



**“Si no puedes  
fallar, no puedes  
aprender”**

Eric Ries

**En un momento Comenzamos**

# “Emprendimiento Exitoso”

## Construcción del producto mínimo viable

---

Dirección de Desarrollo Empresarial y Asistencia Técnica  
Dirección General Adjunta de Promoción Institucional



Mayo  
2022



# Dinámica de la sesión digital

1. Usemos el chat para interactuar de manera positiva y puntual.
2. La atención a sus preguntas será únicamente a través del módulo preguntas y respuestas – **Q&A** –
3. El conferencista dará lectura a los comentarios y preguntas y guiará las dinámicas entre empresarios.
4. Agradecemos contestar nuestra encuesta de satisfacción.
5. Los materiales didácticos del presente programa serán compartidos con usted únicamente durante la realización del evento, mediante un enlace para su descarga. El material no podrá ser compartido por otro medio posteriormente



## ¡Iniciemos!



# Ponente

## *Violeta Pérez Gómez*



Es Licenciada en Administración de Empresas y cuenta con una maestría en Ingeniería en Innovación y Tecnología con Especialidad en Dirección de Operaciones y gestión de proyectos.

Consultora en programas de incubación para emprendedores.

Emprendedora social desde hace más de 5 años. Es estratega y analista de datos además entrenadora de equipos comerciales

Actualmente forma parte de la Red de Consultores para Mipymes de la Dirección de Desarrollo Empresarial y Asistencia Técnica de Nacional Financiera, S. N. C.

# Programa



## Emprendimiento Exitoso



# Objetivo

## Módulo 2



Diseñar el modelo de negocio y el prototipo, que permita experimentar con los primeros clientes, conociendo las bondades del proyecto, su nivel de aceptación y posibles cambios.

# Temario



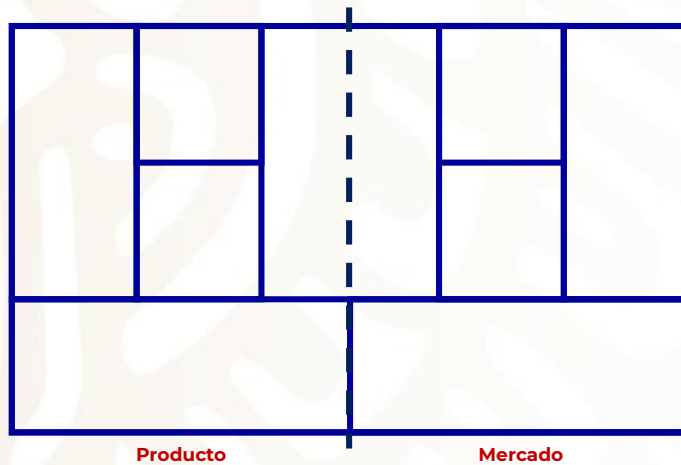
- I. Introducción**
- II. Modelo de negocios**
  - 1. Lean Canvas
  - 2. ¿Cómo hacer un Lean Canvas?
- III. Producto mínimo viable**
  - 1. Utilidad del PMV
  - 2. Reiteraciones y pivoteos
  - 3. ¿Cómo empezar?
  - 4. Reducir el PMV
- IV. Conclusiones**

# I. Introducción





# Lean Canvas



## PRODUCTO MÍNIMO VIABLE



## II. Modelo de Negocios

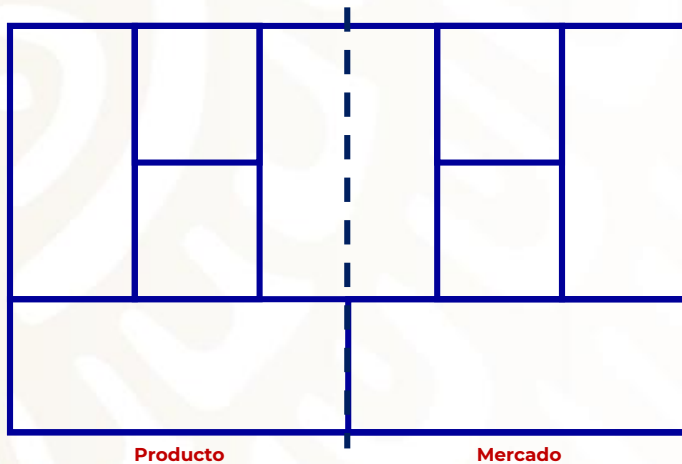


# Lean Canvas



## Haz tu Canvas rápido

Plasmar lo que tenemos en la cabeza en ese momento, en menos de 15 minutos



## Puedes dejar partes en blanco

Puedes poner cualquier cosa o dejar en blanco un apartado. Puede indicar que dichos apartados requieren atención especial



## Necesitas ser conciso

El *Canvas* debe contener la esencia. Se breve y concreto



## Piensa en el ahora

No se trata de predecir el futuro. Piensa en el aquí y ahora



## Enfócate en el cliente

*Running Lean* se enfoca en el cliente

# Lean Canvas



# ¿Cómo hacer un Lean Canvas?



***Cuando analizas el problema,  
también te lleva a definir los clientes***

## Problema

3 principales problemas

1  
2  
3

Empieza con el principal problema de los 3 requeridos

Puedes detectar problemas, analizando los trabajos que el cliente necesita realizar



Enlista las alternativas existentes

Documenta cómo crees que tus early adopters solucionan esos problemas actualmente.

## Segmento de clientes

Cliente objetivo



Identifica otros roles de usuario

Identifica cualquier otro rol de usuario que interactuará con este cliente.



