

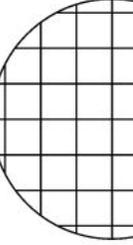


# MÓDULO I

## MODELO DE NEGOCIOS

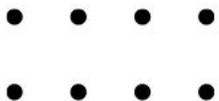
Por Adriana Aguilar





## Agenda 09.06.2022

- Bienvenida
- Recapitulación semana anterior
- Ingreso a la plataforma
- Retroalimentación general de la tarea
- Elementos del Lean Canvas
- Receso
- Elementos del Lean Canvas
- Revisando mi Canvas

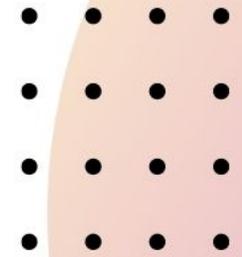
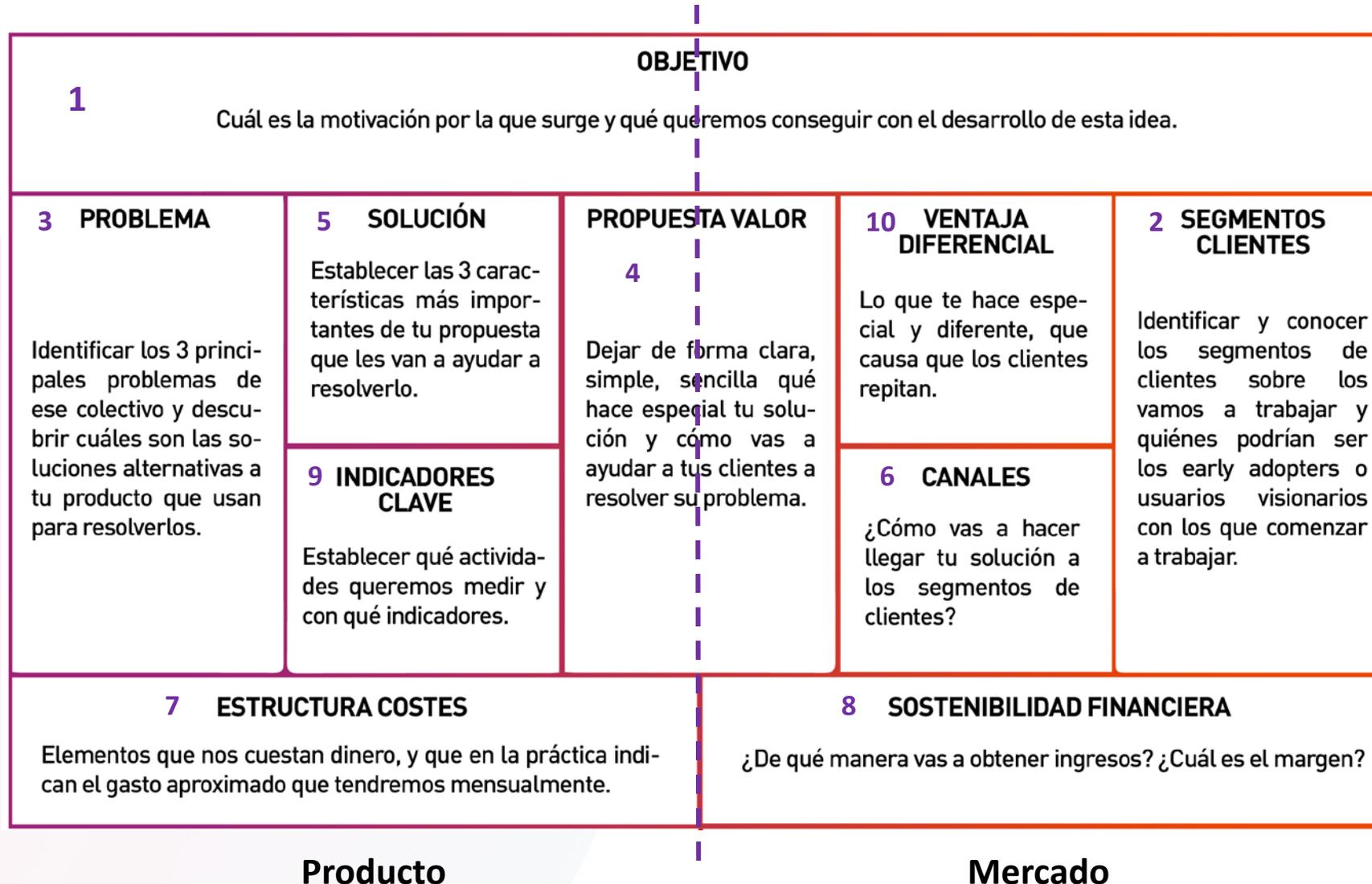




