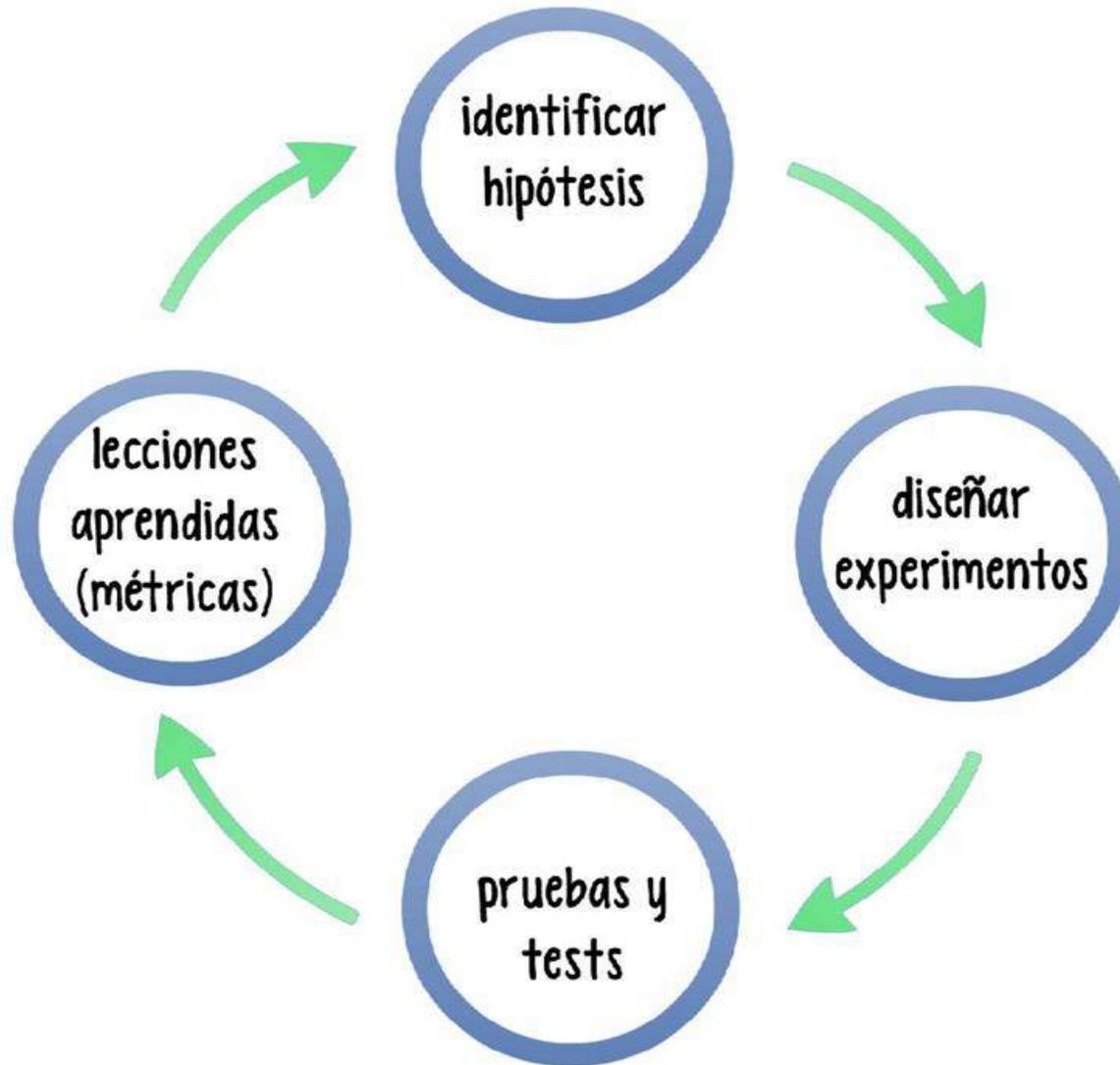


Lean start up



3 conceptos para diferenciar

novedad

tendencia

moda



CoolHunter



novedad, tendencia y moda

novedad

fenómenos nuevos que surgen a cada instante que, **partiendo de cero o adaptando otros previos**, logran ser percibidos como diferentes



novedad, tendencia y moda

tendencia

es la antesala de la moda, sucede cuando una novedad comienza a ser adoptada por una masa crítica de consumidores que generan la sensación de que esa **novedad debe ser adoptada**



novedad, tendencia y moda

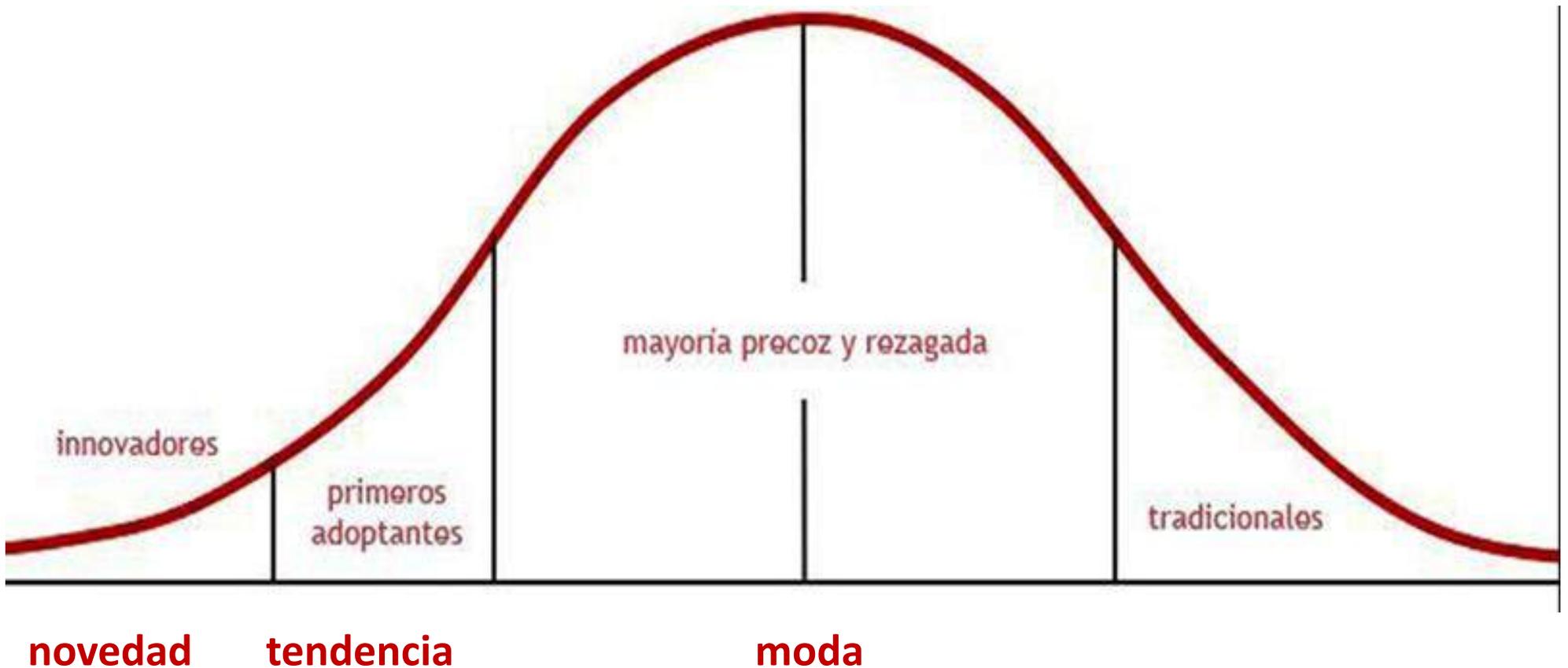
moda

cuando la mayoría de un grupo considera adoptar una tendencia, no es necesario que todos los miembros lo adopten, basta que **consideren normal que otros lo hagan**



Geoffrey Moore ,“Crossing the Chasm” 1991.

