



El progreso
es de todos

Mincomercio



EMPRENETÓN


Guía para potenciar tu emprendimiento



El progreso
es de todos

Mincomercio

innpulsa
Colombia



EMPRENDETÓN

INNPULSA COLOMBIA promueve el emprendimiento, la innovación y el fortalecimiento empresarial como instrumentos para el desarrollo económico y social, la competitividad y la generación de un alto impacto en términos de crecimiento, prosperidad y empleo de calidad.

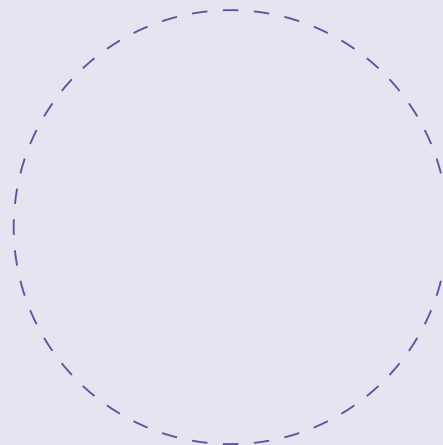
La guía de pre-aceleración tiene como objetivo orientar a los emprendedores que deseen darle un impulso a sus proyectos, abordando desde la identificación de las oportunidades, hasta la re-invencción del modelo de negocio.

Esta guía contiene los conceptos claves para entender los pilares de un emprendimiento y el proceso para la validación de las hipótesis del modelo de negocio en el mercado real.

Yo soy _____

Mi emprendimiento se llama:

y pertenezco al equipo...



{ Colombia, el país de la innovación. }

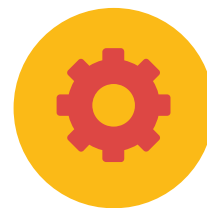
Bienvenido a la experiencia para acelerar su emprendimiento.
Esta guía lo llevará por los primeros pasos.
Llamemos esos primeros pasos: Pre-aceleración

¿Qué información tiene esta guía?



INFORMACIÓN CLAVE

Léala con cuidado. Tiene que ver con aquellos aspectos que pueden incrementar el potencial de su emprendimiento. Han sido seleccionados para ayudarle a crecer.



EJERCICIOS

Le ayudarán a entender y comenzar a aplicar los conceptos clave a su propia situación y necesidades.



INFORMACIÓN OCULTA

(No le podemos contar más sobre esto... lo sentimos).

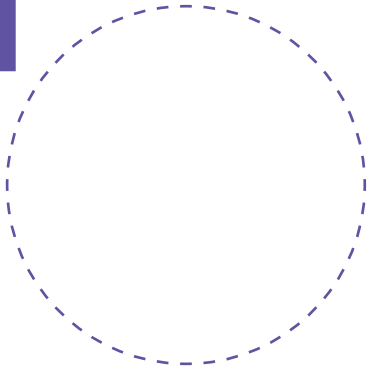
Cosas que nos enseña este sabio...


La filosofía y el estilo de nuestro sabio....

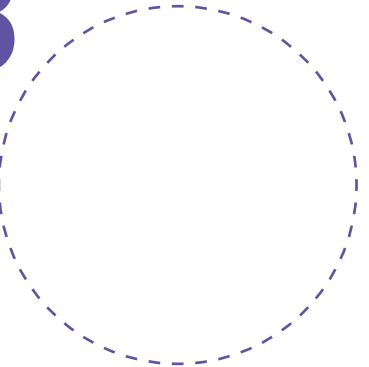
Comente con su equipo e identifique 5 cosas que enseña este sabio. 5 aprendizajes que puedan extraer de su vida, de su obra, de su tipo de inteligencia.

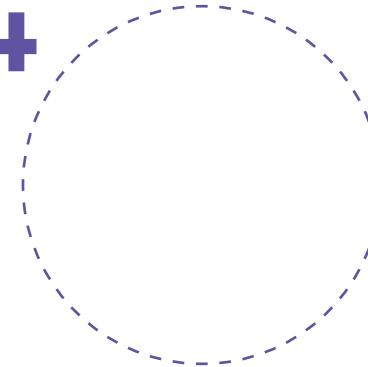


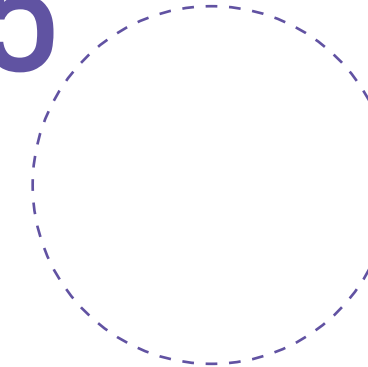
EJERCICIO:

1 

2 

3 

4 

5 

Ya que han identificado 5 enseñanzas del sabio respectivo, llegue a un acuerdo con su equipo para completar la siguiente frase:

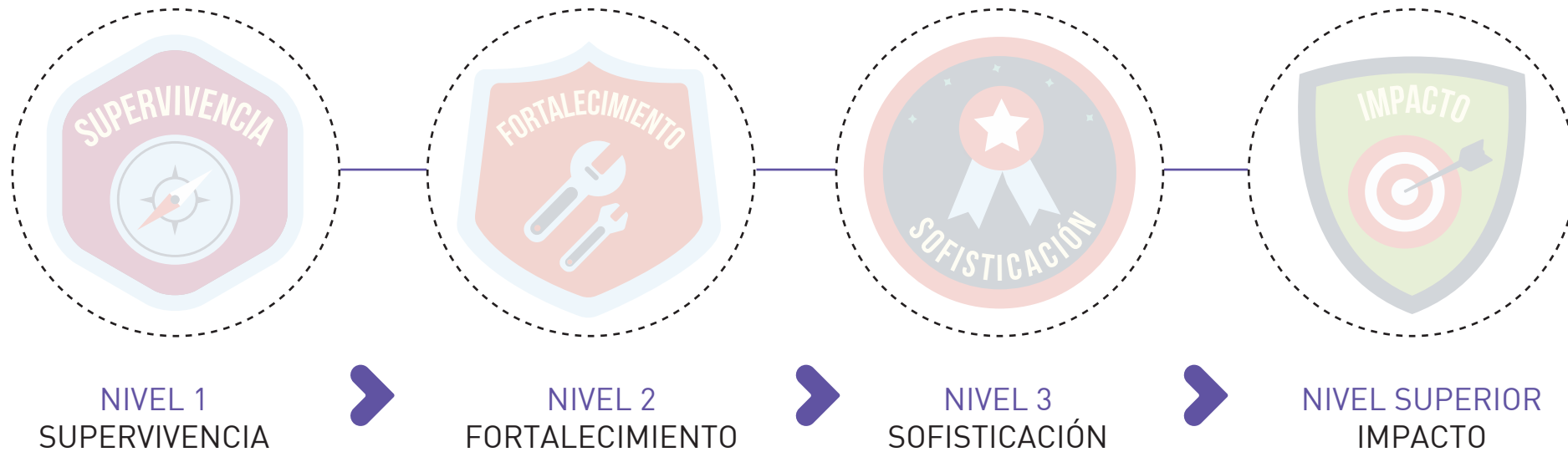
Quando este sabio va a resolver problemas siempre...

y luego...

Además siempre tiene en cuenta...

Escala de progreso

Esta experiencia lo ayudará a avanzar en su camino para tener un emprendimiento más fuerte y de mayor impacto. Al terminar cada parte del proceso, podrá evaluar si ha avanzado en este camino. La siguiente escala le permitirá marcar su progreso.



