



MANUAL TEORICO: **EL LEAN CANVAS**

Una guía práctica
para emprendedores
y PyMEs en México

Transforma tu idea en un negocio exitoso
con el poder del Lean Canvas. ¡Comienza
hoy tu camino hacia el emprendimiento!

03

Introducción y Bienvenida

04

Lienzo Lean Canvas

05

La Ruta de Lean Canvas

07

Bloque 1. El Problema

09

Bloque 2. Segmento de Clientes

11

Bloque 3. Propuesta Única de Valor

13

Bloque 4. Solución

15

Bloque 5. Canales

17

Bloque 6. Fuentes de ingresos

19

Bloque 7. Estructura de Costos.

21

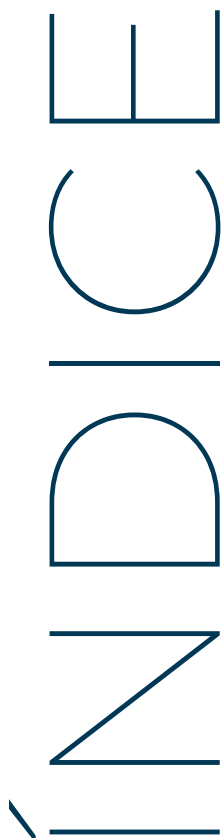
Bloque 8. Métricas Clave

23

Bloque 9. Ventaja Especial

25

Felicidades!



Bienvenido (a): ¡Estás Listo para Hacer Crecer tu Idea!

¡Hola, emprendedor! Bienvenido al módulo "Identificación y Validación de tu Idea de Negocio" del curso "Crea tu Empresa". Estamos muy emocionados de acompañarte en este paso tan importante de tu camino como emprendedor. En el módulo anterior, "Proyecto de Vida del Emprendedor", descubriste tu visión, tus pasiones y una idea de negocio que refleja quién eres y lo que quieres lograr. ¡Eso fue un gran logro! Ahora, es momento de darle forma a esa idea y asegurarte de que tenga el potencial para convertirse en un negocio exitoso que impacte tu vida y la de tus clientes. Con este módulo, vas a aprender a usar el Lean Canvas, una herramienta sencilla que te ayudará a organizar tu idea, entender a tus clientes y confirmar que estás en el camino correcto. ¡Prepárate para transformar tu sueño en un plan real y lleno de propósito!

¿Qué Aprenderás en Este Módulo?

En este módulo, daremos un paso más hacia la creación de tu empresa al enfocarnos en dos cosas clave: identificar quiénes son tus clientes y qué necesitan, y validar si tu idea de negocio realmente puede funcionar en el mercado. Para lograrlo, usarás el Lean Canvas, una hoja con 9 espacios que te guiará para organizar tu idea de manera clara y práctica. Imagina el Lean Canvas como un mapa que te muestra cómo tu idea puede ayudar a tus clientes, cómo llegarás a ellos y cómo harás dinero con tu negocio. Lo mejor de todo es que también te ayudará a escuchar a tus futuros clientes y ajustar tu idea para que sea aún mejor. A lo largo de este módulo, trabajarás con dos manuales: el "Manual Teórico: El Lean Canvas", que te explicará todo lo que necesitas saber sobre esta herramienta, y la "Guía de Trabajo: Aplicando el Lean Canvas", que te llevará a poner manos a la obra con ejercicios prácticos. Al final, tendrás una idea de negocio más sólida, validada con retroalimentación real, y estarás listo para los siguientes pasos del curso. ¡Este es el momento de hacer que tu idea brille, y en "Crea tu Empresa" estaremos contigo para que lo logres con éxito!

¿Por qué Lean Canvas?

A diferencia de un plan de negocio tradicional, que puede ser largo y detallado, el Lean Canvas es simple y se centra en lo esencial: entender a los clientes, resolver sus problemas y probar si la idea tiene potencial en el mercado. Es una herramienta "viva", lo que significa que se puede ajustar constantemente a medida que el emprendedor aprende más sobre su negocio y sus clientes.

Propósito del Lean Canvas

El Lean Canvas tiene tres objetivos principales:

- *Estructurar una Idea de Negocio:* Ayuda a los emprendedores a organizar sus pensamientos y plasmar su idea en un formato claro y visual. Esto es especialmente útil para quienes están empezando y no saben por dónde comenzar.
- *Identificar Suposiciones Clave:* Permite a los emprendedores reconocer las partes de su idea que son suposiciones (por ejemplo, "creo que mis clientes pagarán \$15 por un tamal") y que necesitan ser validadas con retroalimentación real.
- *Validar la Idea en el Mercado:* Fomenta un enfoque práctico al animar a los emprendedores a salir al mercado, hablar con clientes potenciales y ajustar su idea según lo que descubran, reduciendo el riesgo de invertir tiempo y dinero en una idea que no funciona.

