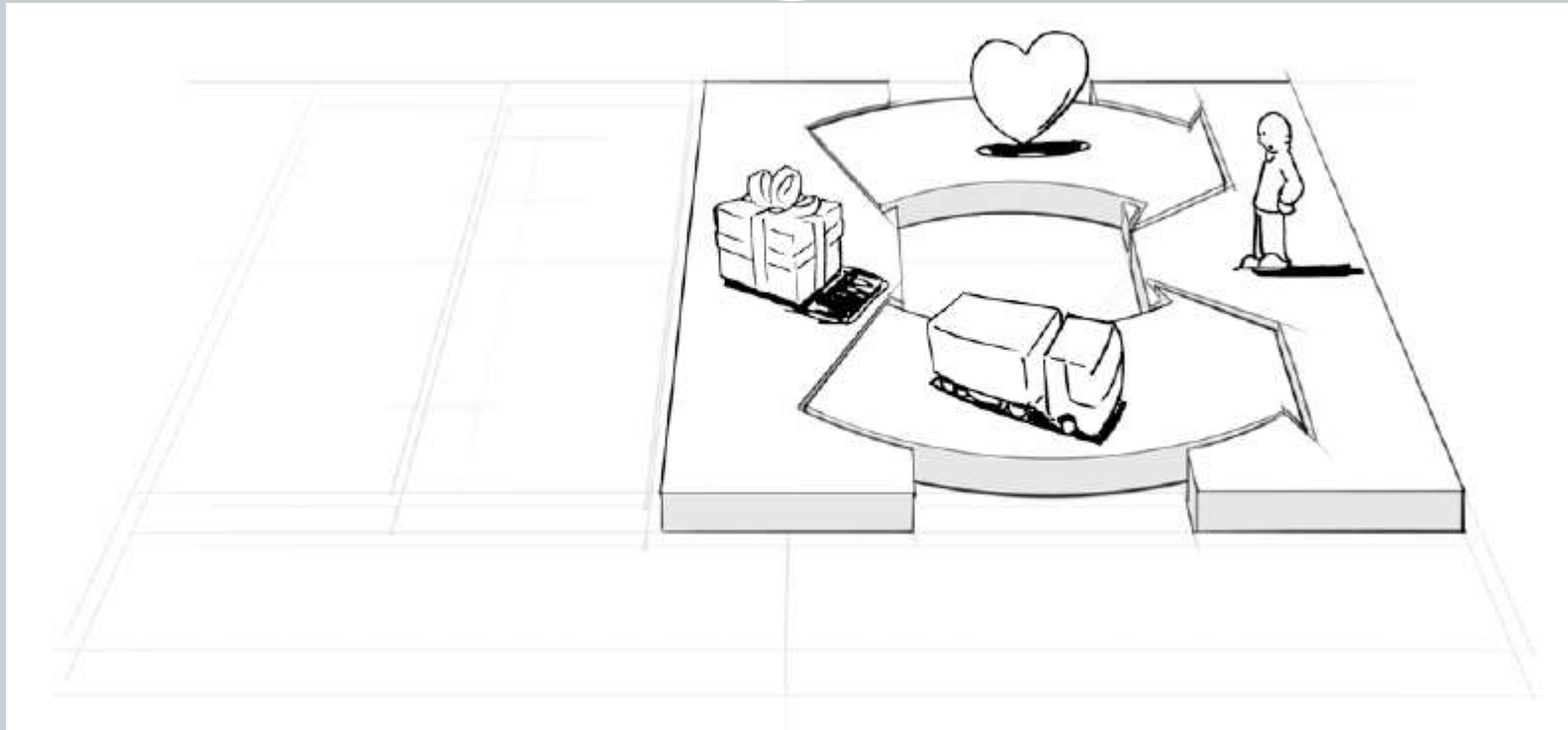
Propuestas de valor (Propuestas únicas de venta)



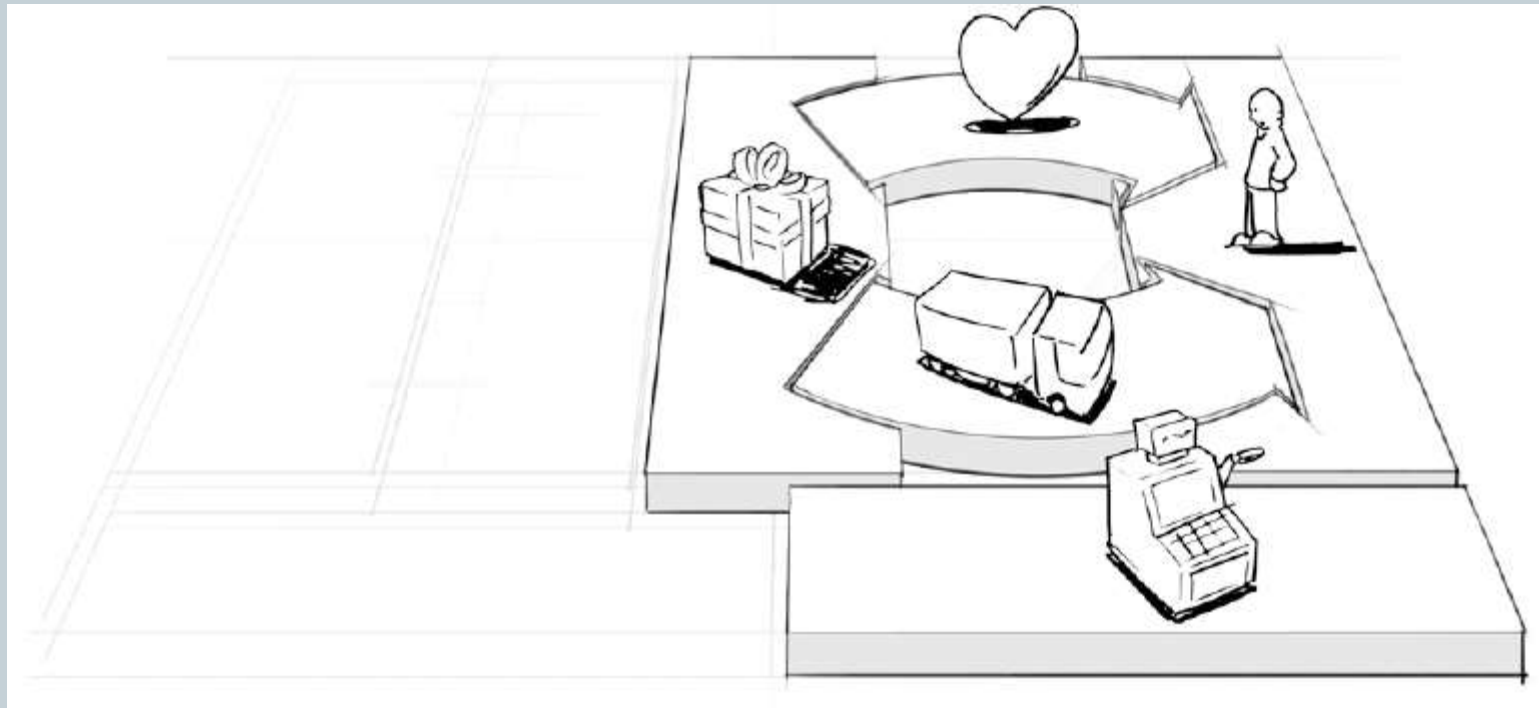
Canales de distribución y comunicación



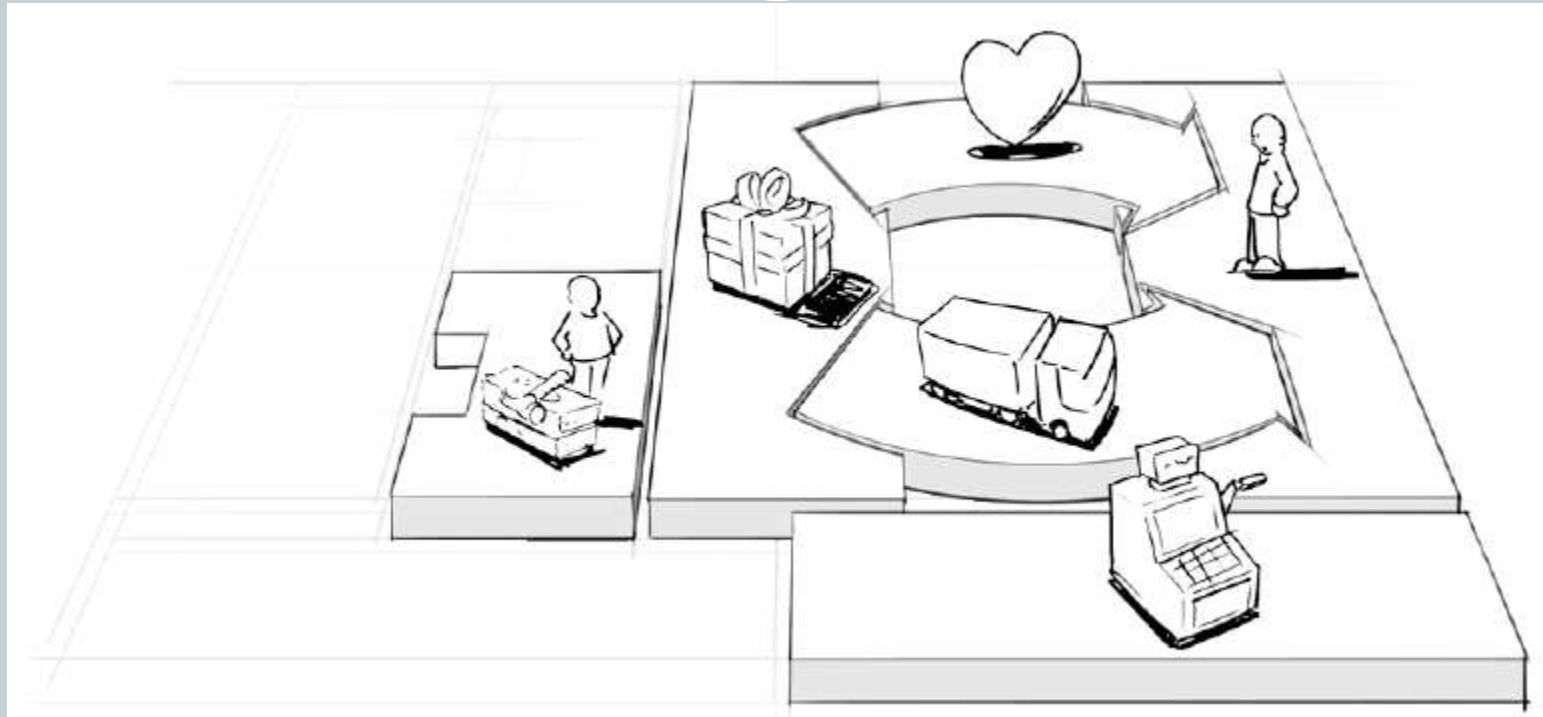
Relación con el cliente



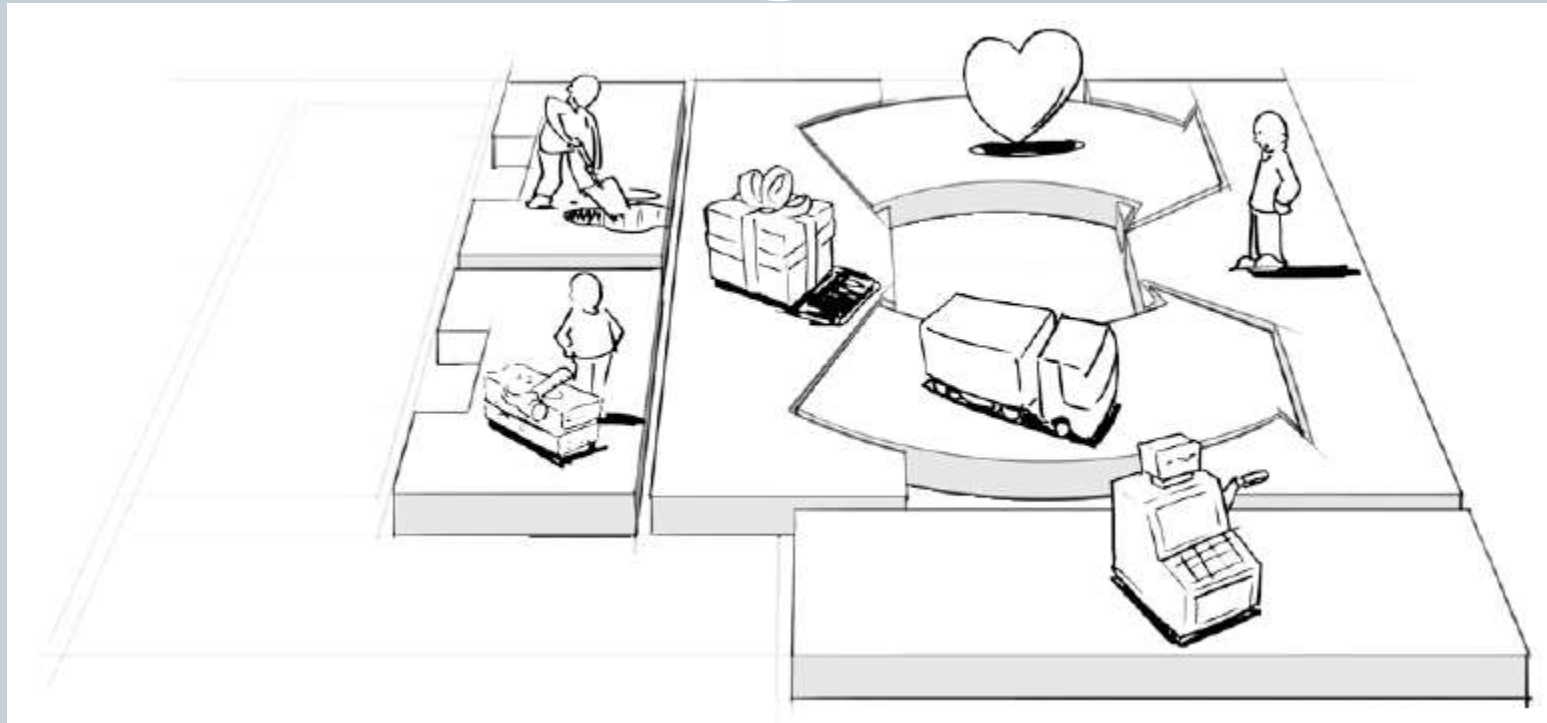
