

# A S I G N A T U R A

## FORMACION PARA EMPREENDEDORES UNIVERSITARIOS

RESOLUCION N°644/11 C.S.

Para Estudiantes de todas las carreras de la UNNE

CULTURA  
EMPREENDEDORA

OPORTUNIDAD

COMPETENCIAS  
EMPREENDEDORAS

IDEAS

ESPIRITU  
EMPREENDEDOR



# OBJETIVOS DE HOY

**ADQUIRIR UNA HERRAMIENTA** que les permitirá desarrollar y/o evaluar el modelo de negocio de su emprendimiento.

**ENTENDER** de forma gráfica cómo un emprendimiento crea, entrega y captura valor.

**DETECTAR OPORTUNIDADES,** y definir alternativas a un negocio establecido o por implementarse

«Detrás de una  
oportunidad existe  
siempre una idea,  
pero no siempre una  
buena idea es una  
oportunidad de  
negocios»



# Oportunidad de Negocio Exitosa



- CONOCER Quién es tu cliente,
- Qué problema tiene y
- Qué propuesta de valor le vas a ofrecer.

# MODELO LEAN CANVAS



# START UP

“Experimento que busca encontrar un modelo de negocio escalable”

“Es una gran empresa en su etapa temprana”

# LEAN CANVAS

**Herramienta  
que sirve para  
trabajar una  
idea de negocio  
desde su origen  
hasta la puesta  
en marcha**

# LEAN CANVAS

Permite  
 identificar de  
 forma visual y  
 esquemática  
 los elementos  
 del negocio