En el contexto del curso "Crea tu Empresa", el Lean Canvas es ideal porque empodera a emprendedores y PyMEs en México a tomar decisiones informadas desde el inicio, asegurándose de que su negocio responda a una necesidad real en su comunidad o mercado.

"No busques clientes para tu producto, busca un producto para tus clientes y ellos llegarán solos.."



La Ruta del Modelo Lean Canvas

El Lean Canvas es una herramienta visual con 9 bloques que te ayuda a estructurar y validar tu idea de negocio. Aunque puedes llenar los bloques en cualquier orden, seguir una ruta lógica asegura que desarrolles tu idea de manera clara y efectiva. La ruta que se sugiere prioriza entender el problema y a los clientes antes de definir los detalles operativos y financieros, siguiendo un enfoque centrado en el cliente y en la validación. A continuación, te explico el flujo recomendado, qué representa cada bloque, por qué se aborda en ese orden, y cómo iterar a lo largo del proceso.

Iteración: Un Proceso Continuo

El Lean Canvas no es un documento estático; es un proceso iterativo. Después de llenar los 9 bloques en este orden inicial, debes:

1. *Identificar Suposiciones Clave*: Revisa tu Canvas y subraya las ideas que más te preocupan. Por ejemplo, Sofía se pregunta: "¿Pagarán \$15 USD por mis sesiones?"
2. *Validar con el Mercado*: Sal a probar tus suposiciones. Habla con clientes, haz encuestas o prueba tu producto. Sofía descubre que \$10 USD por sesión es más aceptable que \$15 USD.
3. *Ajustar tu Canvas*: Regresa a los bloques y haz cambios según lo que aprendas. Sofía ajusta su precio y añade ferias de turismo como canal.
4. *Repetir*: Sigue iterando cada vez que obtengas nueva retroalimentación. El Lean Canvas evoluciona con tu negocio.

EJEMPLO DE RUTA DE ACCIÓN

Escribe algo especial que tengas, como una habilidad, experiencia o pasión.

Ejemplo (Sofía): "Mi pasión por los viajes y experiencia como fotógrafa me conectan con los clientes."

- Paso 1 (Problema): Identifica que los viajeros no encuentran fotografías confiables.
- Paso 2 (Segmentos de Clientes): Define a viajeros jóvenes de 25-35 años.
- Paso 3 (Propuesta de Valor Única): Propone fotos únicas que capturan la esencia de los viajes.
- Paso 4 (Solución): Ofrece sesiones fotográficas con entrega en 24 horas.
- Paso 5 (Canales): Usa Instagram y ferias de turismo.
- Paso 6 (Fuentes de Ingresos): Cobra \$15 USD por sesión.
- Paso 7 (Estructura de Costos): Calcula \$200 USD inicial en equipo y \$70 USD mensuales.
- Paso 8 (Métricas Clave): Mide 15 sesiones al mes.
- Paso 9 (Ventaja Especial): Destaca su pasión por los viajes.
- Iteración: Valida, ajusta el precio y los canales, y sigue mejorando.

“
¡Gracias al Lean Canvas hoy tengo claro cómo llegar a los viajeros con mis fotos únicas y cómo hacer crecer mi pasión por la fotografía en la playa!



¿Por qué Comenzar en Este Bloque?

El viaje de tu idea de negocio empieza con el bloque de "Problema" porque todo negocio exitoso se basa en resolver una necesidad real. Si no hay un problema claro que afecte a las personas, no hay razón para que compren tu producto o servicio. Comenzar aquí te asegura que tu idea tenga un propósito sólido desde el principio, evitando que inviertas tiempo y dinero en algo que no tiene demanda. En México, donde los emprendedores a menudo operan con recursos limitados, identificar un problema real desde el inicio es clave para construir un negocio que impacte tu comunidad. Por ejemplo, Sofía empezó preguntándose qué frustraba a los viajeros.

¿Cuál es el Objetivo?

El objetivo de este bloque es definir de manera clara y específica los problemas o necesidades que tu idea de negocio busca resolver. No se trata solo de adivinar qué podría ser útil, sino de entender las frustraciones reales de tus clientes potenciales. Al llenar este bloque, establecerás la base de tu Lean Canvas, asegurándote de que tu solución tenga un propósito y un mercado. Por ejemplo, el objetivo de Sofía fue identificar por qué los viajeros no estaban satisfechos con las fotos de sus viajes.

¿Qué Preguntas Debemos Responder y Cómo Encontrar las Respuestas?

Para completar este bloque, necesitas responder estas preguntas clave:

1. ¿Qué problemas o necesidades enfrentan mis clientes potenciales?

Identifica 1-3 problemas principales que afectan a las personas que podrían usar tu producto o servicio. Sé específico sobre sus frustraciones o deseos insatisfechos.

- Ejemplo (Sofía): "¿Por qué los viajeros no tienen fotos profesionales de sus viajes?"