{ Una experiencia siempre es más provechosa que la que se lee }

NIVEL 1



¿Por qué fracasan los emprendimientos?

Estas son las 10 principales razones

¿Cómo está mi emprendimiento en este aspecto?

1. No hay una real necesidad del producto o del servicio en el mercado. Incluso cuando el emprendedor cree que la hay.

Bien Mal

2. Falta de recursos para garantizar la supervivencia y crecimiento del emprendimiento en las primeras etapas.

Bien Mal

3. El equipo de trabajo no es el adecuado

Bien Mal

4. La competencia es muy fuerte o bien posicionada.

Bien Mal

5. Los costos de operación son muy altos o hay costos que no se han previsto.

Bien Mal

6. Falta de usabilidad del producto o del servicio. El producto o servicio funciona pero los posibles clientes no lo sienten "amigable"

Bien Mal

7. Modelo de Negocio erróneo o sin modelo de negocio claro.

Bien Mal

8. Falta de publicidad y promoción. Se falla en el objetivo de lograr que los posibles clientes conozcan y se interesen por la oferta.

Bien Mal

9. Se ignora a los usuarios y/o clientes en el proceso de construcción del producto o servicio, en su distribución, en su comunicación o en otras fases.

Bien Mal

10. Mal momento para salir al mercado. Los clientes no están listos para el producto o servicio o, por el contrario, el mercado para esta oferta ya está desapareciendo.

Bien Mal

Diagnóstico Readiness Scoring

Es el momento de hacer un diagnóstico de su emprendimiento. El "Readiness Scoring" es una herramienta para evaluar cada uno de los 7 pilares claves de un emprendimiento.

Los 7 pilares clave de un emprendimiento:



EQUIPO,
TALENTO Y
MENTORES



TECNOLOGÍA
Y OPERACIONES



VENTAS
Y CRECIMIENTO



GESTIÓN
FINANCIERA Y DE
DESEMPEÑO



GESTIÓN
LEGAL



CONSECUCIÓN
DE CAPITAL



PRODUCTO
Y MERCADO

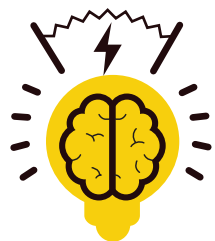


Equipo Talento y Mentores

Dependiendo de la etapa de cada emprendimiento, es muy importante dedicar tiempo, recursos y prepararse para entregar todo el talento y conocimiento a la empresa.

Aspectos importantes a resaltar del equipo de trabajo son:

1. Disponibilidad
2. Experiencia en el sector
3. Tener claras las funciones y objetivos de cada rol.



EJERCICIO:

Escribir las funciones, disponibilidad y años de experiencia de cada miembro del equipo. Si hay roles que no existen todavía dejar en blanco.

ROL	NOMBRE	FUNCIONES	TIEMPO DE DEDICACIÓN	EXPERIENCIA DEL SECTOR
CEO				
CTO				
COO				
CFO				
GERENTE COMERCIAL				
GERENTE DE CRECIMIENTO				
CONSEJO DIRECTIVO				

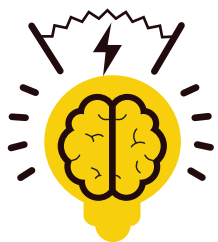
La cultura:

Se define como cultura al conjunto valores, normas, hábitos y creencias que caracterizan a una compañía.

Los valores de una empresa son cualidades, principios o creencias que una empresa posee. Orientan las decisiones, acciones y conductas de todos los miembros de la empresa, pero además de ello, sirven como fuente de inspiración y motivación, le dan identidad a la compañía, y ayudan a proyectar una imagen positiva.

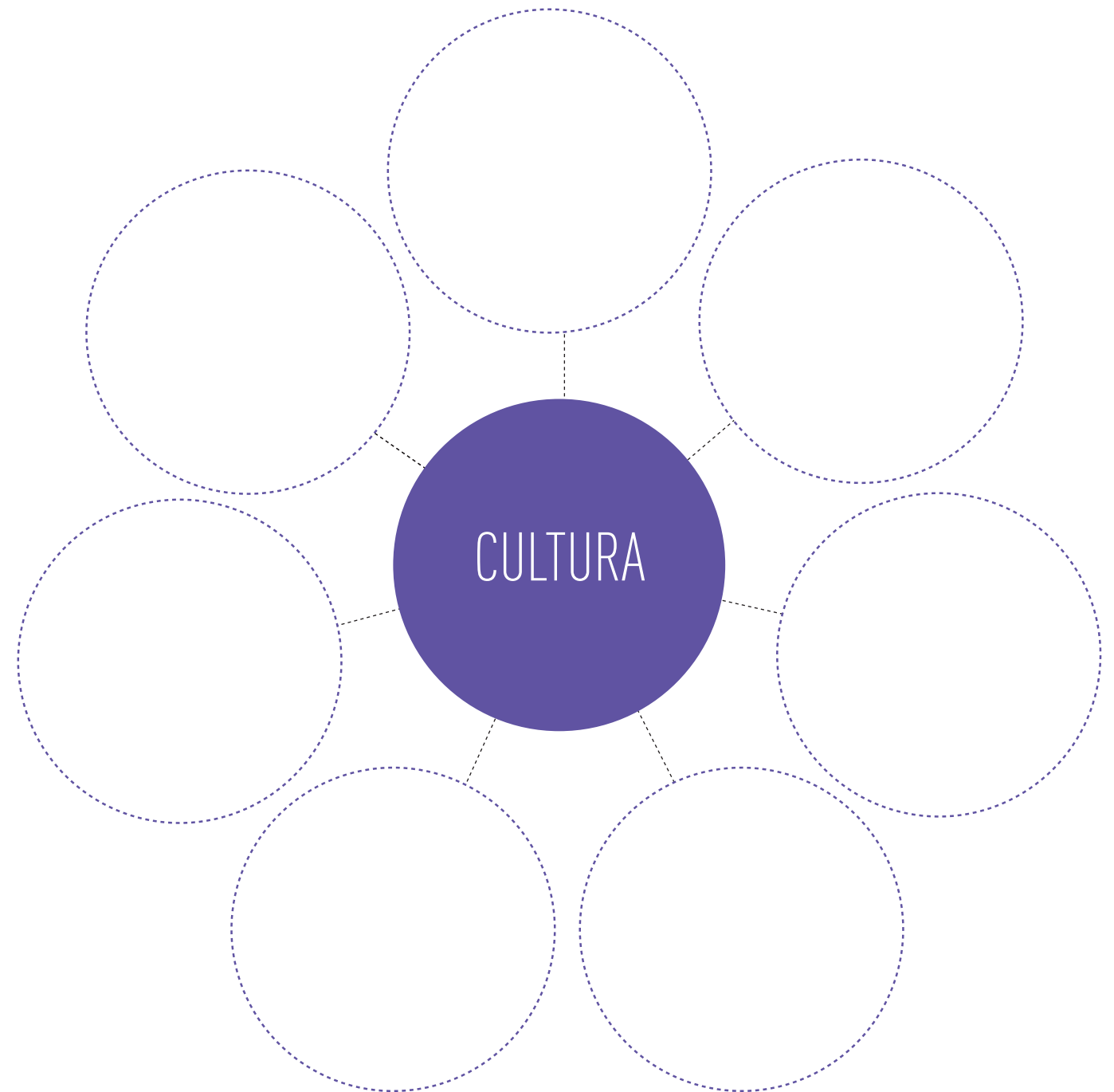
Los buenos valores de una empresa suelen contar con las siguientes características:

1. Son cualidades, principios o creencias que realmente posee o en los que realmente cree la empresa.
2. Están alineados y son coherentes con los valores de los dueños de la empresa.
3. Son aceptados y seguidos por todos los miembros de la empresa.



