



# Bienvenid@s

Seminario para Emprendedores Sociales 03/10 – 28/10/22



# Agenda

10/10/22



## Recapitulación

Herramientas abordadas hasta hoy:

- ODSs
- Mapa de Empatía
- FODA
- Análisis PESTEL
- Análisis de Stakeholders
- Mapa mental - lluvia de ideas
- 5 porqués
- Enunciado de Visión/Misión

# Agenda

10/10/22



- **Qué es la Filosofía LEAN y por qué se aplica a nuestros proyectos.**
- **Enfoque de Resolución de Problemas desde el Intercambio de Valor.**
- **LEAN Canvas**

# Agenda

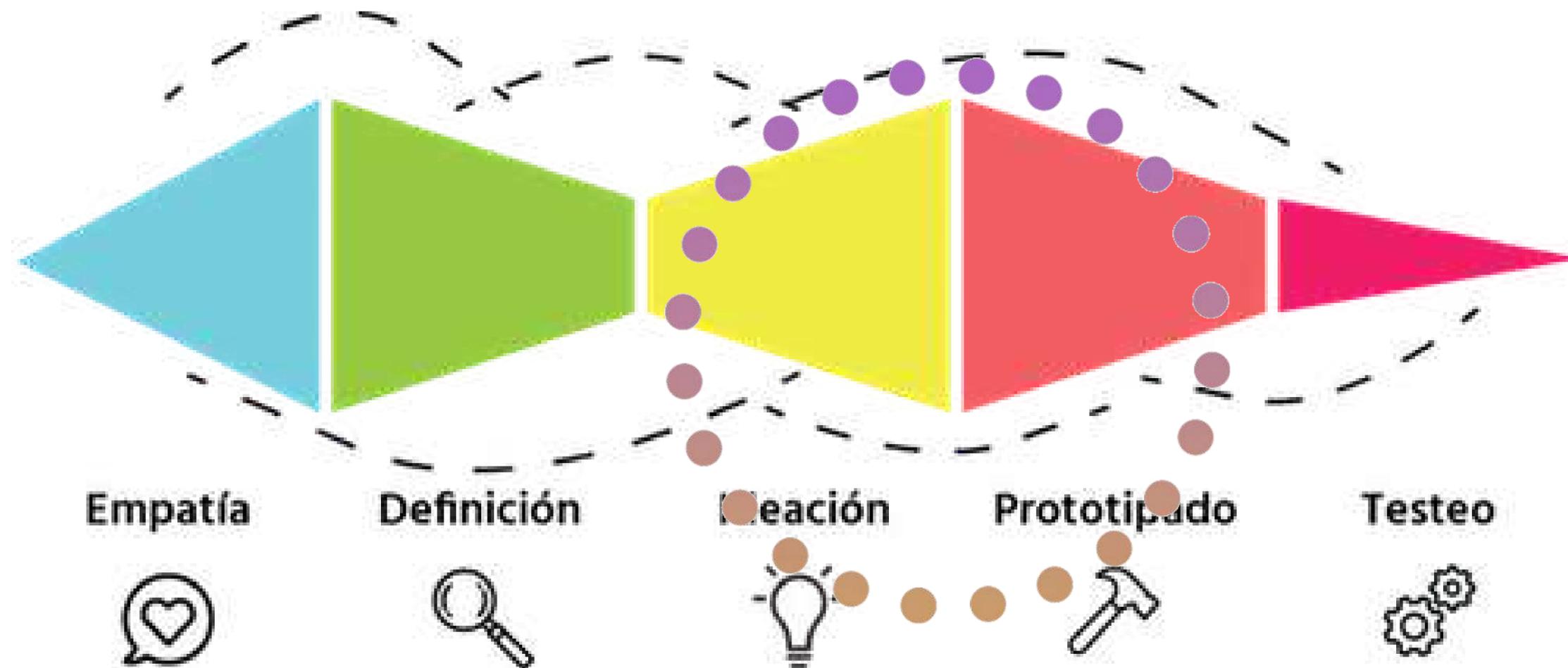
10/10/22



- **LEAN Canvas**

- CANVAS: identificar los elementos clave del modelo de negocio
- Cómo tener la flexibilidad para adaptarse a los cambios en el plan de empresa
- Como usar el Canvas para crear innovación