- **Cómo Encontrar las Respuestas:** Habla con 5-10 personas de tu comunidad o público objetivo. Usa herramientas accesibles como WhatsApp, visita mercados locales o observa sus comportamientos. Sofía preguntó a viajeros en Instagram.
 - ¿Estos problemas son reales y frecuentes? Confirma que el problema no es algo aislado, sino que afecta a un grupo significativo de personas. Esto te asegura que hay un mercado potencial.
 - Ejemplo (Sofía): "¿Es común que los viajeros busquen fotógrafos y no los encuentren?"
- **Cómo Encontrar las Respuestas:** Haz encuestas rápidas o observa patrones. Sofía revisó comentarios en redes sociales para ver si otros viajeros compartían su problema.
 - ¿Mis clientes están dispuestos a pagar por una solución? Asegúrate de que el problema sea lo suficientemente importante como para que las personas estén dispuestas a invertir dinero en resolverlo.
 - Ejemplo (Sofía): "¿Pagarían los viajeros por fotos profesionales?"
- **Cómo Encontrar las Respuestas:** Pregunta directamente a tus clientes potenciales cuánto estarían dispuestos a pagar. Sofía publicó una encuesta en Instagram.

Acciones Prácticas:

- Observa: Visita lugares donde están tus clientes (mercados, eventos, redes sociales) y anota sus quejas o necesidades.
- Pregunta: Realiza entrevistas informales o usa encuestas en WhatsApp o Facebook.
- Valida: Prueba si el problema es real ofreciendo una solución inicial (como una muestra) y mide la reacción. Sofía compartió una foto de muestra y preguntó si les gustaría contratarla.

Resultado: Una vez que tengas las respuestas, escribe 1-3 problemas claros en este bloque. Por ejemplo:

- Sofía: "Los viajeros no encuentran fotógrafos confiables en destinos turísticos."

Este enfoque te dará una base sólida para avanzar al siguiente bloque y construir un negocio que realmente resuelva algo importante para tu comunidad.

Objetivo del Bloque

El objetivo del bloque de "Segmentos de Clientes" es identificar y describir con precisión a las personas que enfrentan el problema que definiste en el bloque anterior. No se trata de venderle a "todos", sino de enfocarte en un grupo específico que realmente necesita tu solución. Al definir a tus clientes ideales, podrás entender mejor sus necesidades, comportamientos y motivaciones, lo que te permitirá diseñar un producto o servicio que les encante. Este bloque también te ayuda a priorizar tus esfuerzos, asegurándote de que tu negocio llegue a las personas correctas desde el inicio. Por ejemplo, Sofía se enfocó en viajeros jóvenes que quieren fotos únicas.

- **Qué Preguntas Debo Hacer**

Para completar este bloque, necesitas responder estas preguntas clave:

1. ¿Quiénes son las personas que enfrentan el problema que identifiqué?

Describe a tu público objetivo con características específicas: edad, género, ubicación, intereses o comportamientos.

- Ejemplo (Sofía): "*¿Quiénes son los viajeros que quieren fotos profesionales? ¿Son jóvenes, familias, o viajeros solitarios?*"

2. ¿Qué motiva a estos clientes a buscar una solución?

Piensa en sus deseos o frustraciones principales. ¿Qué los lleva a buscar un producto o servicio como el tuyo?

- Ejemplo (Sofía): "*¿Qué buscan los viajeros jóvenes al contratar un fotógrafo? ¿Quieren recuerdos únicos, presumir en redes sociales, o algo más?*"

3. ¿Es este grupo lo suficientemente grande como para que mi negocio sea viable?

Evalúa si hay suficientes personas en este segmento para que tu idea tenga demanda. También considera si son accesibles para ti.

- Ejemplo (Sofía): "*¿Hay suficientes viajeros jóvenes en destinos turísticos que quieran fotos?*"

BLOQUE 2.

SEMENTO DE CLIENTES

- **Cómo Obtener las Respuestas**

Aquí te damos pasos prácticos para responder estas preguntas y llenar el bloque:

1. Observa a tu Público Objetivo:

Visita lugares donde podrías encontrar a tus clientes, como mercados, eventos locales o plataformas digitales. Observa cómo se comportan y qué necesitan.

- Ejemplo (Sofía): Sofía revisó perfiles de viajeros en Instagram y TikTok para entender qué tipo de personas buscan fotos profesionales. Notó que los jóvenes de 25-35 años publicaban más sobre sus viajes.

2. Habla con Personas de tu Segmento:

Realiza entrevistas informales con 5-10 personas que podrían ser tus clientes. Pregunta sobre sus hábitos, necesidades y qué los motiva. Usa herramientas accesibles como WhatsApp o grupos de Facebook.

- Ejemplo (Sofía): Sofía preguntó a viajeros en Instagram: "¿Qué tipo de fotos te gustaría tener de tus viajes?" Descubrió que los jóvenes querían fotos únicas para redes sociales.

3. Analiza Datos o Tendencias:

Busca información que te ayude a entender el tamaño y comportamiento de tu segmento. Esto puede incluir publicaciones en redes sociales, comentarios en grupos o datos de mercados locales.