EJERCICIO:

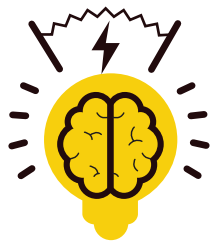
Defina con su equipo los valores principales que le gustaría promover en la cultura de su empresa:



Tecnología y Operaciones

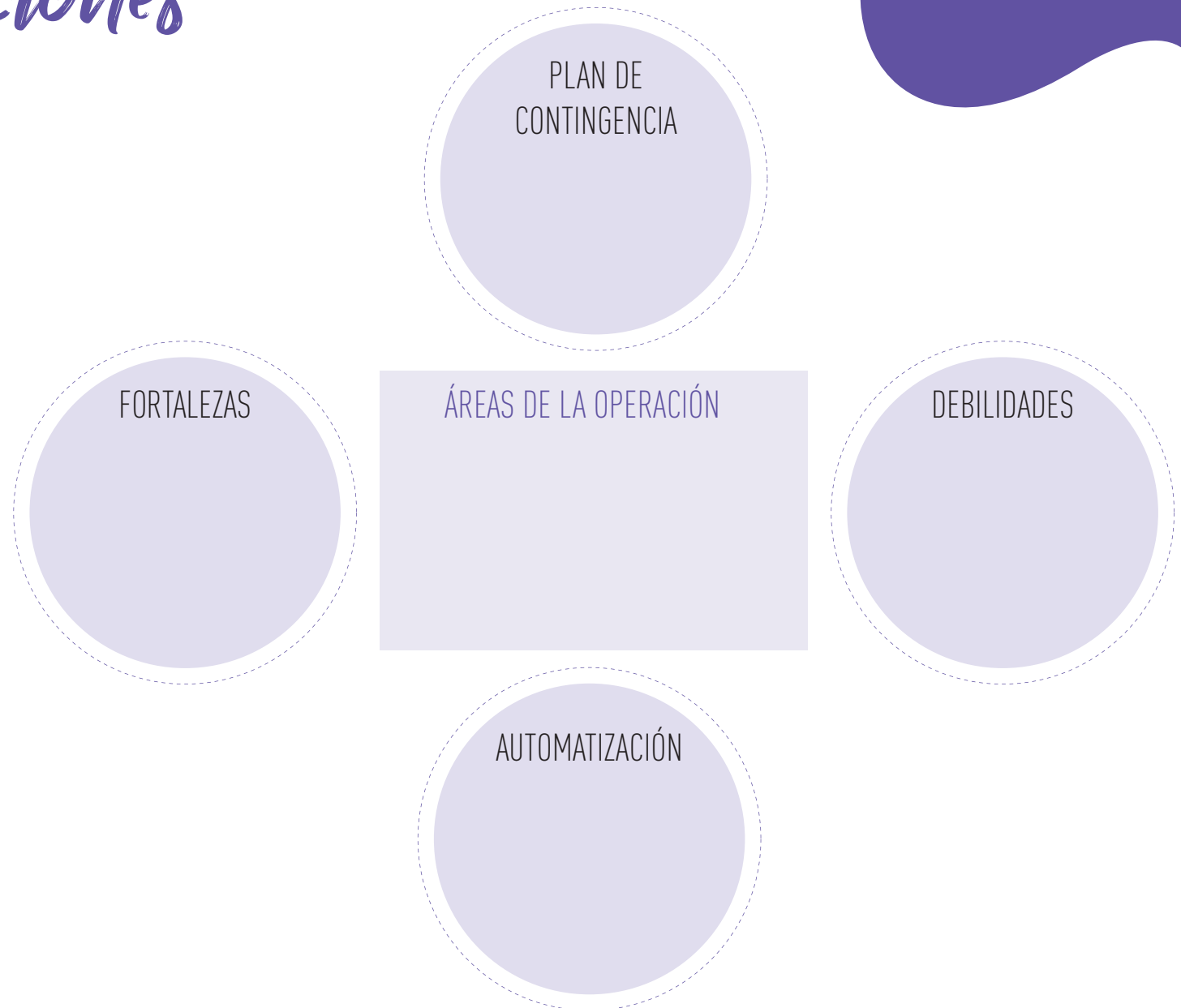
Cuando se piensa en crecer y escalar una empresa, es muy importante tener claro cuales son las Fortalezas, Debilidades y las Necesidades en cuanto a tecnología para poder escalar rápido y de manera estable y segura. Además, es primordial tener un plan de contingencia en caso de tener alguna falla, algún desastre o evento inesperado.

Los datos son como el oro y si algún desastre pasa y se pierden los datos... ¿qué pasaría con la empresa?



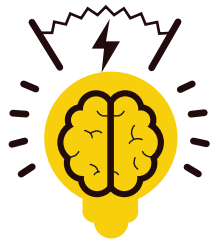
EJERCICIO:

Identificar en equipo las diferentes áreas de la operación de su negocio, las fortalezas, debilidades, y qué herramientas tecnológicas se pueden implementar o desarrollar para automatizar procesos que permitan escalar la operación.



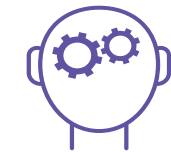
Ventas y Crecimiento

El canal de ventas: El Embudo de Ventas es una representación de las etapas por las que un potencial cliente pasa, desde el primer contacto con la empresa hasta el cierre de la venta. Lo primero es conseguir visitantes a nuestros sitios de exhibición y venta o a nuestros sitios en línea. Pero si sólo nos quedamos en eso y no realizamos una buena estrategia de conversión, corremos el riesgo de que esas visitas, se queden en eso, meros espectadores.



EJERCICIO:

En el formato siguiente escriba qué tipo de contenido e información puede necesitar el “posible cliente” para dar el salto a la siguiente etapa: comprar. La fase de consideración es quizá la más delicada, está compuesta por los llamados prospectos, todavía no han comprado, pero son personas que están decididas a resolver ese problema al que podemos darle solución. Será necesario invitarles a la compra pero sin que se sientan obligados a ello.



CREAR CONCIENCIA



INTERÉS



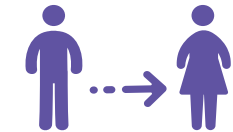
CONSIDERACIÓN



TRANSACCIÓN



RETENCIÓN



REFERIDOS

A continuación, se muestran las métricas claves para identificar qué tan eficientes están siendo nuestras acciones para adquirir clientes nuevos y retenerlos, con ellas se podrá optimizar nuestra estrategia comercial y de mercadeo.