Enfócate en los posibles early adopters

El objetivo es definir al early adopter, no al cliente habitual.



# ¿Cómo hacer un Lean Canvas?

## Propuesta única de valor

Mensaje sencillo, claro y atractivo que resuma por qué nuestro producto es diferente y por qué merece la pena comprarlo

*¿Por qué somos diferentes y por qué merece la pena que nos presten atención?*



1

**Que tu diferencia sea relevante**



2

**Busca early adopters**

Tu producto aún no está listo para el usuario habitual



3

**Céntrate en ventajas finales**

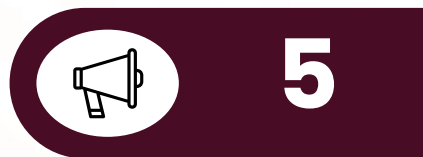
Recaltar las ventajas que podrás obtener después de usar tu producto



4

**Elige con cuidado tus palabras para ser dueño de ellas**

Unas cuantas palabras clave que utilices constantemente mejora tu posicionamiento en los motores de búsqueda (SEO)



5

**Responde: qué, quién y por qué**

Qué es tu producto, por qué debe usarlo y quién es tu cliente



6

**Analiza otras propuestas únicas de valor**

Analiza las marcas que te gustan

# ¿Cómo hacer un Lean Canvas?



## Propuesta única de valor

Mensaje sencillo, claro y atractivo que resuma por qué nuestro producto es diferente y por qué merece la pena comprarlo



### Céntrate en ventajas finales

Recalcar las ventajas que podrás obtener después de usar tu producto.

### Receta para idear una Propuesta única de valor (Dane Maxwell)

**Titular claro e instantáneo = Resultado final que el cliente desea**

- + **Periodo de tiempo específico**
- + **Tratamiento de los «peros»**

### Ojo

El segundo y tercer elementos de la fórmula anterior deben aplicarse siempre que se pueda, pero no son imprescindibles

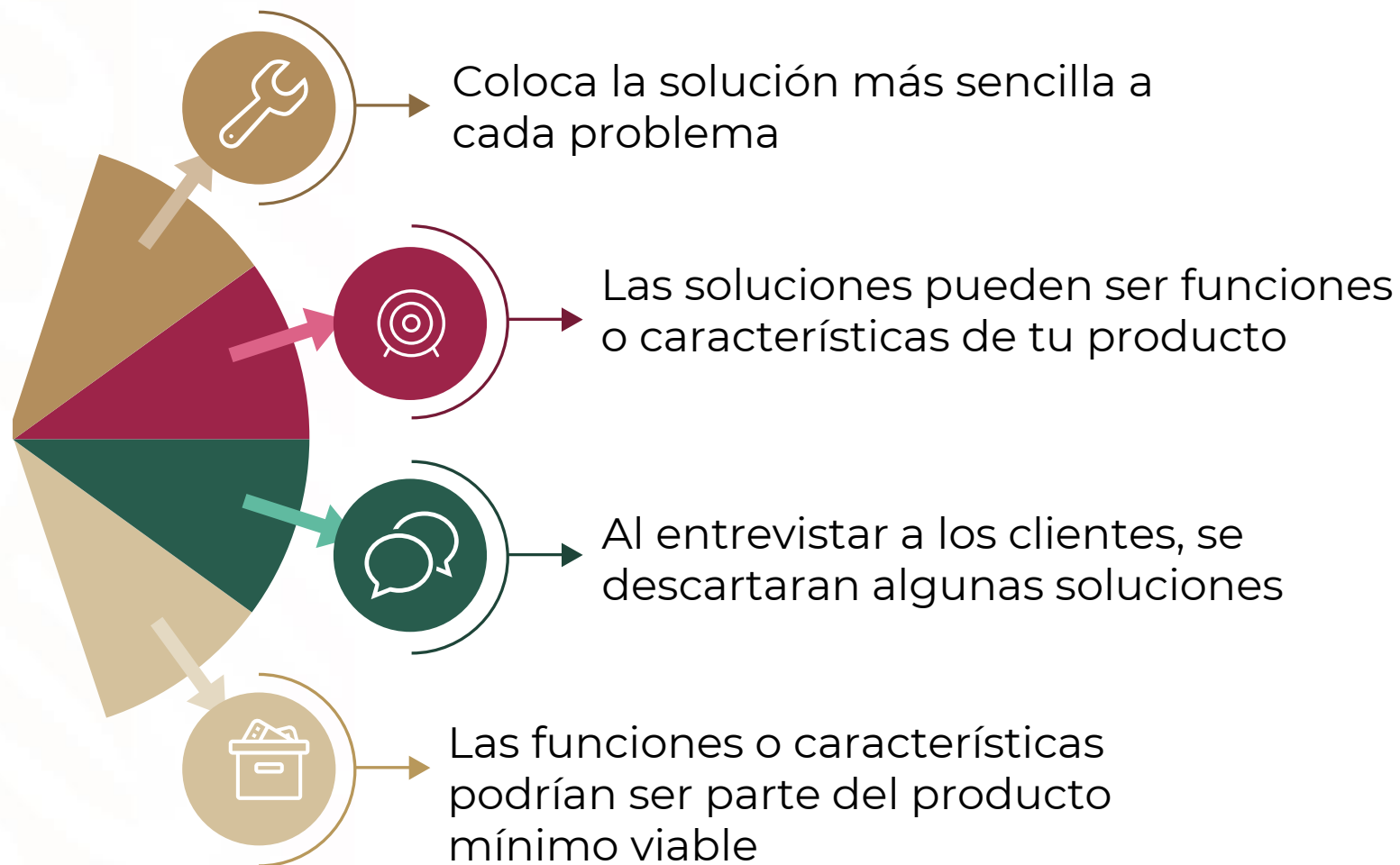
### Ejemplo:

Tenemos para ti todos los productos que necesitas.  
¿Quieres comprobarlo?

