



CENTRO DE INNOVACION UC
ANACLETO ANGELINI



Jump
CHILE

Taller 2

Cómo validar tu
modelo de negocios




¡Felicitaciones
por estar aquí!



Proceso 2017



usted está aquí



Producto Mínimo
Viable y primeras
ventas

Definición y validación
del modelo de
negocios

Empatía con
Clientes y usuarios.
Investigación mercado

ETAPA 3

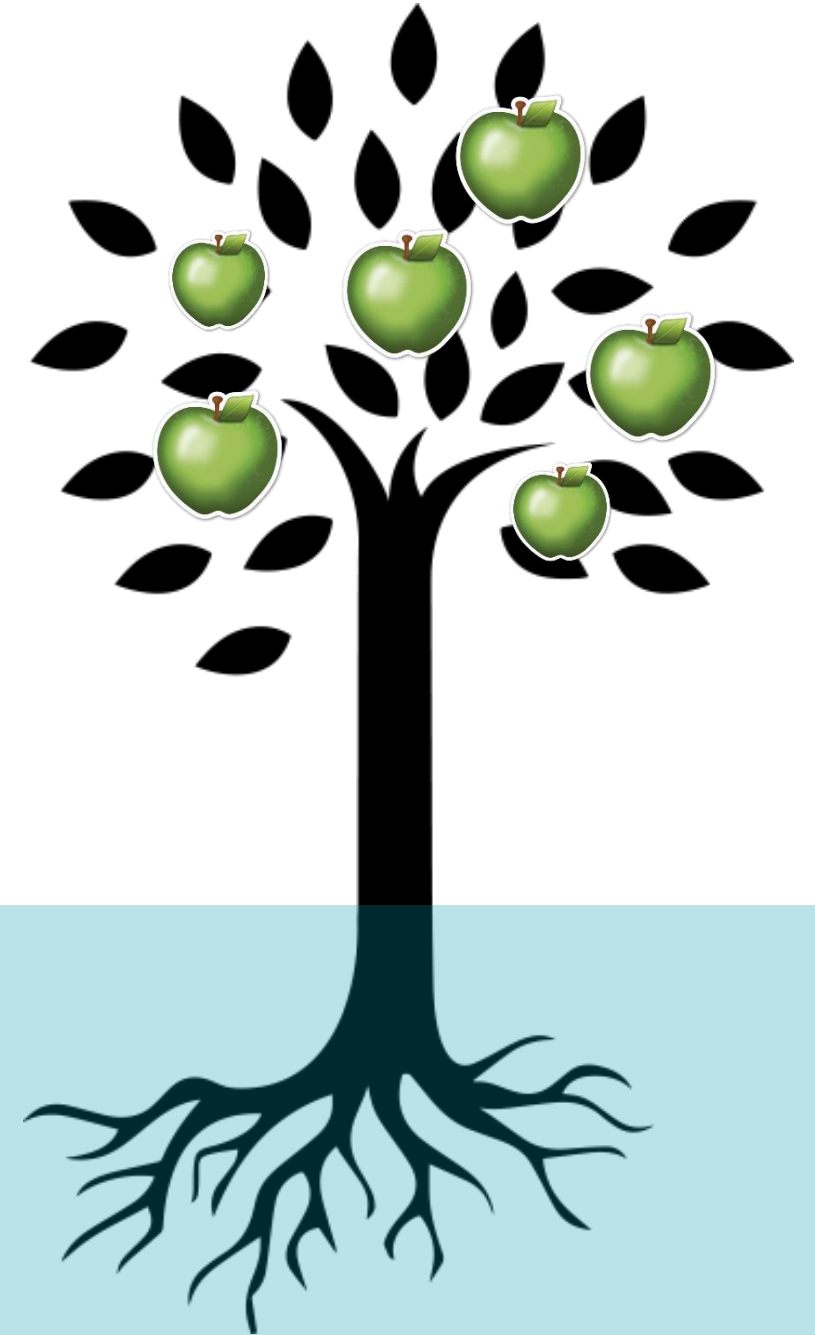
Los primeros frutos del árbol que le darán inicio a tu emprendimiento

ETAPA 2

El tronco de tu proyecto que le da fuerza al árbol para crecer

ETAPA 1

La raíz del proyecto
Sin ella el árbol se muere



Parte 1

De la problemática
a las ideas

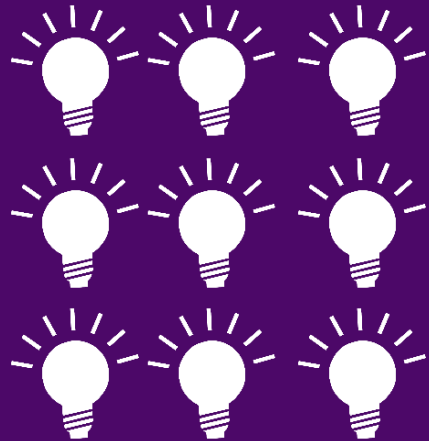
En búsqueda del modelo de negocios

Incertidumbre y experimentación  ejecución

PROBLEMA



IDEAS



EMPRESAS




EMPRESA
EXITOSA



¿Startup?

Startup = Emprendimiento



Es una organización creada para buscar un modelo de negocio repetible y escalable

Una startup busca su modelo de negocio

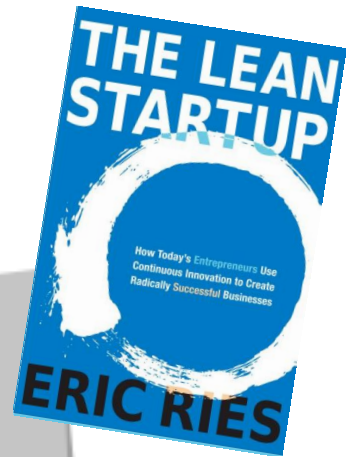
Una startup busca su modelo de negocio

Una empresa ejecuta su modelo de negocio

Eric Ries: The lean startup

“Si nos centramos en la eficiencia funcional, perdemos de vista el auténtico objetivo de la innovación: aprender lo que hasta ahora es desconocido.”

“El peor gasto que un startup puede hacer es **desarrollar algo que nadie quiere.**”



¿Cómo emprendemos?

