**Business start-up – workbook**

**Nombre del estudiante:**

**Universidad:**

**1. Tu idea de negocio**

Elige la idea en la que quieres trabajar en el resto de los módulos. Descríbela Brevemente:

|  |
| --- |
|  |

1. ¿Por qué puedes afirmar que estás trabajando en una startup?
2. ¿Cuáles son los 3 principios clave según Steve Blank para los modelos de negocio de startup?
3. Ahora, explica por qué tu idea está conectada con estos tres principios clave.
4. Hemos visto 11 de los riesgos más comunes que pueden afectar a las nuevas ideas. Es importante anticiparse y entender que la creación de nuestra startup puede conllevar algunos de estos riesgos. Piensa qué 3 riesgos tienen mayor probabilidad de afectar tu idea. Explica por qué y sugiere algunas alternativas iniciales para evitarlos.

**2. Viviendo al límite: por qué falla una startup.**

1. Adelántate y elige, de entre las 20 que hemos visto, 4 razones que podrían hacer que tu startup fracasase.
2. ¡Piensa una posible solución para cada una de ellas! :D

|  |  |
| --- | --- |
| **Razón 1**  **Solución 1** | **Razón 2**  **Solución 2** |
| **Razón 3**  **Solución 3** | **Razón 4**  **Solución 4** |

**3. Modelo de Negocio Canvas**

En este módulo deberás **únicamente establecer las pautas para tu Modelo de Negocio Canvas,** mientras que en el siguiente y último módulo los analizarás al detalle. Si no tienes una idea propia, escoge un negocio y analízalo.

**Segmentos de Cliente**

*¿Para quién estás creando valor? ¿Quiénes son tus clientes más importantes?*

**Propuestas de Valor**

*¿Qué valor vas a entregar al cliente? ¿Qué problemas de tus clientes estás solucionando? ¿Qué lote de productos y servicios estás ofreciendo a cada Segmento de Cliente? ¿Qué necesidades de los clientes estás satisfaciendo?*

**Canales de Distribución**

*¿Qué canales prefieren tus Segmentos de Cliente? ¿Cuáles estás usando ahora? ¿Cómo están integrados tus Canales? ¿Cuáles funcionan mejor? ¿Cuáles son los más rentables? ¿Cómo los estás integrando en las rutinas de los clientes?*

**Relaciones con el Cliente**

*¿Qué tipo de relación espera cada Segmento de Cliente que establezcas y mantengas con ellos? ¿Cuáles has establecido? ¿Cómo están integrados en el resto de tu modelo de negocio? ¿Cuánto cuestan?*

**Fuentes de Ingresos**

*¿Por qué valor están los clientes realmente dispuestos a pagar? ¿Por cuál pagan normalmente? ¿Cómo los pagan normalmente? ¿Cómo preferirían pagar ellos? ¿Cuánto contribuye cada Fuente de Ingresos al total de los ingresos?*

**Recursos Clave**

*¿Qué Recursos Clave requieren tus Propuestas de Valor? ¿Y tus Canales de Distribución? ¿Y las Relaciones con los Clientes? ¿Y las Fuentes de Ingresos?*

**Actividades Clave**

*¿Qué Actividades Clave requieren tus Propuestas de Valor? ¿Y tus Canales de Distribución? ¿Y las Relaciones con los Clientes? ¿Y las Fuentes de Ingresos?*

**Socios Clave**

*¿Quiénes son los Socios Clave? ¿Quiénes son tus proveedores clave? ¿Qué recursos clave estás adquiriendo por parte de tus socios? ¿Qué Actividades Clave realizan tus socios?*

**Estructura de Costes**

*¿Cuáles son los costes inherentes más importantes en tu modelo de negocio? ¿Qué Recursos Clave son los más caros? ¿Qué Actividades Clave son las más caras?*

**4. Las 5 fuerzas de Porter**

Utiliza el diagrama PORTER para analizar el nivel de competencia de la industria/sector en la/el que quieres proyectar tu idea de negocio. Refleja y analiza en cada uno de ellos la manera en que podrían afectar tu modelo de negocio.

**Amenaza de entrada de nuevos competidores**

**Poder de negociación de los proveedores**

**Rivalidad entre competidores**

**Amenaza de ingreso de productos sustitutos**

**Poder de negociación de los consumidores**

**5. Modelo Lean Canvas**

En este módulo, solo es necesario establecer las pautas de tu modelo Lean Canvas, mientras que en el siguiente, se analizarán con más detalle. Si no tienes tu propia idea, elige cualquier negocio y analízalo.

**PROBLEMAS:** Identifica los tres problemas principales de tu segmento de clientes (relacionados con tu actividad) y averigua cómo resolverlos (por ejemplo, con alternativas a tu producto).