# ¿Cómo hacer un Lean Canvas?

## Solución

3 principales funciones o características



# ¿Cómo hacer un Lean Canvas?

## Canales

El camino al cliente



# ¿Cómo hacer un Lean Canvas?



## Estructura de costes

Determina el costo de tu producto o servicio

Calcula el punto de equilibrio

Monitorea tus costos constantemente



El costo se compone:  
Materia prima, mano de obra y gastos de operación

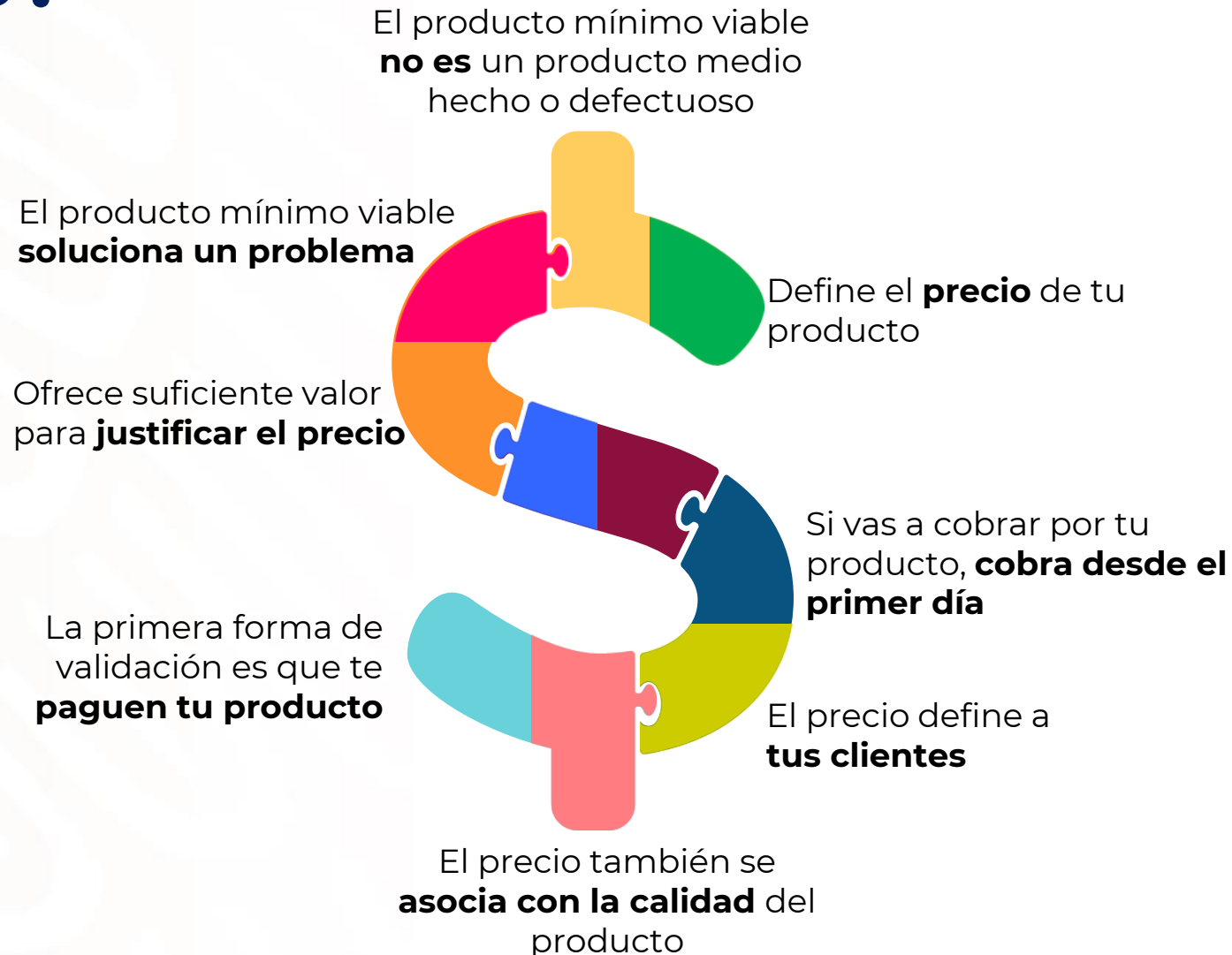
El costo es la base para fijar precios



# ¿Cómo hacer un Lean Canvas?



## Flujos de ingresos



# ¿Cómo hacer un Lean Canvas?

## Métricas clave

Actividades clave que medimos



# nuevos clientes  
Ventas  
Gastos

# ¿Cómo hacer un Lean Canvas?

## Ventaja competitiva injusta

Actividades clave que medimos



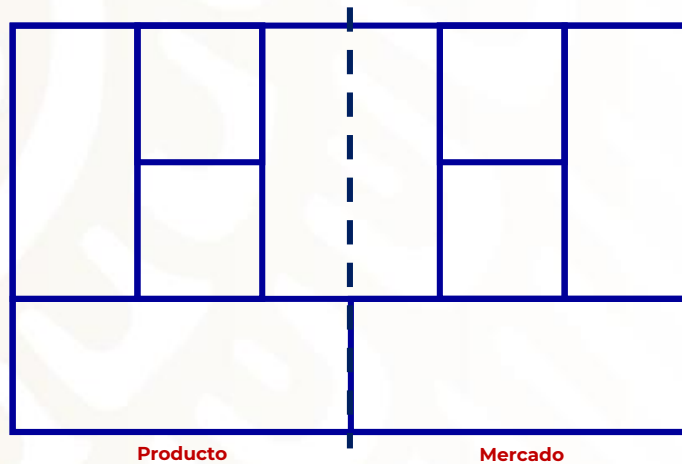
Ventaja del negocio que actúa como barrera de entrada y que es muy difícil de copiar; no es replicable por los competidores.