- Observamos una situación problemática para algunas personas
- Y se nos ocurren soluciones



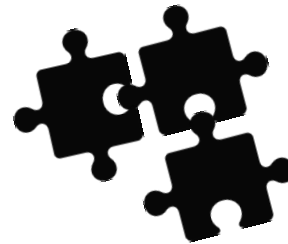
GRUPO DE PERSONAS



PROBLEMA



SITUACIÓN QUE LOS AFECTA



SOLUCIONES POSIBLES



Armando tu modelo de negocios



SOLUCIONES POSIBLES

Armando tu modelo de negocios



SOLUCIONES POSIBLES



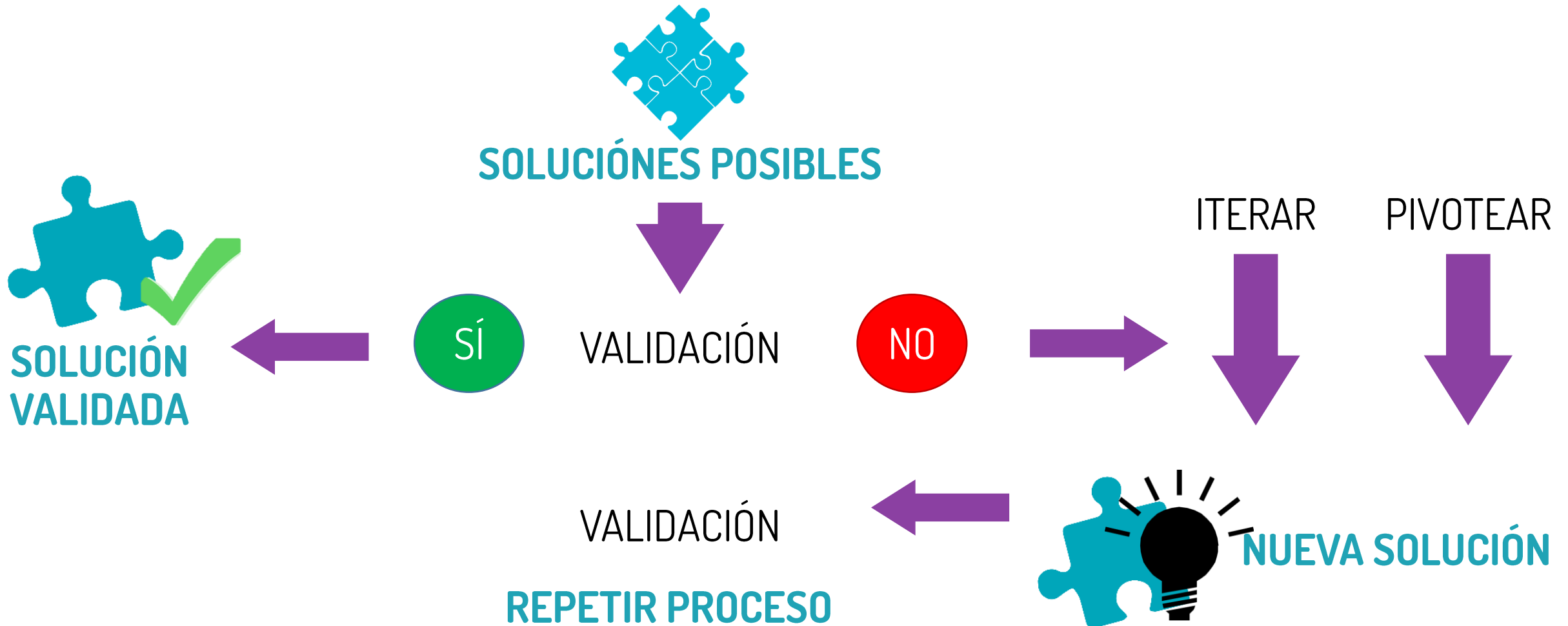
VALIDACIÓN



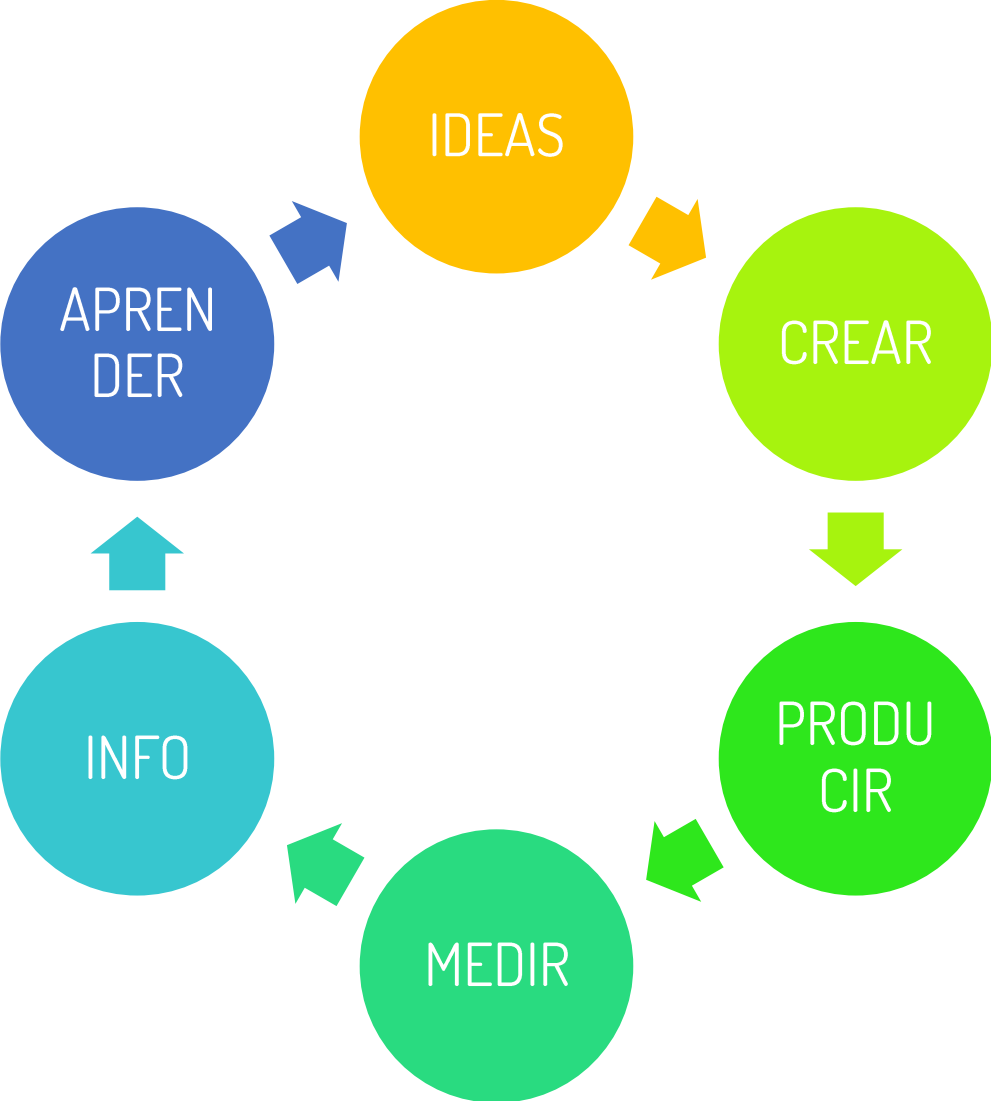
Armando tu modelo de negocios



Armando tu modelo de negocios



Ciclo de aprendizaje de una startup



ACTIVIDAD

Define 3 posible soluciones a la problemática encontrada

SOLUCIONES
POSIBLES



10 min.

Modelo de emprendimiento que funciona

¿Cuáles funcionarán mejor?



Deseabilidad



Personas



Viabilidad



Negocio



Factibilidad



Tecnología

¿Qué es un modelo de negocios?