novedad, tendencia y moda



Sharing economy: Compartir



Millennials



Influencers



Ciberseguridad



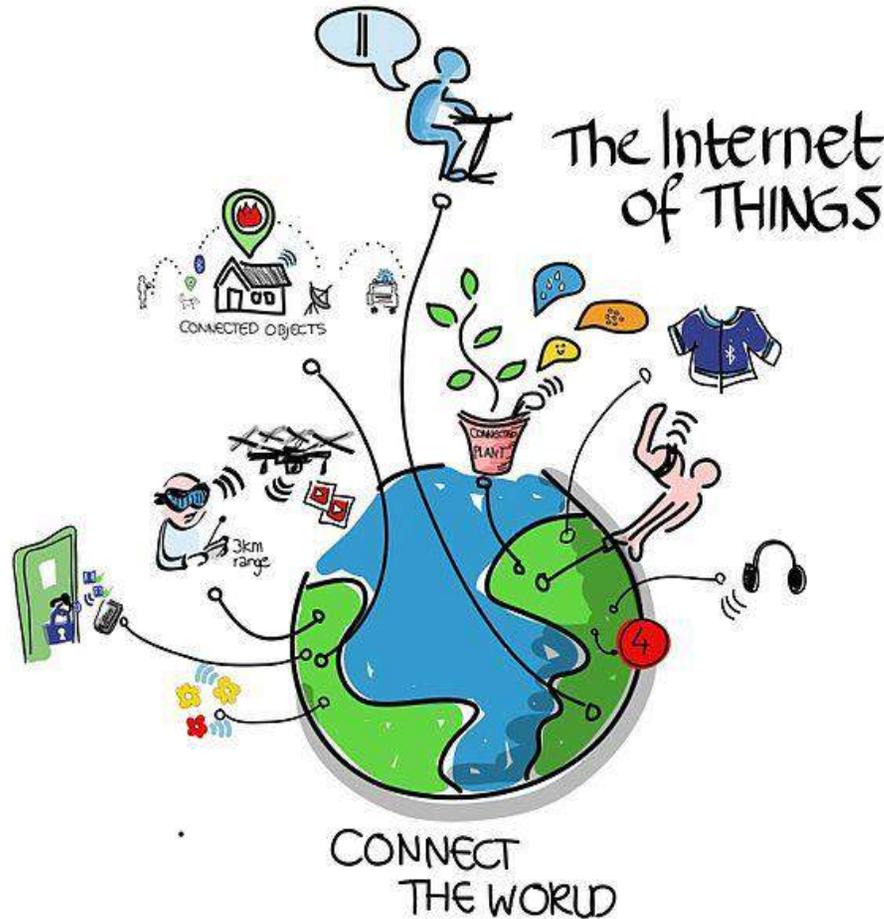
Impresoras 3D



Drones



Internet de las Cosas (IoT)



«Si una persona se conecta a la red, le cambia la vida. Pero si todas las cosas y objetos se conectan, es el mundo el que cambia.»

Hans Vestberg , CEO de Ericsson

Máquinas inteligentes



Cloud Computing



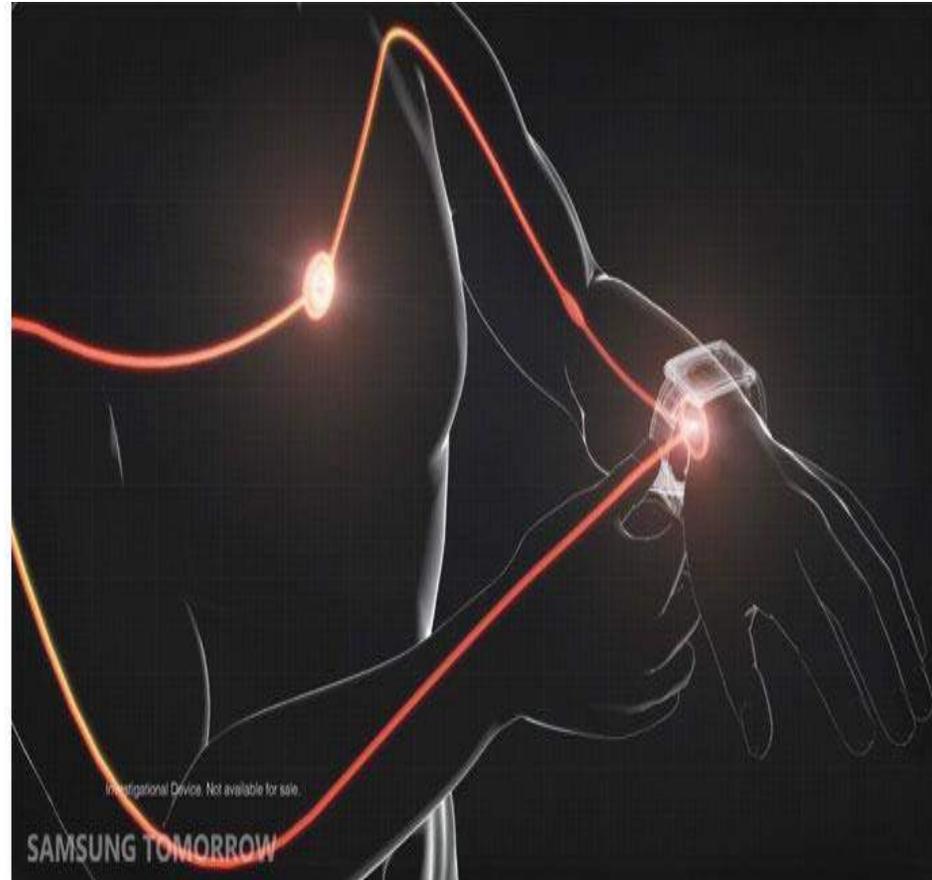
Inversión

Seguridad

Flexibilidad

Nivel de operaciones

Vigilancia de la salud



Investigational Device. Not available for sale.

SAMSUNG TOMORROW

Los padres de la criatura



Eric Ries
@ericries



Steve Blank
@sgblank



Ash Maurya
@ashmaurya



Alex Osterwalder
@business_design



Nathan Furr
@nathan_furr



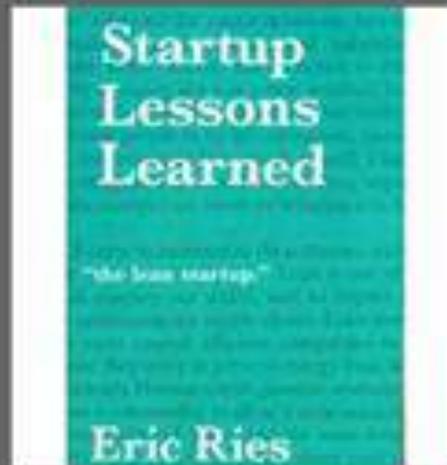
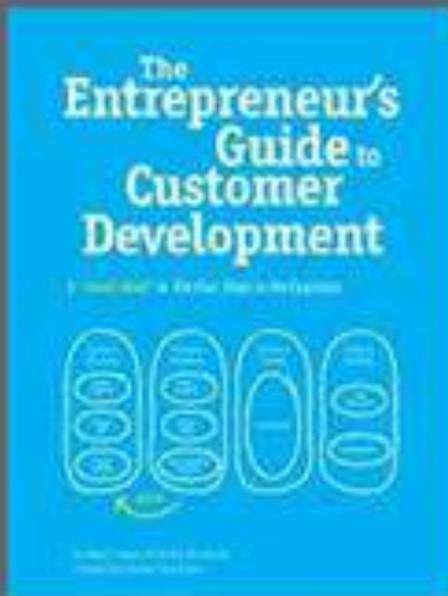
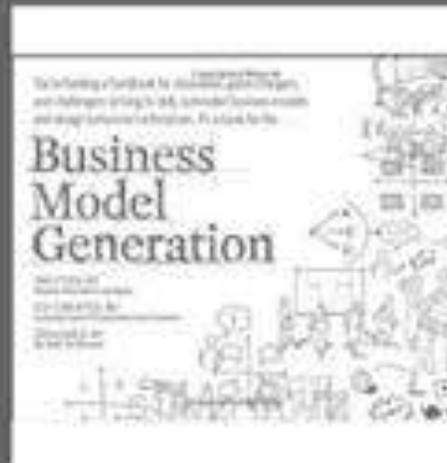
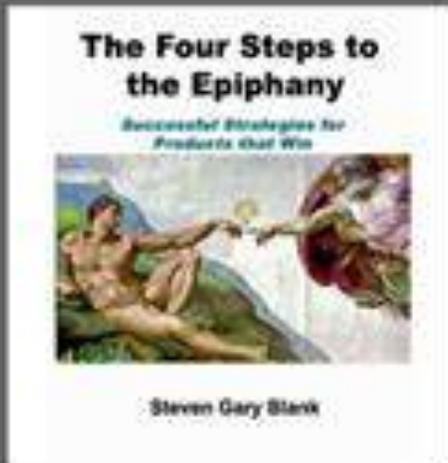
Brant Cooper
@brantcooper



