

Proyecto apoyado por



**Academia de
Emprendimiento UDD**

Módulo 01: Ideación y Lean StartUp

Modelo de Negocios y Lean Canvas

Carlos Varela

Director de Emprendimiento y
Responsabilidad Pública UDD

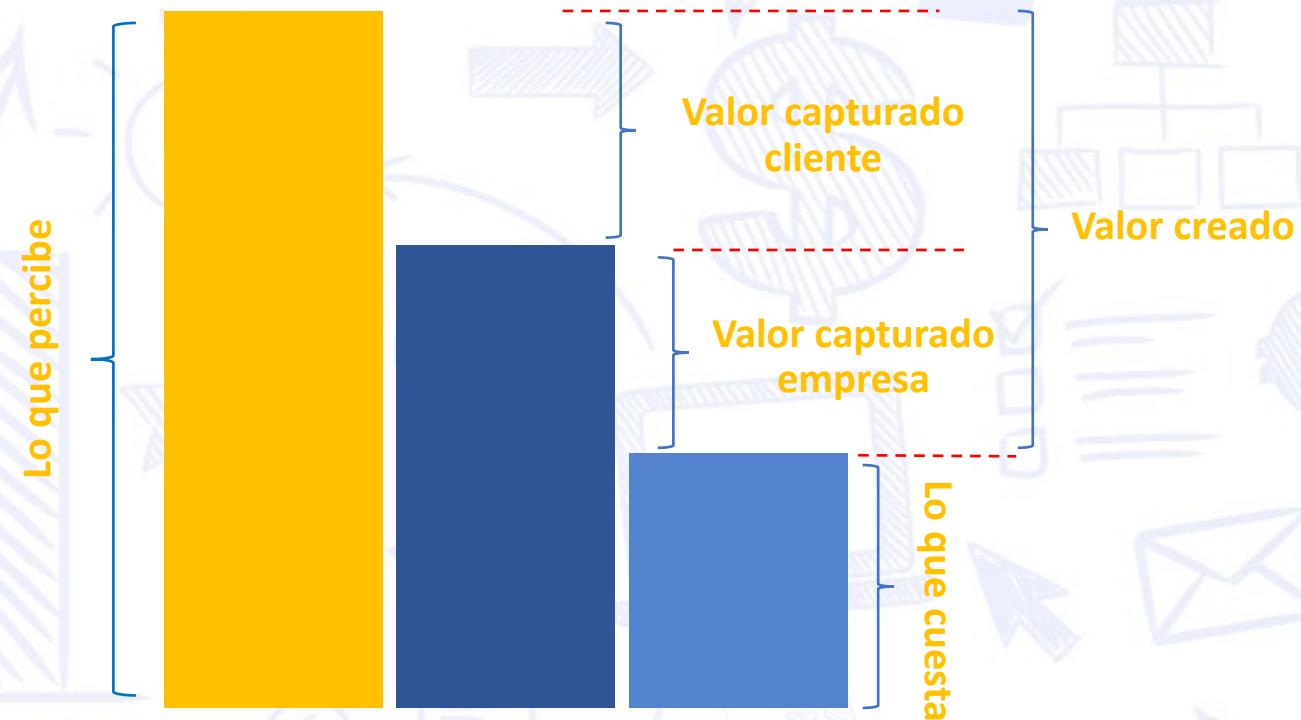
cvarela@udd.cl

SENTIDO DEL VALOR



VALOR:
percepción o medida de
beneficio

VALOR PARA EL CLIENTE



Y donde hay **VALOR**, hay situación de **NEGOCIO**

¿QUÉ ES EL MODELO DE NEGOCIOS?



- **Modelo de Negocio:** describe los fundamentos de cómo una organización crea, desarrolla, transfiere y captura valor.
- **Canvas:** lienzo, representación gráfica de la lógica del negocio, herramienta de desarrollo.
- **Lean:** ágil, minimiza pérdidas
- **Iterar:** cambio incremental en el modelo de negocio
- **Pivotear:** cambio substancial en el modelo de negocio

¿QUÉ ES UNA STARTUP?

Emprendimiento en búsqueda de un modelo de negocios repetible y escalable en el tiempo.

ETAPAS DE UNA STARTUP



¿Tengo un problema
que vale la pena
solucionar?

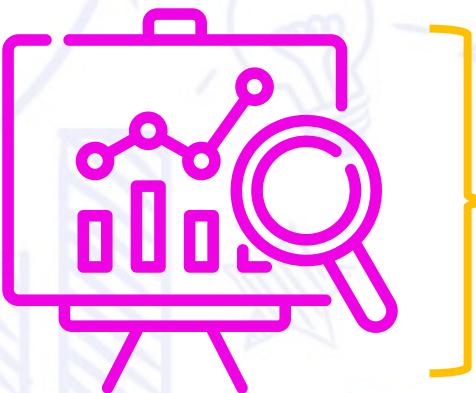
1. Entender el **problema** y desarrollar una **solución**.
(Encaje problema – solución)

ETAPAS DE UNA STARTUP



2. Validar un **producto** frente a un **mercado**.
(encaje producto – mercado)

ETAPAS DE UNA STARTUP



¿Cómo acelero el crecimiento?