Flujos de ingreso



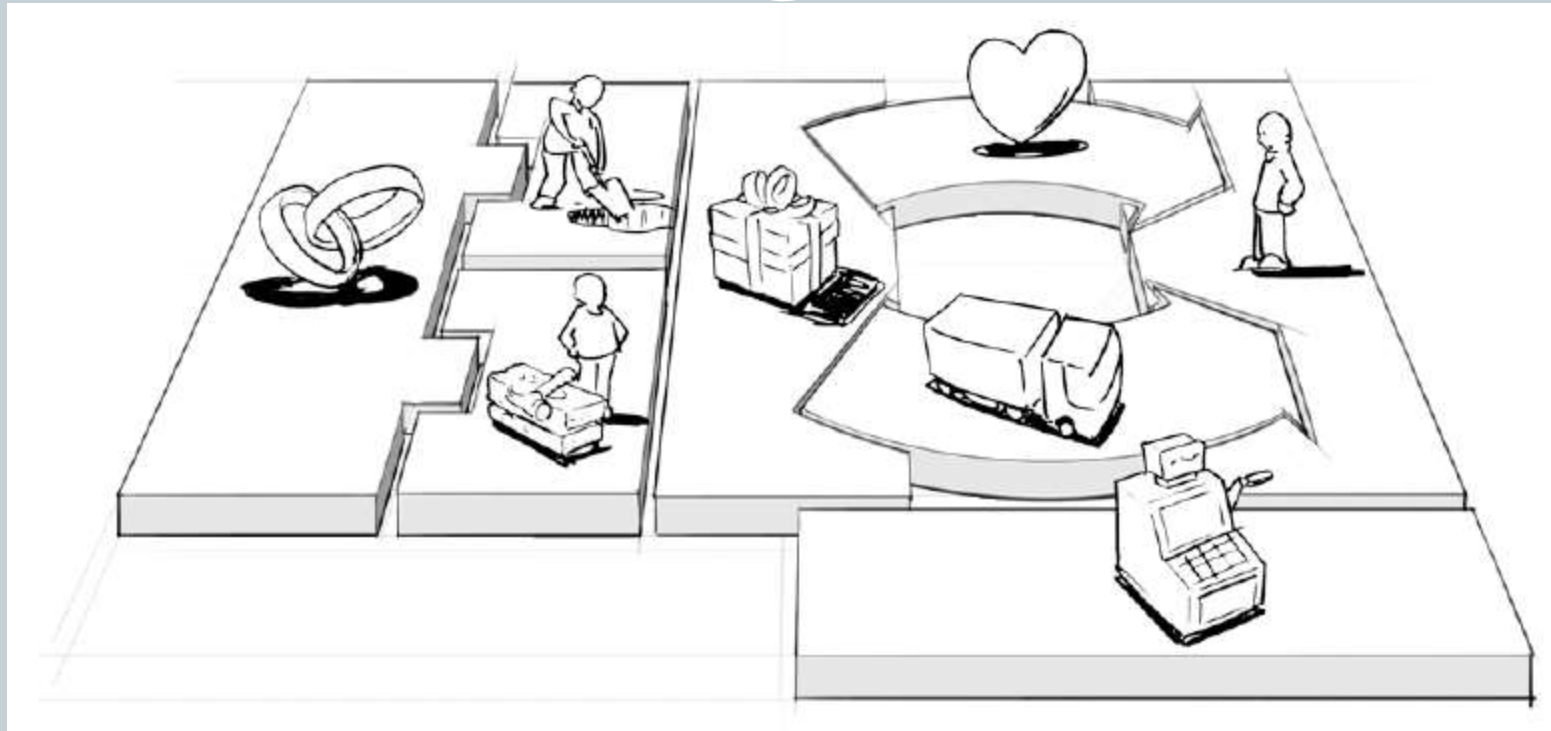
Recursos clave



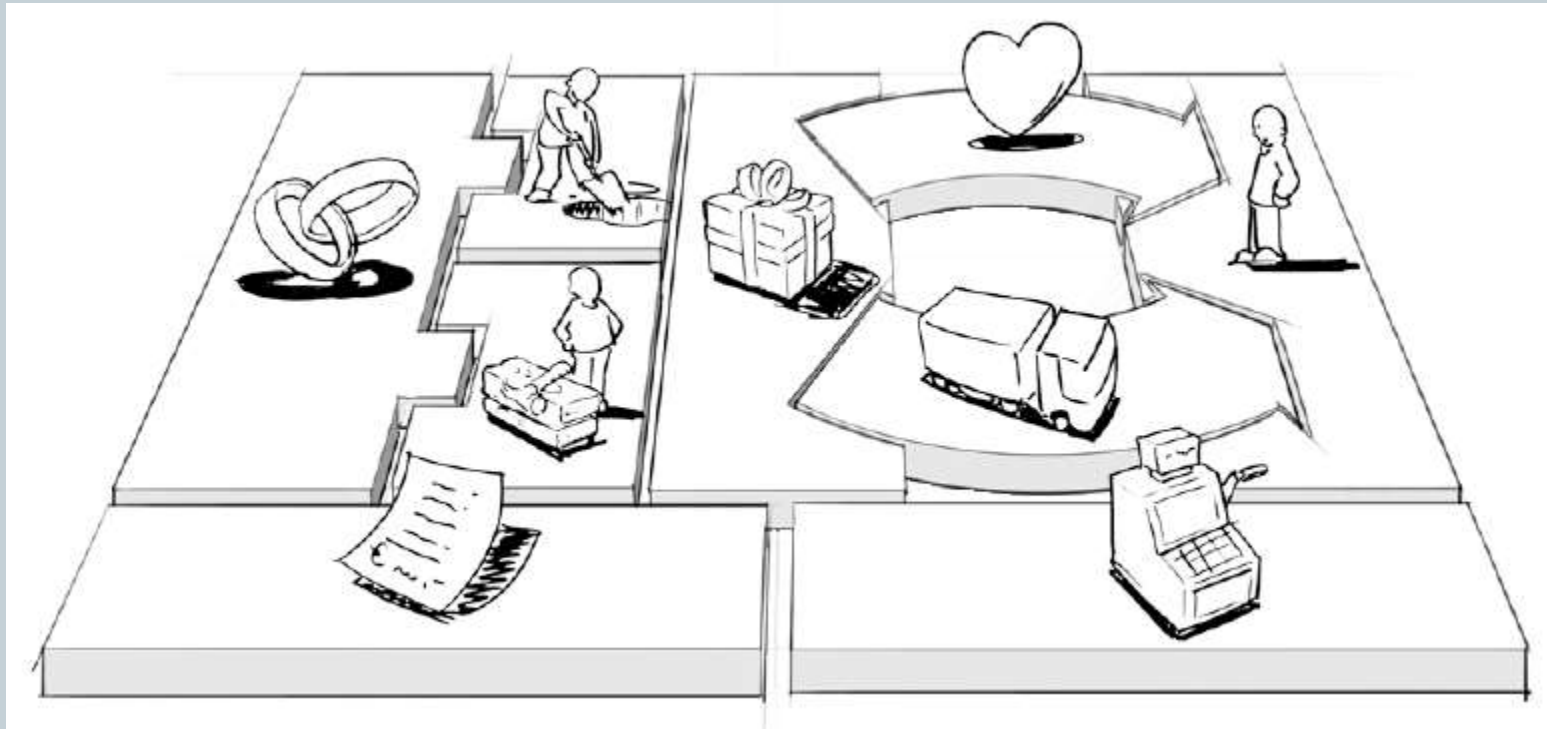
Actividades clave

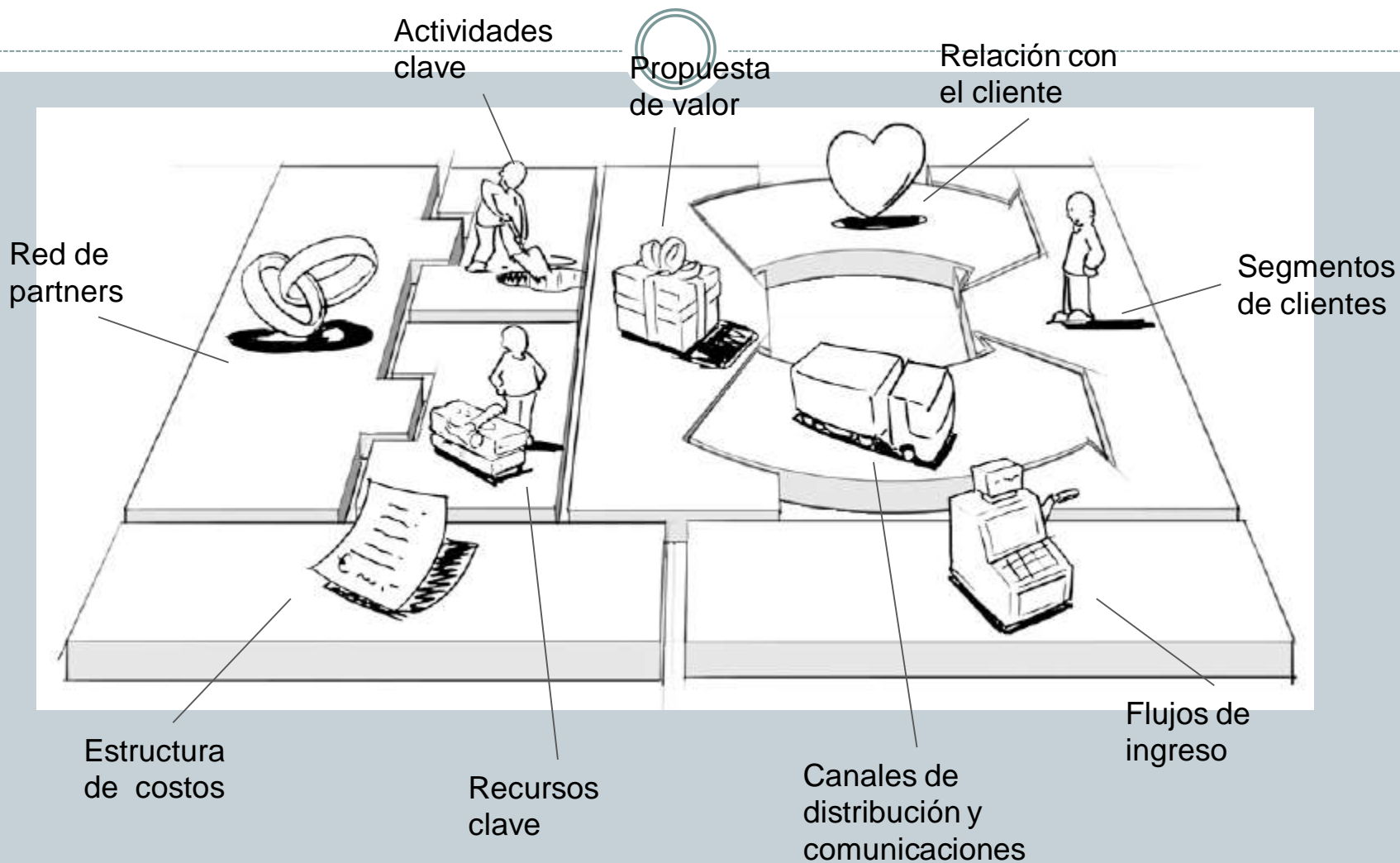


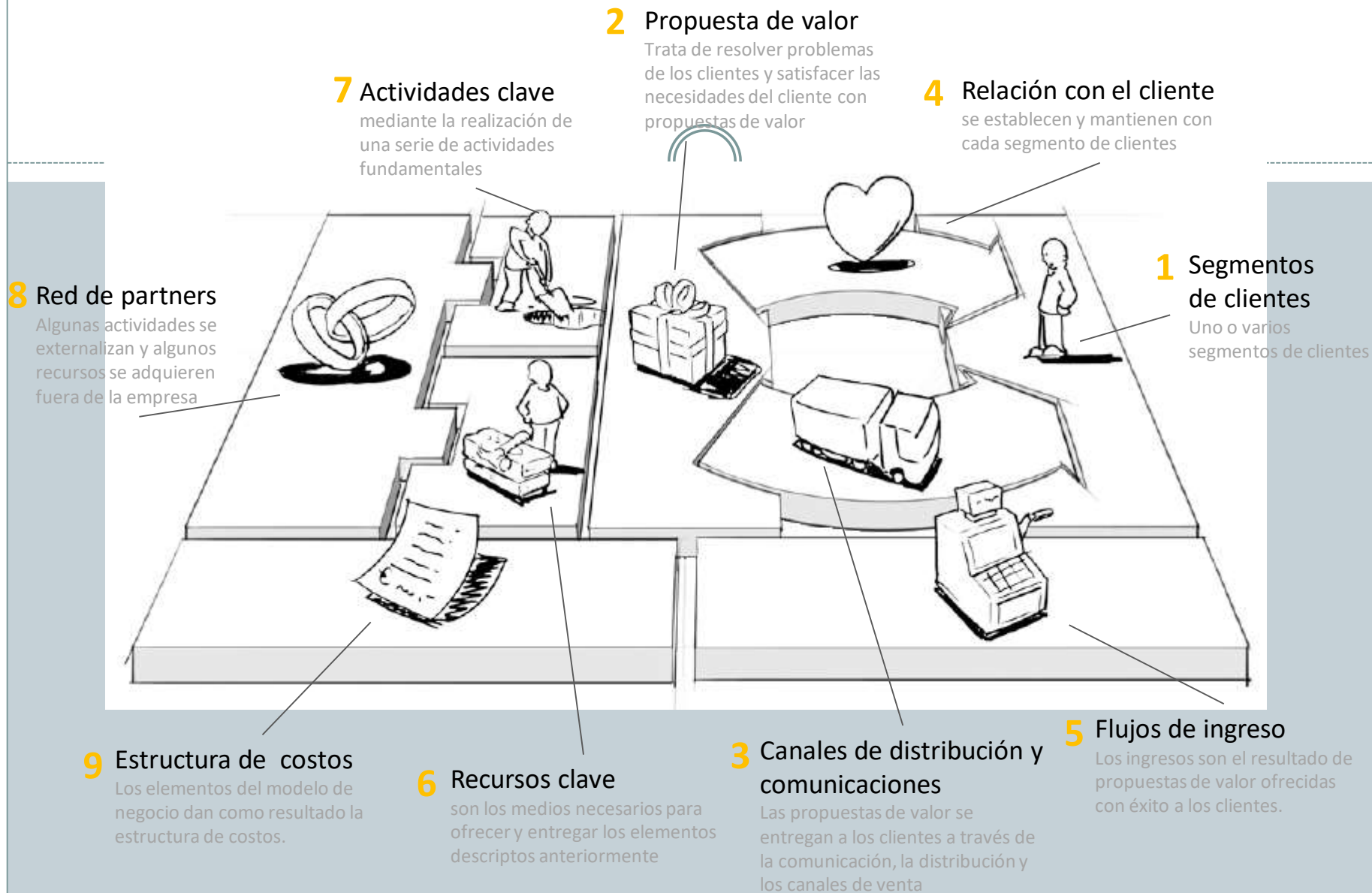
Red de Partners (socios estratégicos)

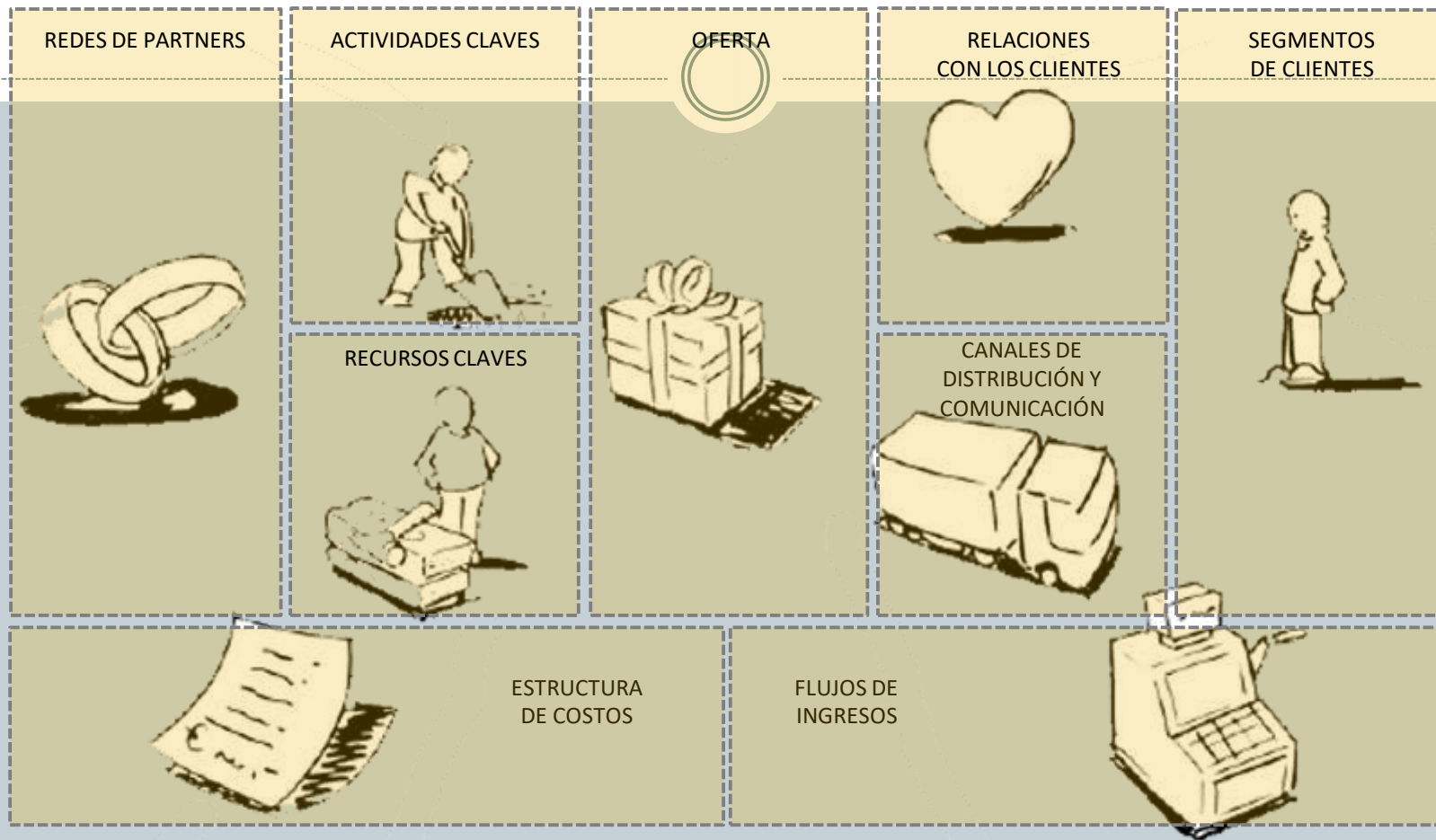