- Ejemplo (Sofía): Sofía buscó hashtags como #ViajesMéxico y vio que muchos viajeros jóvenes visitaban destinos como Cancún y Tulum, lo que confirmó que su segmento era grande.

4. Valida tu Segmento:

Prueba si tu segmento realmente está interesado en una solución. Puedes ofrecer una muestra inicial o hacer encuestas para medir su interés.

- Ejemplo (Sofía): Sofía publicó en Instagram: "¿Te gustaría una sesión fotográfica en tu próximo viaje?" y recibió respuestas positivas de viajeros jóvenes.

5. Resultado:

Una vez que tengas las respuestas, escribe una descripción clara de tu segmento de clientes en este bloque. Por ejemplo:

- Sofía: "Viajeros jóvenes de 25-35 años que usan Instagram y quieren fotos únicas de sus viajes."
- Este bloque te dará claridad sobre a quién dirigirte, preparando el terreno para los siguientes pasos del Lean Canvas, como definir tu propuesta de valor y solución.

BLOQUE 3.

PROPUESTA DE VALOR ÚNICA

Objetivo del Bloque

El objetivo del bloque de "Propuesta de Valor Única" es definir qué hace que tu idea de negocio sea especial y diferente, destacando por qué los clientes elegirán tu producto o servicio sobre las alternativas existentes. Este bloque es el corazón de tu negocio, ya que resume el beneficio principal que ofreces y te ayuda a diferenciarte de la competencia. Al completarlo, tendrás una promesa clara que atraerá a tus segmentos de clientes y los motivará a elegirte. Por ejemplo, Sofía creó una propuesta que resalta fotos únicas para viajeros.

Qué Preguntas Debo Hacer

Para llenar este bloque, necesitas responder estas preguntas clave:

1. ¿Qué beneficio principal ofrezco a mis clientes?

Identifica el valor más importante que tu producto o servicio aporta a quienes enfrentan el problema.

- Ejemplo (Sofía): "¿Qué beneficio obtienen los viajeros al contratarme? ¿Fotos únicas o recuerdos especiales?"

2. ¿Qué me hace diferente de la competencia?

Piensa en qué te distingue de otras opciones disponibles (otros fotógrafos, estudios fotográficos, etc.). Podría ser calidad, precio, experiencia o algo único.

- Ejemplo (Sofía): "¿Qué me diferencia de otros fotógrafos? ¿Mi pasión por los viajes o entregas rápidas?"

3. ¿Por qué esto importa a mis clientes?

Asegúrate de que tu propuesta resuelva un dolor específico o satisfaga un deseo que motive a tus clientes a elegirte.

- Ejemplo (Sofía): "¿Por qué les importa a los viajeros tener fotos únicas? ¿Para presumir en redes sociales?"

BLOQUE 3.

PROPUESTA DE VALOR ÚNICA

Cómo Obtener las Respuestas

Aquí te ofrecemos pasos prácticos para encontrar las respuestas y completar este bloque:

1. Reflexiona sobre tu Oferta:

Piensa en lo que haces mejor o qué te apasiona que podría ser un valor para tus clientes. Escribe una frase inicial que resuma tu propuesta.

- Ejemplo (Sofía): Sofía reflexionó que su amor por los viajes y su habilidad para capturar momentos únicos podían ser su ventaja.

2. Compara con la Competencia:

Investiga qué ofrecen otros en tu mercado (en mercados, redes sociales o tiendas locales) y señala cómo eres diferente.

- Ejemplo (Sofía): Sofía vio que otros fotógrafos eran caros o poco confiables, así que destacó su precio accesible (\$15 USD) y entregas en 24 horas.

3. Pregunta a tus Clientes Potenciales:

Habla con tu segmento de clientes y pregunta qué valoran más o qué los atraería de tu idea. Usa encuestas, WhatsApp o conversaciones informales.

- Ejemplo (Sofía): Sofía preguntó en Instagram: "¿Qué te gustaría de un fotógrafo de viaje?" y muchos respondieron que querían fotos personalizadas.

4. Prueba tu Propuesta:

Ofrece una versión inicial de tu producto o servicio (como una muestra o promoción) y observa la reacción para validar tu propuesta.

- Ejemplo (Sofía): Sofía compartió una foto de muestra en redes y recibió comentarios positivos sobre su estilo único.

5. Resultado:

Una vez que tengas las respuestas, escribe una frase concisa que resuma tu propuesta de valor única. Por ejemplo:

- Sofía: "Fotos de viaje únicas que capturan la esencia de tu aventura, entregadas en 24 horas."

Esta propuesta te dará una guía clara para atraer a tus clientes y destacarte en el mercado, preparando el camino para el siguiente bloque, como la solución.