3. Escalar el negocio.
(encaje modelo de negocios)

!!

**“A LOS CLIENTES NO LES
PREOCUPA TU SOLUCIÓN. LES
PREOCUPA SUS PROBLEMAS.”**

Dave McClure
Fundador de 500 StartUps

!!

**“EL MAYOR RIESGO PARA LA
MAYORÍA DE LAS STARTUPS ES
CONSTRUIR ALGO QUE NADIE
QUIERE”**

¿POR DÓNDE EMPEZAR?

Nuestro “Lean Canvas” será nuestro plano para afrontar un proyecto complejo, como el de emprender, tal como lo haríamos si quisieramos construir una casa.

Sería mejor construir las paredes teniendo una idea del proyecto completo, en al menos una primera versión.



TIPOS DE CANVAS

Business Model Canvas

Alexander Osterwalder

v/s

Lean Canvas

Ash Maurya

¿QUÉ ES EL LEAN CANVAS?

EFICIENCIA		VALOR		
ALTERNATIVAS EXISTENTES	PRODUCTO	MERCADO	PRIMEROS COMPRADORES	
<p>Problema (s) 1 Principales 3 problemas a resolver preliminarmente identificados</p> <p>Solución 4 Esbozar una posible solución para cada problema identificado</p> <p>Métricas clave Identificar los principales indicadores que permitan visualizar cómo nuestro negocio evoluciona</p>	<p>Propuesta única de valor 3 ¿Cuál es el valor que entregamos a los clientes en los términos de beneficios y satisfacción de necesidades? Un mensaje claro que establezca por qué somos diferentes</p>	<p>Ventaja competitiva 9 Algún elemento de nuestro negocio que no sea fácil de copiar o adquirir por nuestra competencia</p> <p>Canales 5 ¿A través de qué canales nuestros clientes serán atendidos?</p>	<p>Segmentos de clientes 2 ¿Para quiénes estamos generando valor? Quiénes son nuestros clientes más valiosos?</p>	
<p>Estructura de costos 7 ¿Cuáles son los principales componentes de costo involucrados para una correcta operación de nuestro modelo de negocios? ¿Cuáles de ellos son fijos y variables? ¿A qué actividades están asociados?</p>	<p>Flujos de ingresos 6 ¿Qué valor nuestros clientes están realmente dispuestos a pagar? ¿Cuál es la contribución al negocio por segmento, por línea de producto, por geografía?</p>			

PRODUCTO

MERCADO

LEAN CANVAS DEBE CONTEMPLAR 3 ASPECTOS

El modelo de negocios debe describir cómo **creamos**, **entregamos** y **capturamos** valor de nuestros clientes.

→ **Creamos valor** a través de nuestra “Propuesta Única de Valor”, que describe cómo ayudamos a nuestros clientes a alcanzar sus resultados. Para poder contar con una propuesta de valor sólida, necesitamos entender a nuestros cliente y sus problemas.

→ **Entregamos valor** a nuestros clientes a través de nuestra solución y canales.

→ **Capturamos valor** (nos pagan) a través de los flujos de ingresos.

RECOMENDACIONES AL CREAR UN LEAN CANVAS



Piensa en el
negocio que
quieres



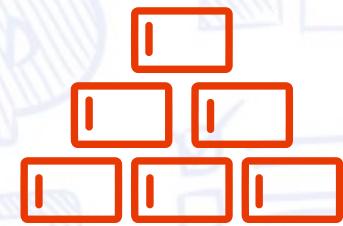
Enfócate en
el cliente



Se conciso y
preciso

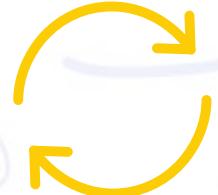


Crea una
primera
versión
rápidamente



Puedes dejar
espacios en
blanco

LEAN CANVAS COMO METODOLOGÍA



La iteración es la
base



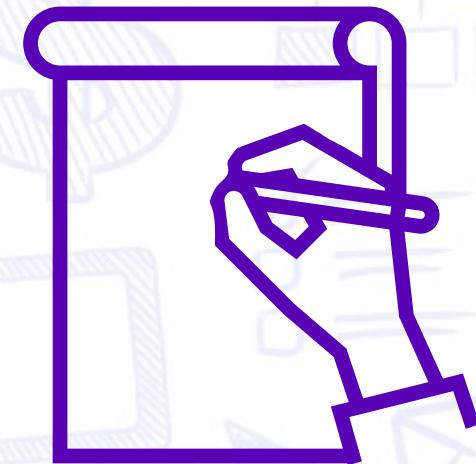
Validar
constantemente
las hipótesis



Mejorar el modelo
de negocios

DIBUJA TU LEAN CANVAS

- Tu canvas inicial debe ser dibujado rápido, en no más de 30 minutos.
- Piensa en el negocio que quieras.
- Intenta llenarlo todo, aunque está OK dejar secciones en blanco (puede ser señal que hay riesgos en tu modelo).
- Sé conciso.
- Usa un enfoque centrado en el cliente.
- La primera versión no va a ser la mejor, en particular, porque no salieron a la calle aún a entender las necesidades de los clientes.
- Tu canvas inicial debe ser dibujado rápido, en no más de 30 minutos.