CANVAS

Alexander Osterwalder
(2009)

Parte 2

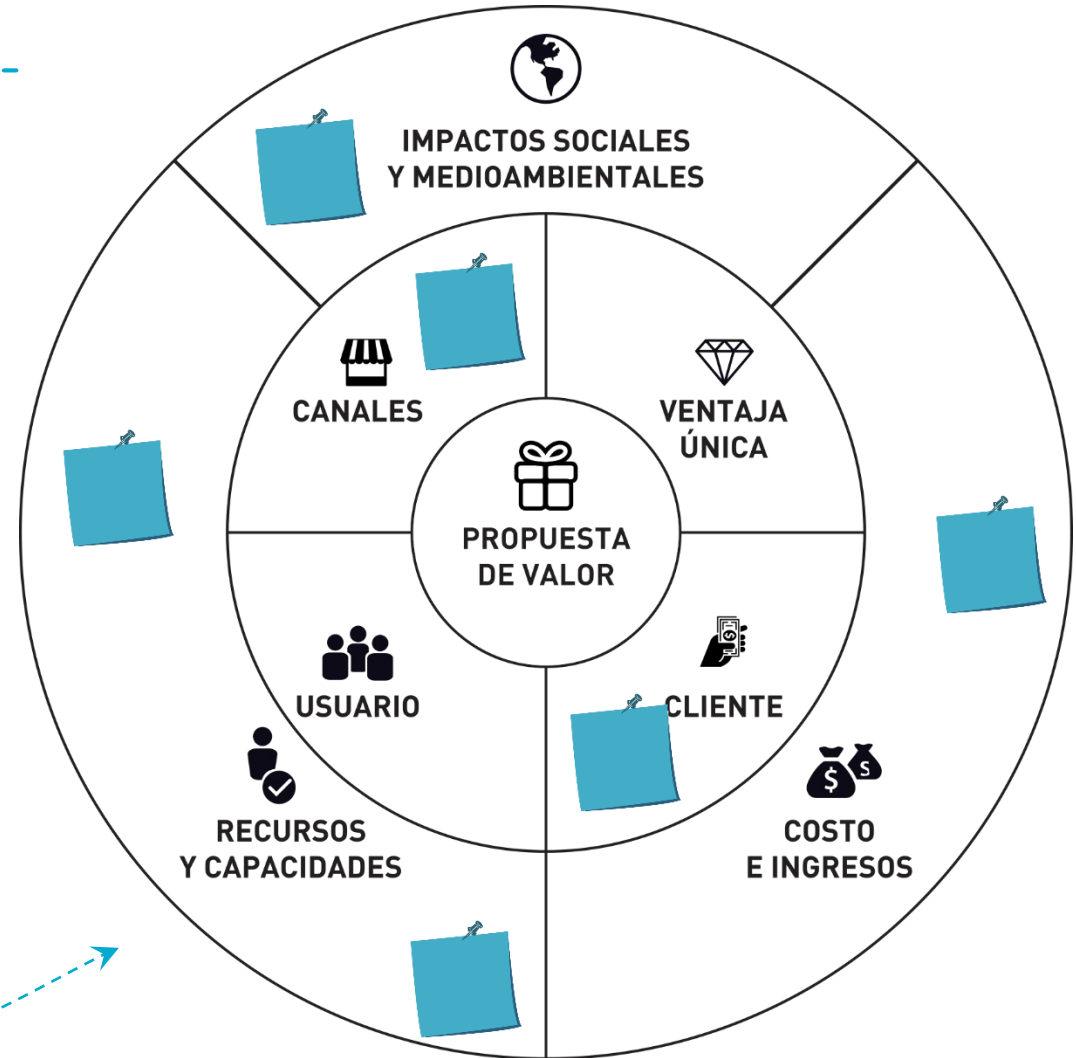
Proceso Jump Chile de validación y construcción del modelo de negocios