# FORMADO POR

**Metodología  
Startup**



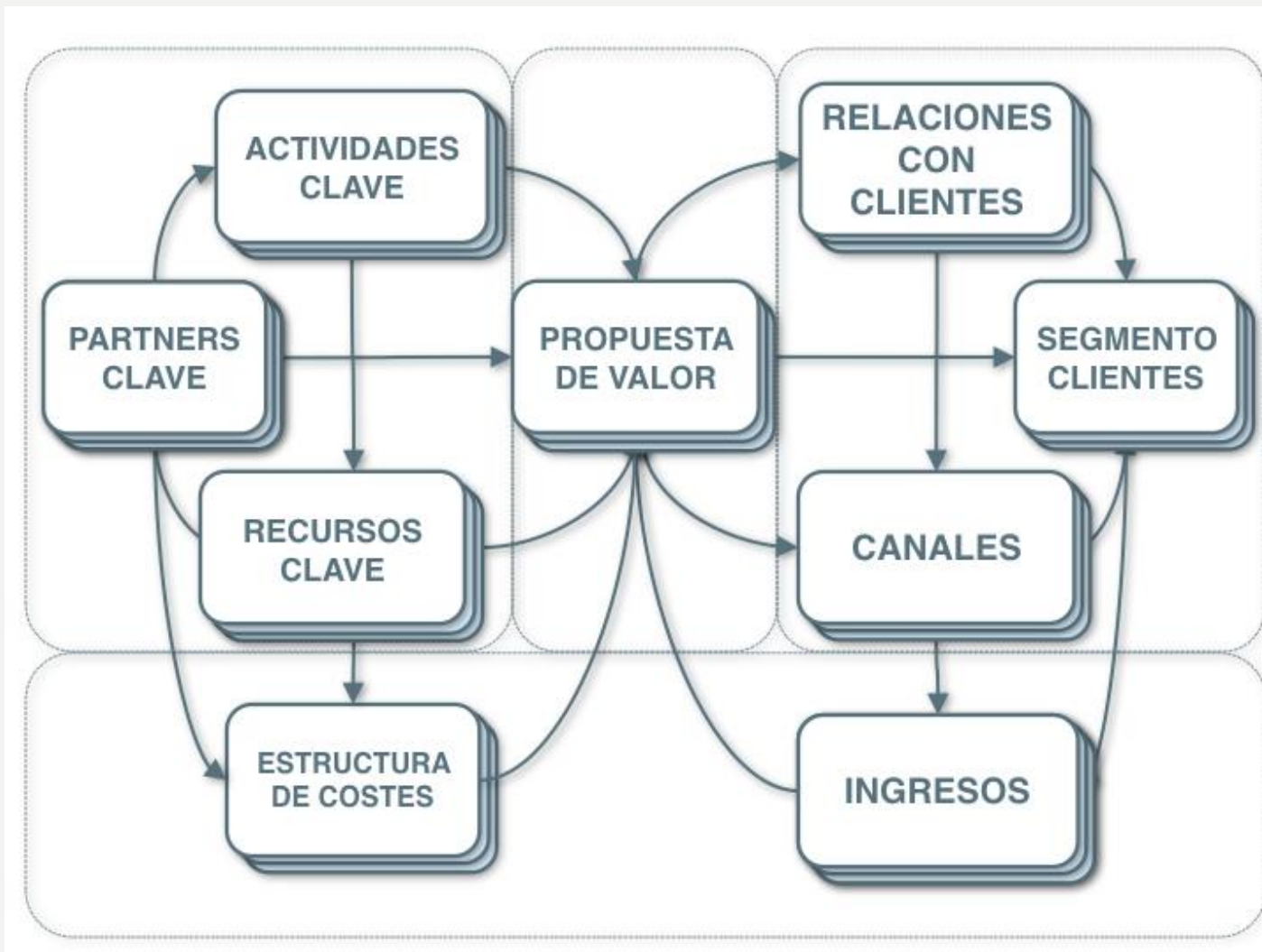
**Business Model  
Canvas**

# METODOLOGÍA STARTUP

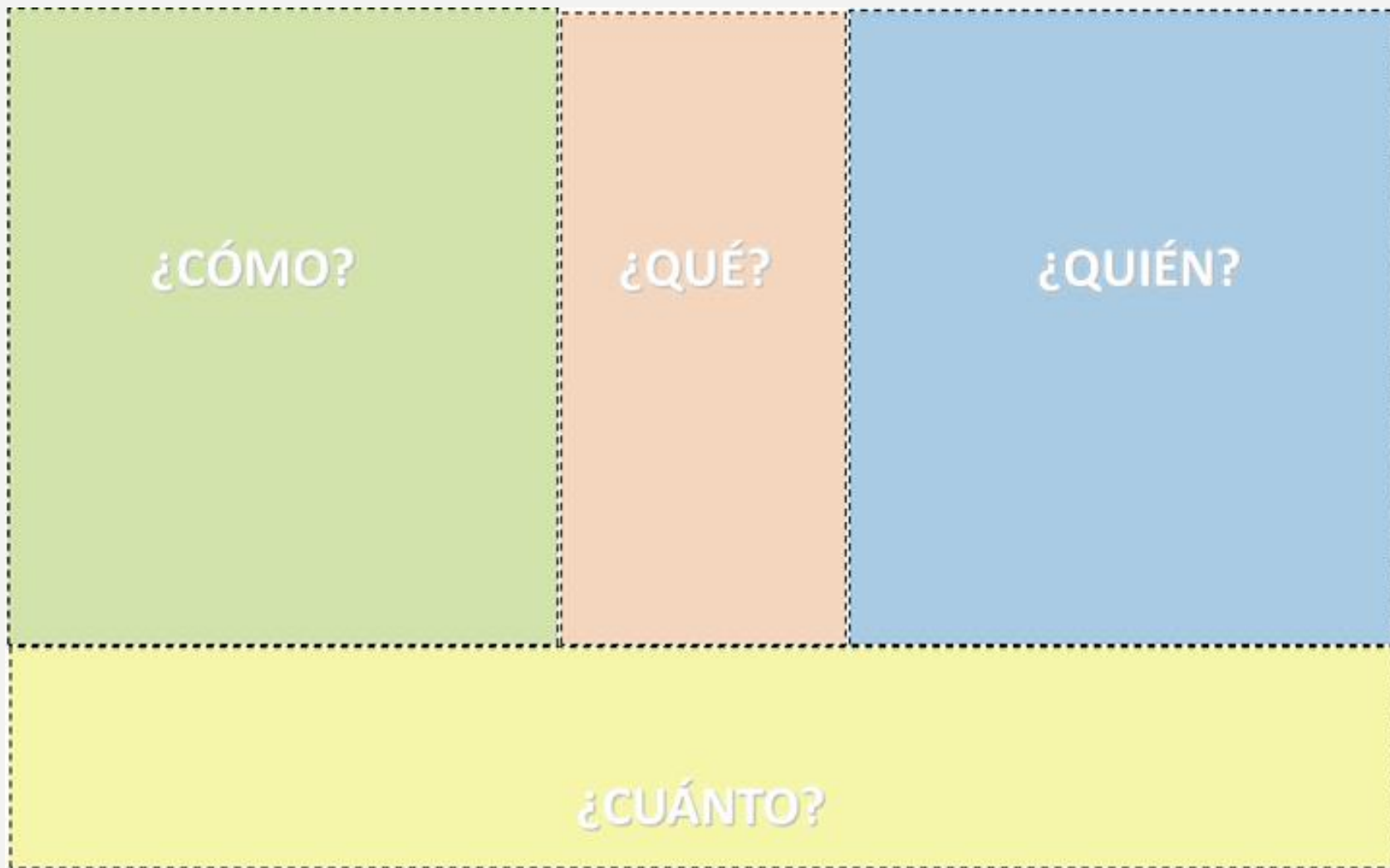


LEAN  
STARTUP

# BUSINESS MODEL CANVAS



# LEAN CANVAS



# LEAN CANVAS



# 1. SEGMENTO DE CLIENTES

Identificar a los destinatarios del producto,  
específicamente a los **EARLY ADOPTERS**



# 1. SEGMENTO DE CLIENTES

## CRITERIOS

- Edad
- Sexo
- Ubicación geográfica
- Nivel socioeconómico
- Gustos
- Intereses



# 1. SEGMENTO DE CLIENTES

“Mi mercado es todo el mundo”

“Mis clientes son todos”

“Todos quieren mi producto”