Estructura de costos

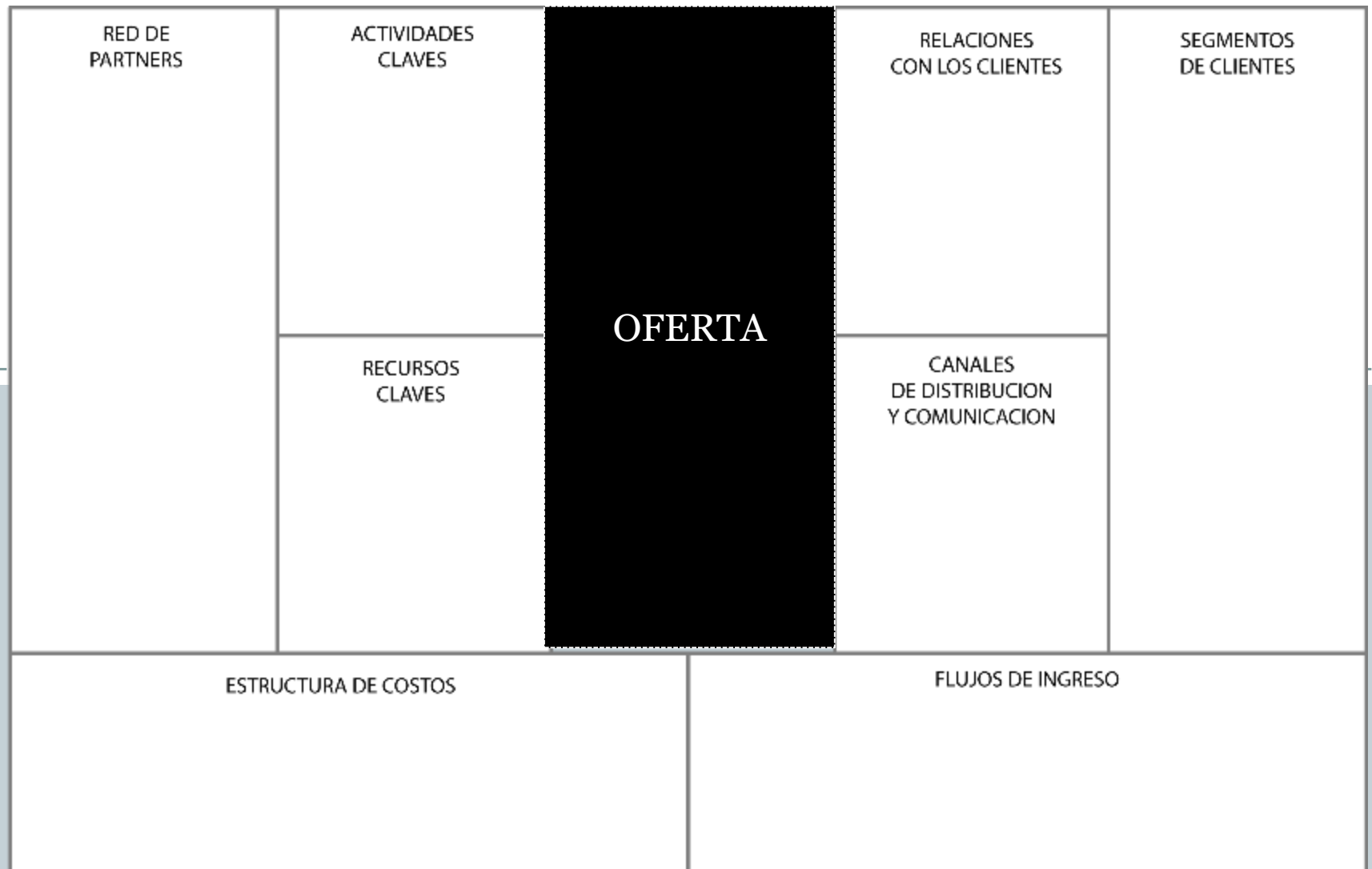








Lienzo para diseñar el Modelo de Negocio



Lienzo para diseñar tu Modelo de Negocio

DESCRIPCIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

ALIANZAS	PROCESOS	PROPUESTA DE VALOR	RELACIONAMIENTO	SEGMENTOS DE CLIENTES