CAC

Fórmula: $\frac{\text{Gasto en ventas y mercadeo}}{\text{cantidad de clientes adquiridos}}$

Mi cálculo

LTV

Fórmula: $\frac{\text{Ingreso promedio por cliente} \times \text{cantidad de compras durante su tiempo de vida con el emprendimiento}}$

Mi cálculo

LTV / CAC

Fórmula: $\frac{\text{LTV}}{\text{CAC}}$

Mi cálculo

CHURN

Fórmula: $\frac{\text{Cantidad usuarios que se inactivaron en el periodo}}{\text{Cantidad total de clientes al inicio del periodo}}$

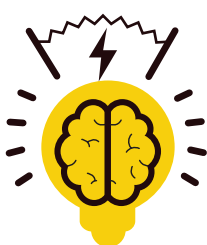
Mi cálculo

Gestión financiera y de desempeño

Las dos métricas más importantes en este pilar:

1 La North Star (Estrella del Norte): Es la que mejor captura el valor central que nuestro producto ofrece a los clientes. Optimizar sus esfuerzos para hacer crecer esta métrica es clave para impulsar un crecimiento sostenible en toda su base de clientes.

2 KPI's: Un KPI (key performance indicator), conocido también como indicador clave de rendimiento o medidor de desempeño. Existen KPI para diversas áreas de una empresa: compras, logística, ventas, servicio al cliente, etc.



EJERCICIO:

Identificar cuál puede ser su NSM (North Star Metric). Recuerde que esta métrica debe poder reflejar por sí sola el crecimiento de su empresa. Es decir, si la NSM crece, los otros indicadores (KPI's) también deben crecer.

Gestión Legal

Desde la concepción de un emprendimiento es muy importante llevar una estructura legal clara, ordenada y transparente. A la hora de buscar inversión de capital siempre se solicitan estos documentos y es mejor estar preparado.

1. Estructura legal:

- Acuerdos de accionistas.
- Acuerdos entre empleados (vesting).
- Minutas de las reuniones.
- Propiedad intelectual.
- Contratos con empleados.

2. Data Room:

A medida que va creciendo la empresa es importante considerar mantener un archivo / drive / dropbox, y carpeta física con los documentos esenciales a medida que se van legalizando. En la carpeta virtual se recomienda tener 4 subcarpetas:

1. Legal
2. Financieros
3. Negocios y mercadeo
4. Producto

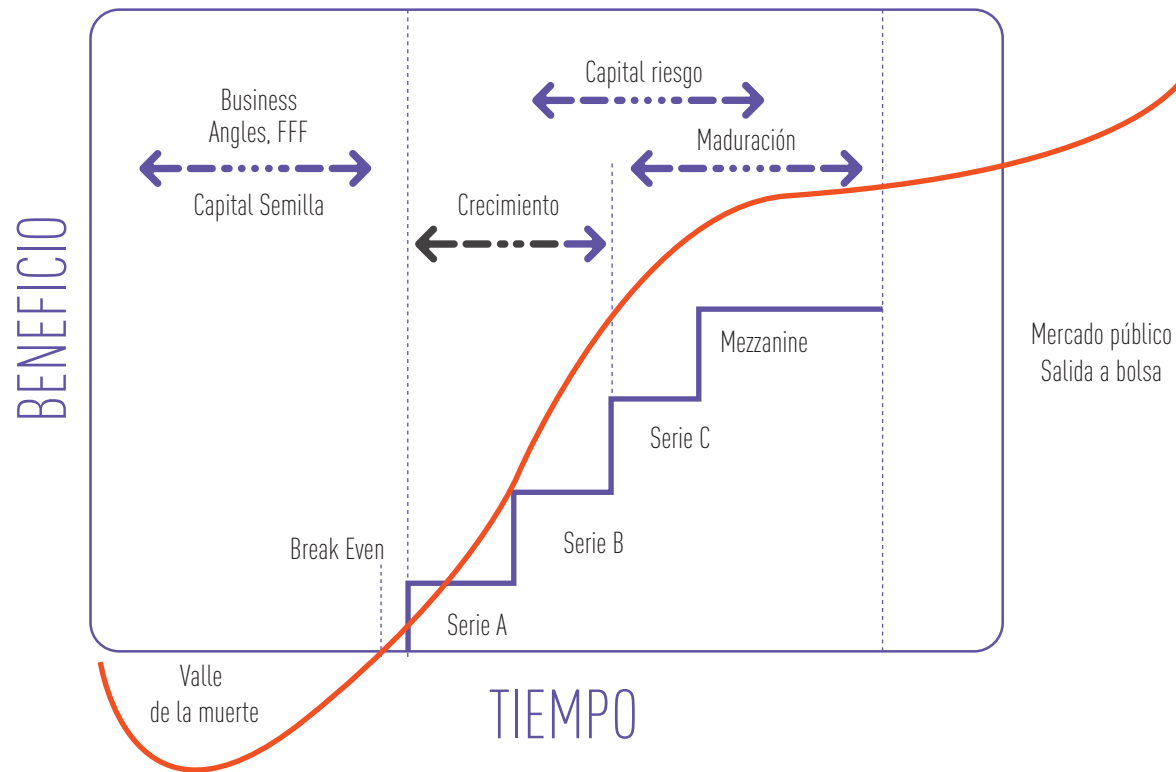


EJERCICIO:

Marque con un "X" los requisitos del Data Room que ya están disponibles, actualizados y organizados en su empresa.

CARPETA	SUBCARPETA	ITEM
LEGAL	Organización	Certificado de existencia legal
		Estatutos de la sociedad
		Certificados de propiedad intelectual y de marca
		RUT
		Otros documentos relevantes (permisos, certificados, etc).
	Empleados: beneficios, directores	Hojas de vida
		Contratos y acuerdos de empleados
		ESOP plan (acuerdos de acciones para empleados)
		Certificados de parafiscales y seguridad social
		Junta directiva
FINANCIERO	Financial accounts	Balance de resultados desde el inicio
		Estados financieros desde el inicio
		Declaraciones de renta
		Modelo financiero y proyecciones
NEGOCIO & MERCADEO	Bank accounts	Extractos bancarios desde el inicio
		Inversionistas
		Contratos / acuerdos con inversionistas
		Cap Table (distribución de acciones)
NEGOCIO & MERCADEO	General	Pitch deck (presentación)
		Modelo de negocio
		Presentaciones del producto
		Plan de mercadeo y material publicitario
	Datos de analítica	Manual de operaciones
		Tablero de indicadores de rendimiento
Información de clientes importante	Unit economics (unidad económica de cliente/usuario)	
	Análisis de cohorte	
PRODUCTO	Producto	CRM (Gestión de relaciones con clientes)
		Acuerdos comerciales
		Mapa de ruta del producto
		Manual de operaciones de desarrollo
		Presentación técnica / mapa de arquitectura

Consecución de Capital:



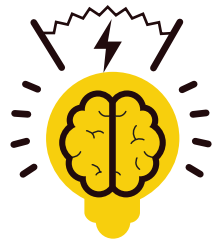
Existen diferentes clases de financiación durante las diferentes etapas de cada emprendimiento. Cada una tiene diferentes fuentes de financiación, requisitos y características.