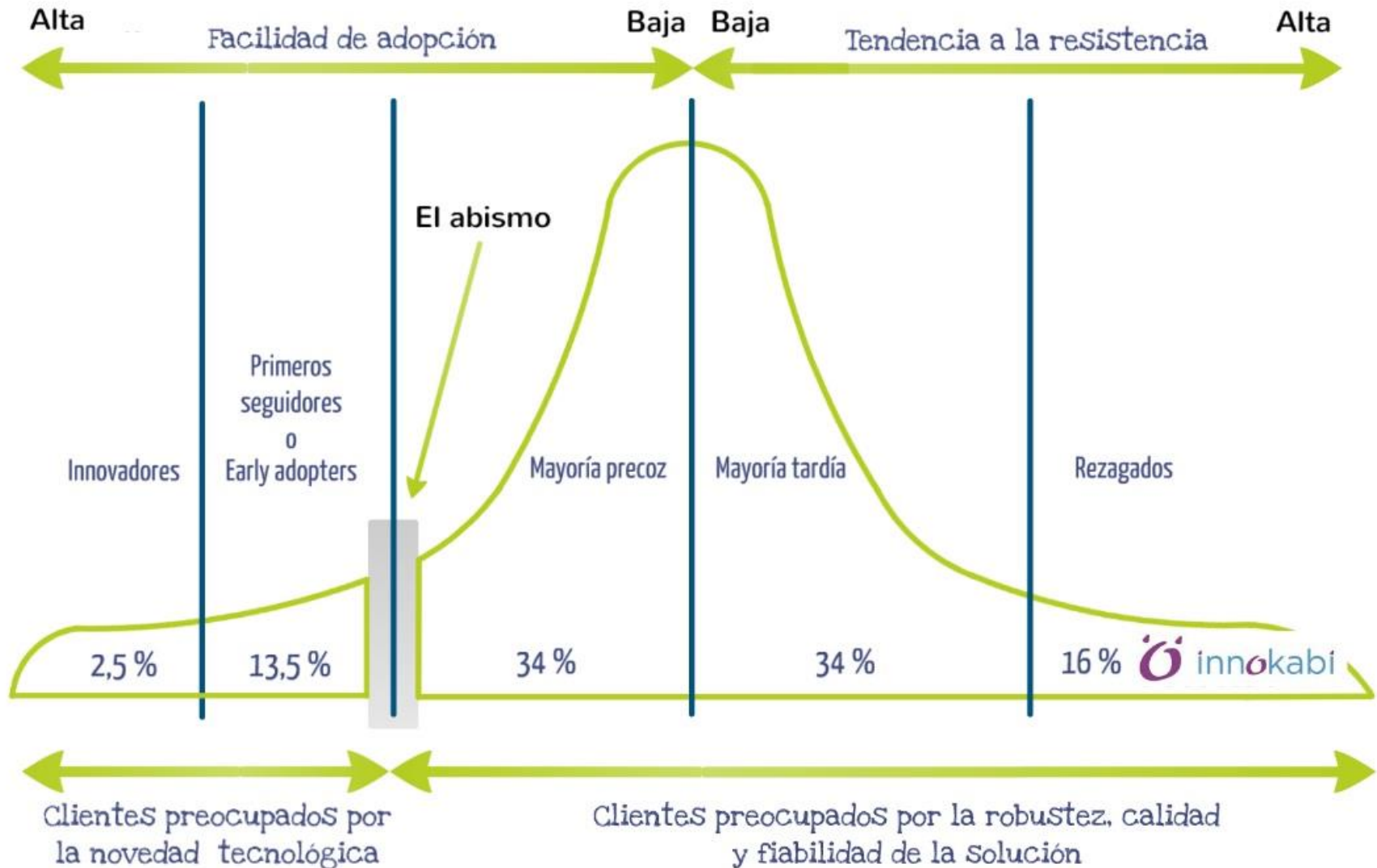
# 1. SEGMENTO DE CLIENTES

## EARLY ADOPTERS

Los Early Adopters son aquellas personas que **PRIMERO** comprarán el producto/servicio de tu Startup, incluso aunque no esté completamente terminado.

# 1. SEGMENTO DE CLIENTES

## EARLY ADOPTERS



# 1. SEGMENTO DE CLIENTES

## EARLY ADOPTERS

Cuando una empresa está naciendo, no debe intentar satisfacer a todo el mundo.



## 2. PROBLEMA

“Los productos se venden porque resuelven un problema, solucionan una necesidad o satisfacen una pasión”



# ¿DE DÓNDE VIENEN LOS PROBLEMAS?

## Necesidad

- Son estados de carencia innatos del hombre.

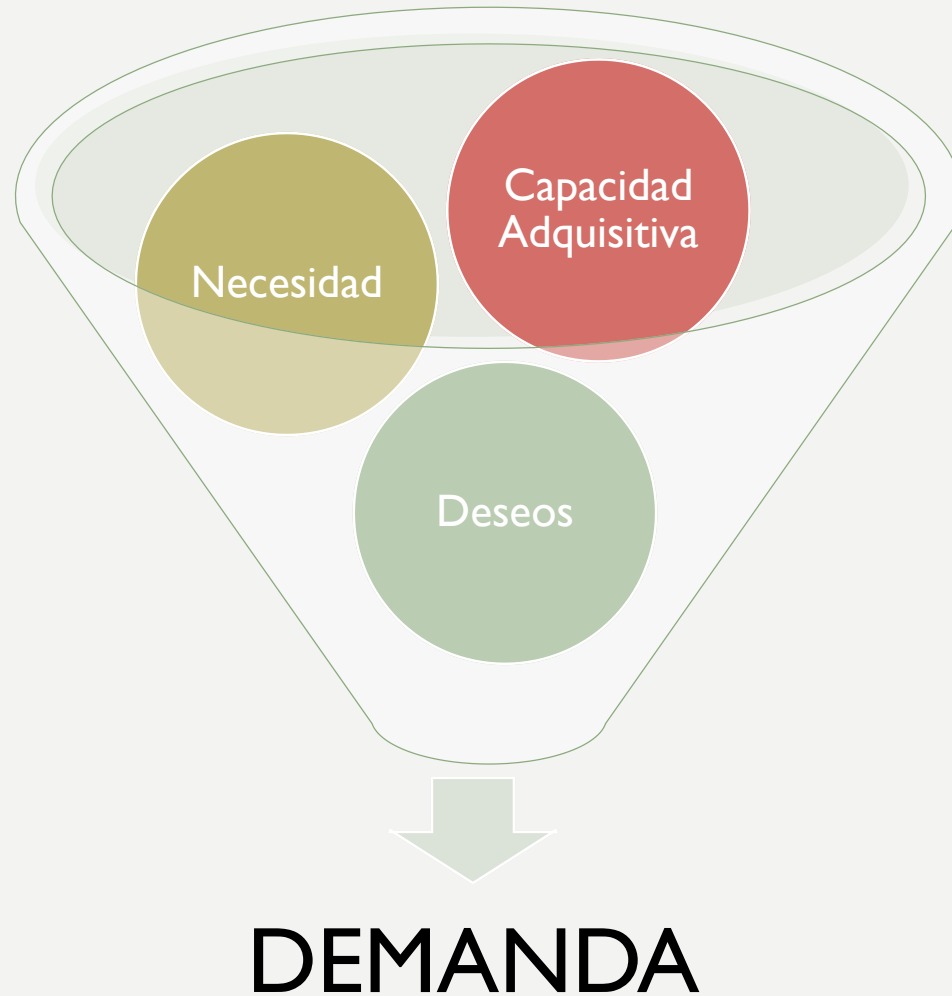
## Deseo

- Son las formas que adoptan las necesidades humanas una vez determinadas por la cultura y la personalidad del individuo.