Patrick Vlaskovits
@pv



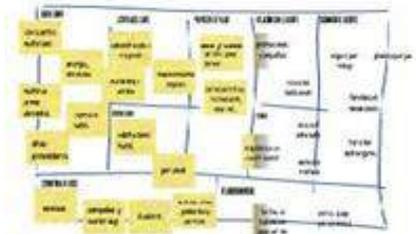
Libros



qué es un modelo de negocio?



un modelo de negocio describe los fundamentos de como una organización **crea, entrega y captura valor**



qué es una startup?

una startup es una organización temporal de personas que están **buscando un modelo de negocio** recurrente y escalable

= experimento

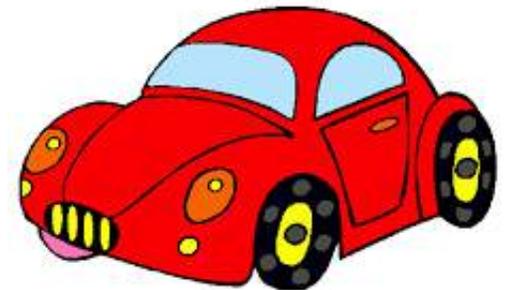


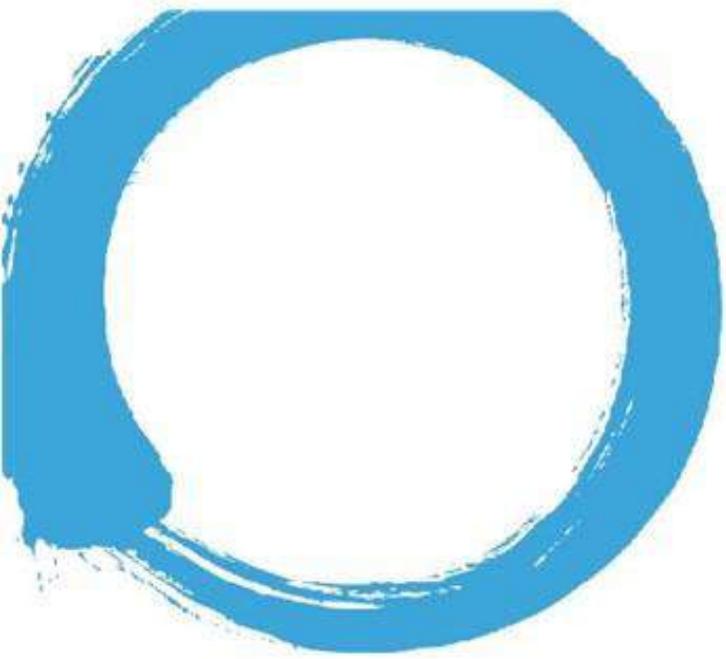
startup vs empresa

Una Startup **busca su modelo de negocio, validándolo con clientes y ventas.**



Una Empresa **ejecuta su modelo de negocio**





qué es Lean Startup?

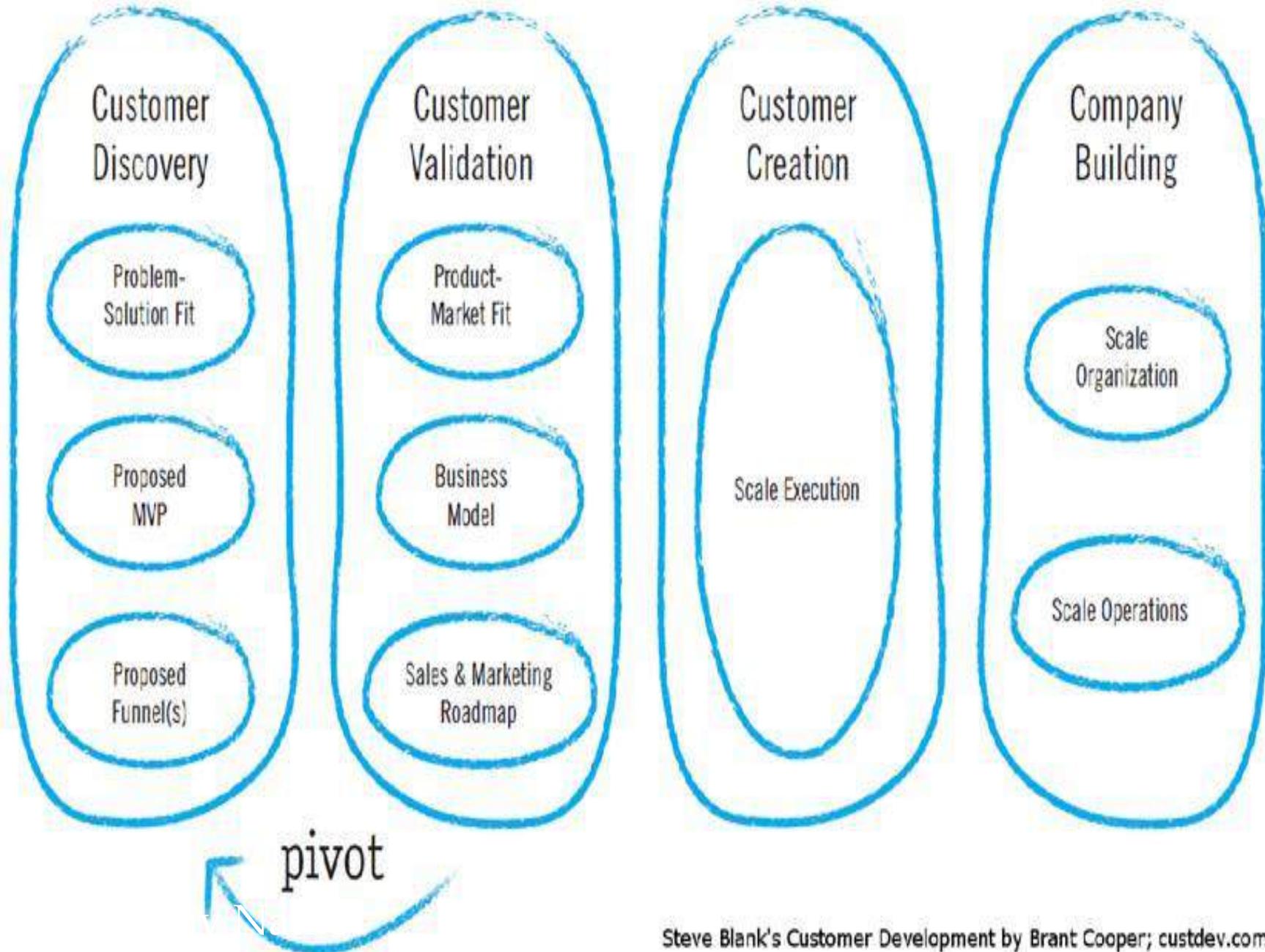
es una manera de abordar el lanzamiento de negocios y productos que se basa en **aprendizaje validado, experimentación científica** e iteración con el cliente.