1. FFF: La primera fuente de financiamiento es conocida como Friends, Family and Fools. Se usa para la constitución de la empresa en sí y se da cuando un emprendedor inicia su negocio gracias a la ayuda de su familia y amigos.
2. Fondos gubernamentales: Se usan para generar modelos de negocio y desarrollo del proyecto, es decir, cuando está más avanzado que una simple idea. Así mismo, se usan para crear prototipos que ayuden a comercializar el producto o servicio en el mercado.
3. Capital semilla: Es un crédito que entrega la cantidad de dinero necesaria para implementar una empresa y financiar actividades claves durante el inicio y la puesta en marcha del proyecto. Se entrega cuando la empresa está constituida y tiene algún producto importante, pero requiere dinero para operar o para capital de trabajo.
4. Inversionistas ángeles: Las empresas que están funcionando generalmente reciben este tipo de aportes, por su alto contenido innovador o desarrollo potencial. Generalmente los inversionistas ángeles son independientes o pertenecen a un club, cada vez son más comunes las redes de este tipo para las empresas.
5. Capital riesgo: También conocido como Venture capital, se utiliza cuando la empresa tiene cierto nivel de desarrollo; pues es un fondo que invierte mayores cantidades. Se trata de una aportación temporal de recursos de terceros al patrimonio de una empresa para optimizar sus oportunidades de negocio y aumentar su valor. De esta forma se dan soluciones a los proyectos de negocio, se comparte el riesgo y los rendimientos.
6. Private equity: Se trata de un fondo para empresas grandes y se utiliza para expandir el negocio o para la internacionalización. Aporta capital a cambio de acciones que la empresa otorga. Además contribuye con recursos monetarios como contactos, mejores prácticas, administración, etc.
7. Financiamiento bancario: Las empresas pueden acudir al financiamiento bancario con el fin de tener flujo en la operación diaria del negocio.

Cuando se busca inversión, muchas veces las primeras palabras que se escuchan de parte de un inversionista son: "Solo envíame la presentación - (pitch deck)". Por eso es muy importante tener una presentación (larga) para inversionistas, de manera que se pueda enviar rápidamente y hacer seguimiento sin perder tiempo.

Se aconseja tener 3 tipos de presentaciones:

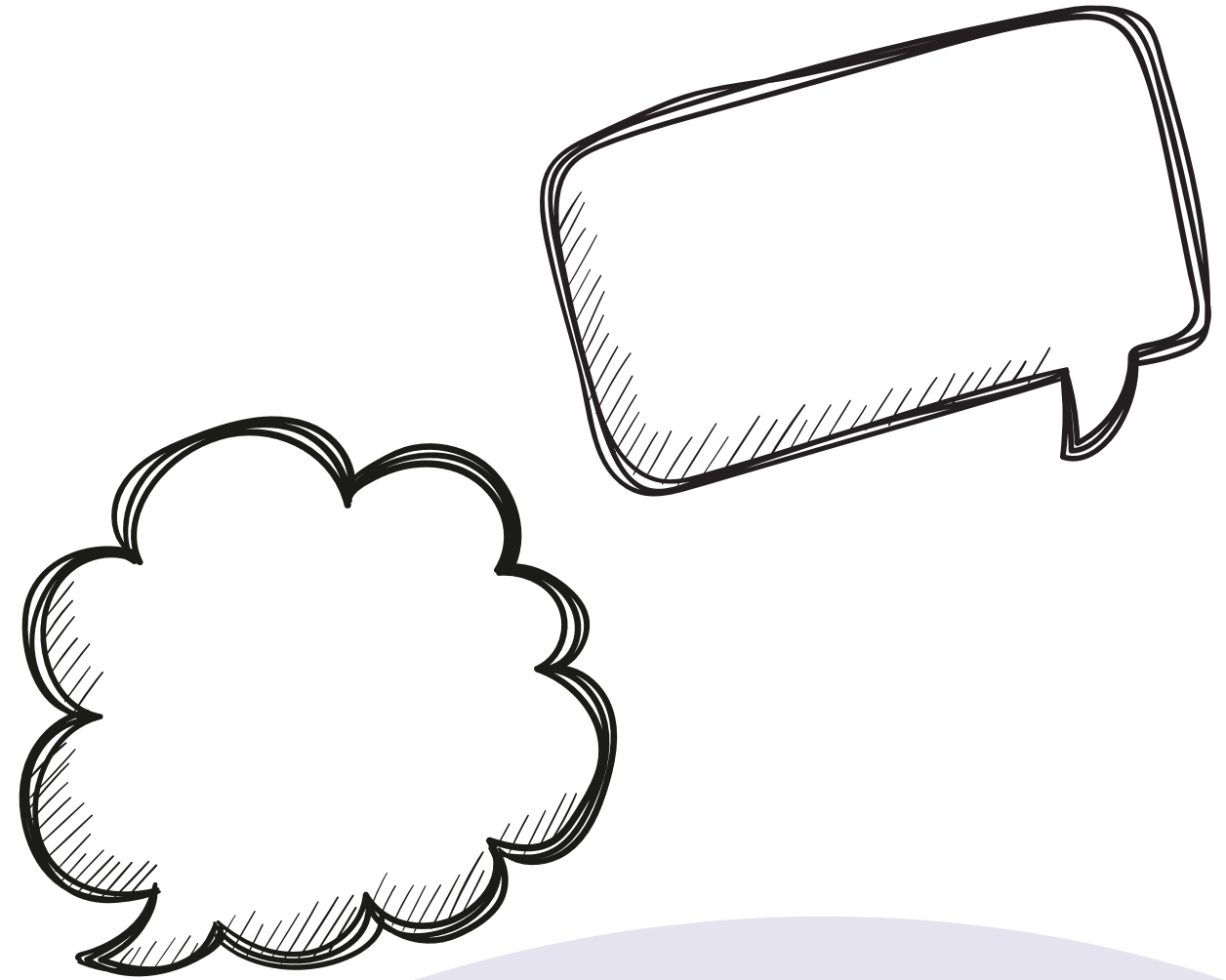
- 1 **Pitch Deck:** Se usa para hacer presentaciones cortas de 1-3 minutos, normalmente en eventos, charlas, incubadoras y aceleradoras.
- 2 **Pitch Deck Largo:** Está en el mismo pitch deck normal, pero es más detallado, con información más desglosada, números y métricas relevantes al inversionista. Este debe contener más contenido ya que se envía por correo y no se lee o recita como el anterior.
- 3 **Pitch de Ventas:** Este debe ser exclusivamente con propósito comercial, para ventas o alianzas destacando el producto o servicio, sus funcionalidades y demás.



EJERCICIO:

Revisar la presentación de su negocio y marcar con un "X" si su presentación cumple explicando cada uno de los siguientes ítems.

ITEM	Check
Problema	
Solución	
Validación del mercado	
Producto	
Tamaño del mercado	
Modelo de negocio	
Ventaja competitiva	
Plan de mercadeo	
Tracción	
Competencia	
Ventajas ante la competencia	
Equipo	
Junta directiva	
Pedir capital	
Plan para usar los fondos	



AUTOEVALUACIÓN:

El trabajo durante este primer nivel me ha permitido:

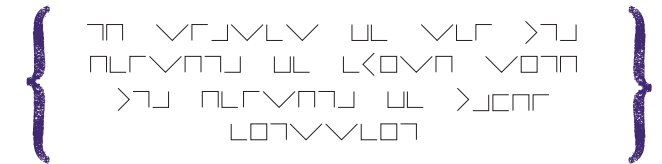
"Identificar al menos una debilidad que puede poner en peligro el éxito de mi negocio. Entender que son varios los pilares que hacen exitoso a un negocio y pensar un plan para fortalecer alguno que tenga débil"

Si esta de acuerdo con ambas afirmaciones, usted ha completado exitosamente el primer nivel. ¡Felicitaciones!
Por favor agregue el adhesivo correspondiente al nivel 1, Supervivencia, en su escala de progreso.

NIVEL 2



En este nivel, se busca “poner en blanco” la oferta que la empresa hace a los clientes y la manera como logra entregarla. Luego se revisarán algunas rutas para hacerla aún más poderosa.



