

LEAN CANVAS

PROBLEMA Alternativas existentes	SOLUCIÓN MÉTRICAS CLAVE	PROPUESTA DE VALOR	VENTAJAS COMPETITIVAS CANALES	CLIENTES Adoptantes tempranos
ESTRUCTURAS DE COSTOS			FUENTES DE INGRESOS	

Riesgos del producto

PROBLEMA	SOLUCIÓN	PROPUESTA DE VALOR	VENTAJAS COMPETITIVAS	CLIENTES
Alternativas existentes	MÉTRICAS CLAVE		CANALES	Adoptantes tempranos
ESTRUCTURAS DE COSTOS		FUENTES DE INGRESOS		

PRODUCTO

PROBLEMA	SOLUCIÓN	PROPUESTA DE VALOR	VENTAJAS COMPETITIVAS	CLIENTES
Alternativas existentes	MÉTRICAS CLAVE		CANALES	Adoptantes tempranos
ESTRUCTURAS DE COSTOS		FUENTES DE INGRESOS		

MERCADO

PROBLEMA	SOLUCIÓN	PROPUESTA DE VALOR	VENTAJAS COMPETITIVAS	CLIENTES
2	4	3	9	1
	8		CANALES	
ESTRUCTURAS DE COSTOS		FUENTES DE INGRESOS		
7		6		

Riesgos del cliente

Riesgos del mercado

LEAN CANVAS

PROBLEMA - Identifica 1-3 problemas principales que tu producto o servicio busca resolver. - Realiza investigación de mercado para validar estos problemas. - Habla con clientes potenciales para entender sus necesidades y dolores. Alternativas existentes Enumere cómo se resuelven estos problemas hoy en día.	SOLUCIÓN - Describe las soluciones específicas a los problemas identificados. - Haz prototipos o versiones mínimas viables para obtener feedback temprano. - Sé flexible para iterar basándote en las respuestas de los clientes.	PROPUESTA DE VALOR - Describe lo que hace a tu producto o servicio diferente y deseable para los clientes. - Formula una propuesta clara que responda a la pregunta: ¿Por qué los clientes deberían interesarse en tu producto/servicio? - Destaca lo que te diferencia de la competencia. - Asegúrate de que tu propuesta de valor resuene con las necesidades de tus segmentos de clientes.	VENTAJAS COMPETITIVAS - Lo que impide que los competidores copien fácilmente tu modelo de negocio o propuesta de valor. - Puede ser tu tecnología, ubicación, equipo, asociaciones, propiedad intelectual, etc. - Ten en cuenta que algunas ventajas competitivas pueden ser temporales, así que piensa en cómo puedes sostenerlas o evolucionarlas.	CLIENTES - Define quiénes son tus clientes ideales. - Crea perfiles o "personas" de cliente basados en datos demográficos, comportamientos y necesidades. - Prioriza los segmentos de clientes si tienes más de uno. Adoptantes tempranos ¿Quiénes serían los primeros en adoptar una nueva idea, producto o proceso dentro de la empresa?
	MÉTRICAS CLAVE - Identifica indicadores clave de rendimiento (KPIs) que te ayudarán a medir el éxito. - Estos deben estar alineados con tus objetivos de negocio y proporcionar información sobre el rendimiento y el crecimiento. - Revisa y ajusta tus KPIs regularmente.		CANALES - Determina cómo llegarás a tus clientes (por ejemplo, ventas directas, redes sociales, email marketing). - Considera tanto los canales de adquisición de clientes como los de entrega de productos/servicios. - Prueba y mide la eficacia de diferentes canales.	

ESTRUCTURAS DE COSTOS - Identifica todos los costos asociados con la operación de tu negocio. - Considera costos fijos (como alquiler, salarios) y variables (como costos de producción). - Piensa en cómo podrían cambiar estos costos a medida que escalas.	FUENTES DE INGRESOS - Define cómo ganarás dinero (venta de productos, suscripciones, publicidad, etc.). - Considera diferentes modelos de precios y cuál se ajusta mejor a tus clientes y a tu mercado. - Realiza pruebas de precio para determinar la disposición a pagar de tus clientes.
--	--

