

## Problema

¿A qué problemas se enfrenta la gente? Escribí sus tres frustraciones principales

- Necesidad de productos originales, sustentables.
- Falta de prendas abrigadas de materiales nobles
- Regalos diferentes.

## Alternativas existentes

¿Cómo se resuelven estos problemas en la actualidad? Puede ser un competidor directo de lo que vos ofrecés o las formas actuales en las que la gente intenta resolver sus problemas.

## Solución

¿Cómo resolverás estos problemas? Escribí una solución para cada problema.

- Productos hechos a mano, sustentables.
- Prendas y accesorios hechos en lana merino
- Opciones de regalos artesanales, únicos, originales para aquellos que tienen de todo.

## Métricas clave

¿Cómo medirás el éxito de tu producto o servicio? Escribí las métricas clave.

## Propuesta única de valor

¿Cómo convertirás a un visitante casual en un cliente interesado? Creá un mensaje claro y atractivo de una sola línea que quieras transmitir.

## Concepto de alto valor

¿Cómo se ajusta tu producto o servicio al esquema amplio de las cosas?

## Ventaja desleal

¿Qué te distingue de los competidores? ¿Qué te separa de la mayoría?

## Canales

¿Cómo llegarás a tus clientes objetivo? Marketing directo, redes sociales, anuncios, alianzas; identificá las formas eficaces para llegar a ellos.

## Segmentos de clientes

Creá tres o cuatro perfiles ideales de las personas a las que podés ayudar. Visualizá a estas personas que se acercarán a vos en busca de soluciones.

## Primeros usuarios

¿Cuáles son las características específicas de tus primeros usuarios?

## Estructura de costos

¿Cuáles son los costos fijos y variables para lanzar tu producto o servicio? Pensá en el costo de cada etapa, desde crear un sitio web, contratar empleados, la producción, el marketing y llevar el producto o servicio a los clientes.

## Fuentes de ingresos

¿Qué fuentes harán crecer tus ingresos? ¿Cómo generarás ingresos? Mostrá un modelo de precios de tu producto o servicio e incluí otras fuentes de ingresos, como ventas y tarifas de suscripción.

# Misión, visión y valores

## Misión

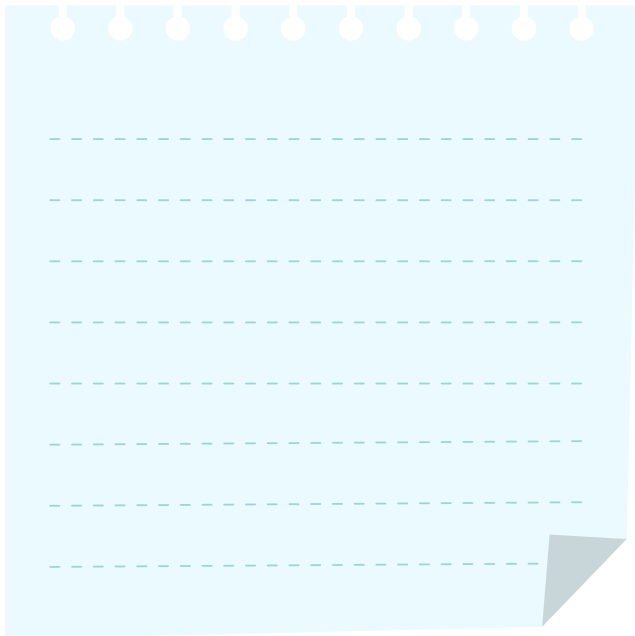
La misión es el motivo por el que tu empresa existe. Es el efecto visible y tangible que quieras que tu empresa cause en tus clientes y el mundo.

## Visión

La visión es lo que tu empresa percibe como el éxito. Es lo que tu empresa aspira a convertirse en el futuro. Es cómo se verá el mundo cuando hayas cumplido tu misión.

## Valores

Son los principios rectores que influirán en tus acciones para cumplir la misión y visión de tu empresa.



# Lean Canvas

TU  
LOGO



## Problemas

Enumera los 3 problemas principales de tus clientes



## Soluciones

Esboza una posible solución para cada problema



## Propuesta única de valor

Un mensaje único, claro y convincente que indique por qué tu propuesta es diferente y merece la pena comprar.