Paso 1: Documentación de su proyecto Lean Canvas

A diferencia del tradicional plan de negocio que puede tomar mucho tiempo para ser escrito y es difícil de actualizar, usaremos el Lean Canvas para hacer una representación del modelo de negocio de una manera más ágil y eficiente.

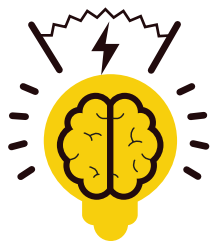
El diseño del Lean Canvas permite al equipo emprendedor contestarse preguntas tales como:

¿Quién es nuestro cliente? ¿Qué necesidad o problema es el que tiene? ¿Qué características debe tener nuestro producto o servicio? ¿Qué canales podemos usar para llegar a ellos? ¿Nuestra solución es lo suficientemente buena?

El Lean Canvas es una herramienta que permite al emprendedor simplificar el proceso y enfocarse en lo importante.

Lean Canvas. Ash Maurya ®

EJERCICIO:



Utilice el formato provisto para construir el Lean Canvas de su producto o servicio. Este será el Canvas que se utilizará para el proceso de fortalecimiento de su negocio. Este ejercicio debe hacerlo en conjunto con los colegas de su empresa que le acompañan. Al final, tendrán un Canvas único para su emprendimiento.

Tener la visión general del negocio, plasmada en una herramienta como el Canvas, es un gran paso. Pero un buen emprendedor sabe que la idea siempre se puede hacer más poderosa.

Paso 2: Haciendo más fuerte nuestra propuesta

Este paso se enfoca en entender muy bien a los clientes actuales, y busca responder a las preguntas:

¿Podemos vender más a los clientes actuales? ¿Podemos ser más ganadores frente a la competencia al “pelear” por los clientes en nuestro mercado? ¿Podemos incrementar el valor de la factura o la frecuencia de compra de los clientes actuales?

Identificación de motivaciones

Cuando un emprendedor diseña un producto lo hace pensando en solucionar una necesidad de su cliente. De modo que, lo primero que hace es confirmar la existencia de un problema o necesidad relevante desde el punto de vista de los clientes. Sin esta confirmación se corre el riesgo de construir algo (un producto o servicio, negocio) que nadie quiere o necesita realmente.

Sin embargo, cada producto soluciona varias necesidades simultáneamente. Por ejemplo un reloj, informa la hora, que es una necesidad muy clara, sin embargo, también soluciona una necesidad de vestido, o de imagen, o de aceptación, o...

Adicionalmente, además de la necesidad pura, solucionada por el producto, el proceso de adquisición, uso, recomendación, etc., puede tener necesidades adicionales. Por ejemplo, necesito un reloj para regalar a alguien, pero además lo necesito ¡YA MISMO!, porque olvidé el cumpleaños de esa persona y justo voy a verla en unos minutos.

Las necesidades también pueden estar relacionadas con aspectos culturales o con las experiencias previas del usuario. Por ejemplo, un usuario puede estar buscando un reloj de una marca tradicional o reconocida, porque tuvo una experiencia decepcionante con una marca nueva, en el pasado.

Así que, cuando se trata de diseñar un producto o servicio para un cliente, hay que tener en cuenta un gran conjunto de necesidades, deseos, intereses, temores, etc., que el cliente tiene dentro.

Y luego de identificar este conjunto de motivadores, tendremos que preguntarnos: ¿Son todos igualmente importantes? ¿Cuál es aquel que puede hacer que más clientes se inclinen por una u otra opción?

En otras palabras, tenemos que responder la pregunta: ¿Qué es lo que más le interesa al cliente?

Descubrir problemas o necesidades se consigue a través de la observación, la medición y una constante retroalimentación con los clientes. Sin embargo, podemos decir que hay dos “niveles” de motivadores.

Identificando necesidades e intereses “Nivel 1”

Un emprendedor puede intentar identificar necesidades de una manera muy directa. Puede preguntarle al cliente ¿Qué es lo que más le interesa cuando busca un producto como el nuestro?

Por ejemplo, si su negocio es una sala de cine, puede preguntarle al cliente:

¿Qué es lo que más le interesa encontrar en una sala de cine? O ¿Qué es lo que le disgusta de su experiencia, de ir a ver una película en cine?

Sin embargo, si usamos este método, tendremos algunas restricciones:

Necesitamos que los clientes sean tan creativos e imaginativos para que estén en capacidad de decirnos: “Me gustaría encontrar esta o aquella cosa maravillosa”

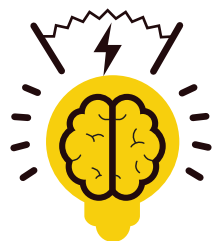
Necesitamos que los clientes estén dispuestos a confesarnos sus verdaderas necesidades, incluso aquellas que no desean comunicar.

Necesitamos que los clientes sean conscientes de sus emociones y motivaciones al adquirir o usar el producto (Y no todos somos siempre conscientes de las razones por las que compramos o usamos un producto)

¿Qué hacer?

Quizá hay que pasar a un nivel superior en nuestra capacidad para identificar motivadores.

Identificando necesidades e intereses “Nivel 2”



EJERCICIO:

Los motivadores ocultos.

Usando el kit de Consejo de sabios motivadores, explore cada tipo de motivación pensando en los clientes (o posibles clientes) de su producto o servicio. Esto le permitirá encontrar nuevos caminos para agregar valor. Utilice el siguiente formato para consignar posibles mejoras:

Necesidad/Producto/Servicio:

Posible motivador	¿Cómo podría incrementar el poder de mi producto/servicio para aquellos clientes que tienen esta motivación?	Descripción del producto, servicio, mecanismo de distribución, estrategia de comunicación, que podemos ofrecer.

El resultado de este ejercicio puede hacer que usted desee modificar su modelo de negocio. Si considera que alguna de las ideas surgidas aquí debería hacer parte de su modelo de negocio, actualice su Lean Canvas agregándola junto con las otras modificaciones que esta idea puede requerir para que cumpla su objetivo.



AUTOEVALUACIÓN:

El trabajo durante este segundo nivel me ha permitido:

“Identificar una posibilidad de mejorar el impacto de mi oferta a través de la exploración de los motivadores de mis clientes”.

“Identificar al menos una nueva oportunidad de negocio que podemos explotar en el futuro cercano”.

Si esta de acuerdo con ambas afirmaciones, usted ha completado exitosamente el segundo nivel. ¡Felicitaciones!

Por favor agregue el adhesivo correspondiente al nivel 2, Fortalecimiento, en su escala de progreso.

NIVEL 3



Producto y mercado

Validación de Mercado

Uno de las principales herramientas para la validación de las ideas es el prototipo. Tanto en su versión tangible, que aplica para productos físicos (Prototipos, modelos, maquetas, etc) como en su versión intangible, que aplica para procesos o servicios (Simulaciones, pilotos, etc.).

En cualquier caso, la validación es un proceso de experimentación/visualización que permite validar las hipótesis del negocio y corregir rápidamente errores o hacer ajustes para incrementar funcionalidad, facilidad de uso o contenido emocional de la idea.

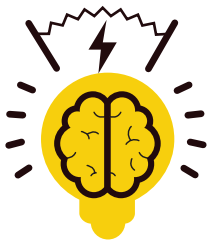
Tipos de prototipos

Rápido	Liviano	Robusto
Es el prototipo que se hace con lo que hay a mano, para poder poner en claro las ideas. Útil para explicar a los otros integrantes del equipo la idea o para hacer una validación preliminar con terceros.	Este prototipo ya requiere un trabajo más detallado. En algunos casos se trata de un prototipo parcial, es decir, solo de aquella parte que se desea probar. En otros casos, es una representación de la solución (por ejemplo una simulación en computador o una maqueta).	Este es un prototipo muy detallado. En muchos casos, no se diferencia, a primera vista, del producto o servicio que será lanzado al mercado.