# Design Thinking: Fases



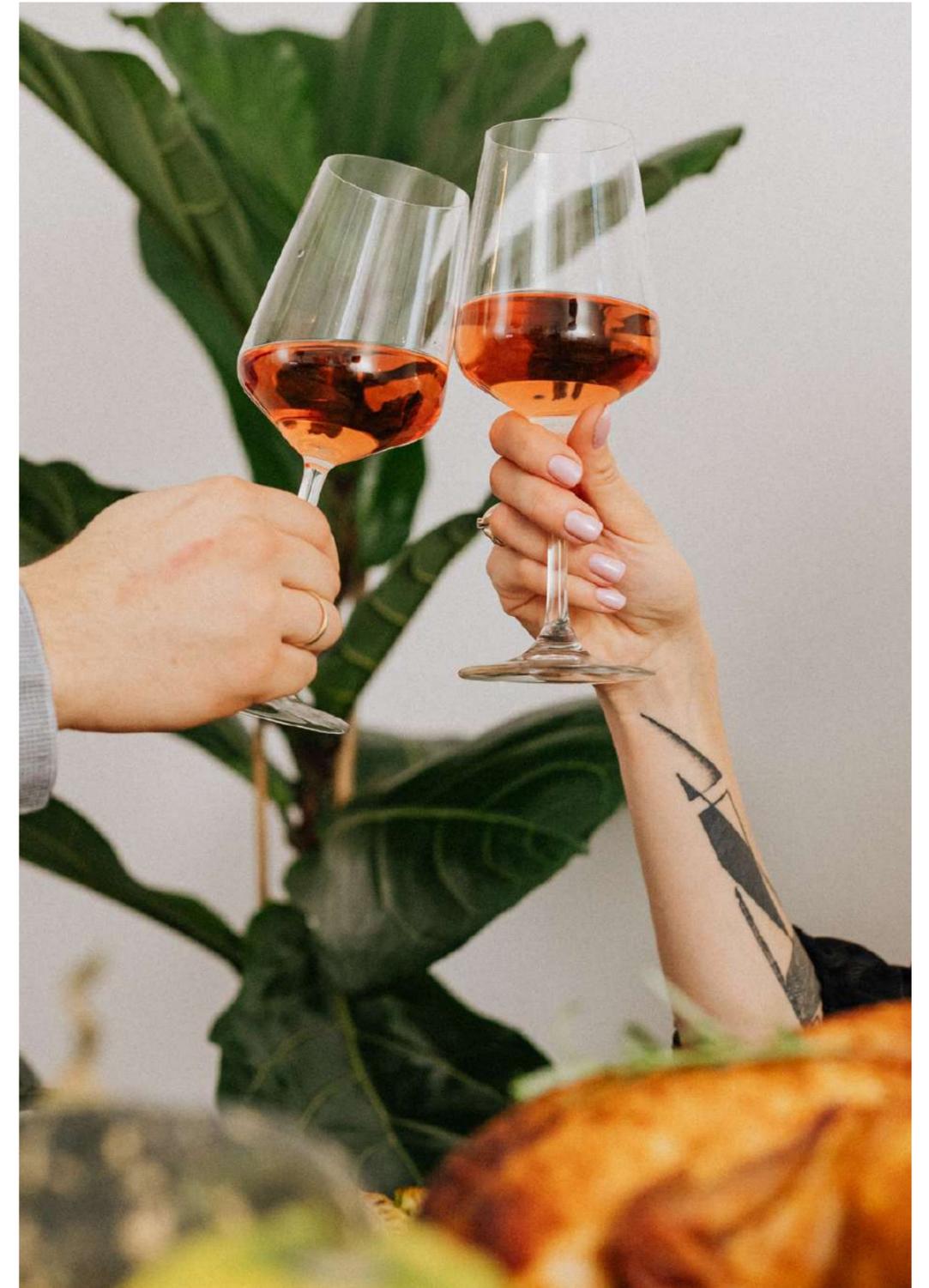
# ¿Cómo aprovechar lo construido hasta ahora?

- ODSs
- Mapa de Empatía
- FODA
- Análisis PESTEL
- Análisis de Stakeholders
- Mapa mental – lluvia de ideas
- 5 porqués
- Enunciado de Visión/Misión

# ¿Qué es LEAN?

## Filosofía y Metodología de Trabajo

1. Busca la optimización de pprocesos de Gestión y producción.
2. Reduce la inversión, el tiempo y el esfuerzo.
3. Principios clave:
  - a. Eliminar lo que se considere desperdicio.
  - b. Identificación de sobrecargas que ralentizan el proceso de producción.



# Optimización de Recursos

## 7 Enemigos de la Producción eficiente:

Se busca  
**Maximizar la satisfacción del Cliente/usuario** empleando el **mínimo de recursos**.