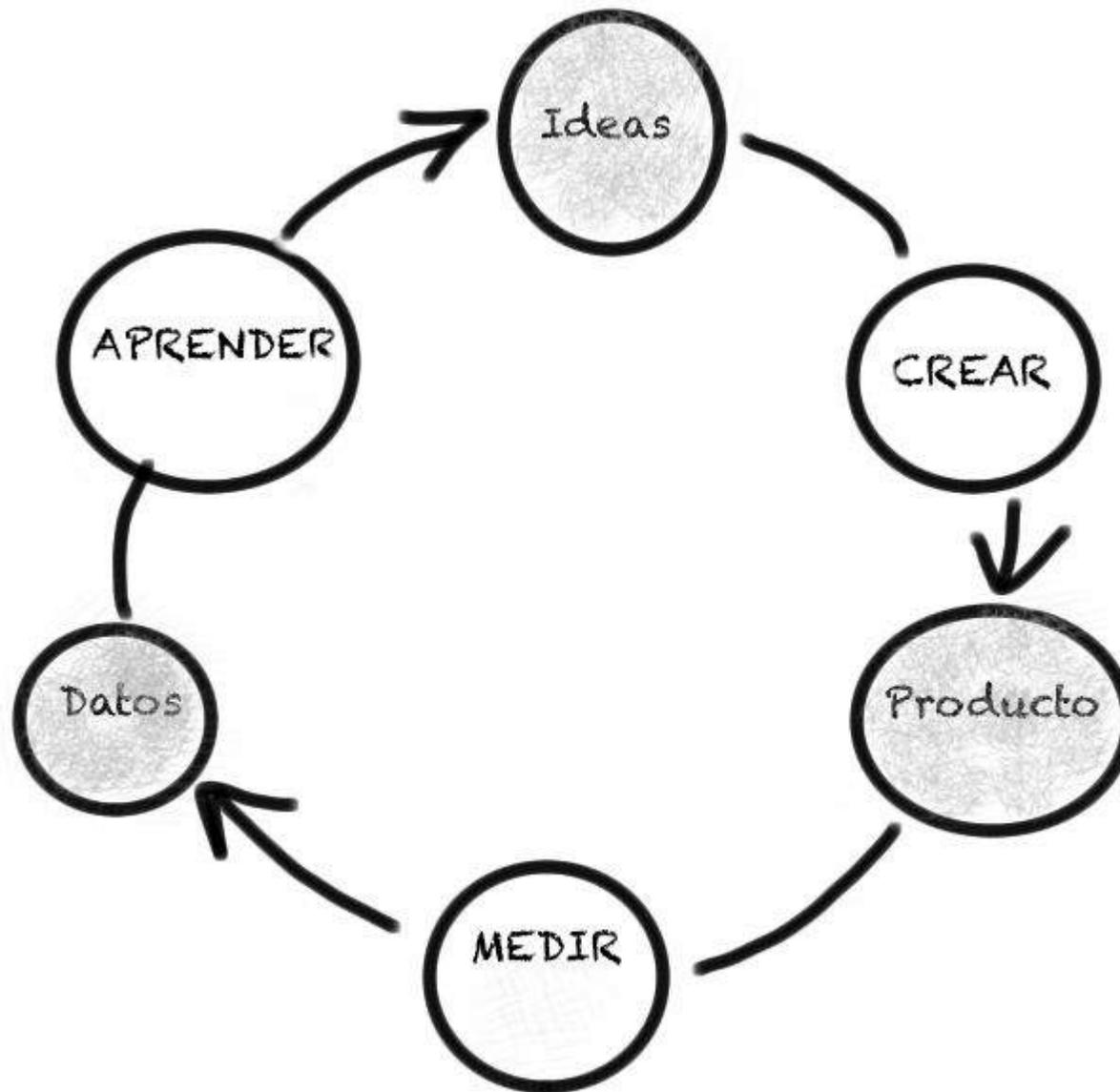
Manifiesto Customer Development

- *No hay hechos dentro del edificio, por tanto hay que salir a la calle.*
- *Unir desarrollo de clientes con desarrollo ágil.*
- *Fallar forma parte del proceso.*
- *Hacer iteraciones y pivotes continuos.*
- *Ningún plan de negocio sobrevive al primer cliente.*
- *Haz continuos experimentos para validar las hipótesis.*
- *Comprueba el tipo de mercado.*
- *Métricas.*
- *Decisiones rápidas.*
- *Pasión.*
- *Organización horizontal.*
- *Gasto poco al principio.*
- *Comunica y comparte todo.*

Customer Development



crear-medir-aprender

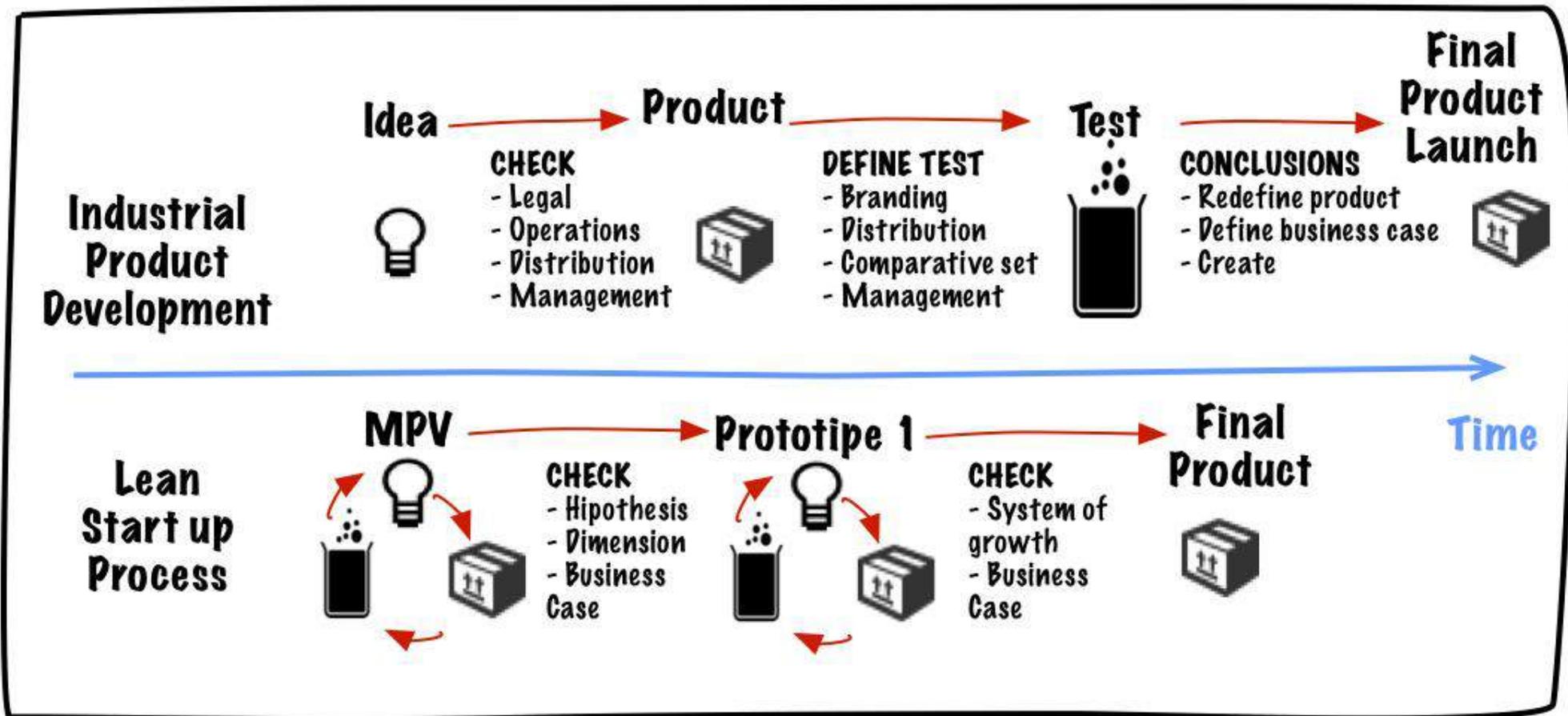


The Lean Startup. Eric Ries.