<p>¿Quiénes son los aliados estratégicos más importantes?</p> <p>¿Quiénes apoyan con recursos estratégicos y actividades?</p> <p>¿Cuáles actividades internas se podrían externalizar con mayor calidad y menor costo?</p>	¿Cuáles son las actividades y procesos clave en el modelo de negocio?	<p>¿Qué se ofrece a los clientes en términos de productos y servicios?</p> <p>¿Cuáles son aquellas cosas por las que pagan los clientes?</p> <p>¿Por qué los clientes vienen a la compañía?</p> <p>¿En qué se diferencia la oferta de la de otros proveedores?</p>	<p>¿Qué tipo de relaciones construye con los clientes?</p> <p>¿Tiene una estrategia de gestión de relaciones?</p>	<p>¿Quiénes son los clientes?</p> <p>¿Puede describir los diferentes tipos de clientes en los que se está enfocando?</p> <p>¿En qué difieren los segmentos de los clientes?</p>
	RECURSOS		CANALES DE DISTRIBUCIÓN	
	¿Cuáles son los recursos más importantes y costosos en su modelo de negocio? (Personas, redes, instalaciones, competencias, ...)		<p>¿Cómo llega a los clientes y cómo los conquista?</p> <p>¿A través de cuáles canales interactúa con los clientes?</p>	
COSTOS		INGRESOS		
<p>¿Cómo es la estructura de costos?</p> <p>¿Cuáles son los costos más importantes en la ejecución del modelo de negocio?</p>		<p>¿Cuál es la estructura de sus ingresos?</p> <p>¿Cómo gana dinero en el negocio?</p> <p>¿Qué tipo de ingresos recibe? (pagos por transacciones, suscripciones y servicios, entre otros)</p>		

