



WORKBOOK

Para aquellos que les gusta ir más allá



Recursos y contenidos asociados a este módulo que complementan tu proceso de formación.



CONTENIDO

01+

Contenido de apoyo

02

Libros y artículos
recomendados

03

Material audiovisual



LEAN STARTUP

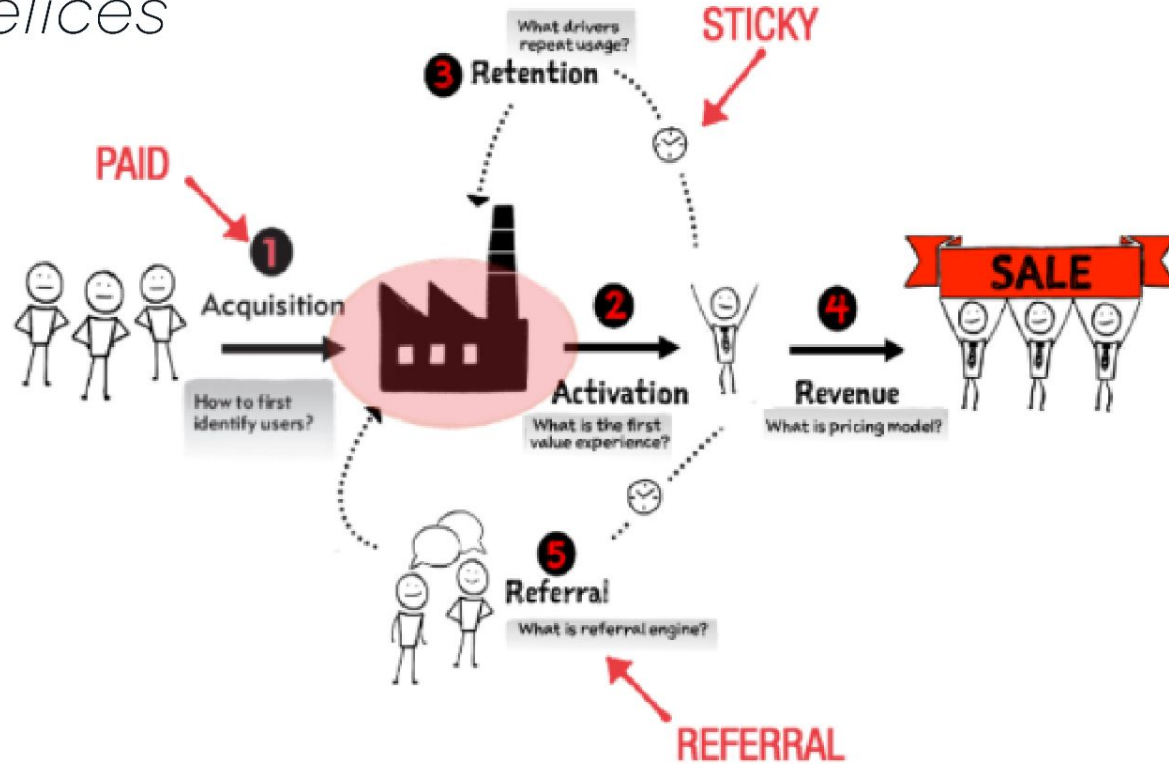
MODEL CANVAS

El Lean Canvas es una herramienta de visualización de modelos de negocio que aúna elementos del Business Model Canvas, por un lado, y del método Lean Startup, por el otro. Ash Maurya fue quien fusionó buenas ideas de ambas metodologías hasta crear un lienzo de modelos de negocio "ligero", apto para el incierto entorno de una startup.