Se denomina injusta porque proporciona una ventaja en su área de negocio.

# Ejercicio

Elabora tu lean Canvas



- Contesta lo que puedas
- Deja en blanco lo que no puedas contestar ahora.

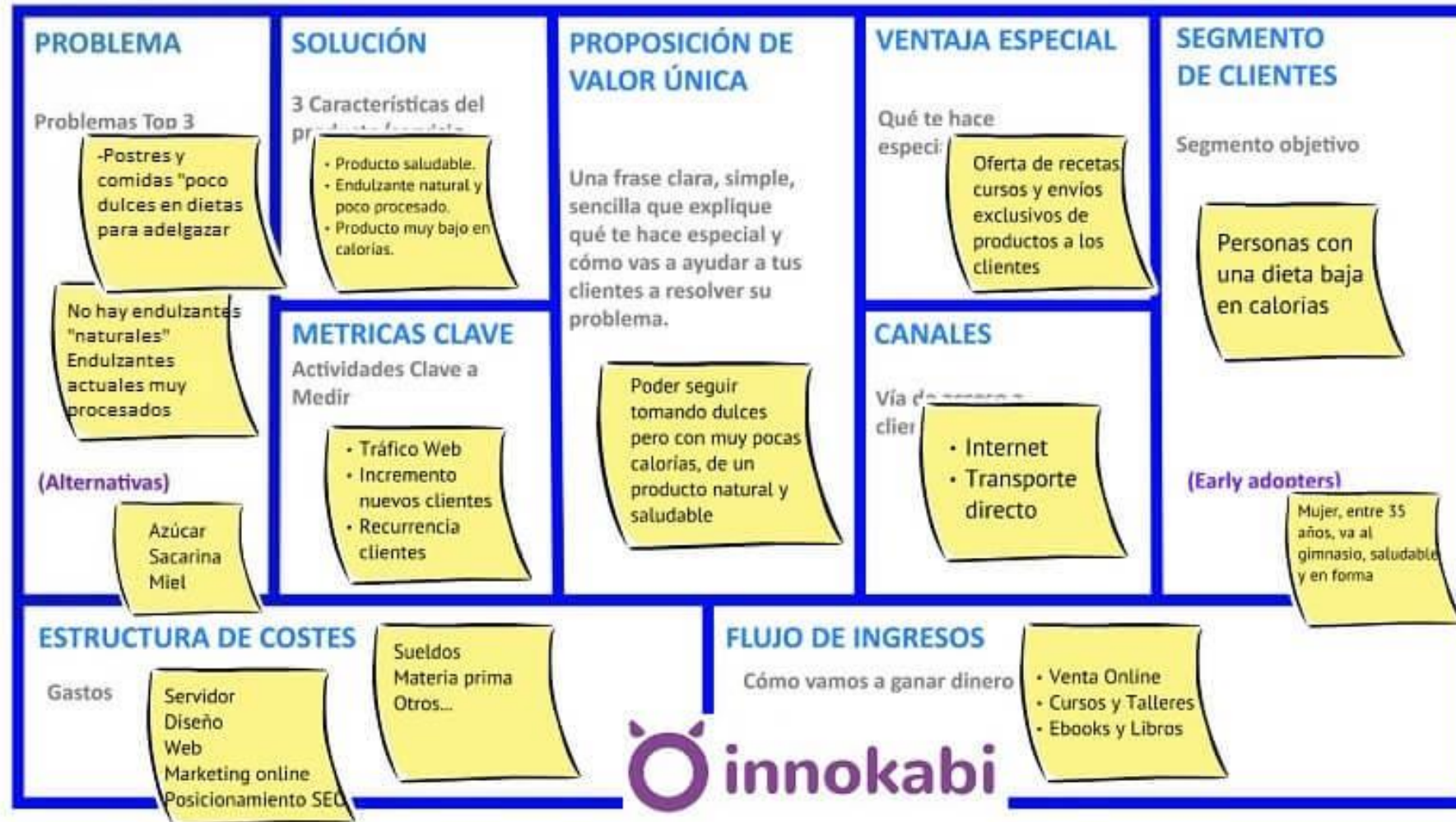
# Ejemplo: producto



## EJEMPLO INNOKABI DEL LIENZO LEAN CANVAS

www.innokabi.com

@innokabi



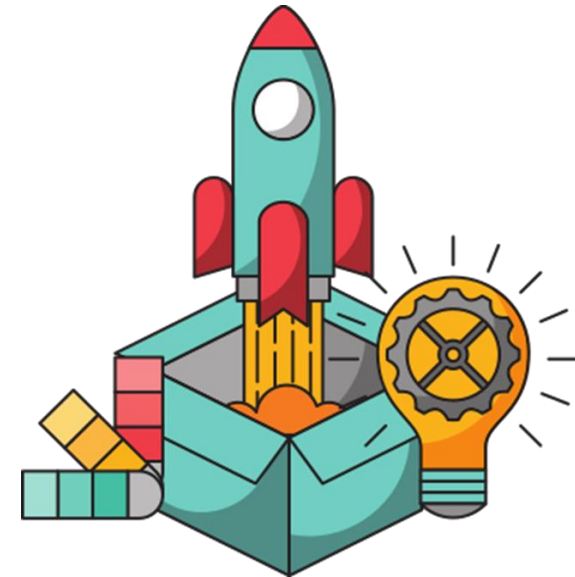


# III. Producto mínimo viable



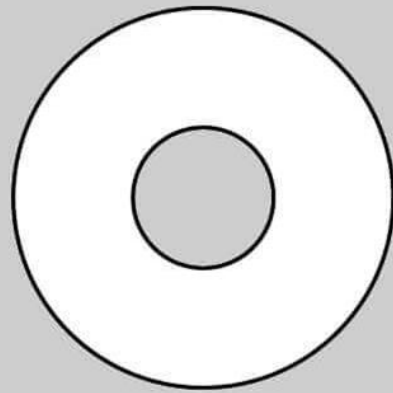
## ¿Cuál es tu producto mínimo viable?

- Una presentación
- Un programa
- Una maqueta