SEGMENTO DE CLIENTES

- Distingue entre clientes y usuarios (*¿quién toma la decisión?*).
- Divide los amplios segmentos de mercado y enfócate en los segmentos más pequeños.
- Define las características de tu *Early Adopter* prototípico y no de un cliente del que provengan la mayoría de los ingresos.



!! PROBLEMA

Antes de definir la solución, es importante entender muy bien el problema
(u oportunidad).

PROPUESTA ÚNICA DE VALOR (PUV)

- Deriva tu PUV a partir del problema número 1 que estás resolviendo.
- Enfócate en los beneficios que tendrán los clientes luego de usar tu producto.
- Tu meta son los *Early Adopters*: Tu producto no está listo para los clientes que con la mayor fuente de ingresos.



!!

SOLUCIÓN

La cosa más sencilla que podrías
crear para resolver **cada problema**

CANALES



- **Gratis versus pagado:** SEO, Social media, blogging *versus* SEM (Ej: Google Adwords).
- **Directo versus automatizado:** La venta directa es una de las más efectivas, dado que interactúas cara a cara con el cliente. Primero vende directamente, luego automatiza.
- **Directo versus indirecto:** No desperdigies energía prematuramente estableciendo alianzas estratégicas. Vende tu producto primero, antes de dejar que otros lo hagan por ti.
- **Retener versus de referencias:** Ten un producto que valga la pena expandir primero: Construye un producto notable para retener a tus clientes. Luego, pide que den referencias.

FUENTES DE INGRESOS

- **El precio es parte del producto:** tiene el poder para cambiar su percepción.
- **El precio define a tus clientes.**
- **Que te paguen es la primera forma de validación:** es una de las cosas más difíciles.
- Una técnica para fijar precios es hacerlo contra las alternativas existentes listadas en la sección del Problema.

FUENTES DE INGRESOS

Es importante definir una estrategia de fuentes de ingresos:

- Venta directa
- Suscripción
- Arriendo
- Publicidad
- Comisiones
- Cuota por uso



ESTRUCTURA DE COSTOS

Costos operacionales en que incurrirás mientras llevas tu producto al mercado: entrevistas, construir y lanzar tu MVP, costos fijos y variables.

No olvidar los costos de Recursos Humanos!!

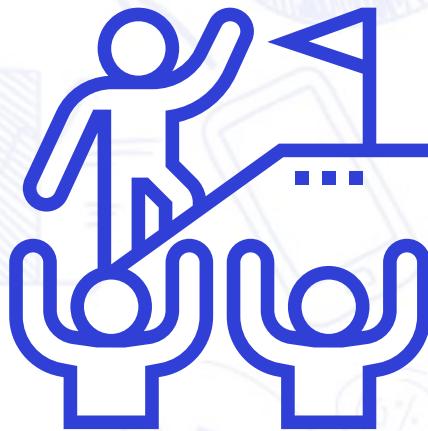
¿Qué subsidios tienes hoy?



MÉTRICAS CLAVES

- **Adquisición:** ¿Cómo te encuentran los clientes? Hacer que alguien haga cualquier cosa menos abandone tu sitio web es una medida de adquisición
- **Activación:** ¿Tienen los usuarios una gran primera experiencia?
- **Retención:** ¿Vuelven los usuarios?
- **Ingresos:** ¿Cómo haces dinero? Momentos en los que te pagan
- **Referencia:** ¿Los usuarios le cuentan a otros?





VENTAJA COMPETITIVA

- Una verdadera ventaja competitiva es aquella que no puede ser fácilmente copiada o comprada.
- Tu idea no es una ventaja competitiva por sí sola.
- Ser el primero puede ser incluso una desventaja. Cualquier cosa que valga la pena copiar será copiada, especialmente cuando empieces a demostrar un modelo de negocios viable.

VENTAJA COMPETITIVA

Ejemplos:

- Buenas referencias de expertos
- Un equipo soñado
- Marca personal
- Influencia en redes sociales
- Comunidad
- Clientes existentes
- Ranking SEO



**¡MUÉSTRALES TU LEAN
CANVAS A POR LO MENOS UNA
PERSONA CUANDO TERMINES!**

!!

Proyecto apoyado por