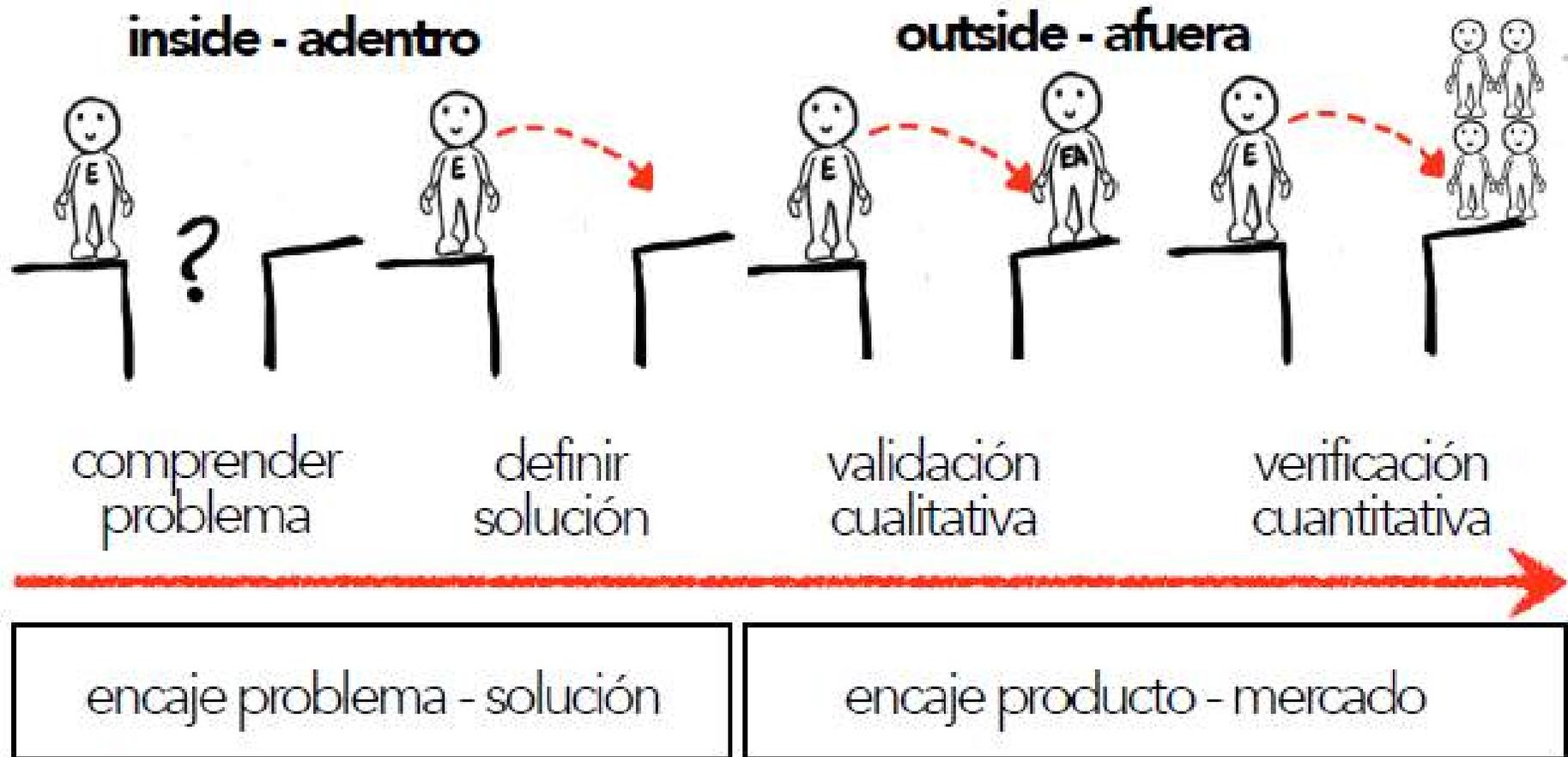
aprendizaje validado

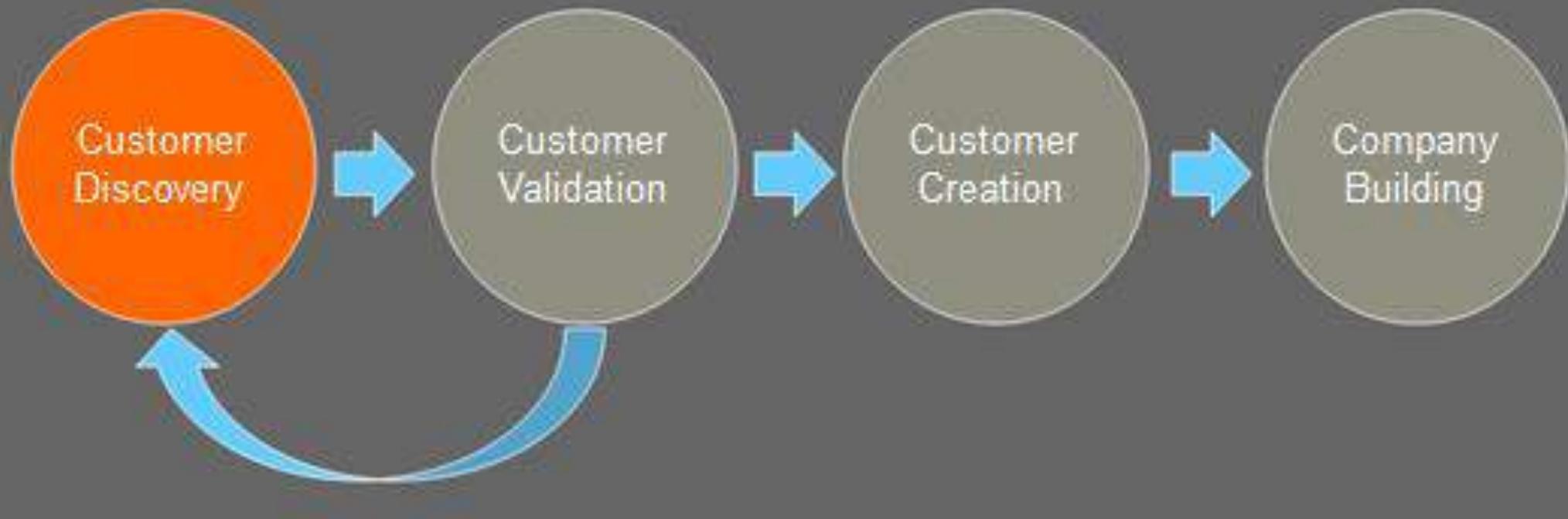
Es el proceso en el cual uno aprende al probar con una idea inicial y medir si cumple con los resultados esperados (ventas, satisfacción del cliente, evaluación positiva del concepto, etc.).

Lean vs Industrial product development



La secuencia correcta

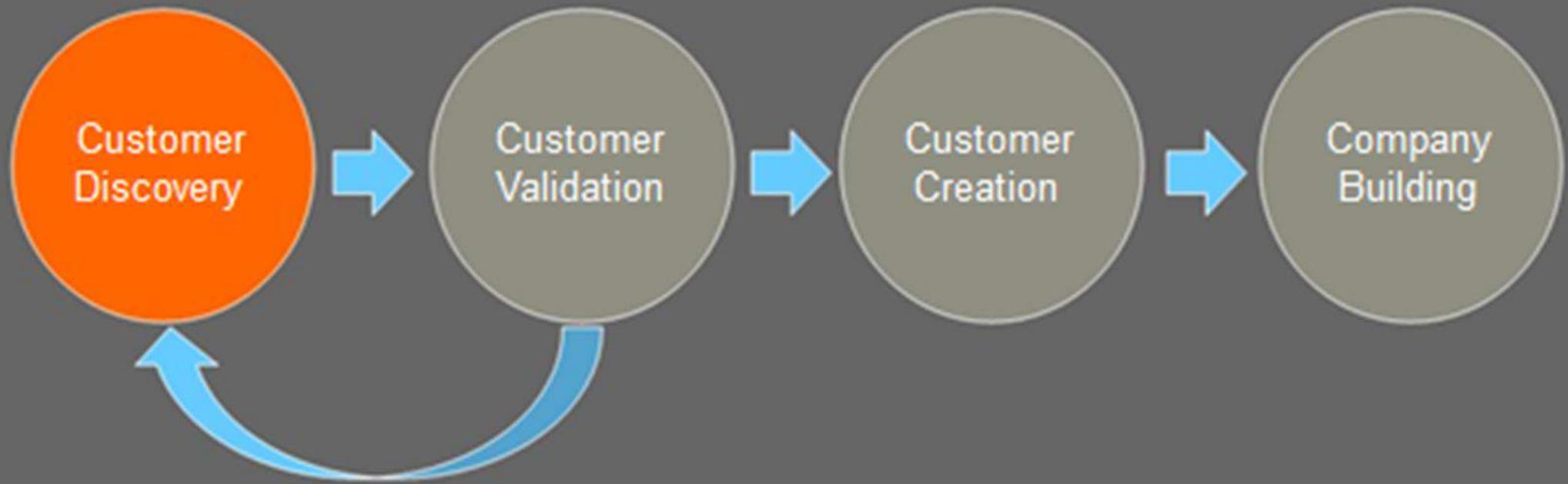




Deja de vender y escucha a tus clientes

Valida tus hipótesis

En la primera iteración con quienes pensamos que van a ser nuestros primeros clientes, transformaremos nuestras hipótesis sobre el problema en hechos



Criterios de salida

¿Cuáles son los problemas de tus clientes?