- Un producto
- Un video

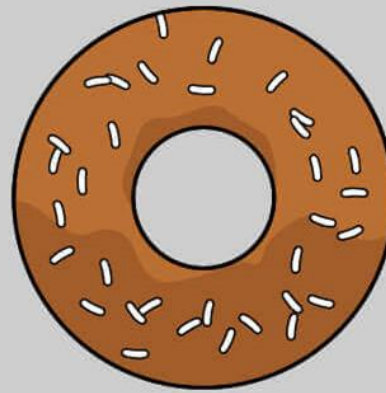


[Contestar en el chat](#)

# Producto mínimo viable



**PROTOTIPO**



**MVP**



**PRODUCTO FINAL**

# Producto mínimo viable



Es la versión mínima de un nuevo producto, que incluye las características básicas para satisfacer las necesidades de los clientes

**Early adopters**

**Recolectar la mayor cantidad de información validada**

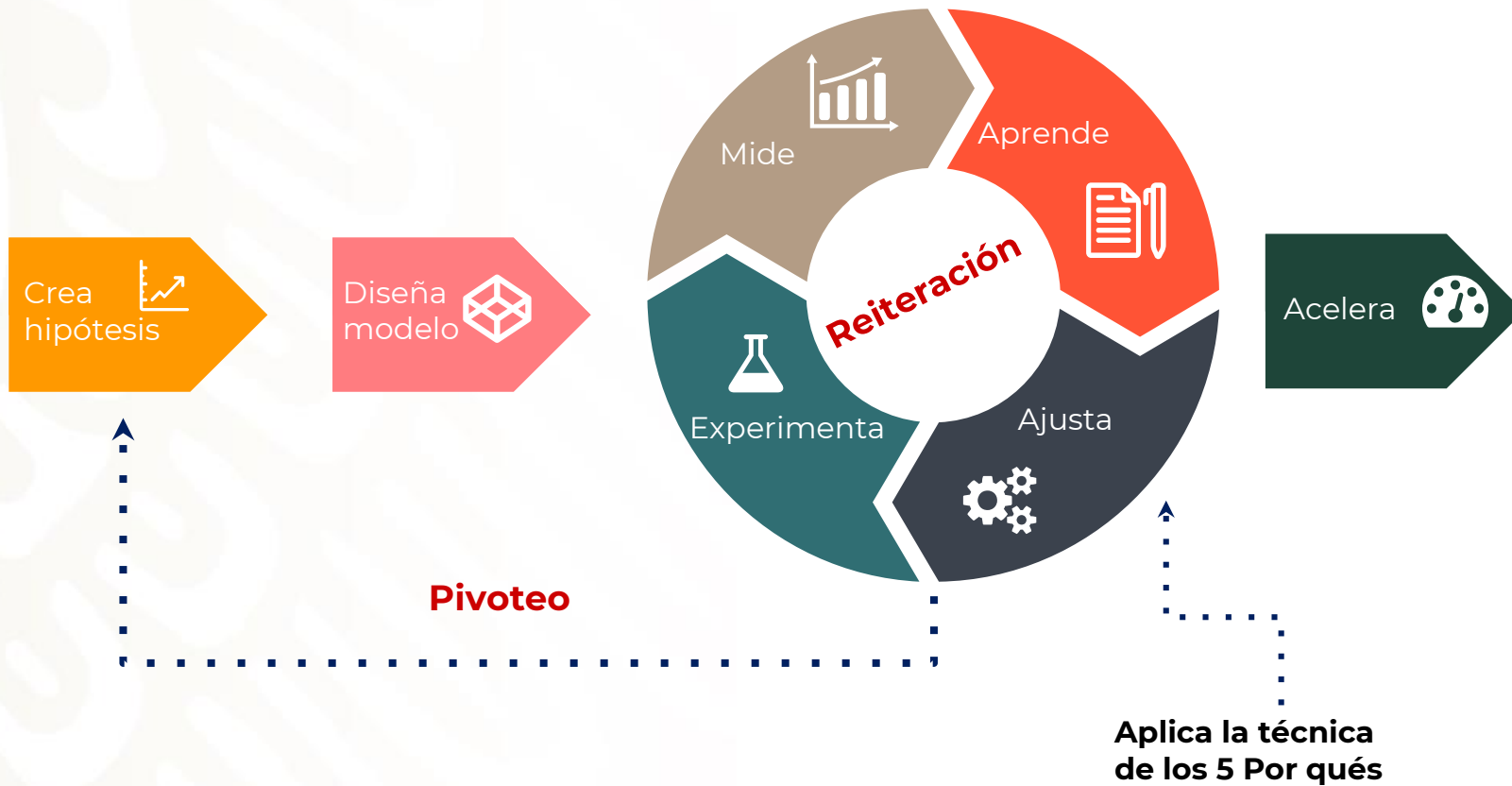
**Mejorar el producto lo antes posible, con el fin de lanzarlo a un público más amplio**