# ¿DE DÓNDE VIENEN LOS PROBLEMAS?



## 2. PROBLEMA



## 2. PROBLEMA



## 2. PROBLEMA

*Es uno de los aspectos más complicados de averiguar y más críticos, porque a veces los clientes no saben lo que quieren.*



## 2. PROBLEMA

### IMPORTANTE

- Tener cuenta que **no se ofrecemos productos o servicios, sino SOLUCIONES.**
- Determinar cómo de doloroso es el problema.



# 3. PROPUESTA DE VALOR

- El valor es la diferencia entre lo que el cliente recibe por poseer y utilizar un producto y el costo de obtención de ese producto



# 3. PROPUESTA DE VALOR

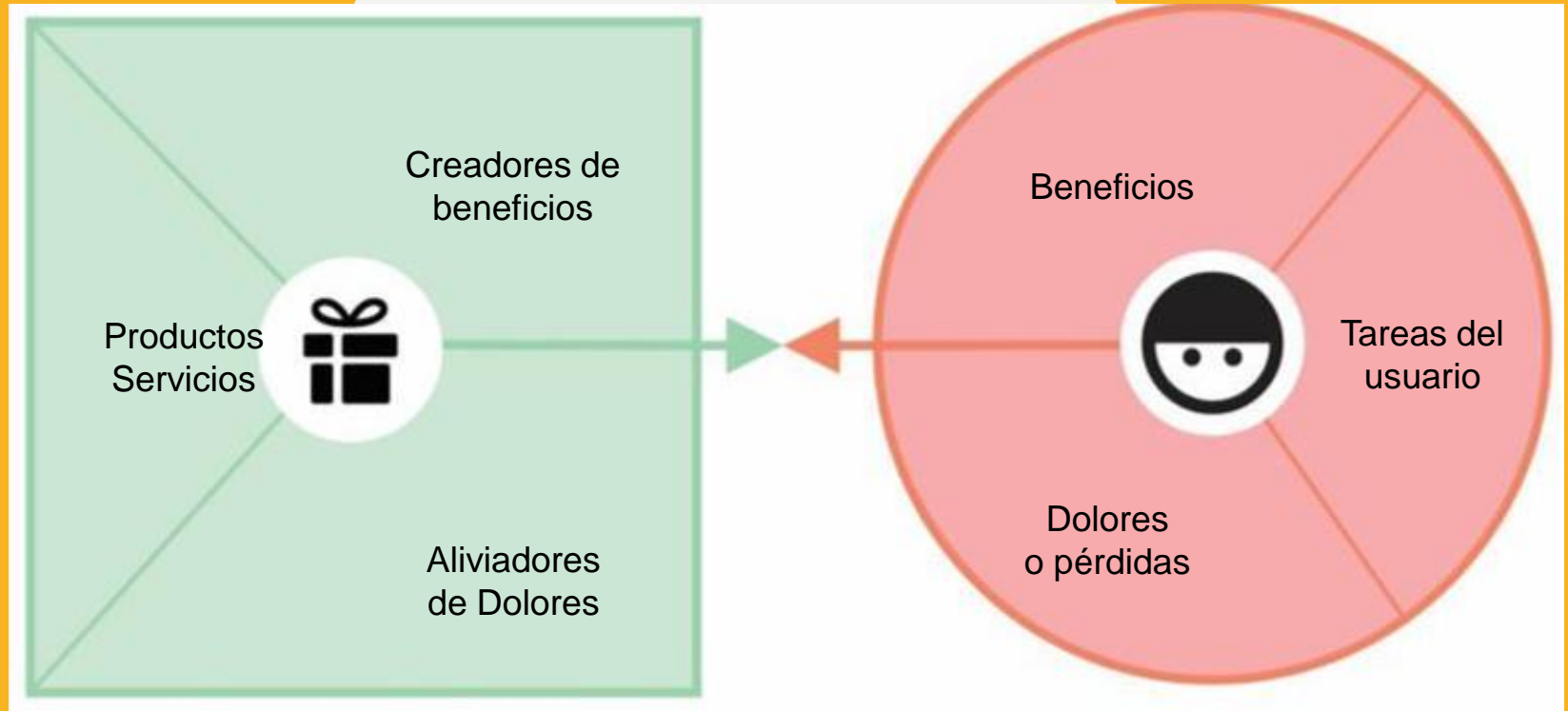
¿Qué **ESPERAN** los clientes de nuestros productos/servicios?