<p>PROBLEM List your top 1-3 problems.</p> 	<p>SOLUTION Outline a possible solution for each problem.</p> 	<p>UNIQUE VALUE PROPOSITION Single, clear, compelling message that states why you are different and worth paying attention.</p> 	<p>UNFAIR ADVANTAGE Something that cannot easily be bought or copied</p> 	<p>CUSTOMER SEGMENTS List your target and users.</p> 
<p>EXISTING ALTERNATIVES List how these problems are solved today</p> 	<p>KEY METRICS List the key numbers that tell you how you</p> 	<p>HIGH LEVEL CONCEPT List your X for Y analogy (e.g. YouTube = Flickr for videos)</p> 	<p>CHANNELS List your path to customer (inbound or</p> 	<p>EARLY ADOPTERS List the characteristics of your ideal customers</p> 
<p>COST STRUCTURE List your fixed and variable costs</p> 		<p>REVENUE STREAMS List your sources of revenue</p> 		

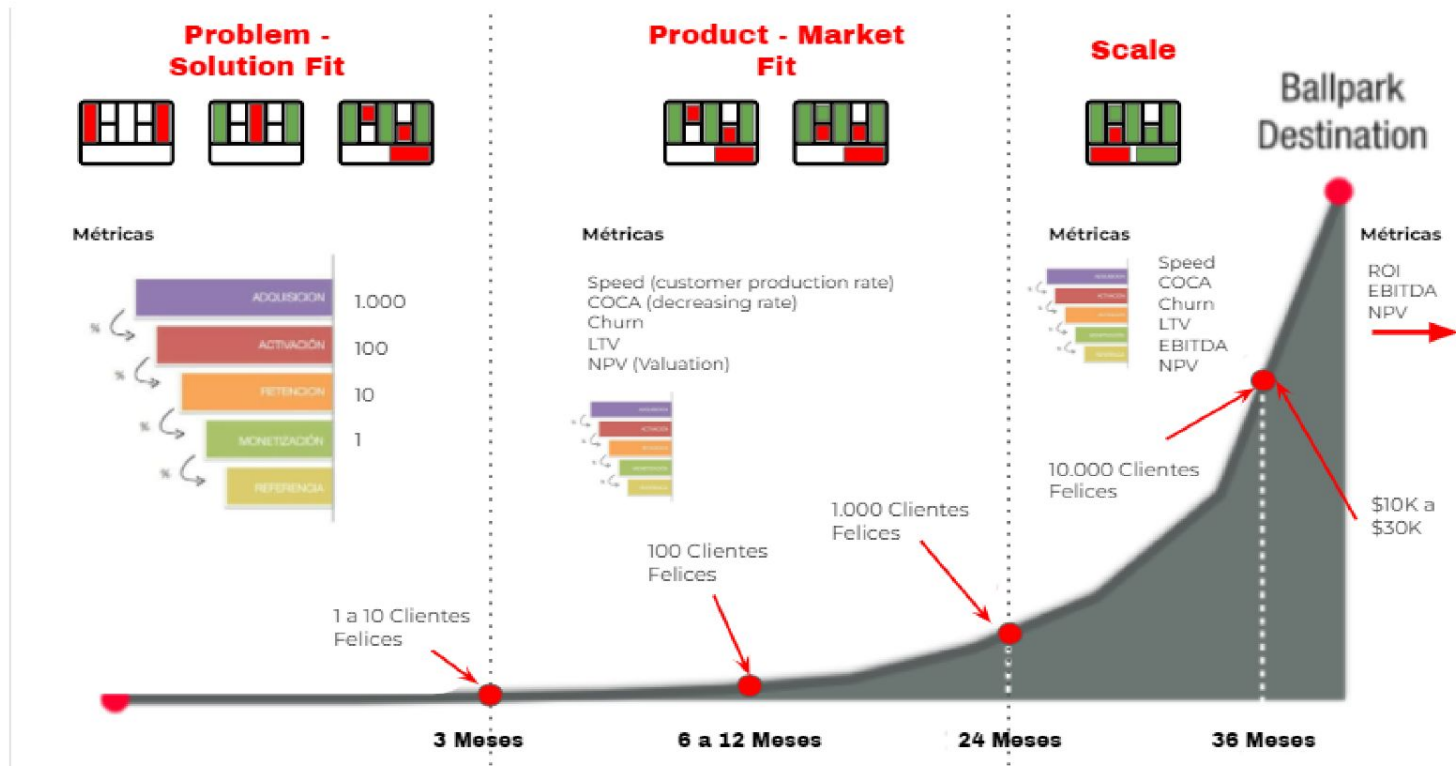
[DESCARGAR PLANTILLA](#)