# Utilidad del PMV



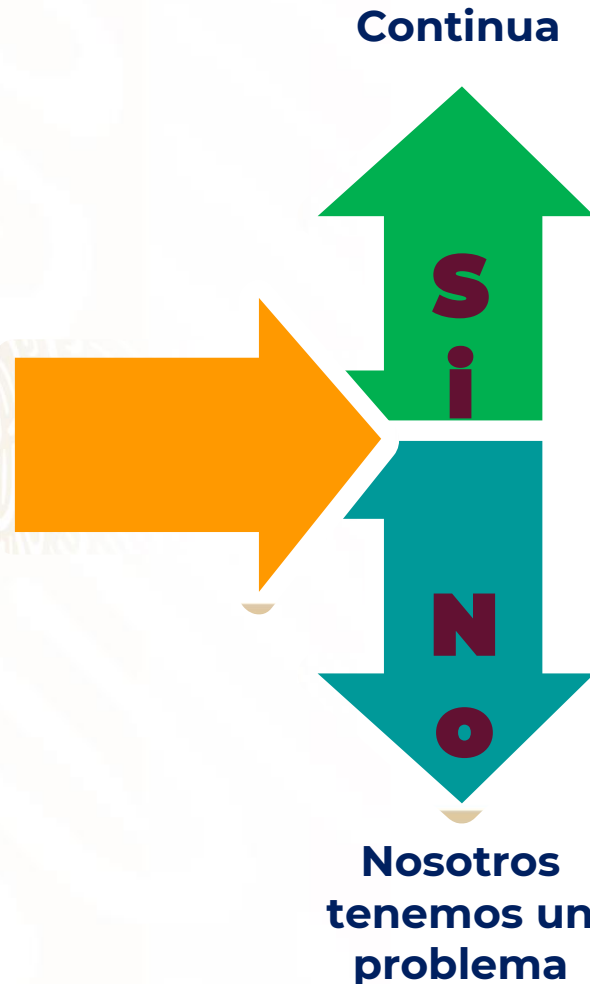


# Producto mínimo viable



# Hipótesis

**¿Existe un grupo de usuarios con el problema que nuestro producto o servicio pretende solucionar?**



Buscamos testear nuestras hipótesis sobre nuestra visión del producto

Buscamos comprobar que hemos encontrado un problema por el que los early adopters están dispuestos a pagar para tener una **solución**



# Reiteraciones y pivoteos

## Reiteración

Es un pequeño cambio en un producto, servicio o negocio que permite agregar valor en un plazo breve



## Pivoteo

Un pivote es un tipo especial de cambio, diseñado para probar una nueva hipótesis fundamental sobre el producto, el modelo de negocio y el motor del crecimiento.



Llegaste a un callejón sin salida y la única opción es girar hacia otro lado. Esa variación en la estrategia de tu empresa, es lo que se llama Pivotar.

**¿Cuándo reiterar y cuándo pivotar?**

# ¿Cómo empezar?



Entrevista a tus clientes

Diseña una página web (landing page)

Informas que el producto/servicio está en desarrollo y le invitas a que deje su email

 **Producto mínimo viable**

Prototipo

Maquetas que recrean tus productos

Videos donde muestres tu producto

Presentación PPT explicando el producto

# Entrevista a tus clientes

## ¿Por qué debes entrevistar a tus clientes?



La manera más rápida de aprender es **hablar con los clientes**.



Las entrevistas con clientes sirven **para explorar lo que no sabes que no sabes**.



El mejor aprendizaje inicial nace de **preguntas abiertas**.



El **lenguaje corporal** da tantas pistas sobre el ajuste problema/solución como las propias respuestas.



Es común que los clientes mientan en las entrevistas, a veces debido a que **hay cosas que no saben o no les importan**.



La entrevista con el cliente es una forma de **validación cualitativa** muy eficaz a la hora de detectar indicios sólidos a favor o en contra de hipótesis utilizando una muestra de tamaño «razonablemente» pequeño.



# Entrevistas sobre el PMV



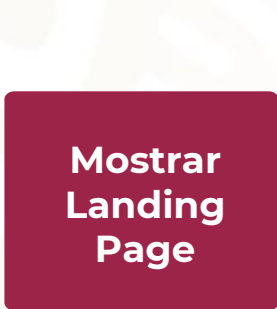
## Preparación



2 min.

Sienta las bases de la entrevista

## Test de flujo de adquisición



2 min.

Testea la PUV



3 min.

Pon a prueba tus precios

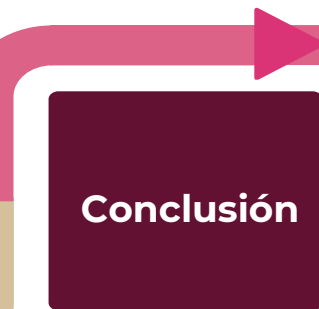
## Test de proceso de activación



15 min.