¿Dónde agregamos **VALOR**?

¿Por qué deberían **ELEGIRNOS**?

¿Qué problemas o «**DOLORES DE CABEZA**» evitamos?

# 3. PROPUESTA DE VALOR



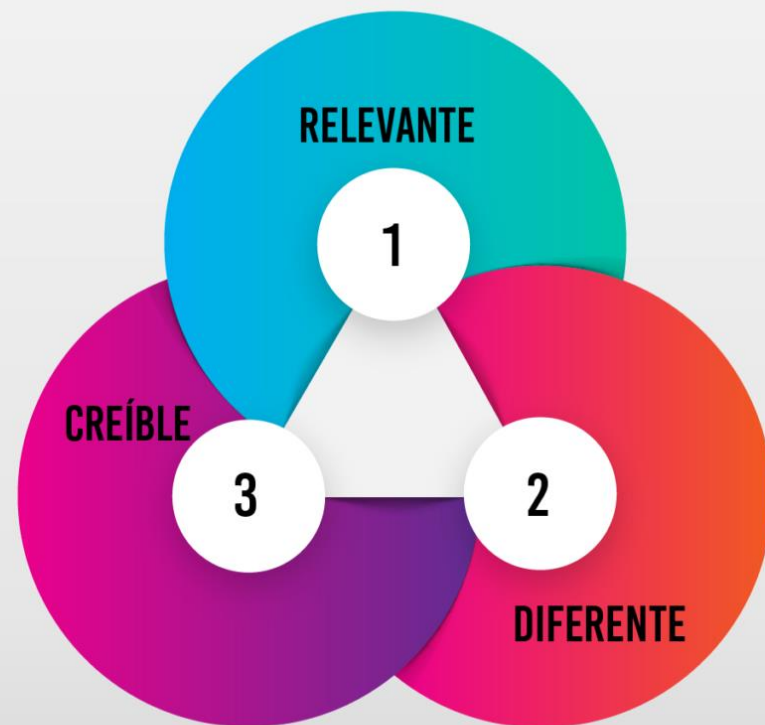
¿Hay coincidencia entre lo que **ESTOY OFRECIENDO** y lo que mi **USUARIO NECESITA**?

# 3. PROPUESTA DE VALOR

## TIPS

- Tener claro qué es lo que se va a ofrecer para solucionar los problemas detectados.
- Frase clara, simple y sencilla, qué te hace especial y cómo vas a ayudar a tus clientes a solucionar su problema

## PROPUESTA DE VALOR



## 3. PROPUESTA DE VALOR

Pagar nunca fue tan fácil” - *Paypal*

Lleva tus documentos a todas partes” - *Dropbox*

Una bonita manera de compartir tu mundo” - *Instagram*

Ve lo que está sucediendo ahora” - *Twitter*



# 3. PROPUESTA DE VALOR



**Twitter**

Twitter, Inc.

Control parental

DESINSTALAR

ACTUALIZAR



Descargas



6.532.430



Sociedad



Similar

Ve lo que está sucediendo ahora.



**NOVEDADES**

Ahora es más fácil añadir tus comentarios a los Tweets de otras personas.