# Maximizar Satisfacción del Cliente

## 5 puntos clave

Se busca **Maximizar la satisfacción del Cliente/usuario** empleando el **mínimo de recursos**.

1. **Definir el valor** y hacerlo desde el prisma del cliente, que es quien necesita una solución.
2. **Determinar la cadena de valor** para poder mejorar, eliminando los desperdicios.
3. **Crear un flujo dinámico** en el que siempre se aporte valor.
4. **Generar el tirón o pull del cliente**, cuyo pilar sea la demanda real y no una perspectiva a largo plazo.
5. **Mejora constante** para conseguir la excelencia.

# LEAN aplicado a la Industria

- Toyota:

1885	1913	1955-1990	1993-...
<b>Producción artesanal</b>	<b>Producción en masa</b>	<b>Toyota Production System - TPS</b>	<b>Lean Enterprise</b>
Bajo nivel de automatización Alta personalización de los productos	Componentes modulares Líneas de producción con ritmo Ingeniería de producción "A los operarios no les gusta pensar"	El operario resuelve los problemas Operario como dueño del proceso por medio de: - Formación - Calidad en proceso - Mínimo inventario - Just-in-time Eliminar desperdicio Respuesta a cambios	"Lean" aplicado a todas las funciones de la empresa Optimización del valor para todos los agentes implicados
Alto nivel de cualificación operarios <b>Producción unitaria</b> <b>Alto coste por producto</b>	Bajo nivel de cualificación operarios Producción de muchas unidades por producto Bajo coste (Escala) <b>Problemas de calidad persistentes</b> <b>Modelos inflexibles</b>	Bajo coste Cultura de la mejora continua Alta calidad de los productos Modelos flexibles	Bajo coste Cultura de la mejora continua Alta calidad de los productos Modelos flexibles Mas valor para todos los agentes implicados

# Entender mejor el LEAN

## Seguir los cursos de LEAN Startup de Share To Change:

<https://www.sharetochange.org/courses/curso-lean-startup-unimooc-modulo-1/>

<https://www.sharetochange.org/courses/curso-lean-startup-unimooc-modulo-2/>

<https://www.sharetochange.org/courses/curso-lean-startup-unimooc-modulo-3/>



**DESCANSO**  
**5 minutos**



# Como usar el Lean Canvas

Lorenzo Conto'



# ¿Qué es un modelo de negocio?

**La propuesta de valor unida a nuestro modelo operativo definirá nuestro modelo de negocio.**



# ¿Porqué el Lean Canvas?

**Una de las tareas más importantes para emprender es saber comunicar con claridad nuestra propuesta**



# Empleo del Lean Canvas

**1**

**Imprimir**

**2**

**Escribe tu idea  
de negocio**

**3**

**Rellena el lienzo**



Ejemplo de negocio para el Lean Canvas

# **Venta online de Stevia como sustitutivo del azúcar**

Como últimamente está muy de moda la Stevia como producto sustitutivo del azúcar, voy a suponer que quiero montar una web de venta de este producto por internet.

# Segmento de clientes

**Herramientas  
como Mapa  
de Empatía**

**Segmento  
de cliente  
objetivo**

**Early  
adopters**

## SEGMENTO DE CLIENTES

Segmento objetivo

Personas con una dieta baja en calorías

(Early adopters)