Testea la solución

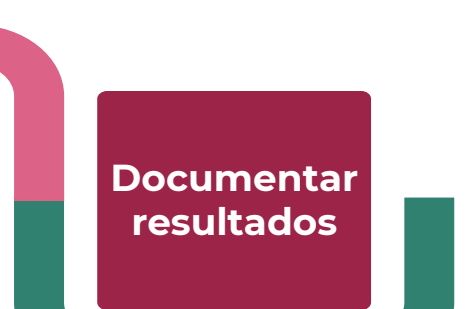
## Autorización de seguimiento



2 min.

Deja abierta la retroalimentación

## Documentación de resultados



5 min.

Las primeras entrevistas sobre el PMV hazlas en persona

# Entrevistas sobre el PMV



**Bienvenida**



Sienta la bases de la entrevista



## Mostrar la Landing page

Aplica un test de cinco segundos para probar la llamada a la acción y la navegación por el sitio web.

El cliente observa la página y comenta

¿Queda claro qué ofrece el producto?

¿Qué harían ustedes a continuación?

# Entrevistas sobre el PMV



## Mostrar la Página de precios

El cliente navega por toda la página web y debe llegar a la lista de precios

Este es el modelo de precios con el que hemos decidido lanzar el producto.

**¿Qué le parece?**

**Escucha lo que dice, pero observa su lenguaje no verbal**



## Registro y activación

Pide al entrevistado que se registre y observa cómo sigue el proceso de activación.

¿Le sigue interesando probar este servicio? Puede lograrlo haciendo clic en el botón «Registrarse».

Nos sería muy útil si pudiéramos observar cómo completa el proceso de alta. ¿Le parece bien?

**Observa a tu cliente**

# Entrevistas sobre el PMV



## Conclusión

El entrevistado habrá completado el proceso de alta y tú habrás detectado una serie de **problemas de usabilidad** que era necesario solucionar.

Sigue preguntándole a tu cliente:

¿Qué les ha parecido el proceso?

¿Hay algo que se pueda mejorar?

¿Saben qué es lo que tienen que hacer a continuación?

Recalcar si tienen cualquier pregunta o encuentran algún problema, llamen o envíen un mensaje, por favor.

¿Les parece bien que cuando lleven unos días usando la herramienta: una semana, los contactemos nuevamente?



## Documentar resultados

Registra los resultados inmediatamente que terminas con el cliente, ya que tienes la información fresca.

Anotar los tres problemas principales que hayas identificado.

# Reducir el PMV



Acotar el alcance del PMV, reduciéndolo a su esencia para limitar el desarrollo al mínimo posible.



*Borra la pizarra. No hagas tu PMV cómo crees que deba hacer. Comienza desde cero y justifica cada función o característica.*



*Comienza por el problema número uno.*



*Elimina las cosas innecesarias y las cosas que simplemente «no estaría mal» tener.*



*Repite el paso 3 para las “maquetas” de los problemas números dos y tres.*



*Ten en cuenta otras funciones y características solicitadas por el cliente.*

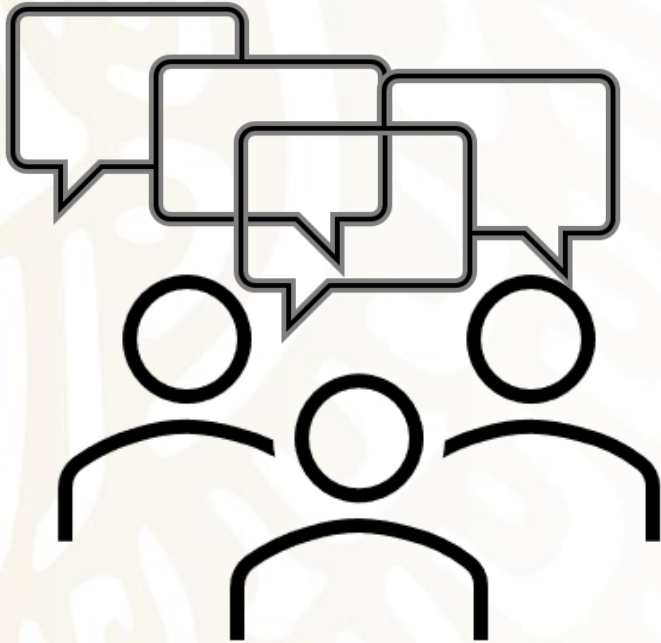


*Di que el servicio es de pago desde el día uno, pero no empieces a cobrar hasta el día 30.*



*Céntrate en el aprendizaje, no en la optimización.*





## Reflexionemos:

- **¿Cuál sería mi producto mínimo viable?**
- **¿Cuánto tiempo necesito para hacer mi producto mínimo viable?**
- **¿Hay personas que puedan estar interesadas en usar tu producto?**

**Contestar en el  
chat**

# Sesión de preguntas





# Tu opinión es valiosa:

## Encuesta

## IV. Conclusiones



# Recomendaciones

Haz tu modelo  
de negocio

Haz tu  
producto  
mínimo viable

Lanza tu  
producto tan  
pronto sea  
posible

Actualiza tu  
modelo  
periódicamente



# Bibliografía recomendada

- El método Lean Startup: Cómo crear empresas de éxito utilizando la innovación continua (Deusto) de Eric Ries y Javier San Julián
- Running Lean Ash Maurya
- Lean Series Ash Maurya
- Generación de modelos de negocio, Alexander Osterwalder, Yves Pigneur.