Fabrica de clientes felices



Fabrica de clientes felices

(análisis cuantitativo)



Fabrica de clientes felices

(análisis cuantitativo)



Problem - Solution Fit

- 1 Validación de Problema:** Entrevistas a profundidad. 
- 2 Validación Propuesta de Valor:** Experimentos de entendimiento de cliente y dolor orientado a Fricciones. 
- 3 Validación de Solución:** Laboratorio en Ambiente Relevante pero a pequeña escala para diseñar y probar Journey del usuario, atributos de solución, canales y modelo de ingreso con clientes que ya usaron la solución. 

Singularity Moment

El objetivo de esta etapa, es encontrar una promesa de valor que un (!) cliente rape de nuestra mano y lograr cumplir la promesa (transformando positivamente el status quo del cliente). Este hito es el inicio de la curva de tracción.

Product - Market Fit

- 1 Validación de Solución completa:** Validación de la solución con todos los atributos y ofertas de valor diferenciadas para todos los segmentos de mercado explorados. 
- 2 Validación Modelo de Ingresos:** Comercialización de solución ajustada con los distintos modelos de ingreso y pricing definidos para todos los segmentos explorados. 

Singularity Moment #2

El objetivo de esta etapa, es ir escalando de 1 cliente a 10, de 10 a 100 y así sucesivamente, conquistando con la promesa y cumpliendo la promesa.

Scale

- 1 Expansión:** Experimentación permanente para encontrar motores de crecimiento acelerado. Diseño y prueba de estrategias de Growth Hacking. Adición de características de valor agregado y exploración de mercados complementarios, venta cruzada, extensión de portafolio. 

Ballpark Destination



El círculo dorado

para encontrar el propósito de la empresa



EL CÍRCULO DORADO

QUÉ HACE LA EMPRESA

Sector al que pertenecemos, el producto que vendemos o el servicio que ofrecemos.

CÓMO LO HACE

Forma en la que nos diferenciamos de la competencia. Cosas que nos hacen únicos.

POR QUÉ LO HACE

Concepto más abstracto y trascendental. El por qué es un propósito, una causa o unos valores. Es la esencia por la que existe una empresa.

Matriz OKR

Objetivos

DESCARGAR PLANTILLA

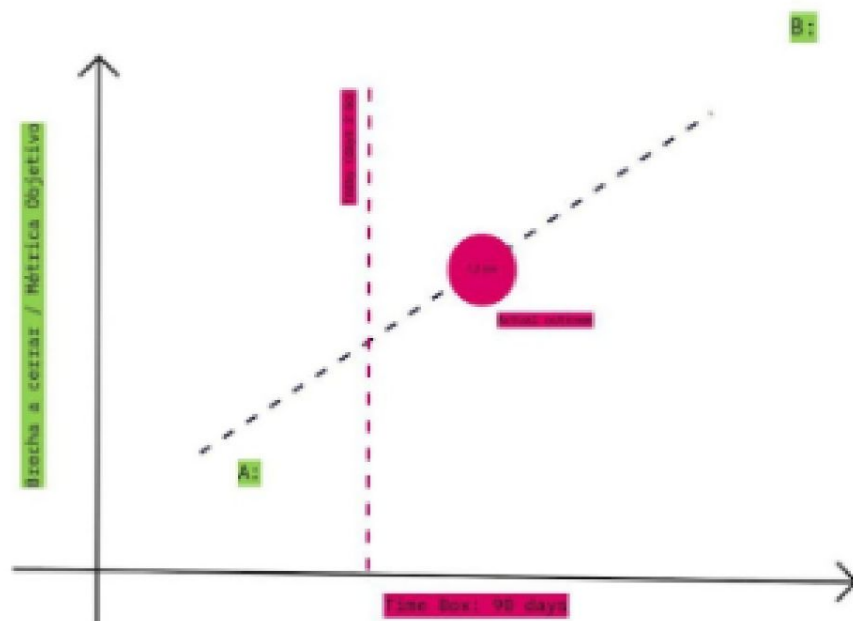
OKRs

Start: 1/06/2021

End: 31/12/2021

Objective:

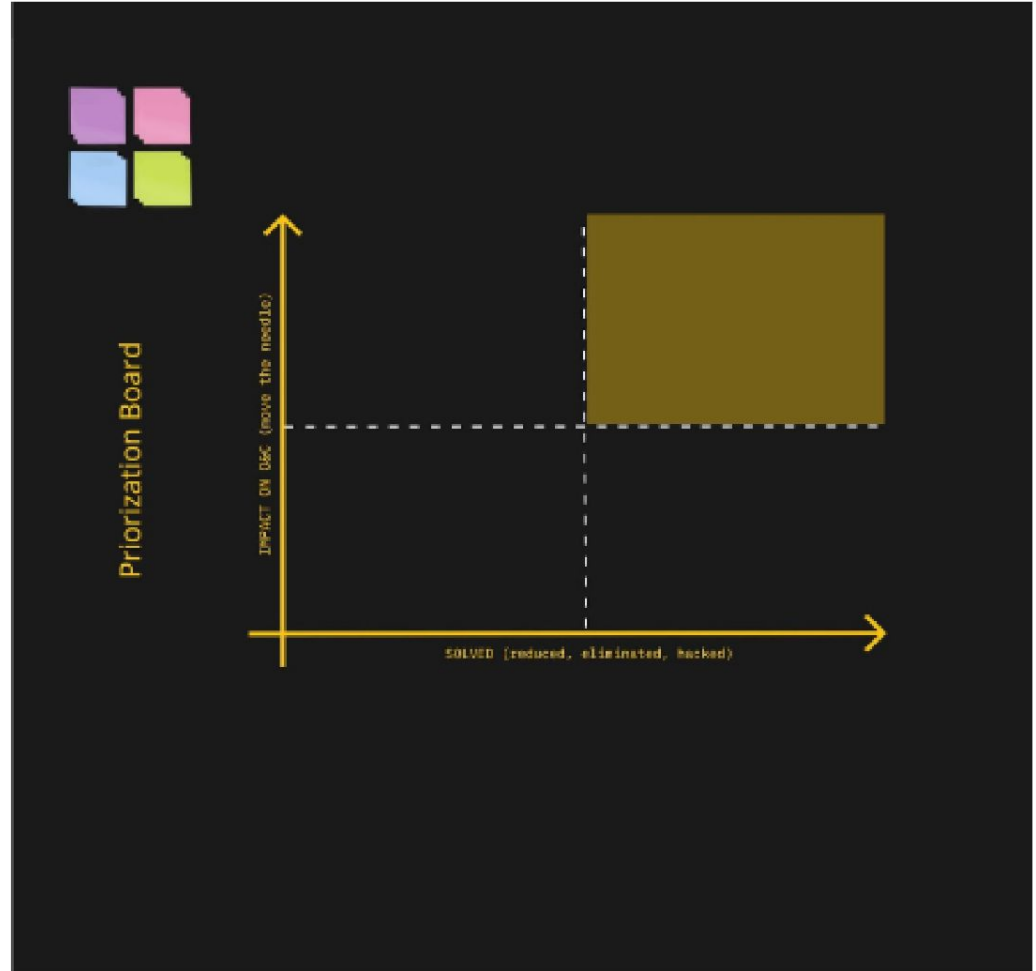
Diseñar y ejecutar la propuesta de valor para los clientes actuales y potenciales de Consumo Local (Masivo Medio y Bajo) para ser su mejor opción de abastecimiento de forma costo-eficiente