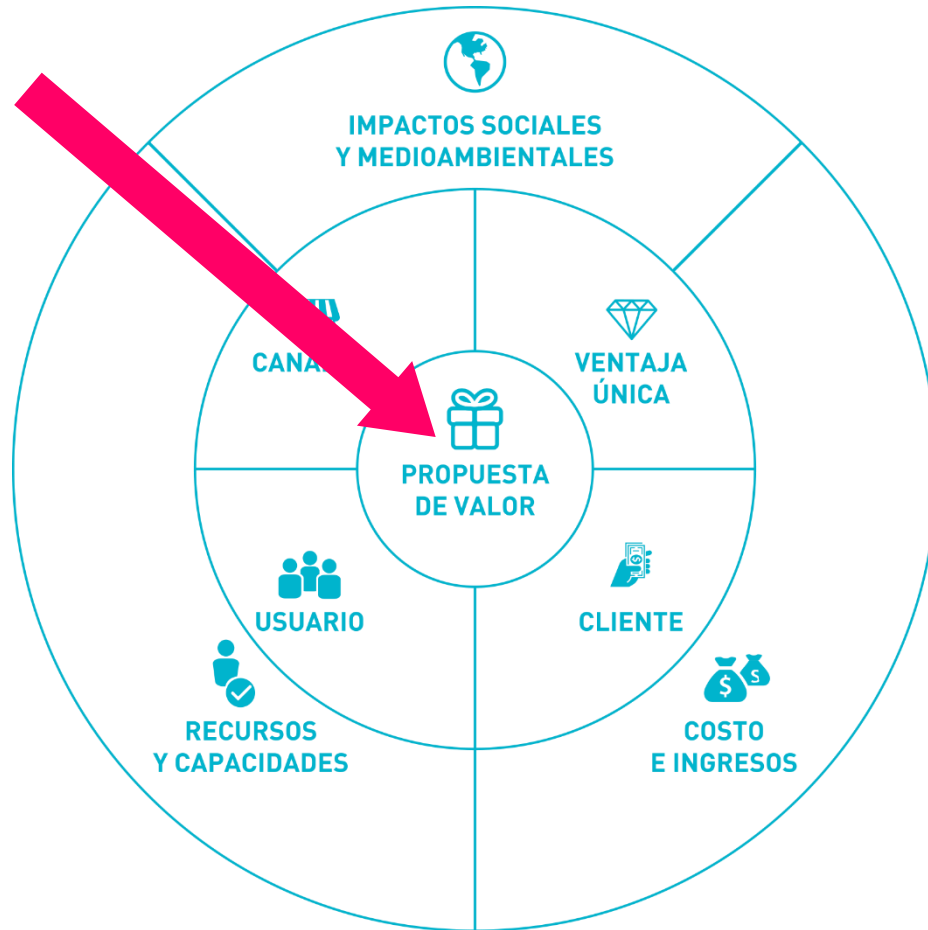
Paso 1

Jump Canvas

<p>Socios clave</p> <p>¿Quiénes son tus socios clave? ¿Por qué son importantes para ti? ¿Qué necesitas de ellos? ¿Qué puedes ofrecerles a cambio? ¿Cómo se relacionan con tu negocio? ¿Qué tipo de relación necesitas? ¿Cómo se relacionan con tu negocio? ¿Qué tipo de relación necesitas?</p>	<p>Actividades clave</p> <p>¿Qué actividades clave debes realizar para que tu negocio funcione? ¿Qué recursos necesitas para realizar estas actividades? ¿Qué canales necesitas para llegar a tus clientes? ¿Qué recursos necesitas para realizar estas actividades? ¿Qué canales necesitas para llegar a tus clientes?</p>	<p>Propuestas de valor</p> <p>¿Qué valor ofreces a tus clientes? ¿Qué problemas resuelves para ellos? ¿Qué beneficios les ofreces? ¿Qué necesidades satisfaces? ¿Qué problemas resuelves para ellos? ¿Qué beneficios les ofreces? ¿Qué necesidades satisfaces?</p>	<p>Relaciones con clientes</p> <p>¿Qué tipo de relaciones necesitas con tus clientes? ¿Cómo se relacionan con tu negocio? ¿Qué tipo de relación necesitas? ¿Cómo se relacionan con tu negocio? ¿Qué tipo de relación necesitas?</p>	<p>Segmentos de cliente</p> <p>¿A qué segmentos de clientes te diriges? ¿Qué necesidades tienen? ¿Qué problemas resuelves para ellos? ¿Qué beneficios les ofreces? ¿Qué necesidades satisfaces? ¿Qué problemas resuelves para ellos? ¿Qué beneficios les ofreces? ¿Qué necesidades satisfaces?</p>
<p>Estructura de costes</p> <p>¿Cuáles son los costes más importantes de tu negocio? ¿Cómo se relacionan con tu negocio? ¿Qué tipo de relación necesitas? ¿Cómo se relacionan con tu negocio? ¿Qué tipo de relación necesitas?</p>		<p>Fuentes de ingresos</p> <p>¿Cómo obtienes ingresos? ¿Qué productos o servicios ofreces? ¿Qué problemas resuelves para ellos? ¿Qué beneficios les ofreces? ¿Qué necesidades satisfaces? ¿Qué problemas resuelves para ellos? ¿Qué beneficios les ofreces? ¿Qué necesidades satisfaces?</p>		



Paso 1: Propuesta de valor



DEFINIR UNA
PROPUESTA DE VALOR
QUE SE HAGA CARGO DE
LOS PROBLEMAS DE TU
SEGMENTO DE CLIENTES

Paso 1: Propuesta de valor



El cliente **percibe** tu propuesta.

El cliente puede **acceder** a tu producto/servicio.

El cliente **continúa** apreciando el valor de tus productos/servicios.

El cliente **valora** tu propuesta.

El cliente **quiere y puede** pagar por tu producto/servicio.

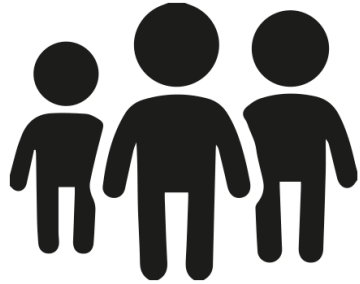
El cliente **sigue** comprando.



PROPUESTA DE VALOR

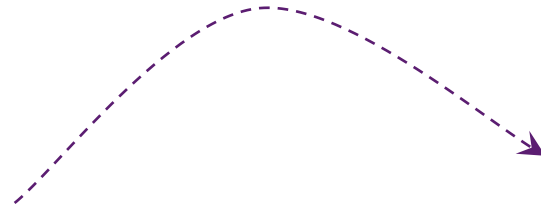
QUEREMOS QUE LA
PROPUESTA DE VALOR
RESUELVA LOS DOLORES DE
NUESTROS CLIENTES Y/O
USUARIOS Y GENERE
BENEFICIOS PARA ELLOS

Propuesta de valor



¿A qué problemas se enfrenta el segmento de clientes?

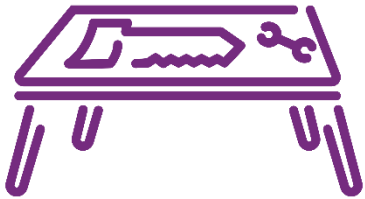
¿Cuál es el dolor?



¿Cómo resuelve el dolor?
¿Cómo genera beneficios?
¿Cuáles son sus características?

EJEMPLOS: Propuesta de valor

SIX PLUS



Plataforma móvil para la construcción, que funciona como andamio y caballete para uso de los obreros

Fusiona dos elementos claves de la construcción y le brinda una mejor condición laboral al obrero entregándole comodidad y seguridad por un bajo costo.

OLIBER



Órtesis para personas con piel de cristal o manos atrofiadas

Producto de alto impacto a bajo costo, que busca brindar autonomía a toda persona que tenga alguna atrofia en las manos. Permite que el usuario pueda realizar actividades cotidianas con facilidad.

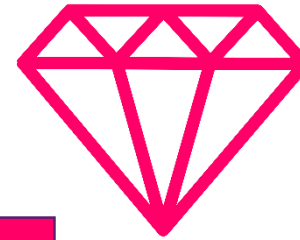
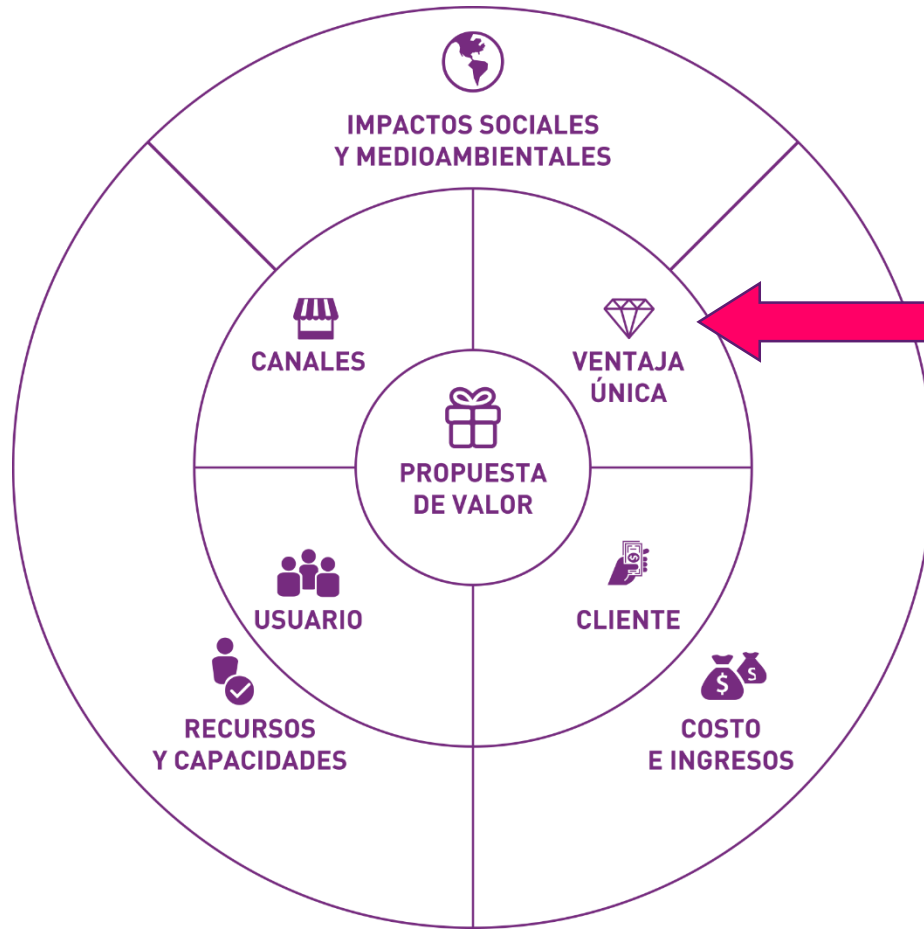
Parte 2