Objetivo del Bloque

El objetivo del bloque de "Solución" es detallar cómo tu producto o servicio resuelve los problemas identificados y entrega la propuesta de valor única que prometiste a tus clientes. Este bloque transforma tu idea en una oferta concreta, ofreciendo una respuesta clara a las necesidades de tu segmento de clientes. Al definir tu solución, te preparas para validarla y ajustarla según las retroalimentaciones, asegurando que sea práctica y atractiva. Por ejemplo, Sofía desarrolló sesiones fotográficas personalizadas.

Qué Preguntas Debo Hacer

Para completar este bloque, necesitas responder estas preguntas clave:

1. ¿Cómo mi producto o servicio resuelve el problema de mis clientes?

Describe cómo tu oferta aborda específicamente las frustraciones o necesidades identificadas en el bloque de "Problema".

- Ejemplo (Sofía): "¿Cómo mis sesiones fotográficas resuelven la falta de fotos confiables para viajeros?"

2. ¿Qué características específicas incluye mi solución?

Enumera los elementos clave de tu producto o servicio que lo hacen funcionar (precio, tiempo de entrega, calidad, etc.).

- Ejemplo (Sofía): "¿Qué incluye mi servicio? ¿Fotos digitales, sesiones de 1 hora, entrega en 24 horas?"

3. ¿Es mi solución viable y atractiva para mis clientes?

Evalúa si tu oferta es práctica para ti y si realmente interesa a tu segmento de clientes.

- Ejemplo (Sofía): "¿Puedo ofrecer sesiones fotográficas a bajo costo y seguir siendo rentable?"

Cómo Obtener las Respuestas

Aquí te ofrecemos pasos prácticos para encontrar las respuestas y completar este bloque:

1. Conecta con tu Propuesta de Valor:

Usa la propuesta de valor única como base y diseña una solución que la cumpla. Piensa en cómo llevarla a la práctica.

- Ejemplo (Sofía): Sofía creó sesiones de 1 hora con entrega digital en 24 horas para cumplir con su propuesta de fotos únicas y rápidas.

2. Desarrolla un Prototipo o Muestra:

Crea una versión inicial de tu solución (puede ser simple, como un borrador o una muestra) para tener algo tangible que evaluar.

- Ejemplo (Sofía): Sofía hizo una sesión de prueba con un amigo viajero y tomó fotos para mostrar su estilo.

3. Recoge Retroalimentación de Clientes:

Presenta tu solución a tu segmento de clientes y pide su opinión sobre si resuelve su problema y si les gusta. Usa encuestas, WhatsApp o reuniones informales.

- Ejemplo (Sofía): Sofía compartió las fotos de prueba en Instagram y preguntó: "¿Te contratarías por \$15 USD?" Recibió comentarios positivos.

4. Ajusta según Necesidad:

Modifica tu solución basándote en la retroalimentación para que sea más atractiva o viable.

- Ejemplo (Sofía): Sofía añadió más poses personalizadas tras sugerencias de los viajeros.

Resultado: Una vez que tengas las respuestas, escribe una descripción clara de tu solución. Por ejemplo:

- Sofía: "Sesiones fotográficas de 1 hora en destinos turísticos, entregando fotos digitales únicas en 24 horas por \$15 USD."

Objetivo del Bloque

El objetivo del bloque de "Canales" es determinar cómo vas a llegar a tus clientes y entregarles tu solución de manera efectiva. Este bloque te ayuda a planificar las vías por las que darás a conocer tu producto o servicio y cómo lo pondrás en manos de tu segmento de clientes. Elegir los canales correctos es clave para que tu negocio sea accesible y exitoso, especialmente en un contexto como México, donde los emprendedores pueden aprovechar mercados locales, redes sociales y comunidades. Por ejemplo, Sofía decidió usar Instagram para promocionar sus sesiones fotográficas.

Qué Preguntas Debo Hacer

Para completar este bloque, necesitas responder estas preguntas clave:

1. ¿Por dónde puedo llegar a mis clientes?

Identifica los lugares o plataformas donde tu segmento de clientes pasa tiempo o busca soluciones.

- Ejemplo (Sofía): "¿Dónde están los viajeros jóvenes? ¿En Instagram, ferias de turismo o agencias de viaje?"

2. ¿Cómo entregaré mi solución a mis clientes?

Define los métodos para llevar tu producto o servicio a ellos (venta directa, entrega, online, etc.).

- Ejemplo (Sofía): "¿Entregaré las fotos en persona, por correo electrónico o una plataforma digital?"

3. ¿Son estos canales costoefectivos y accesibles para mí?

Evalúa si los canales que eliges son prácticos para tu presupuesto y si puedes manejarlos con tus recursos.

- Ejemplo (Sofía): "¿Puedo usar Instagram gratis y llegar a viajeros sin invertir mucho?"

Cómo Obtener las Respuestas

Aquí te ofrecemos pasos prácticos para encontrar las respuestas y completar este bloque:

1. Investiga los Hábitos de tus Clientes:

Observa dónde tu segmento de clientes busca información o compra productos similares. Esto puede ser en línea (redes sociales) o en persona (mercados, eventos).