Plan de validación:

La mejor forma saber si una nueva idea o negocio tendrá éxito en el mercado es haciendo experimentos de validación. La validación de hipótesis se hace por medio de experimentos rápidos. El foco es aprender rápido sobre lo que dicen los clientes acerca de nuestra propuesta.

Pasos para la validación.



EJERCICIO:

Validación preliminar

- 1 Construya la hipótesis que quiere validar con su prototipo.
- 2 Escoja el tipo de prototipo que le resulte más útil para representar su idea de producto o servicio.
- 3 Seleccione las personas con las que va a validar su prototipo. (Para este ejercicio busque a otros participantes, fuera de su equipo y presénteles el prototipo de su idea).
- 4 Escriba todo lo que observe que hace la persona al usar su producto o servicio.

Utilice el formato de Experimento, para consignar los resultados. El siguiente ejemplo le permitirá entender mejor la forma de usarlo:

Hipótesis	Experimento/Sujeto
Algunos clientes van a sentir que estamos sirviendo más comida si usamos platos más pequeños	Se muestran fotos de diversos platos de diferente tamaño llenos con la misma cantidad de comida y se les pide que califiquen cada uno de ellos según el tamaño de la porción
Resultados	Posibles ajustes, cambios y/o mejoras
1. Mi mamá: Le pareció que había mucha comida en el plato. Le preocupa que van a tener que tirar comida a la basura	
2. Aurelio Rojas (Vecino): Escogió los platos más pequeños. Le pareció que traían más y eran más baratos (Aunque nunca le mencionamos el precio)	
3. Susana Medina (Participante en evento): Escogió los platos más grandes porque sintió que los otros traían mucho	Ojo. Revisar si el efecto es diferente en hombres vs. mujeres

Se confirma que un plato más pequeño genera la impresión de que estamos ofreciendo más comida que si se sirve la misma cantidad en un plato más grande. El experimento nos permitió llegar al tamaño óptimo que provee la sensación de abundancia pero no se ve atiborrado.

Experimento

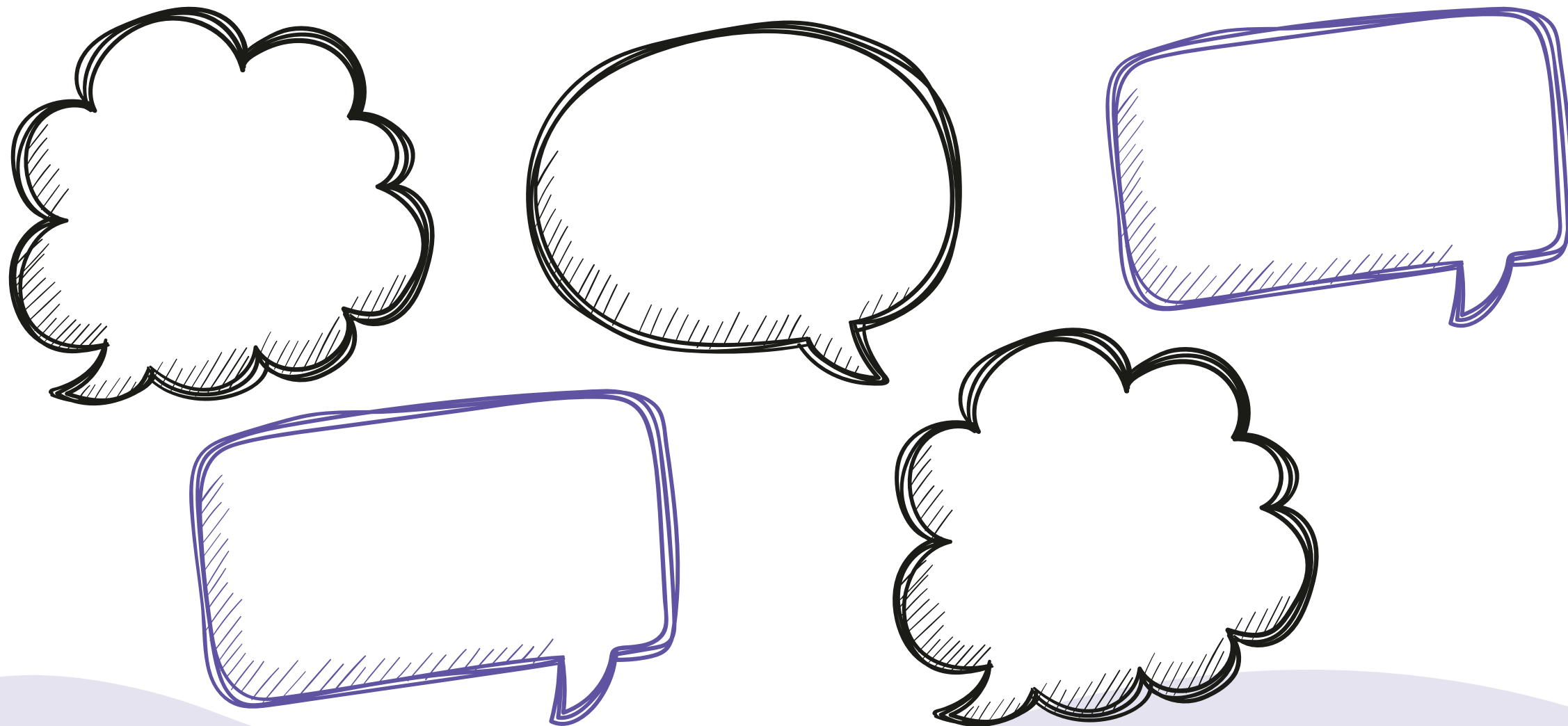
Hipótesis	Experimento/Sujeto
	(Persona o personas a las que presenta y tipo de prototipo usado)
Resultados	Posibles ajustes, cambios y/o mejoras
1	
2	
3	
4	
5	



Plan de validación avanzado

En algunos casos ajustar la solución incluye ajustar otros elementos del modelo del negocio, por lo que es necesario reflejar estos cambios en el Lean Canvas, así que es el momento de ir con su equipo al modelo de negocio y hacer los ajustes necesarios.

Ahora usted deberá pensar en la manera de validar de manera más profunda su o sus hipótesis. Para esto tendrá que construir prototipos más sofisticados (livianos o robustos) y diseñar experimentos con los usuarios o clientes adecuados.



AUTOEVALUACIÓN:

El trabajo durante este tercer nivel me ha permitido:

“Entender lo que es un prototipo y para qué sirve”.

“Definir un plan de validación para al menos uno de los conceptos nuevos desarrollados durante el taller”.

Si la respuesta a ambas preguntas es SI, usted ha completado exitosamente el tercer nivel. ¡Felicitaciones!

Por favor agregue el adhesivo correspondiente al nivel 3, Sofisticación en su escala de progreso.

Resultado del diagnóstico

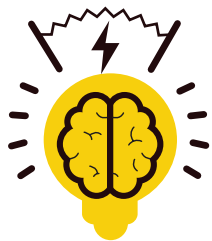
El resultado del diagnóstico le permite:



Identificar qué áreas son más importantes y urgentes para enfocarse, según el diagnóstico, la etapa del emprendimiento y sus recursos.