Proceso Jump Chile de validación y construcción del modelo de negocios



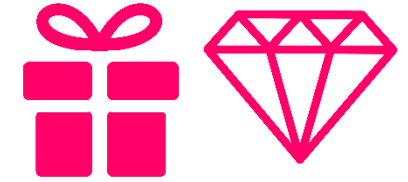
Paso 2

Paso 2: Ventaja única

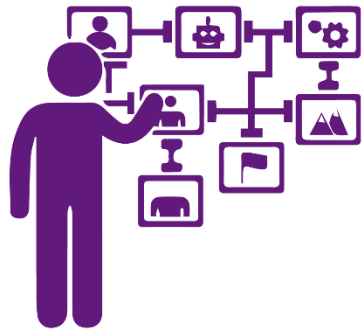


DEFINIR UNA
VENTAJA ÚNICA QUE
ALIMENTE LA
PROPUESTA DE VALOR

Prop. Valor + Ventaja única

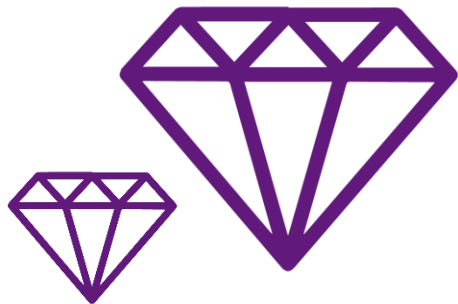
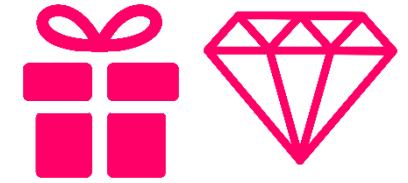


Ventaja única es aquello que te **diferenciará** del resto de opciones del mercado.



- ¿Qué **atributos te destacan** positivamente respecto de la competencia?
- ¿Qué **atributos compartes** con otros proveedores?
- ¿Qué **ventajas tienen otros proveedores** en relación a ti?

Prop. Valor + Ventaja única

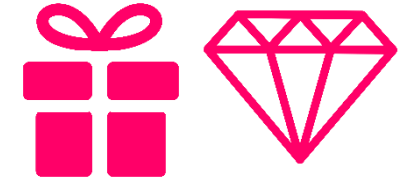


¿Qué te **diferencia** de otros proveedores?
¿Cuánto **valora** el cliente esa diferencia?



¿Cuán **excepcional** es lo que te diferencia de otros?
¿Cuán **“imitable”** es tu ventaja?

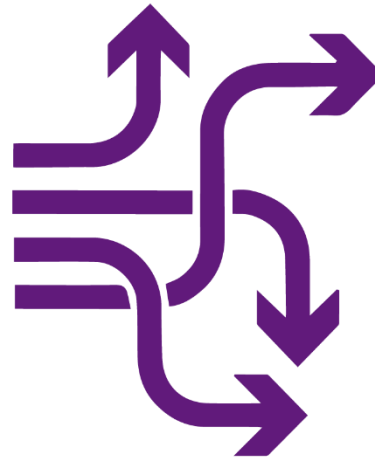
Prop. Valor + Ventaja única



Queremos que tengas una ventaja única que complemente y haga más potente tu propuesta de valor.



¿Qué otras características puedo sumar a mi propuesta de valor gracias a mi ventaja única?

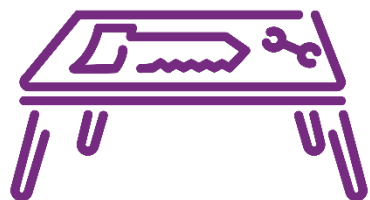


- Patentes/certificaciones
- Procesos productivos
- Habilidades/experiencias
- RRHH

EJEMPLOS: Ventaja única



SIX PLUS



Fusiona dos elementos claves de la construcción y le brinda una mejor condición laboral al obrero, entregándole comodidad y seguridad por un bajo costo.

OLIBER



El producto, al tener bajo costo, es capaz de llegar a un público que no tiene el acceso para comprar las órtesis que existen en el mercado.

ACTIVIDAD

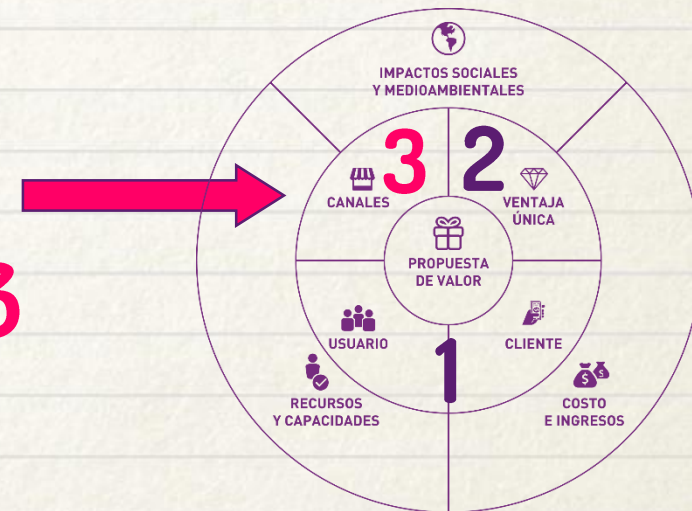


10 min.

Parte 2

Proceso Jump Chile de validación y construcción del modelo de negocios

Paso 3



Paso 3: Canales

DEFINIR EL **CANAL** QUE PERMITE
LLEVAR LA PROPUESTA DE VALOR
A TUS CLIENTES



Canales



Un **canal es el medio** por el cual llegarás a tus clientes para generar ventas.

Distribución/Comercialización/Comunicación



USTEDES



CLIENTE

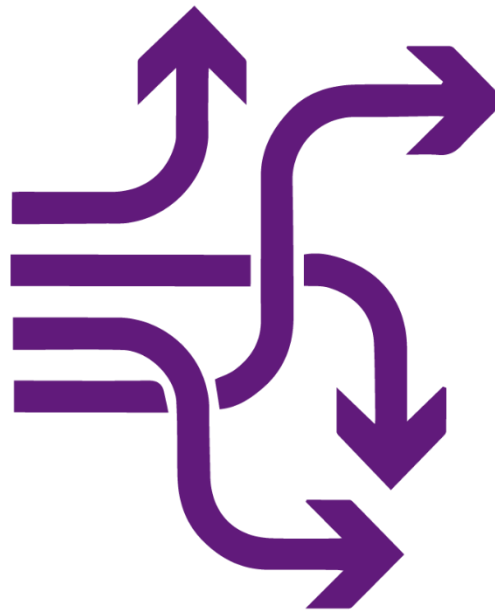
Canales



Queremos que tengas canales que muestren la propuesta de valor a sus clientes



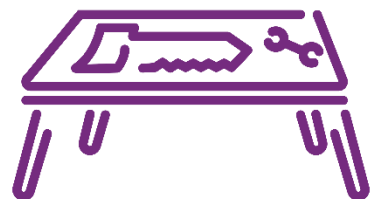
¿Cómo vas a llegar a tus clientes y usuarios?
¿Cómo será tu relación con ellos?