# ELEMENTOS DEL LEAN CANVAS



# LEAN CANVAS





# EL MERCADO



# SEGMENTO DE MERCADO / CLIENTES

## ¿Quién es?

- Edad
- Género
- Ubicación
- Estado civil

## Educación

- Cuál es su formación
- Intereses culturales
- Formación como persona

## Trabajo

- En qué trabaja
- Nivel de ingresos
- Necesidades relacionadas



## Contexto

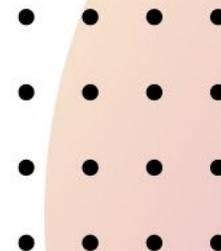
- Lugar donde vive
- Lugar donde trabaja
- Medios de transporte
- Creencias

## Metas y necesidades

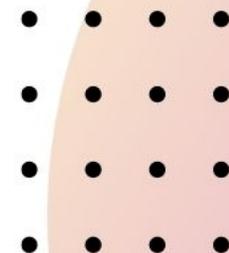
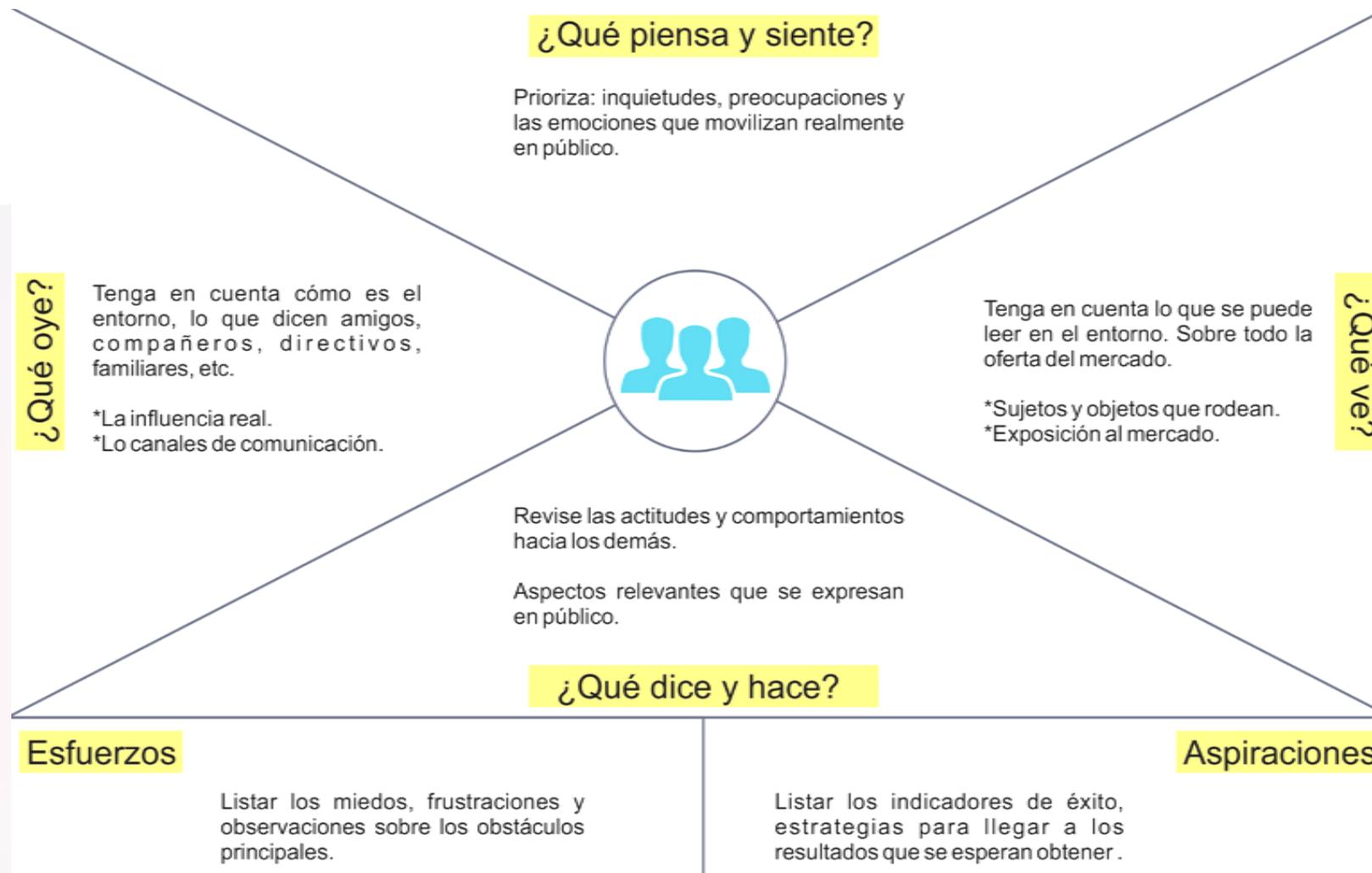
- Metas personales
- Metas familiares
- Metas profesionales