Identificar pilares en los que se evidencia un puntaje bajo lo que significa un bajo nivel de rendimiento en este punto.



EJERCICIO:

Junto con sus colegas de la empresa que participan en el taller, identifiquen por medio de la puntuación, las áreas a mejorar según la etapa del emprendimiento.

Luego de analizar los resultados, deberá seleccionar 3 de los objetivos más importantes a trabajar. Estos deben ser los más urgentes e influyentes en el crecimiento del emprendimiento.



Plan de fortalecimiento para la supervivencia

Utilice el formato provisto para:

- 1 Escribir los objetivos
- 2 Escribir el plan de trabajo y la persona responsable
- 3 Cada semana medir los resultados para evaluar si la meta se está cumpliendo y si debe ser ajustada para lograr alcanzar el objetivo al finalizar la 4ta semana.

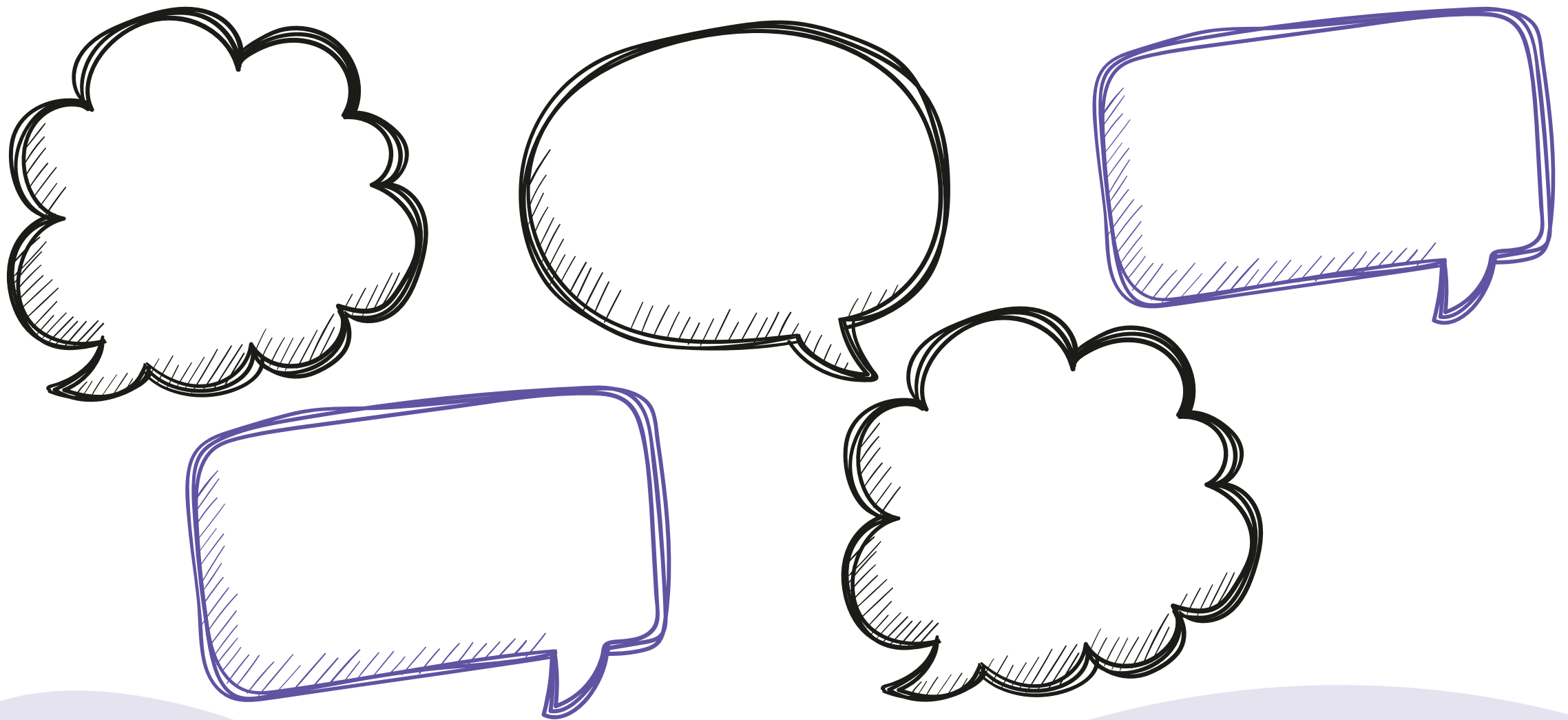
Es muy importante que al momento de decidir los objetivos se tenga en cuenta que:

1. Sean realistas
2. Medibles
3. Tener claro los pasos a seguir para cumplirlo
4. Tener una persona o equipo responsable.



Objetivos

Objetivos		
Plan de Trabajo		
Resultados		



AUTOEVALUACIÓN:

Modelo final: Haga una revisión de todas aquellas modificaciones que debe hacer a su Canvas para reflejar lo trabajado hasta este momento.

Haga los últimos cambios y ajustes, revise su Canvas re-inventado y conteste las siguientes preguntas:

- ¿Mi nuevo Canvas es diferente al que tenía al iniciar el ejercicio?
- ¿Mi modelo de negocio es mucho más poderoso ahora?

Si ambas respuestas son SI usted ha completado exitosamente el proceso de Pre-aceleración. Por favor asigne el adhesivo correspondiente a Impacto en su escala de progreso. ¡Ha completado la escala!

Lean Canvas

PROBLEMA	SOLUCIÓN	PROPUESTA DE VALOR ÚNICA	VENTAJA DIFERENCIAL	SEGMENTOS DE CLIENTES
<p>¿Por qué el usuario necesitaría/compraría este producto? Posicionamiento en relación con los competidores.</p>				
	MÉTRICAS CLAVE		CANALES	
Alternativas existentes				Adoptadores tempranos
ESTRUCTURA DE COSTOS		FUENTES DE INGRESOS		

Felicitaciones

El trabajo que ha realizado a lo largo de esta experiencia le permitirá tener un emprendimiento mucho más fuerte.
Ser emprendedor es una aventura llena de desafíos y con un sin fin de emociones.
Los emprendedores tienen una gran responsabilidad en la generación de innovaciones realmente emocionantes y su impacto en la economía es vital.

Durante los próximos días, quizá con el resto de su equipo, vuelva a revisar cada una de las herramientas incluídas aquí.
Descubrirá que siempre hay cosas nuevas para agregar a su modelo de negocio.

La EMPRENDETÓN es un instrumento creado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo e iNNpulsa Colombia, que busca promover una mentalidad emprendedora y una cultura de la innovación en todas las regiones del país. Esta guía práctica de emprendimiento ha sido creada y diseñada por Centro de Innovación (www.centrodeinnovacion.com), la firma de consultoría operadora del programa EMPRENDETÓN, con el apoyo de SeedStars.

Autores:

Guillermo Solano, Nelson Mora, Juliane Butty, Paul Linares

Diseño y diagramación:

Andrea Angel, Michael Gómez

Revisión metodológica:

Diana Granda, Yadira Felizzola

Copyright creative commons,
2019



innpulsa
Colombia



El progreso
es de todos

Mincomercio



Facebook: @INNpulsaColombia
LinkedIn: @INNpulsaColombia
Twitter: @InnpulsaCol
YouTube: Innpulsa Colombia
Instagram: @Innpulsacol