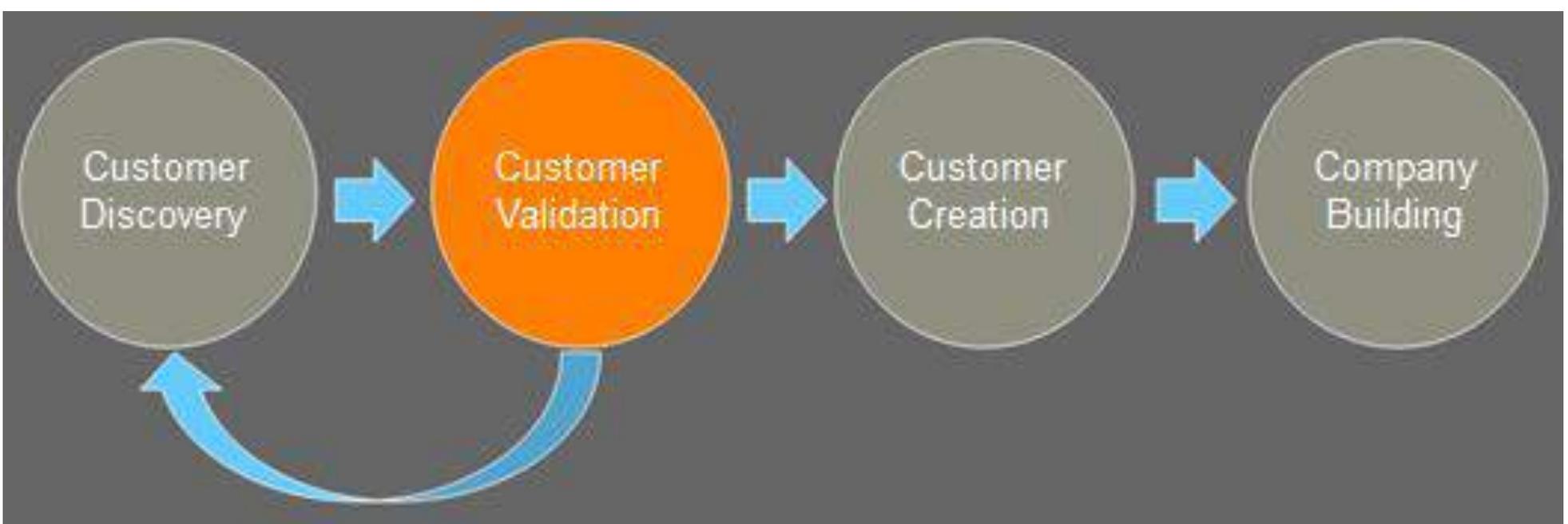
¿Cuanto pagarían por solucionarlos?

¿Tu concepto del producto soluciona el problema?

¿Esta de acuerdo el cliente?

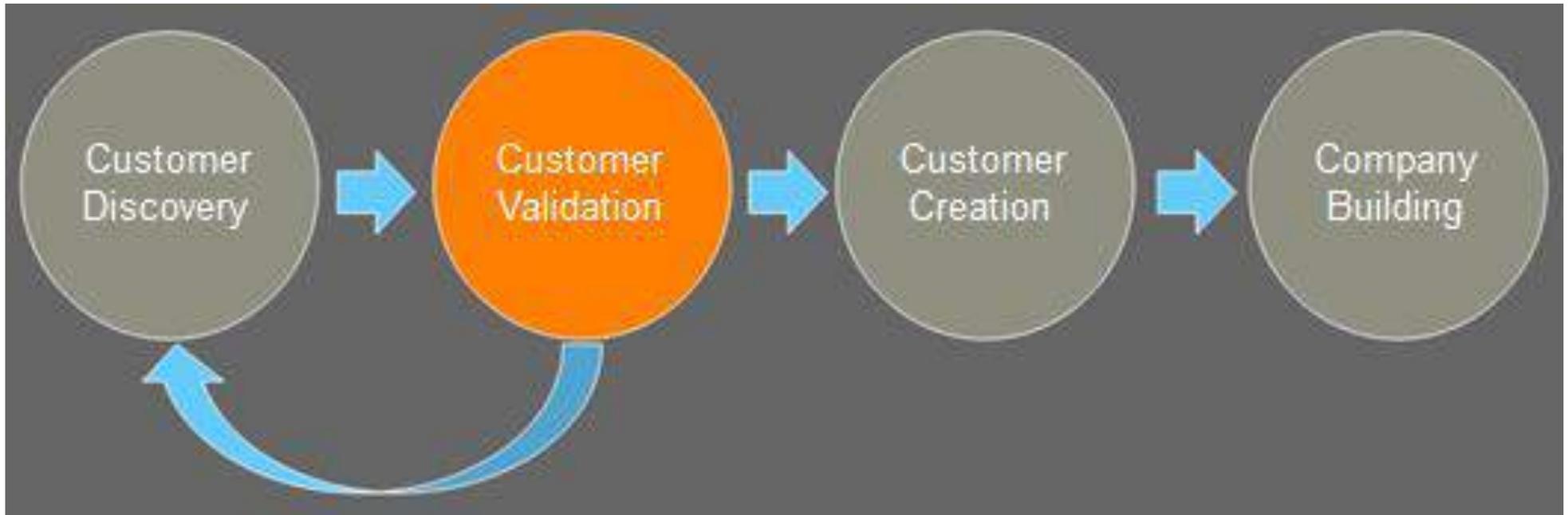
¿Cuales son las diferencias para el cliente antes y después de tu producto?

¿Conocemos quienes son nuestros usuarios y compradores?



Adapta tu modelo hasta que pruebes que funciona
Crea un proceso de venta repetible

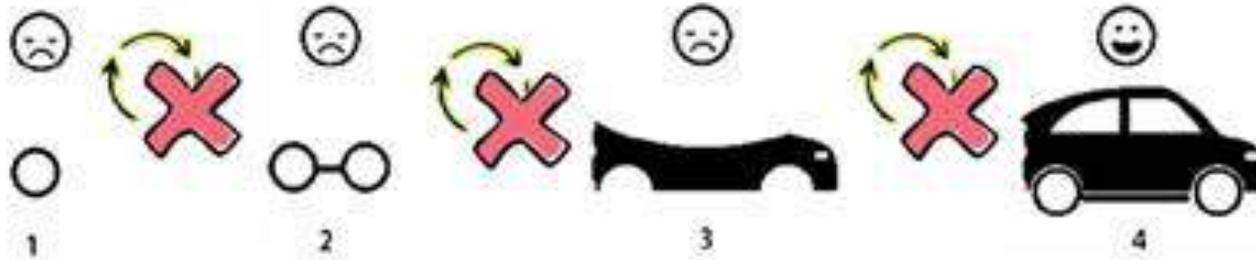
Tras haber completado estas dos primeras etapas (Descubrimiento y Validación), se obtiene la confirmación de que existe un modelo de negocio que funciona correctamente: se verifica que existe un mercado, se ubica a los clientes, se prueban las hipótesis y por último, se configura el precio y los canales de venta, para corroborar el ciclo de ventas de la empresa.



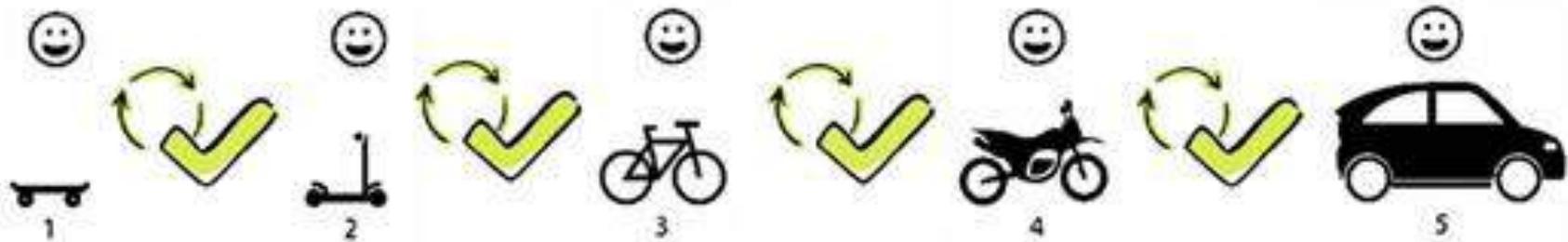
Durante este proceso se utilizarán **metodologías ágiles** para el desarrollo del producto, que nos permiten iterar de una forma rápida en nuestro desarrollo y centrar el esfuerzo en lo que realmente aporta valor al cliente.