# Descarga los materiales de la sesión



# Te invitamos a las siguientes capacitaciones:

 **nacional financiera**

CAPACITACIÓN EN LÍNEA

**EMPRENDIMIENTO EXITOSO**

Al finalizar el programa los participantes conocerán herramientas prácticas y ágiles para diseñar un negocio rentable y socialmente responsable.

 18, 19, 25 y 26 de mayo 2022

 Horario: 09:30 hrs y 16:30 hrs

 Registro matutino

 Registro vespertino

**¡APRENDE Y EMPRENDE!**

 **Dirigido a:**  
Emprendedores y empresarios

 **Módulos:**  
I. Metodologías ágiles para nuevos productos y servicios  
II. Construcción del producto mínimo viable  
III. Régimen simplificado de confianza ¿Qué debo saber de RESICO?  
IV. Calificas para un crédito



## III. Régimen simplificado de confianza ¿Qué debo saber de RESICO?

25 May 2022

## IV. Calificas para un crédito

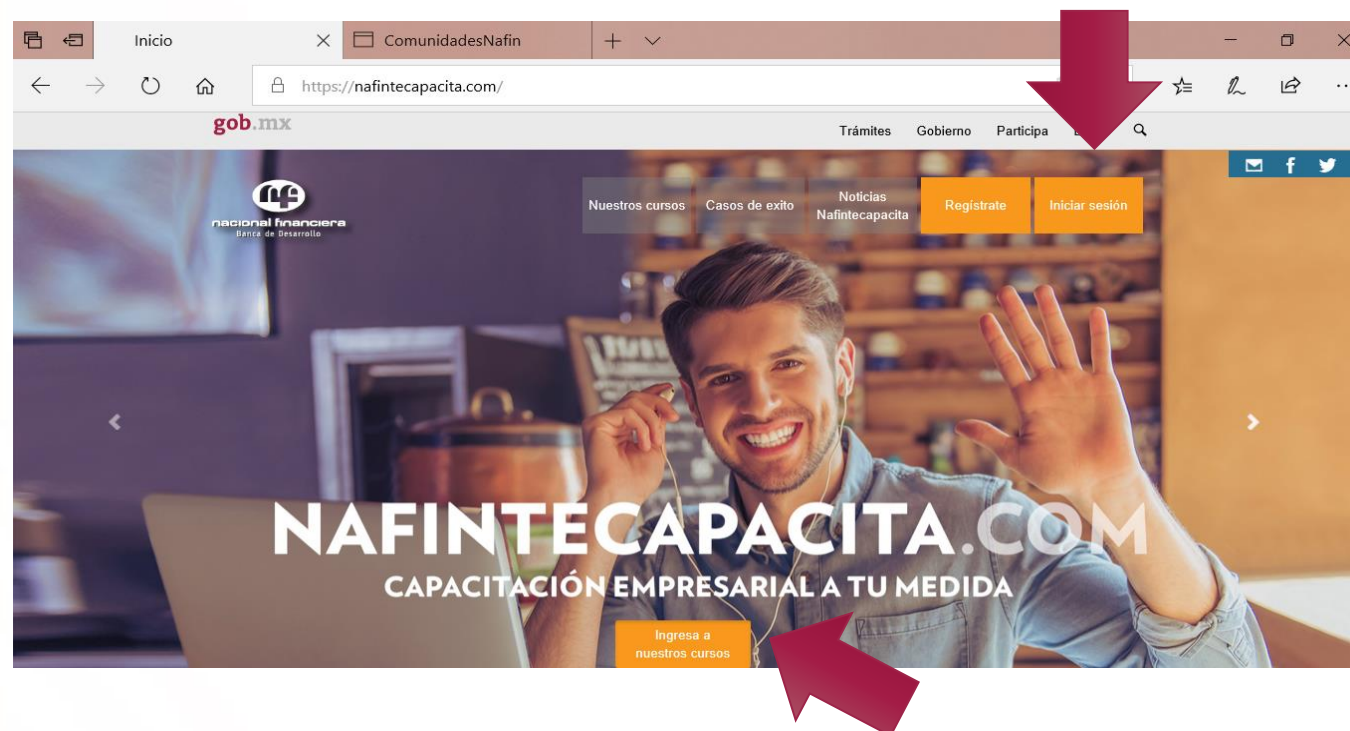
26 May 2022

# Ingresa

[www.nafintecapacita.com](http://www.nafintecapacita.com)



- 1 Aún no estás registrado:
  - Da clic en "Regístrate".
  - Incorpora los datos solicitados.
- 2 Estás registrado:
  - Da clic en "Iniciar sesión".
  - Ingresa tu mail y contraseña.



En caso de tener alguna duda del funcionamiento de la plataforma te invitamos a ingresar a este video tutorial:  
<https://drive.google.com/open?id=14TJvzljLXIlla9RnNNtKhjdxXec0rsA>

**Usa el navegador Google Chrome para mejorar tu experiencia.**

# ¿CÓMO CONTACTARNOS?



[ayuda@nafintecapacita.com](mailto:ayuda@nafintecapacita.com)



[nafin.com](http://nafin.com) o [gob.mx/nafin](http://gob.mx/nafin)  
[nafintecapacita.com](http://nafintecapacita.com)



800 NAFINSA (623-4672)



**/NAFINSA**  
Capacitación Empresarial Nafin



**/NafinOficial**  
**/CE\_Nafin**



**/Nafin**