## Tecnología

- Dispositivos que tiene y usa
- Acceso a internet
- Interacción con redes sociales

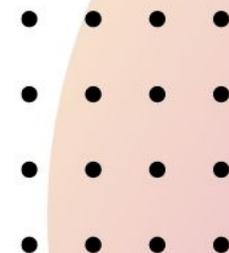


# SEGMENTO DE MERCADO / CLIENTES

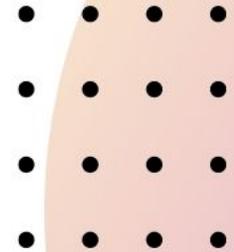
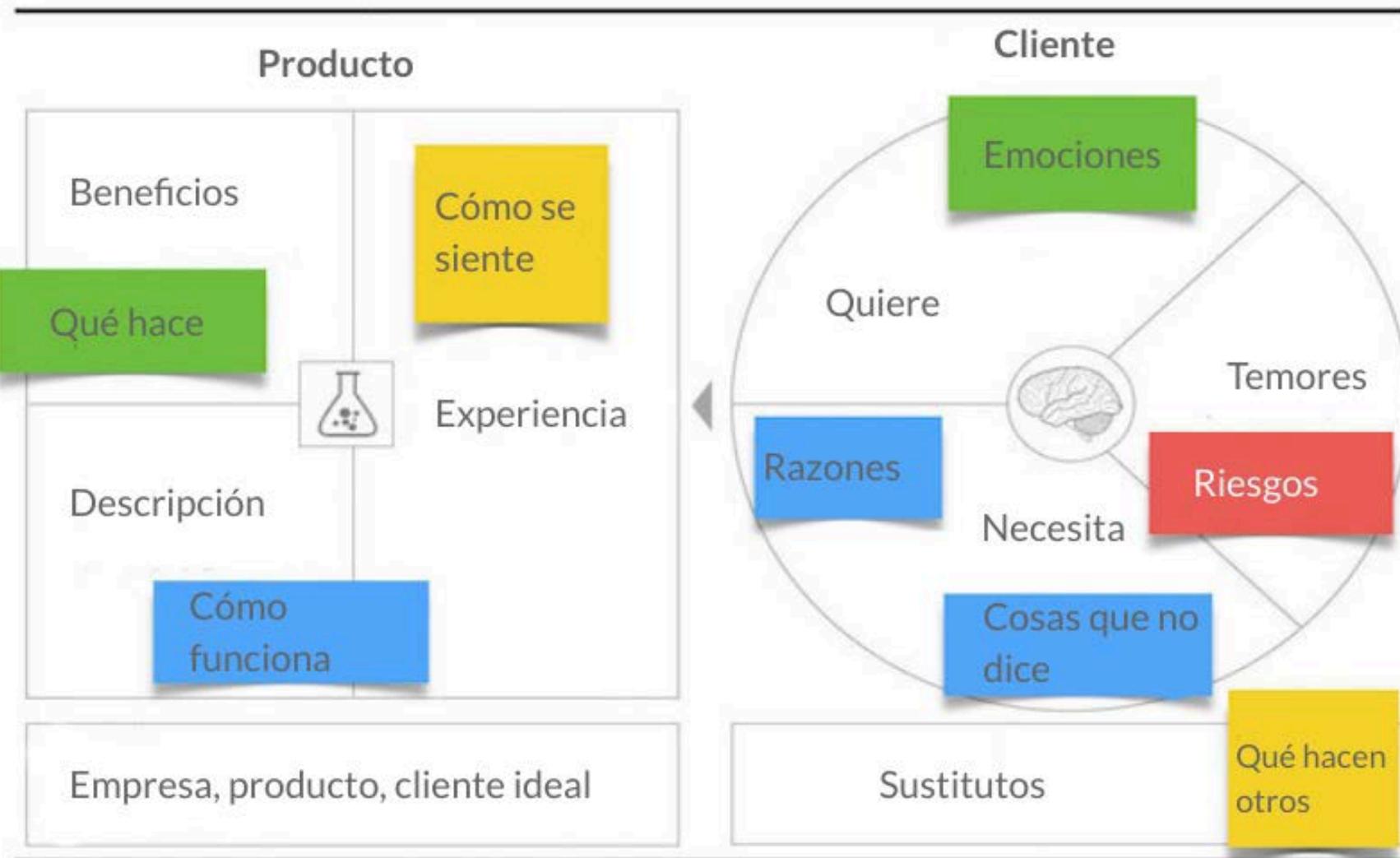


# SEGMENTO DE MERCADO / CLIENTES

Nombre	Datos de contacto y personales	Fecha de última compra	Qué compró	Por qué sigue comprando / dejó de comprar
Juan Rodriguez	Teléfono / Correo Prefiere visita personal	03/01/2020	Frascos para jalea de 8onz.	Dejó de comprar por problema con él último pedido entregado
Susana González	Prefiere contacto por WhatsApp Pedido mensual	05/04/2020	Latas de 14 onz. para conservas.	Le suplimos mensualmente 1,000 latas. Está contenta con el servicio y aumentó el pedido.
Margarita Sánchez	Hace pedidos quincenales Se le cobra con tarjeta	18/03/2020	Frascos de jalea de 8onz.	Es servicio recurrente. Le gusta que sólo nosotros le ofrecemos pago con tarjeta.



# PROBLEMA / VALOR / SOLUCIÓN



# ¿CÓMO? Y ¿CUÁNTO CUESTA?



## 6. CANALES

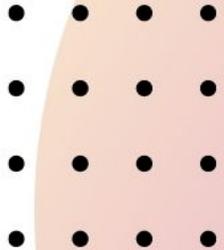
¿Cómo va a llegar mi solución o mi negocio a los clientes? ¿Mediante una web? ¿Cuál va a ser el recorrido de la experiencia del cliente?