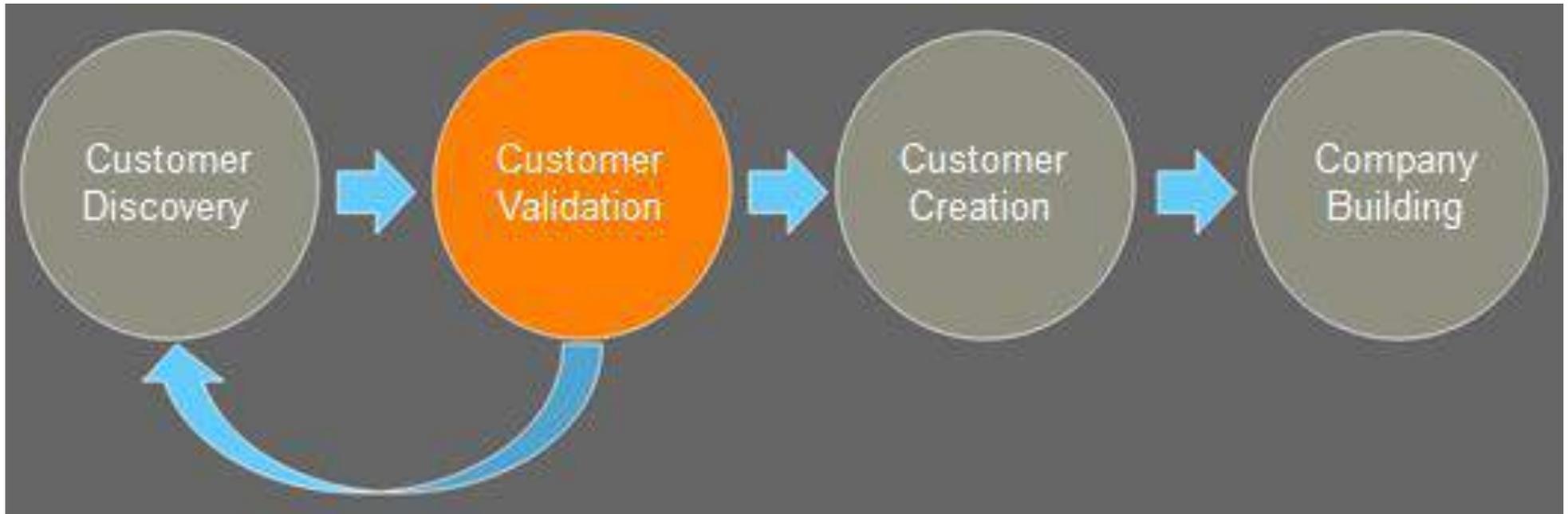
desarrollo ágil

desarrollo en cascada



desarrollo ágil

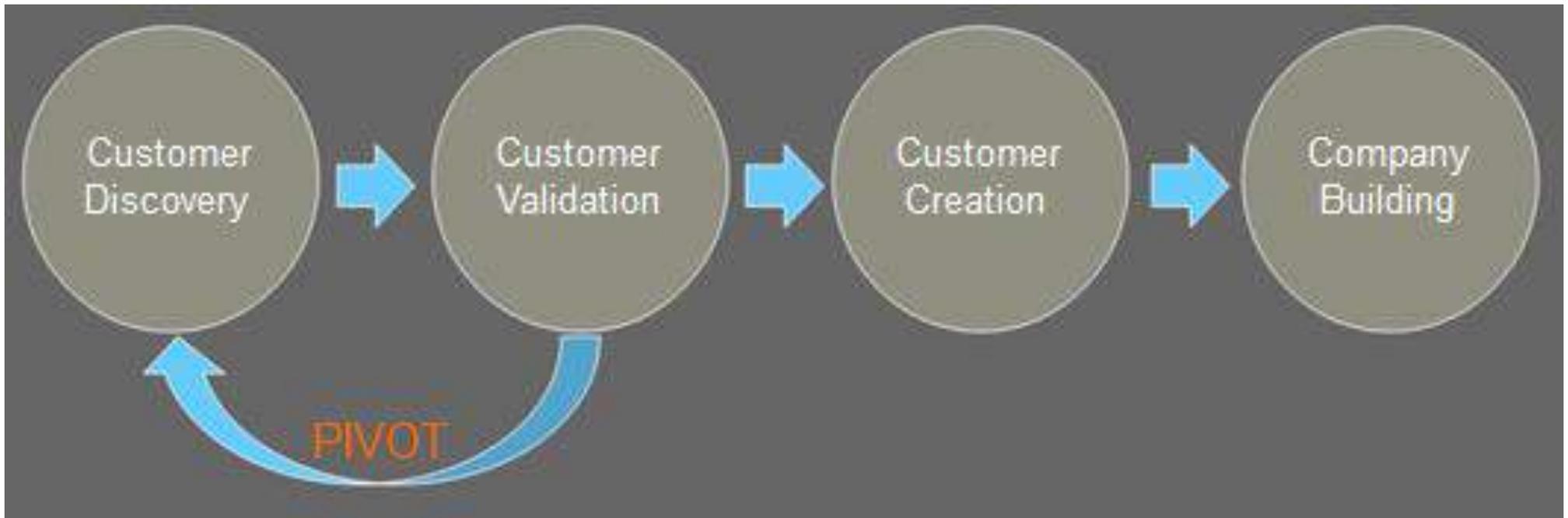




Criterios de salida

- ¿Tienes una hoja de ruta de ventas validada?
- ¿Entiendes el ciclo de venta?
- ¿Tiene sentido el modelo económico?
- ¿Has desarrollado y validado el MVP (Minimum Viable Product)?
- ¿Tienes un grupo de pedidos que validen tu hoja de ruta?

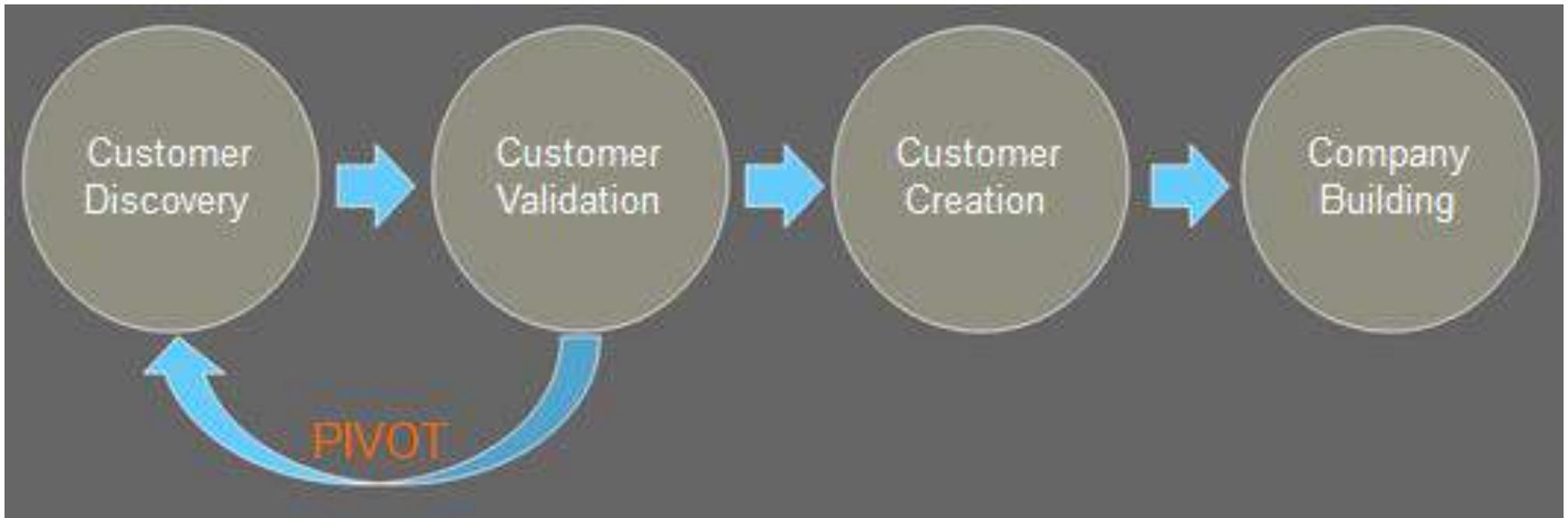
Si no conseguimos los criterios de salida, Pivotamos