Mujer, entre 35 años, va al gimnasio, saludable y en forma

# Ejemplo de Segmento de clientes

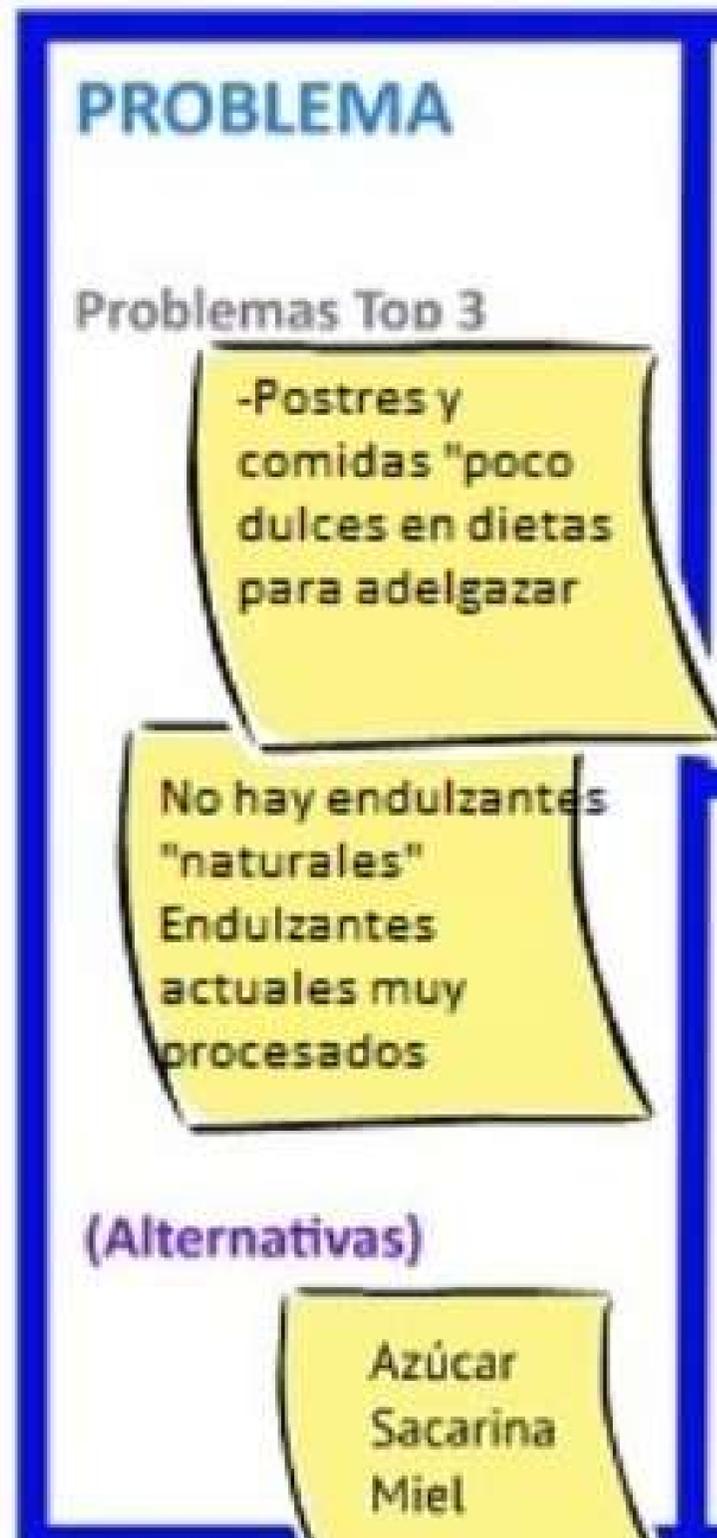


# Problema

Es importante reflexionar sobre qué problema padece tu cliente que tu producto/servicio pretende solucionar

**Los tres TOP  
problemas**

**Cuales son  
las  
alternativas  
actuales**



# Ejemplo de Problema



# Proposición de valor única

Lo que tu empresa va a ofrecer para solucionar los problemas

Una frase clara, simple y sencilla, qué te hace especial y cómo vas a ayudar a tus clientes a solucionar su problema

## PROPOSICIÓN DE VALOR ÚNICA

Una frase clara, simple, sencilla que explique qué te hace especial y cómo vas a ayudar a tus clientes a resolver su problema.

Poder seguir tomando dulces pero con muy pocas calorías, de un producto natural y saludable

# Ejemplo de Proposición de Valor única



# Solución

**Listar las tres características principales de tu producto/servicio**

## SOLUCIÓN

3 Características del  
producto formulado

- Producto saludable.
- Endulzante natural y poco procesado.
- Producto muy bajo en calorías.

# Ejemplo de Solución



# Canales

Cómo vas a hacer llegar tu producto/servicio a tus clientes.  
Reflexiones sobre la cadena de valor para entender mejor el  
proceso de compra de tu cliente.