**SEGMENTOS DE CLIENTES:** Identifica y familiarízate con los segmentos de clientes con los que vas a trabajar y, más importante aún, haz todo lo posible para averiguar quiénes podrían ser tus primeros usuarios o visionarios.

**PROPUESTA DE VALOR ÚNICA:** Escribe en una única frase clara y convincente (un “mini discurso”) qué te hace especial y cómo vas a ayudar a los clientes a resolver un problema.

**SOLUCIÓN:** Una vez que hayas identificado y dado prioridad a los problemas a los que se enfrentas tus clientes, elije las tres características principales que tu producto o servicio va a tener.

**CANALES:** Ahora trabajaremos en cómo vamos a hacer que nuestra solución llegue al segmento de cliente que queremos: ¿con un equipo de ventas? ¿por Internet?

**FLUJOS DE INGRESOS:** Reflejan cómo vamos a hacer dinero, todo lo que provenga de diferentes flujos para conseguir márgenes, valor para el cliente, modelo de retención, etc.

**ESTRUCTURA DE COSTES:** Escribe todo lo que tiene un coste y los gastos mensuales aproximados

**MÉTRICAS CLAVE:** Crea un pequeño listado de indicadores factibles que ayuden a tomar decisiones

**VENTAJA ESPECIAL:** Piensa qué te hace especial, por qué tus clientes vendrán a por más.

Las siguientes preguntas tratan sobre esta herramienta de trabajo: el modelo Lean Canvas.

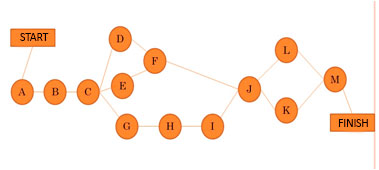
1. En el bloque de los Segmentos de Clientes, en la plantilla se pide que identifiques los clientes a los que quieres dirigirte y los usuarios pero, ¿cuál es la diferencia entre un cliente y un usuario?
2. ¿Cuál ha sido la parte más difícil al trabajar con el modelo Lean Canvas?
3. ¿Por qué?
4. Normalmente, las características se incluyen en el bloque de Soluciones del modelo Lean Canvas. Sin embargo, necesitamos saber cómo transformar estas características en ventajas, es decir, qué aportan realmente a nuestros clientes y/o usuarios. Elige tres características y, para cada una de ella, encuentra tres ventajas

**6. Diseño del proceso**

Enumera varios procesos relacionados con tu idea de comercio.

Dado que trabajaremos con una versión final del diagrama PERT, solo tienes que crear una lista de procesos, que llamaremos Leyenda, y asignarles una letra según su orden.

Si no tienes ninguna idea, intenta usar una de las siguientes: planear un viaje a una ciudad costera lejana, vender hamburguesas, diseñar un logotipo, tocar música en una boda.



**7. Discurso de ventas**

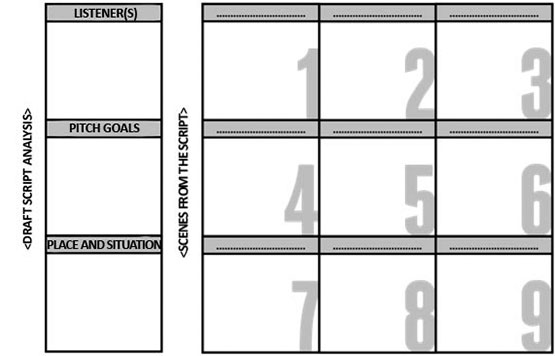
A continuación, practicaremos cómo preparar y dar un discurso.

Elige tus oyentes, lugar y situación y los objetivos, y empieza a crear un borrador del discurso. Después, selecciona y crea escenas, y no olvides la conclusión. Ordénalo todo de manera que acabe con un broche de oro ;).

Prueba diferentes combinaciones y crea discursos de:

* **1 minuto**
* **3 minutos**
* **5 minutos**

Grábate, enséñaselo a alguien, pide *feedback*, mejóralo y sigue practicando.

  
*>Elevator Pitch Canvas*

**8. Acuerdo de colaboración**

En este ejercicio, tendrás que intentar encontrar soluciones para las siguientes situaciones conflictivas:

1. ¿Qué pasaría si un socio se retira del proyecto?
2. ¿Qué pasaría si un socio empieza un proyecto similar al startup?
3. ¿Cómo se redistribuirían los porcentajes de participación si se uniera un nuevo socio?
4. ¿Qué pasaría si un socio no respeta su compromiso de tiempo al proyecto?
5. ¿Qué pasaría si un socio no cumpliera los objetivos establecidos o no rindiera como se esperaba?
6. ¿Qué pasaría si hubiera desacuerdos sobre las decisiones?
7. ¿Qué pasaría si se diera la situación de un veto?