- ❑ Una página en Facebook
- ❑ *Landing page*
- ❑ Venta directa
- ❑ Un *stand* en una feria
- ❑ Dejar tus productos en concesión
- ❑ Conseguir reuniones en empresas con personas que tomen decisiones importantes
- ❑ “Boca a boca”



EJEMPLOS: Canales



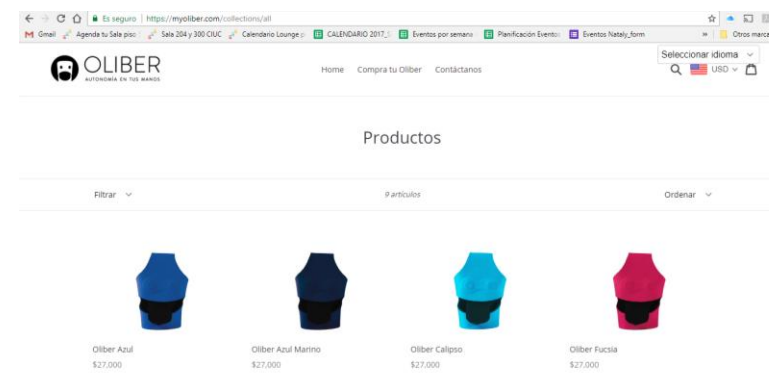
SIX PLUS

- ❑ Página web con tienda online
- ❑ Pequeñas ferreterías



OLIBER

- ❑ Página web con tienda online
- ❑ Venta directa
- ❑ A través de fundaciones como Teletón y Debra



Parte 2

Proceso Jump Chile de validación y construcción del modelo de negocios



4

Paso 4



Paso 4: Costos e ingresos

LOS PRIMEROS **COSTOS E INGRESOS**
ASOCIADOS A TU PROPUESTA DE
VALOR



Primeros costos e ingresos

- ❑ ¿Cómo voy a **generar ingresos**?
- ❑ ¿Cuál es tu **precio**? ¿Cómo lo determinas?
- ❑ ¿Qué debes **financiar primero** y qué puede venir después?
Canales
- ❑ Los primeros financiamientos 4F (*family, friends, founders*)
- ❑ ¿Cuáles son tus primeros **costos**, en que gastarás? (Fijos v/s variables)
- ❑ ¿Cómo lograrás disminuir al mínimo los costos?

Primeros costos e ingresos

TIPOS DE MODELOS DE INGRESOS

- ❑ Venta de productos
- ❑ Cobro por uso
- ❑ *Fee* de suscripción (ej: *freemium*)
- ❑ Cobro por préstamo/arriendo
- ❑ Concesión de licencias
- ❑ Intermediación
- ❑ Publicidad

SIX PLUS

Costos

- ❑ Mano de obra.
- ❑ Herramientas y equipamiento
- ❑ Transporte de materiales
- ❑ Arriendo taller
- ❑ Patente de diseño
- ❑ Pagina web

Ingresos

- ❑ Ventas
- ❑ Arriendo del producto

OLIVER

Costos

- ❑ Mano de obra.
- ❑ Materiales
- ❑ Patentes y propiedad intelectual
- ❑ Página web

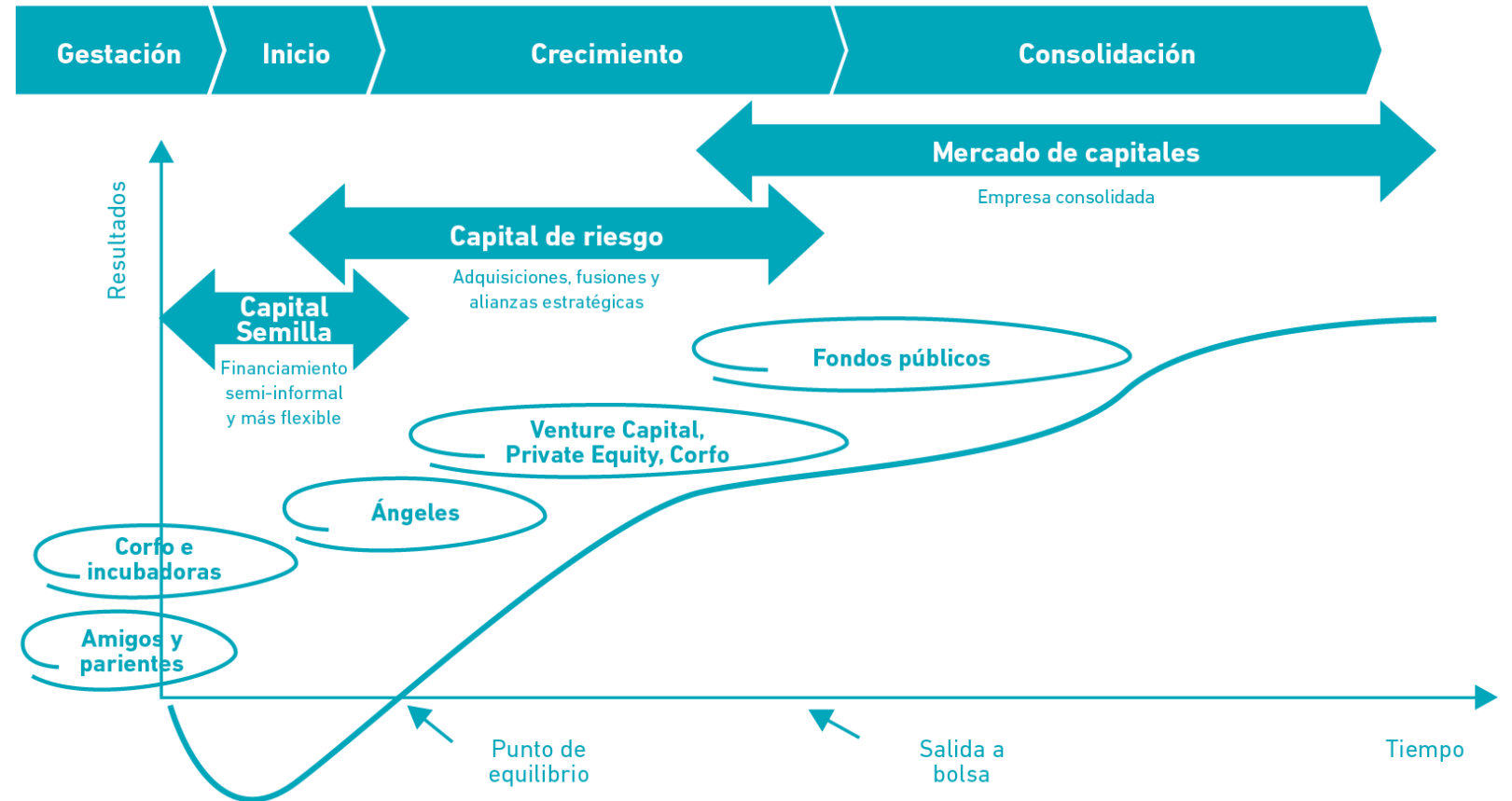
Ingresos

- ❑ Ventas
- ❑ Arriendo del producto

Primeros costos e ingresos

Queremos que tengas una **estructura de costos e ingresos** que esté alineada con la **propuesta de valor**