**Facebook**

Facebook

Control parental

INSTALAR



Descargas



34.452.292



Sociedad



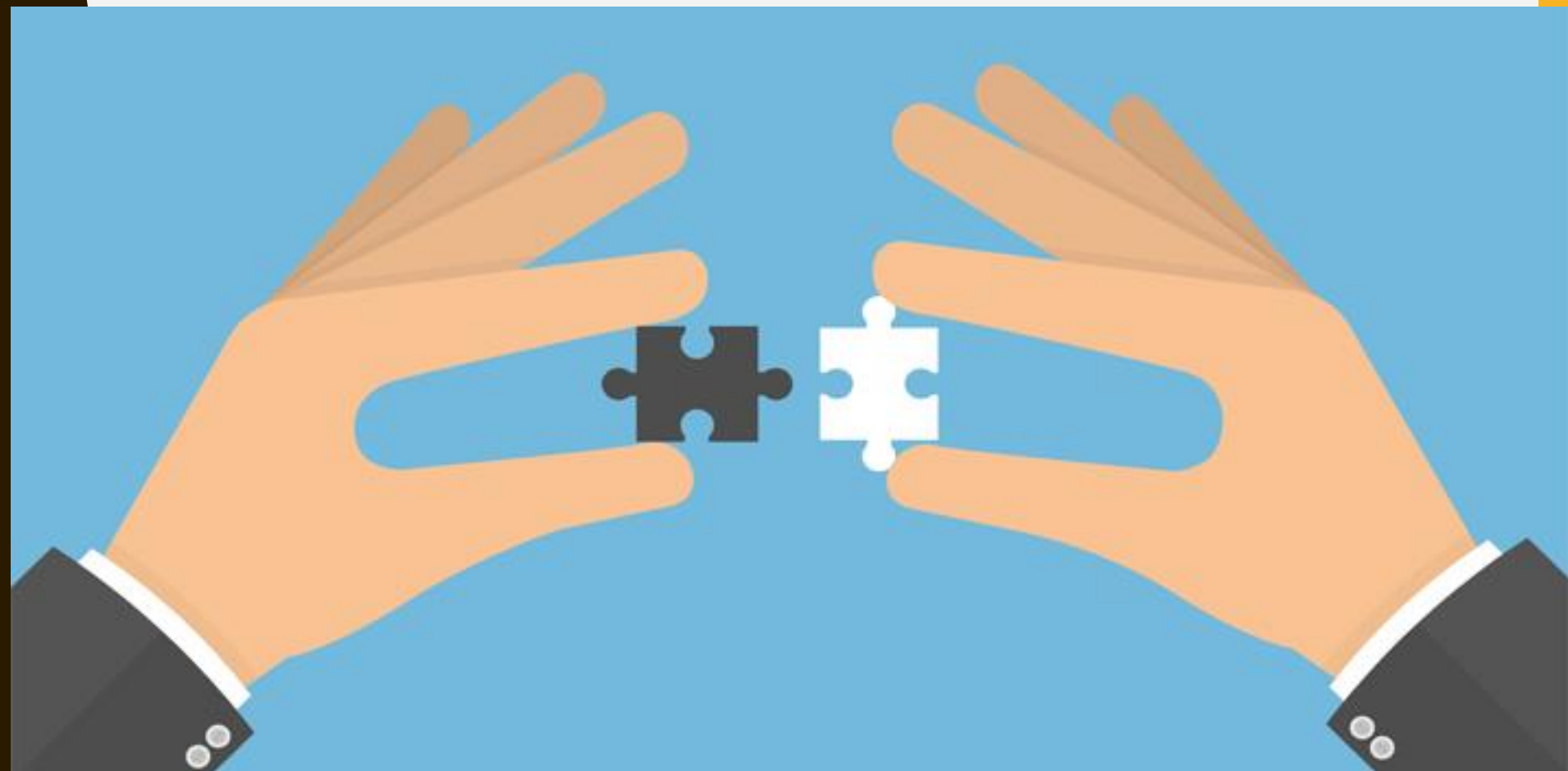
Similar

Mantén el contacto con tus amigos más rápido que nunca.

**MÁS INFORMACIÓN**



# 4. SOLUCIÓN



# 4. SOLUCIÓN

Llega el momento de concretar los beneficios que vamos a aportar a nuestros clientes.

Aquí es donde empieza en sí la creación de nuestro producto o servicio, o bien la adaptación del mismo (si ya lo tenemos prediseñado).



# 6. FLUJO DE INGRESOS

Cómo vamos a ganar dinero



# 7. FLUJO DE EGRESOS

Principales costos para poder entregar a nuestros clientes la solución a su problema.



# 8. MÉTRICAS

Para poder tomar decisiones sobre cómo está funcionando nuestro modelo de negocio necesitamos *buenas métricas (índices o indicadores)*.



# 9. VENTAJA DIFERENCIAL

Expresar por qué los clientes van a elegir nuestra solución para resolver su problema en lugar de la competencia.