## Ventaja injusta

Algo que no puede ser fácilmente comprado o copiado



## Segmentos de clientes

Describe los clientes y usuarios objetivo

## Alternativas existentes

Describe cómo se resuelven estos problemas en la actualidad



## Métricas clave

Enumera las cifras clave que indican cómo va el negocio

## Concepto de alto nivel

Crea una analogía X por Y, por ejemplo, EDIT.org = Photoshop para empresas



## Canales

Describe el camino hacia los clientes (inbound o outbound)

## Clientes

Describe las características de los clientes ideales

## Estructura de costes

Enumera los costes fijos y variables

## Flujos de ingresos

Enumera los tipos de ingresos

Diseño de lienzo Lean Canvas personalizable online de EDIT.org



## ¿QUÉ PIENSA Y SIENTE?



Lo que realmente importa  
Principales preocupaciones  
Inquietudes y aspiraciones

## ¿QUÉ OYE?



Lo que dicen sus amigos  
Lo que dice su jefe  
Lo que dicen las personas influyentes

## ¿QUÉ VE?



En su entorno  
En sus amigos  
En el mercado

## ¿QUÉ DICE Y HACE?



Actitud en público  
Aspecto  
Comportamiento hacia los clientes

## ESFUERZOS



Miedos  
Frustraciones  
Obstáculos

## RESULTADOS



Deseos/necesidades  
Medida del éxito  
Obstáculos



# SMART

ESPECIFÍCO



MEDIBLE



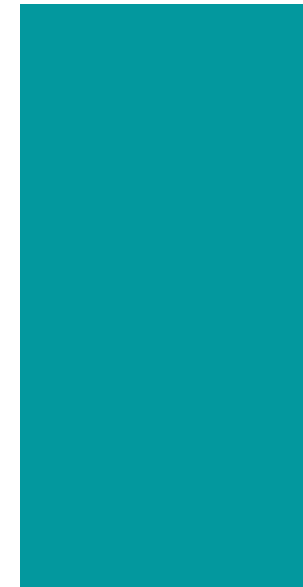
ALCANZABLE



RELEVANTE



TEMPORAL



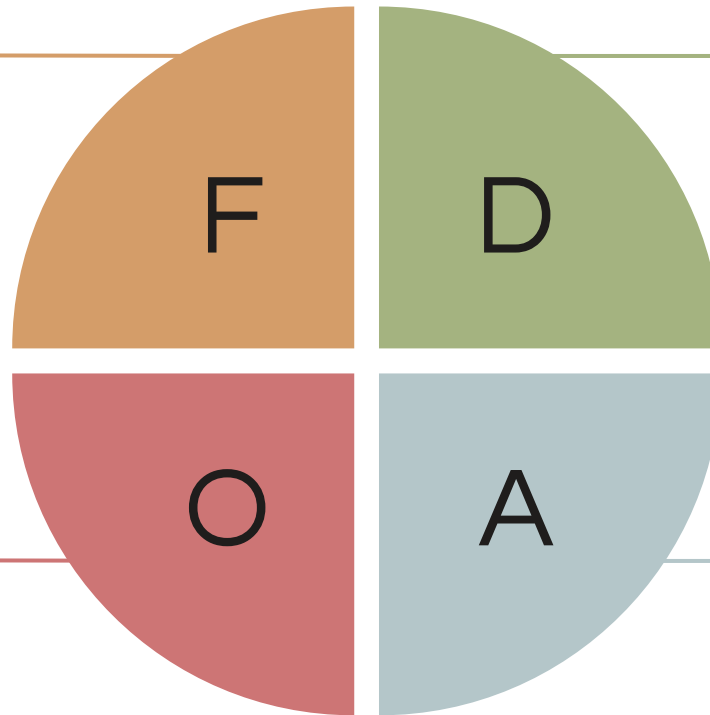


# ANÁLISIS FODA

El análisis FODA son siglas que representan el estudio de las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas de una empresa en un mercado.

FORTALEZAS

DEBILIDADES



OPORTUNIDADES

AMENAZAS