- Ejemplo (Sofía): Sofía notó que los viajeros jóvenes publicaban en Instagram y asistían a ferias de turismo locales.

2. Prueba Diferentes Canales:

Experimenta con opciones accesibles (como publicaciones gratuitas en redes, muestras en mercados o entregas locales) para ver cuál funciona mejor.

- Ejemplo (Sofía): Sofía publicó en Instagram y asistió a una feria de turismo para ofrecer sesiones de prueba.

3. Recoge Retroalimentación:

Pregunta a tus clientes cómo prefieren que les llegues y entregues tu solución. Usa encuestas, conversaciones o observa sus reacciones.

- Ejemplo (Sofía): Sofía preguntó en Instagram: "¿Dónde te gustaría contratar un fotógrafo?" y la mayoría dijo "en redes".

4. Evalúa Costos y Escala:

Calcula el tiempo, dinero y esfuerzo que requiere cada canal, y ajusta según tus recursos.

- Ejemplo (Sofía): Sofía confirmó que Instagram era gratis y escalable, mientras que las ferias requerían una pequeña inversión.

Resultado: Una vez que tengas las respuestas, lista los canales que usarás para llegar y entregar tu solución. Por ejemplo:

- Sofía: "Instagram para promoción y entrega digital de fotos por correo electrónico."

BLOQUE 6.

FUENTES DE INGRESOS

Objetivo del Bloque

El objetivo del bloque de "Fuentes de Ingresos" es identificar cómo tu negocio generará dinero a partir de tu solución, asegurando que sea financieramente sostenible. Este bloque te ayuda a definir las formas en que tus clientes pagarán por tu producto o servicio, permitiéndote planificar cómo cubrir tus costos y obtener ganancias. Para emprendedores en México, donde los recursos suelen ser limitados, es crucial elegir fuentes de ingresos que sean realistas y atractivas para los clientes. Por ejemplo, Sofía decidió cobrar por sesión fotográfica.

Qué Preguntas Debo Hacer

Para completar este bloque, necesitas responder estas preguntas clave:

1. ¿Cómo voy a ganar dinero con mi solución?

Identifica los métodos principales de monetización (ventas directas, suscripciones, paquetes, etc.) que se ajusten a tu producto o servicio.

- Ejemplo (Sofía): "¿Cómo cobraré por mis sesiones fotográficas? ¿Por sesión, por foto, o por paquete?"

2. ¿Cuánto están dispuestos a pagar mis clientes?

Determina un precio que sea aceptable para tu segmento de clientes y que cubra tus costos.

- Ejemplo (Sofía): "¿Cuánto pagarían los viajeros por una sesión? ¿\$10 USD, \$15 USD, o más?"

3. ¿Es este modelo de ingresos sostenible y escalable?

Evalúa si tu estrategia de ingresos puede mantenerse a largo plazo y crecer con tu negocio.

Ejemplo (Sofía): "¿Puedo seguir cobrando \$15 USD por sesión y aumentar mis clientes con el tiempo?"

BLOQUE 6.

FUENTES DE INGRESOS

Cómo Obtener las Respuestas

Aquí te ofrecemos pasos prácticos para encontrar las respuestas y completar este bloque:

1. Analiza tu Solución y Segmento:

Reflexiona sobre cómo tu producto o servicio puede generar ingresos y qué modelos de pago prefieren tus clientes.

- Ejemplo (Sofía): Sofía decidió cobrar por sesión porque los viajeros prefieren pagos únicos, no suscripciones.

2. Investiga Precios del Mercado:

Observa cuánto cobran otros por productos o servicios similares en tu área (mercados, redes sociales, o competidores directos).

- Ejemplo (Sofía): Sofía vio que otros fotógrafos cobraban \$20 USD, así que decidió ofrecer un precio competitivo de \$15 USD.

3. Valida con tus Clientes:

Pregunta a tu segmento de clientes cuánto están dispuestos a pagar y qué modelo prefieren (por unidad, paquete, etc.). Usa encuestas o conversaciones directas.

- Ejemplo (Sofía): Sofía preguntó en Instagram: "¿Pagarías \$15 USD por una sesión de fotos?" y recibió respuestas positivas.

4.- Prueba tu Modelo de Ingresos:

Inicia con una prueba pequeña para ver si tu estrategia de ingresos funciona, ajustándola según los resultados.

- Ejemplo (Sofía): Sofía ofreció 5 sesiones a \$15 USD y vio que podía cubrir sus costos y ganar una pequeña ganancia.

Resultado: Una vez que tengas las respuestas, lista tus fuentes de ingresos y precios. Por ejemplo:

- Sofía: "Cobrar \$15 USD por sesión fotográfica de 1 hora."

BLOQUE 7.