Matriz OKR

Priorización de proyectos

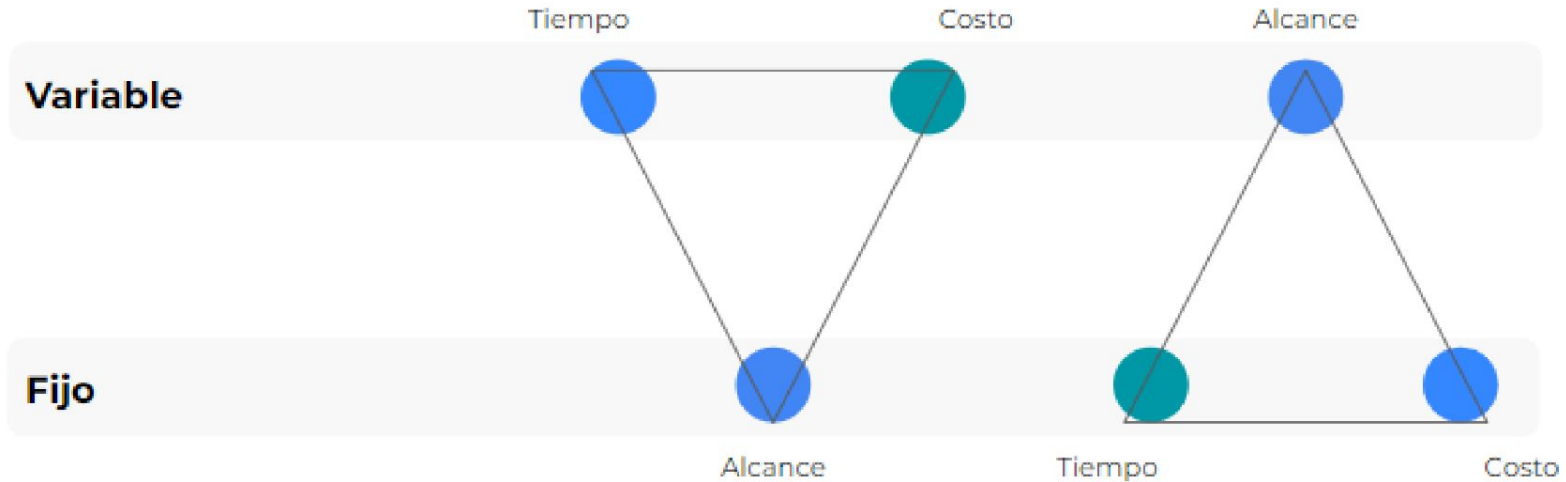
DESCARGAR PLANTILLA



La tarea del *startup*

Gestión de Riesgo

Gestión de Incertidumbre



02

Libros y artículos

RECOMENDADOS



Eric Ries

El método Lean Startup: cómo crear empresas de éxito utilizando la innovación continua

COMPRAR

STEVE BLANK Y BOB DORF

EL MANUAL DEL EMPRENDEDOR

La guía paso a paso para crear una gran empresa



Steve Blank y Bob Dorf

El manual del emprendedor: la guía paso a paso para crear una gran empresa

COMPRAR

O'REILLY

DESARROLLO DE CLIENTES

LEAN

Cindy Alvarez

Cómo crear los productos
que tus clientes comprarán

Director de
colección

ERIC RIES

Cindy Alvarez

Desarrollo de clientes lean: cómo crear
productos que tus clientes comprarán

COMPRAR

03

Material audiovisual

SUGERIDO



Video

Por qué lean startup lo va a cambiar todo |
Néstor Guerra

[VER VIDEO](#)



Ted Talk

The single biggest reason why startups succeed | Bill Gross

[VER VIDEO](#)



Video Google

The Lean Startup | Eric Ries

[VER VIDEO](#)



Ted Talk

Lessons from a startup that scaled up | Kurtis
McBride

[VER VIDEO](#)