## 7. COSTOS

Elementos que nos cuestan dinero, y que en la práctica indican el gasto aproximado que tendremos mensualmente.

## 8. FUENTES DE INGRESOS

¿De qué manera obtengo ingresos? ¿Cuál es el margen?



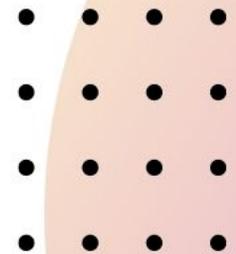
# ¿VOY POR EL CAMINO CORRECTO?



## SITUACIÓN EJEMPLO

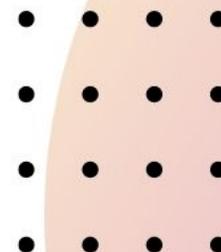
La situación financiera del negocio va a mejorar a medida de que aumentemos ventas por medio de mejor comunicación con los clientes, empecemos a tener presencia en línea y tengamos sistema de entrega.

Línea de tiempo	Descripción
¿Dónde estamos ahora?	Qué está pasando y qué nos motiva
¿Dónde estaremos en 1 mes?	Cuáles son los objetivos más urgentes
¿Dónde estaremos en 3 meses?	Cuáles son los resultados más próximos
¿Dónde estaremos en 6 meses?	Qué esperamos si todo funciona



# ¿VOY POR EL CAMINO CORRECTO?

Indicadores	¿Cómo?	¿Cuándo?	Responsable	Resultado	Ajuste
<b>Actividad u objetivo 1</b>	Específicamente qué se hará. Si bien hay que agregar detalle, tampoco hay que ser tan específico que no se pueda hacer.	Fechas, horas, tiempo a invertir. Calendario de actividades. Tiempo establecido para la actividad.	Persona o personas que están encargadas de las actividades	¿Funcionó o no? ¿Por qué sí, por qué no?	¿Qué hacemos para mejorar el resultado? ¿Debemos dejar de hacerlo?
<b>Actividad u objetivo 2</b>					



# VENTAJA DIFERENCIAL

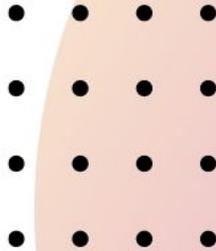
La ventaja diferencial, es nuestro As bajo la manga. Es ese talento o situación especial que nos permite tener una ventaja sobre nuestros competidores que es difícil de replicar. Pudiendo ser algo tangible o no tangible. Algunos ejemplos de ventaja diferencial:

## 1. Pasión y disposición de escuchar a los clientes –

Con el paso del tiempo y el crecimiento las empresas pierden el interés o les es más difícil hacer cambios y sorprender o agradar a los clientes, un emprendedor casi siempre está dispuesto a “dar la milla extra”.

## 2. Inteligencia, experiencia o curiosidad –

Muchos emprendimientos nacen a partir de experiencias propias o las vivencias cotidianas nos enseñan más de lo que pensamos. También al empezar un negocio, podemos ver el mercado desde una nueva perspectiva.



# VENTAJA DIFERENCIAL

Otros ejemplos de ventaja diferencial:



- 3. Redes de contactos, comunidad y flexibilidad** – La habilidad que tengamos para comunicarnos y movernos en los ambientes adecuados son clave para dar a conocer nuestro negocio y vender.
- 4. Patentes, alianzas exclusivas o ser el primero en el mercado** – Desde ser un negocio tan innovador que no hay competencia, hasta las patentes de nuestras recetas o diseño de producto. Así como las alianzas y contratos de exclusividad que podemos firmar, pueden representar ese empujón extra que necesitamos para ser los mejores del mercado.
- 5. Ubicación, rapidez o información** – Muchas veces los clientes nos eligen por la cercanía o estar en un buen punto geográfico nos garantiza facilidad de entrega y recepción de productos. También las bases de información de contacto o nuestros clientes puede ser la diferencia que aumente nuestras ventas.