ESTRUCTURA DE COSTOS

Objetivo del Bloque

El objetivo del bloque de "Estructura de Costos" es identificar y listar todos los gastos necesarios para operar tu negocio y entregar tu solución. Este bloque te permite entender cuánto dinero necesitas invertir para mantener tu idea en marcha, asegurándote de que tus fuentes de ingresos cubran estos costos y generen ganancias. Para emprendedores en México, donde los recursos suelen ser limitados, planificar tus costos es esencial para evitar pérdidas y maximizar la sostenibilidad de tu negocio. Por ejemplo, Sofía calculó los costos de su equipo fotográfico.

Qué Preguntas Debo Hacer

Para completar este bloque, necesitas responder estas preguntas clave:

1. ¿Cuáles son los costos fijos de mi negocio?

Identifica los gastos que no cambian, como renta, equipo inicial o suscripciones (si las hay).

- Ejemplo (Sofía): "¿Cuánto me cuesta mi cámara y software de edición?"

2. ¿Cuáles son los costos variables asociados a mi solución?

Enumera los gastos que dependen de la cantidad de productos o servicios que vendes, como materiales o transporte.

- Ejemplo (Sofía): "¿Cuánto gasto en baterías o transporte a destinos turísticos?"
- Ejemplo (Sofía): "¿Cuántas horas le invertiré a la sesión y a la edición de las fotografías? Y ¿Cuál es el precio por hora de trabajo?"

3. ¿Puedo reducir u optimizar estos costos?

Evalúa si hay formas de disminuir gastos sin afectar la calidad de tu solución.

- Ejemplo (Sofía): "¿Puedo usar mi celular para fotos iniciales en lugar de invertir en equipo caro?"

BLOQUE 7.

ESTRUCTURA DE COSTOS

Cómo Obtener las Respuestas

Aquí te ofrecemos pasos prácticos para encontrar las respuestas y completar este bloque:

1. Lista tus Gastos Iniciales:

Revisa lo que necesitas para empezar (equipo, materiales, permisos) y estima un costo aproximado.

- Ejemplo (Sofía): Sofía calculó \$5,000 MXN por una cámara básica y \$500 MXN por software.

2. Calcula Costos por Unidad o Servicio:

Determina el costo de producir o entregar cada producto o servicio que vendes.

- Ejemplo (Sofía): Sofía calculó \$2 USD por sesión (baterías y transporte).
- Ejemplo (Sofía): Sofía asigna un costo por hora de \$100 MXN e invierte una hora a la sesión y una hora a la edición de las fotografías. Por lo cual calculó \$200 MXN por sesión.

3. Consulta Precios Locales:

Investiga en tu comunidad (mercados, tiendas, proveedores) cuánto cuestan tus insumos o servicios.

- Ejemplo (Sofía): Sofía preguntó en tiendas locales por precios de baterías y transporte público.

4. Prueba y Ajusta:

Inicia con una venta piloto y registra tus gastos reales para ajustar tus estimaciones.

- Ejemplo (Sofía): Sofía hizo 5 sesiones y notó que gastaba \$10 USD menos de lo planeado.

Resultado: Una vez que tengas las respuestas, lista tus costos fijos y variables. Por ejemplo:

- Sofía: "Costos fijos: \$5,500 MXN (cámara y software). Costos variables: \$240 MXN por sesión (horas hombre, baterías y transporte)."

BLOQUE 8.

MÉTRICAS CLAVE

Objetivo del Bloque

El objetivo del bloque de "Métricas Clave" es identificar los indicadores principales que te permitirán medir el éxito y el crecimiento de tu negocio. Estas métricas te ayudarán a evaluar si estás avanzando hacia tus metas, permitiéndote tomar decisiones informadas para ajustar tu estrategia. Para emprendedores en México, donde los negocios suelen empezar pequeños, elegir métricas simples y accionables es fundamental para monitorear el progreso sin complicaciones. Por ejemplo, Sofía se enfocó en el número de sesiones reservadas.

Qué Preguntas Debo Hacer

Para completar este bloque, necesitas responder estas preguntas clave:

1. ¿Qué indicadores muestran que mi negocio está funcionando bien?

Identifica las métricas principales que reflejan el éxito de tu solución y tu conexión con los clientes.

- Ejemplo (Sofía): "¿Qué muestra que mis sesiones fotográficas tienen éxito? ¿Número de reservas o clientes recurrentes?"

2. ¿Qué métricas me ayudarán a tomar decisiones clave?

Piensa en datos que te permitan ajustar tu estrategia, como mejorar tu producto o aumentar tus ventas.

- Ejemplo (Sofía): "¿Qué datos me ayudan a mejorar? ¿Tasa de satisfacción o comentarios en redes?"

3. ¿Puedo medir estas métricas de manera sencilla y regular?

Asegúrate de que las métricas sean fáciles de rastrear con los recursos que tienes.

- Ejemplo (Sofía): "¿Puedo contar mis reservas y comentarios con una libreta o app sencilla?"

BLOQUE 8.