Lo más probable es que los ingresos iniciales sean muy inferiores a los costos



Parte 2

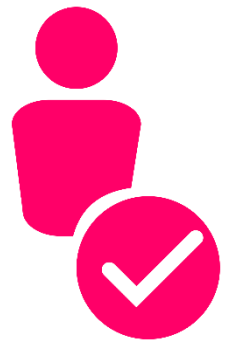
Proceso Jump Chile de validación y construcción del modelo de negocios

Paso 5

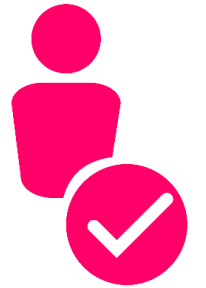


Primeros costos e ingresos

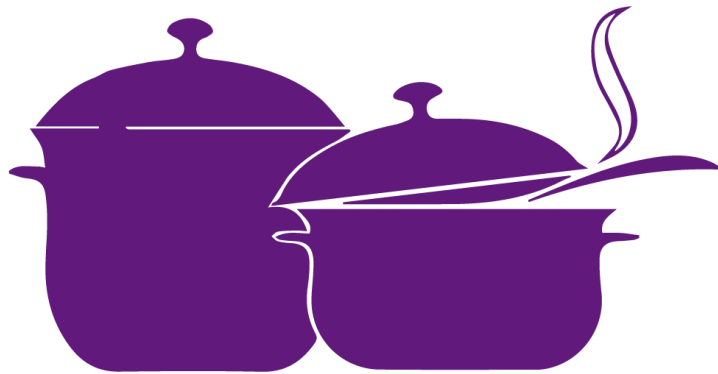
RECURSOS Y CAPACIDADES
PARA DESARROLLAR TU
MODELO DE NEGOCIOS



Recursos y capacidades para desarrollar tu modelo de negocios



Queremos que identifiques ***recursos y capacidades*** que tienes o te faltan para desarrollar tu modelo de negocios.



Son los ingredientes que te permiten:

- ❑ Materializar tu producto/servicio
- ❑ Garantizar que seguirá existiendo en el tiempo

Recursos y capacidades para desarrollar tu modelo de negocios

- ¿Qué **recursos** son vitales para tu proyecto?



- ¿Qué recursos puedes **tercerizar**?



- ¿Qué **capacidades** te faltan y dónde las puedo conseguir?



- ¿Qué **alianzas** pueden potenciar mi proyecto?

Recursos y capacidades para desarrollar tu modelo de negocios

LISTADO

- ❑ RRHH y personas claves
- ❑ Tecnología
- ❑ Producción
- ❑ Proveedores
- ❑ Operación
- ❑ Servicios

SIX PLUS

- ❑ Equipo multidisciplinario
- ❑ Alianza con empresa Tecnoline para el desarrollo del producto

OLIBER

- ❑ Equipo con grandes capacidades de diseño del producto
- ❑ Tecnología fácil de desarrollar en taller de costuras
- ❑ Proveedores de telas especiales
- ❑ Alianza con fundaciones

Parte 2



Paso 6

Proceso Jump Chile de validación y construcción del modelo de negocios

Impacto social y medioambiental

IMPACTO SOCIAL Y MEDIOAMBIENTAL
DE TU MODELO DE NEGOCIOS



Impactos sociales y medioambientales de tu modelo de negocios

Queremos que identifiques los **posibles impactos, positivos y negativos**, que pueden afectar a tu modelo de negocios.

¿Para quién generas impacto?

- ❑ Al interior de tu empresa
- ❑ A tus proveedores / entorno cercano
- ❑ A tus clientes y su entorno
- ❑ Al ecosistema cercano
- ❑ A otros ecosistemas (humanos + ambientales)

Impactos sociales y medioambientales de tu modelo de negocios

IMPACTO SOCIAL

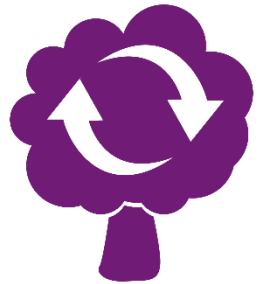


Sobre una persona o comunidad

(Puestos de trabajo, condiciones laborales).

Generar valor social cuando la propuesta de valor tiene como foco a las personas.

IMPACTO MEDIOAMBIENTAL



Efecto que generan las actividades efectuadas en tu emprendimiento al planeta.

Cómo tu propuesta de valor se hace cargo de esto.

Impactos sociales y medioambientales de tu modelo de negocios

SOCIALES

- ❑ Genera o disminuye empleos
- ❑ Calidad de vida
- ❑ Educación
- ❑ Integración

AMBIENTALES

- ❑ Mediciones
- ❑ Certificaciones
- ❑ Procesos

SIX PLUS

- ❑ Generación de puestos de trabajo
- ❑ Mejora las condiciones laborales de los trabajadores
- ❑ Los materiales del producto se pueden reciclar

OLIVER

- ❑ Le brinda autonomía a las personas que tienen atrofia en sus manos
- ❑ El sistema productivo es de poco impacto medioambiental generando una baja huella de carbono

ACTIVIDAD

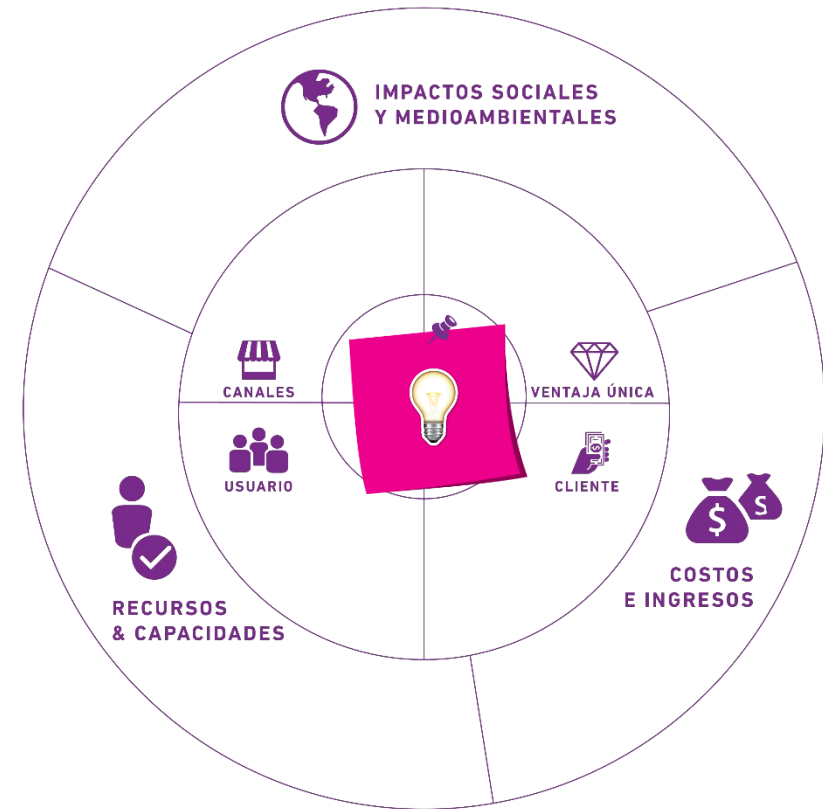
Completemos el modelo de negocios con la solución que tenga la mejor propuesta de valor



15 – 20 min.