## CANALES

Via de acceso a  
cliente

- Internet
- Transporte directo

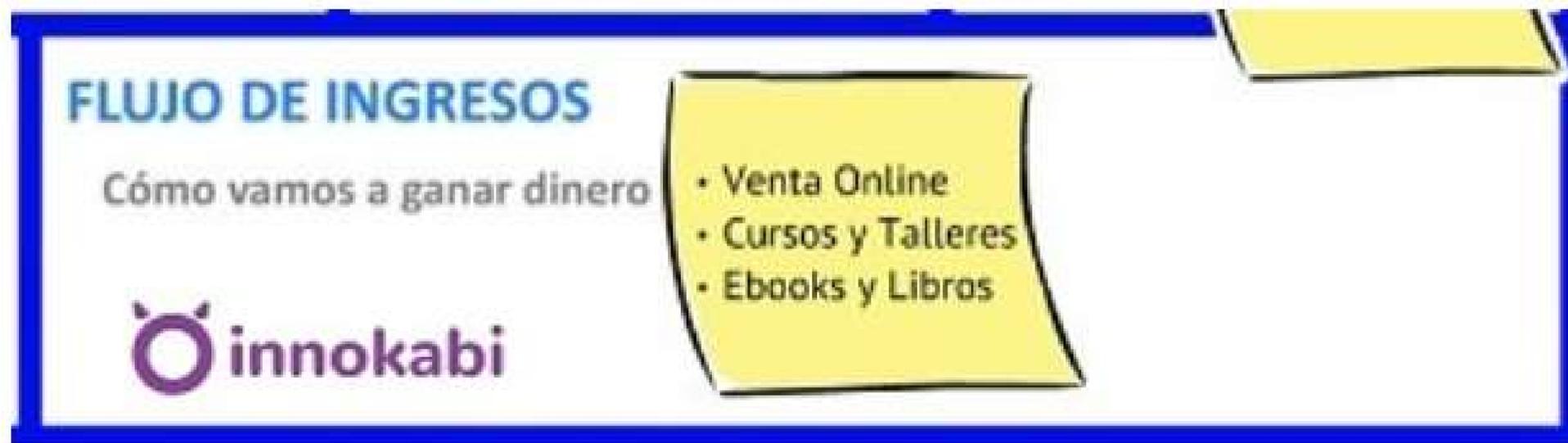
# Ejemplo de Canal



# Flujo de ingresos

**Cómo vas a ganar dinero. ¿Por qué te van a pagar tus clientes?**

# Ejemplo de Flujo de Ingresos





# Estructura de Coste

Analiza los gastos que va a tener tu empresa

# Ejemplo de Estructura de Costes





# Métricas Clave

Identifica las actividades clave a medir que sirvan como indicadores para la toma de decisiones.

**METRICAS CLAVE**  
Actividades Clave a Medir

- Tráfico Web
- Incremento nuevos clientes
- Recurrencia clientes

# Ejemplo de Metricas Clave



# Ventaja Especial

En una sola frase, lo que te hace especial frente al resto de tus competidores. ¿Qué tienes tú que sea muy difícil copiar a tu competidores?

**VENTAJA ESPECIAL**

Qué te hace  
especi:

Oferta de recetas  
cursos y envíos  
exclusivos de  
productos a los  
clientes

# Ejemplo de Ventaja Especial

## PROBLEMA

Problemas Top 3

-Postres y comidas "poco dulces en dietas para adelgazar

No hay endulzantes "naturales"  
Endulzantes actuales muy procesados

(Alternativas)

Azúcar  
Sacarina  
Miel

## SOLUCIÓN

3 Características del producto

- Producto saludable.
- Endulzante natural y poco procesado.
- Producto muy bajo en calorías.

## METRICAS CLAVE

Actividades Clave a Medir

- Tráfico Web
- Incremento nuevos clientes
- Recurrencia clientes

## PROPOSICIÓN DE VALOR ÚNICA

Una frase clara, simple, sencilla que explique qué te hace especial y cómo vas a ayudar a tus clientes a resolver su problema.

Poder seguir tomando dulces pero con muy pocas calorías, de un producto natural y saludable

## VENTAJA ESPECIAL

Qué te hace especial:

Oferta de recetas cursos y envíos exclusivos de productos a los clientes

## CANALES

Vía de acceso al cliente

- Internet
- Transporte directo

## SEGMENTO DE CLIENTES

Segmento objetivo

Personas con una dieta baja en calorías

(Early adopters)

Mujer, entre 35 años, va al gimnasio, saludable y en forma

## ESTRUCTURA DE COSTES

Gastos

Servidor  
Diseño Web  
Marketing online  
Posicionamiento SEO

Sueldos  
Materia prima  
Otros...

## FLUJO DE INGRESOS

Cómo vamos a ganar dinero

- Venta Online
- Cursos y Talleres
- Ebooks y Libros

 **Öinnokabi**

# Tu tarea ahora



- **Descargar el lienzo**
- **Llenar los bloques**

Entregar dentro del viernes  
17/10

# ¿Cuáles serán los siguientes pasos?

Todo lo expuesto en el canvas solo son un conjunto de hipótesis.  
Los siguientes pasos serán testar dichas hipótesis bloque a bloque.



# Muchísimas Gracias!

Nos vemos el Jueves 13/10 a las 17.00 hrs  
(Madrid)

Contáctanos si tienes alguna duda mientras

Y "stay up to date" en el grupo de WhatsApp



Share To  
Change