# EJEMPLO INNOKABI DEL LIENZO LEAN CANVAS

www.innokabi.com

@innokabi

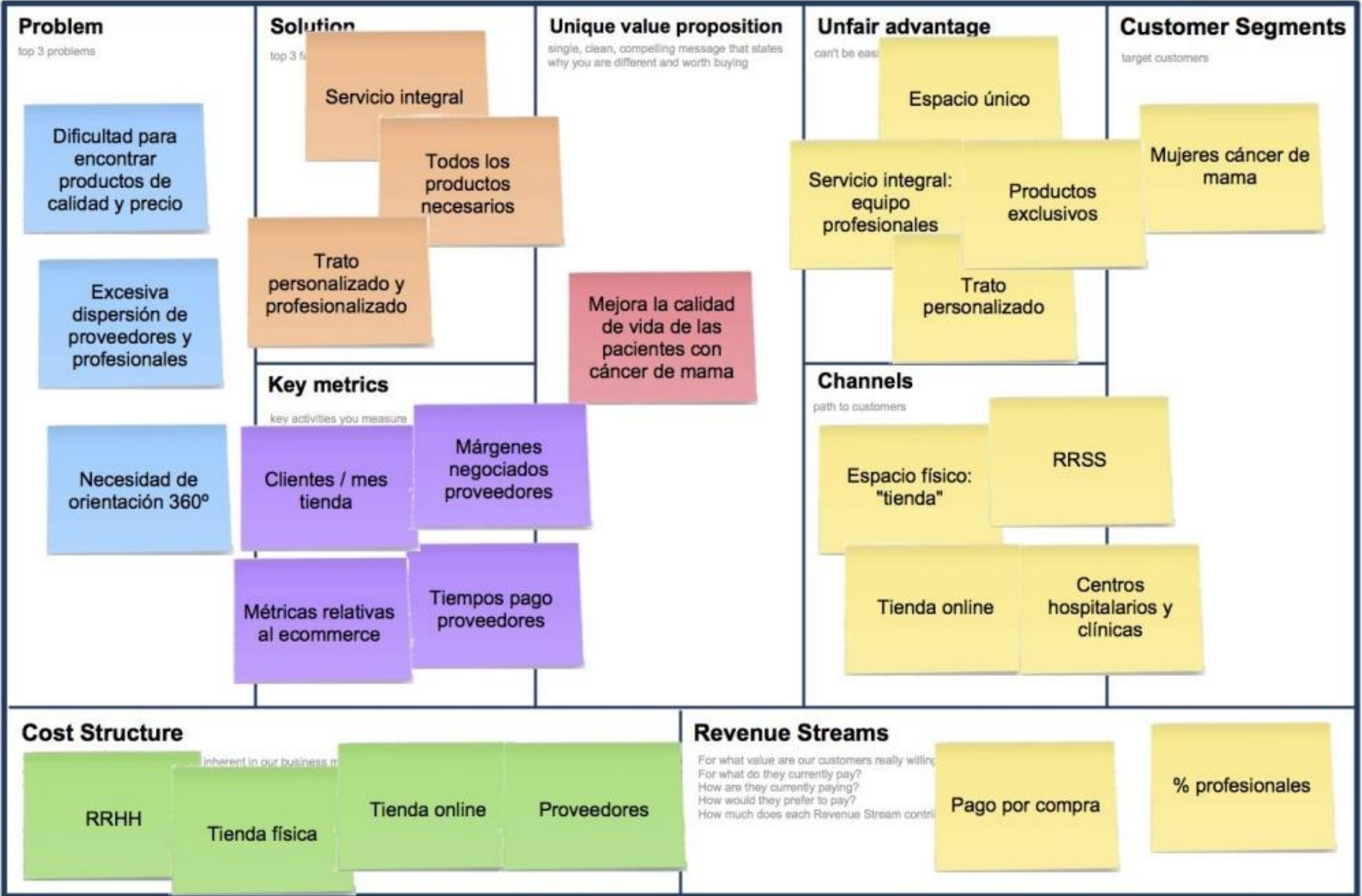


 innokabi

# Lean Canvas

Designed for:  
**Pulseras Rosas**

Designed by:  
**Miguel Macías**





**GRACIAS POR SU  
ATENCIÓN !!!**

[www.agencia.unne.edu.ar](http://www.agencia.unne.edu.ar)  
[agencia@comunidad.unne.edu.ar](mailto:agencia@comunidad.unne.edu.ar)