**¡PERO NO OLVIDES
LAS OTRAS DOS
SOLUCIONES!**

**QUE TE SERÁN DE
GRAN AYUDA SI ES
QUE TU SOLUCIÓN
ELEGIDA NO ES LA
CORRECTA**



EJERCICIO DE BRAINSTORMING



Completemos el Jump Canvas

Propongan soluciones creativas y complementen su propuesta de valor

15 – 20 min.

Parte 3

Tu modelo es un sistema

Tu modelo es un sistema

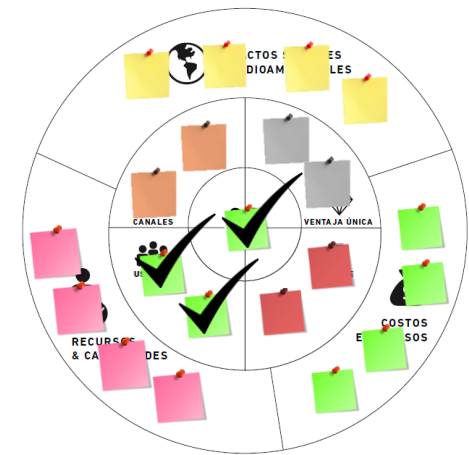
Prueba distintas configuraciones del modelo y ve si funcionan



INVALIDAR **SEGMENTO DE CLIENTES**



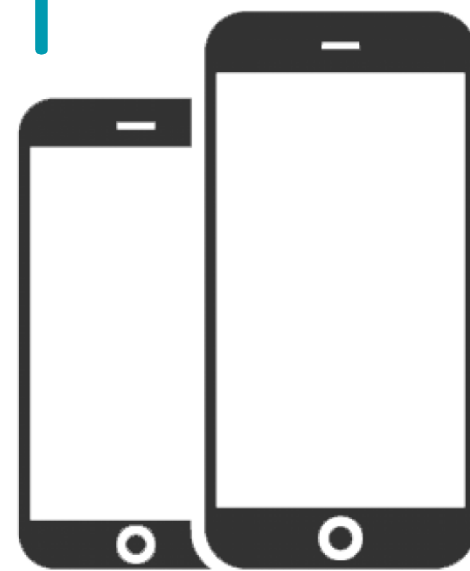
PIVOTEO Y CAMBIOS A **PROPUESTA DE VALOR**



SE VALIDA EL SEGMENTO DE CLIENTES Y LA PROPUESTA DE VALOR

Por favor evalúa este taller

jumpchile.com/evaluacion





Entrega 2

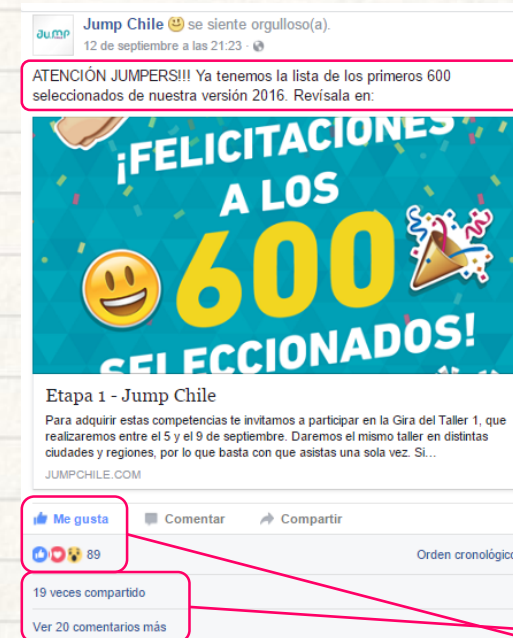
- 1. Tres soluciones:** Completar plantilla con las 3 soluciones para la problemática abordada con sus propuestas de valor y ventaja única.
- 2. Conclusiones:** Qué solución fue elegida y por qué, Describir lo que se descubrió en la validación de ellas. Esto se incluye en campos de texto del formulario.
- 3. Jump Canvas:** (completo y validado): En el formulario tendrán espacios limitados para escribir las ideas de cada elemento del canvas.
Describir en el formulario cómo validaron todos los elementos del canvas, interactuando con la mayor cantidad de personas posibles (usuarios, clientes y entidades involucradas). **Como mínimo esta validación se debe realizar con 1 posible usuario o cliente.**
- 4. Video de la validación:** En máximo 1 minutos deben mostrar su trabajo en terreno para validar sus hipótesis. Deben publicar su video en Youtube o Vimeo y subir el link al formulario.



Entrega 2

5. Crear un **Fanpage en Facebook** y hacer una publicación relacionada con el proyecto. En el formulario deberán subir el link de la publicación. Para tener el puntaje máximo se pide llegar a 200 interacciones (Entre Likes + reacciones + comentarios + compartidos). Además deben mencionar la cuenta de Facebook de Jump Chile.

EJEMPLO DE PUBLICACIÓN



Aquí deben mencionar a Jump Chile. Antes de hacer la publicación háganse amigos de Jump Chile.

Interacciones (likes, comentarios y compartidos)



Entrega 2

6. Conclusiones finales: del proceso y del proyecto. Esto se incluye en campos de texto del formulario.



BONUS

Este es el momento de hacer su versión del taller 2.

Reúnan al menos a 10 personas y graben cómo un integrante de su equipo explica la metodología Jump Canvas, ejemplificando cada campo con información del proyecto que tienen. Pueden juntar a compañeros de universidad o ex compañeros de colegio, por ejemplo. **En la entrega deben subir el link del video de esta experiencia, de máximo 3 minutos.**

Dónde subir la Entrega 2

jumpchile.com

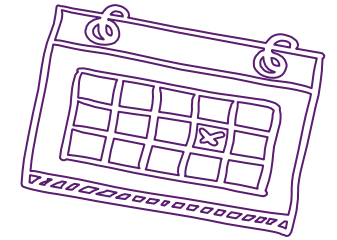
- ❑ Botón en el home “Sube tu entrega 2”
- ❑ Proceso – Etapa 1 – botón “Sube tu entrega 2”
- ❑ Plataforma Younoodle (misma de la postulación)

ADEMÁS



- ❑ En la página web subiremos esta presentación y materiales de apoyo
- ❑ Veán nuestras cápsulas digitales del Taller 2

Fechas importantes



- ❑ 06 de oct: Anuncio de los seleccionados (filtro 2)
- ❑ Hasta el 19 de oct:
Entrega 2
- ❑ Semana del 23 oct:
Taller 3



iiManos a la obra!!

¡Sal a la calle y valida la verdadera
necesidad del cliente!