MÉTRICAS CLAVE

Cómo Obtener las Respuestas

Aquí te ofrecemos pasos prácticos para encontrar las respuestas y completar este bloque:

1. Define Metas Claras:

Basándote en tu solución y fuentes de ingresos, establece qué significa "éxito" para tu negocio.

- Ejemplo (Sofía): Sofía quiere hacer 10 sesiones por semana para cubrir costos y crecer.

2. Identifica Indicadores Relevantes:

Elige métricas que midan tu desempeño (ventas, clientes) y la satisfacción del cliente (retroalimentación, repetición).

- Ejemplo (Sofía): Sofía seleccionó: número de sesiones reservadas, tasa de satisfacción (basada en comentarios) y clientes recurrentes.

3. Crea un Sistema de Seguimiento:

Usa herramientas simples (libreta, WhatsApp, hoja de cálculo) para registrar tus métricas regularmente.

- Ejemplo (Sofía): Sofía anota cada reserva en una libreta y revisa comentarios en Instagram semanalmente.

4. Prueba y Ajusta tus Métricas:

Mide tus métricas durante un periodo (como un mes) y evalúa si te dan información útil para mejorar.

- Ejemplo (Sofía): Sofía notó que solo tuvo 5 sesiones en un mes, así que ajustó su estrategia de promoción en Instagram.

Resultado: Una vez que tengas las respuestas, lista tus métricas clave. Por ejemplo:

- Sofía: "Número de sesiones reservadas por semana, tasa de satisfacción (basada en comentarios), clientes recurrentes."

Estas métricas te permitirán monitorear tu progreso y avanzar al siguiente bloque, como "Ventaja Especial", con un enfoque claro para crecer.

BLOQUE 9.

VENTAJA ESPECIAL

Objetivo del Bloque

El objetivo del bloque de "Ventaja Especial" es identificar qué tienes tú o tu negocio que te hace difícil de copiar y te da una ventaja sostenible frente a la competencia. Este bloque te ayuda a destacar un elemento único que protege tu idea y asegura que tu negocio pueda prosperar a largo plazo. Para emprendedores en México, donde la competencia en mercados locales puede ser alta, encontrar una ventaja especial es clave para diferenciarse y construir una base sólida. Por ejemplo, Sofía usó su experiencia personal como viajera.

Qué Preguntas Debo Hacer

Para completar este bloque, necesitas responder estas preguntas clave:

1. ¿Qué tengo que otros no puedan copiar fácilmente?

Identifica un recurso, habilidad, conexión o conocimiento que te dé una ventaja única.

- Ejemplo (Sofía): "¿Qué me hace especial? ¿Mi experiencia viajando o conexiones con viajeros?"

2. ¿Cómo esta ventaja beneficia a mis clientes?

Reflexiona sobre cómo tu ventaja especial mejora la experiencia o el valor que ofreces a tu segmento de clientes.

- Ejemplo (Sofía): "¿Cómo mi experiencia viajando ayuda a los clientes? ¿Fotos más auténticas?"

3. ¿Es esta ventaja sostenible a largo plazo?

Evalúa si tu ventaja puede mantenerse con el tiempo y resistir la competencia.

- Ejemplo (Sofía): "¿Podré seguir usando mi experiencia viajando para destacarme en el futuro?"

BLOQUE 9.

VENTAJA ESPECIAL

Cómo Obtener las Respuestas

Aquí te ofrecemos pasos prácticos para encontrar las respuestas y completar este bloque:

1. Reflexiona sobre tus Fortalezas:

Piensa en tus habilidades, experiencias, conexiones o recursos que sean únicos y relevantes para tu negocio.

- Ejemplo (Sofía): Sofía se dio cuenta de que su experiencia viajando por México le permitía entender mejor a los viajeros y capturar fotos auténticas.

2. Compara con la Competencia:

Observa a tus competidores (en mercados, redes sociales, o tu comunidad) y evalúa qué tienen que ellos no pueden ofrecer.

- Ejemplo (Sofía): Sofía notó que otros fotógrafos no tenían su misma pasión por los viajes ni conexiones directas con viajeros.

3. Valida con tus Clientes:

Pregunta a tus clientes si consideran tu ventaja especial como algo valioso para ellos. Usa conversaciones o encuestas.

- Ejemplo (Sofía): Sofía preguntó a viajeros: "¿Valoras que tu fotografía entienda tus experiencias de viaje?" y recibió respuestas positivas.

4. Evalúa la Sostenibilidad:

Asegúrate de que tu ventaja no sea fácil de copiar y que puedas mantenerla con el tiempo.

- Ejemplo (Sofía): Sofía confirmó que su experiencia viajando seguiría creciendo con cada nuevo destino que visitara.

Resultado: Una vez que tengas las respuestas, escribe tu ventaja especial de manera clara. Por ejemplo:

- Sofía: "Mi experiencia viajando por México, que me permite capturar fotos auténticas y conectar con viajeros."

Esta ventaja especial te dará una base sólida para destacarte en el mercado y completar tu Lean Canvas con un diferenciador claro.