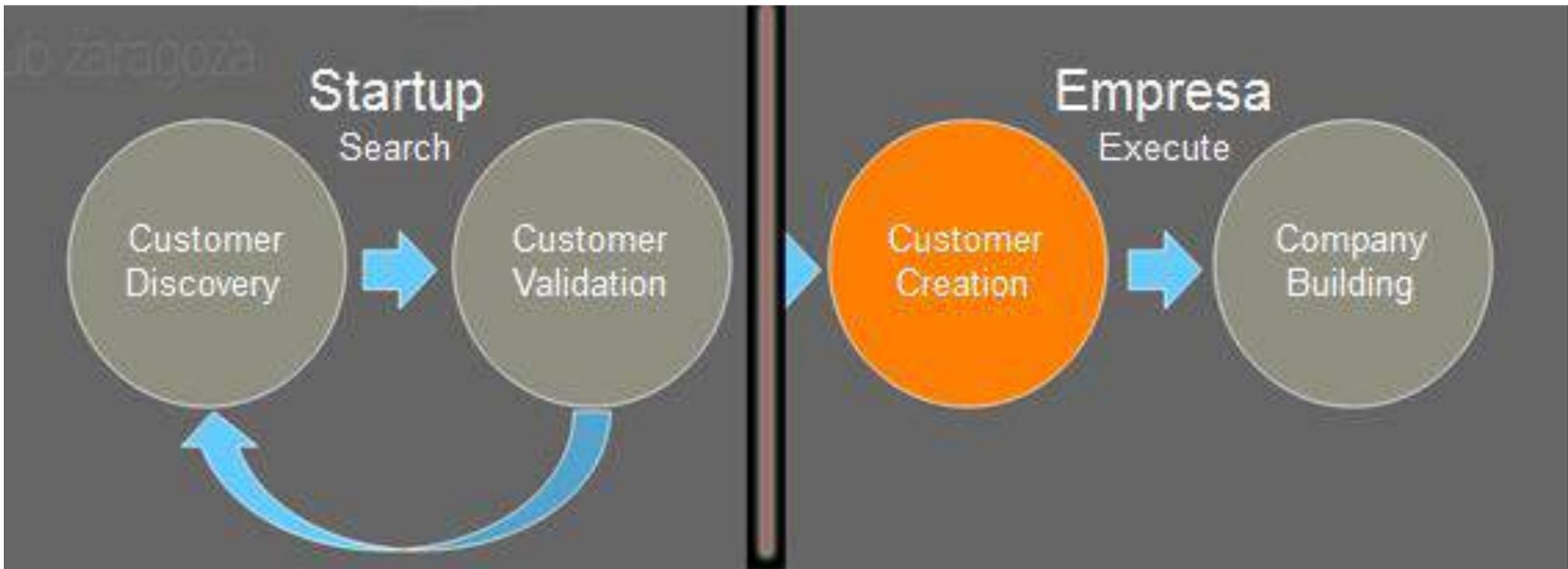
Pivotar NO ES abandonar tu idea o tu visión

Pivotar ES **cambiar tu modelo de negocio**

Pivotar es consecuencia del **aprendizaje** de tu negocio, no solo del producto.



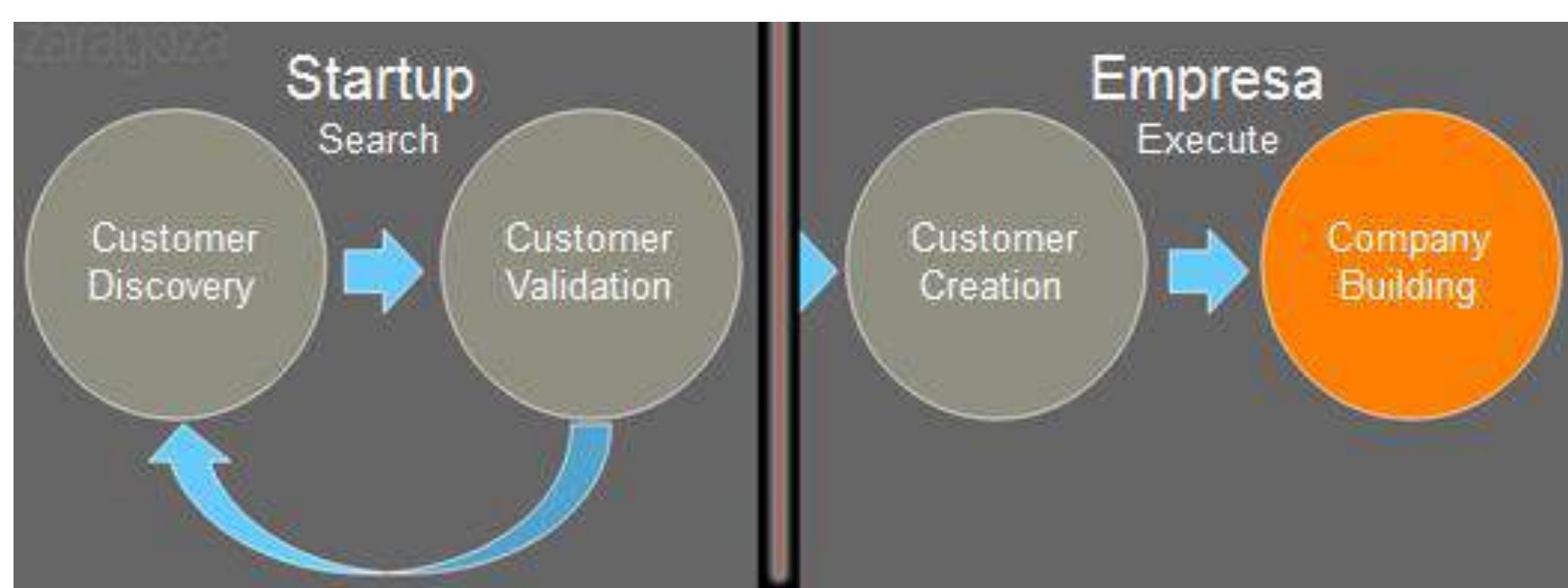
Se debe pivotar hasta encontrar y validar un modelo de negocio adecuado



Después de tener éxito con la prueba de ventas

El gran salto

Es una **estrategia no una táctica**



**(Re)Construye la gestión y organización de tu
compañía**

Revisa tu Misión

HIPÓTESIS

DEFINICIÓN:

- Las hipótesis son asunciones o creencias que todavía **no** están probadas.
- Una hipótesis es una afirmación sobre cómo esperamos que se comporte el **futuro**, pero que en la práctica no tenemos elementos suficientes para juzgar su adecuación a la **realidad**.
- Por tanto, una hipótesis es una **asunción**, una creencia **no** probada.

HIPÓTESIS



¿Son todas las hipótesis iguales?

No. Existen hipótesis de cliente, problema, solución, propuesta de valor y producto.

formato de una hipótesis

Nosotros creemos que [asunción]

Podrás encontrar muchos más formatos, plantilla para hipótesis de problemas, para hipótesis de solución, para hipótesis relacionadas con el crecimiento de nuestra base de clientes, etc. pero esta es la más simple, la más potente y la más usada.

- **Nosotros:** hace referencia al equipo directivo de la Startup, quien debe tomar decisiones las estratégicas.
- **Creemos:** hay una diferencia psicológica abismal entre “creemos” y “sabemos”. Explicitar que una asunción es algo que creemos es aceptar la incertidumbre y predisponerse a hacer algo para probar o descartar esa creencia.
- **Asunción:** es el cuerpo de la hipótesis, ese supuesto hecho que debemos probar.

» *Debe ser posible demostrar que una hipótesis es falsa (o cierta).*

Esto está relacionado con **EL GRADO DE CONCRECIÓN** con la que la definimos.

Piensa en Alex, emprendedor del proyecto TransBabyX9000. Fíjate en la gran diferencia entre estas dos definiciones de hipótesis de problema y cliente:

- Creo que los padres aman a sus hijos y quieren procurarles bienestar.
- Creo que los padres con hijos de 0 a 3 años tienen el problema de que se frustran cuando el bebé llora y no saben qué le pasa.

Podemos hacer 4000 entrevistas para probar la primera de las hipótesis y las conclusiones que sacáramos no nos servirían para nada.

Sin embargo, en la segunda de las definiciones, conocer la certeza de esta información es fundamental para que el negocio tenga éxito. Su secreto es que es concreta respecto a los elementos que debemos probar.

» *Debe ser necesario demostrar que una hipótesis es falsa (o cierta).*

Esto está relacionado con:

- **CRITICIDAD:** Impacto de la hipótesis en el negocio. Es crítica si es una asunción que en el caso de ser falsa, peligraría el negocio.
- **INCERTIDUMBRE:** Grado de desconocimiento acerca de si la hipótesis es falsa o cierta. Tiene una alta incertidumbre cuando no disponemos de datos ni evidencias empíricas que nos hagan siquiera tener una idea.

Herramientas visuales para construir hipótesis

» *Caracterización de clientes*

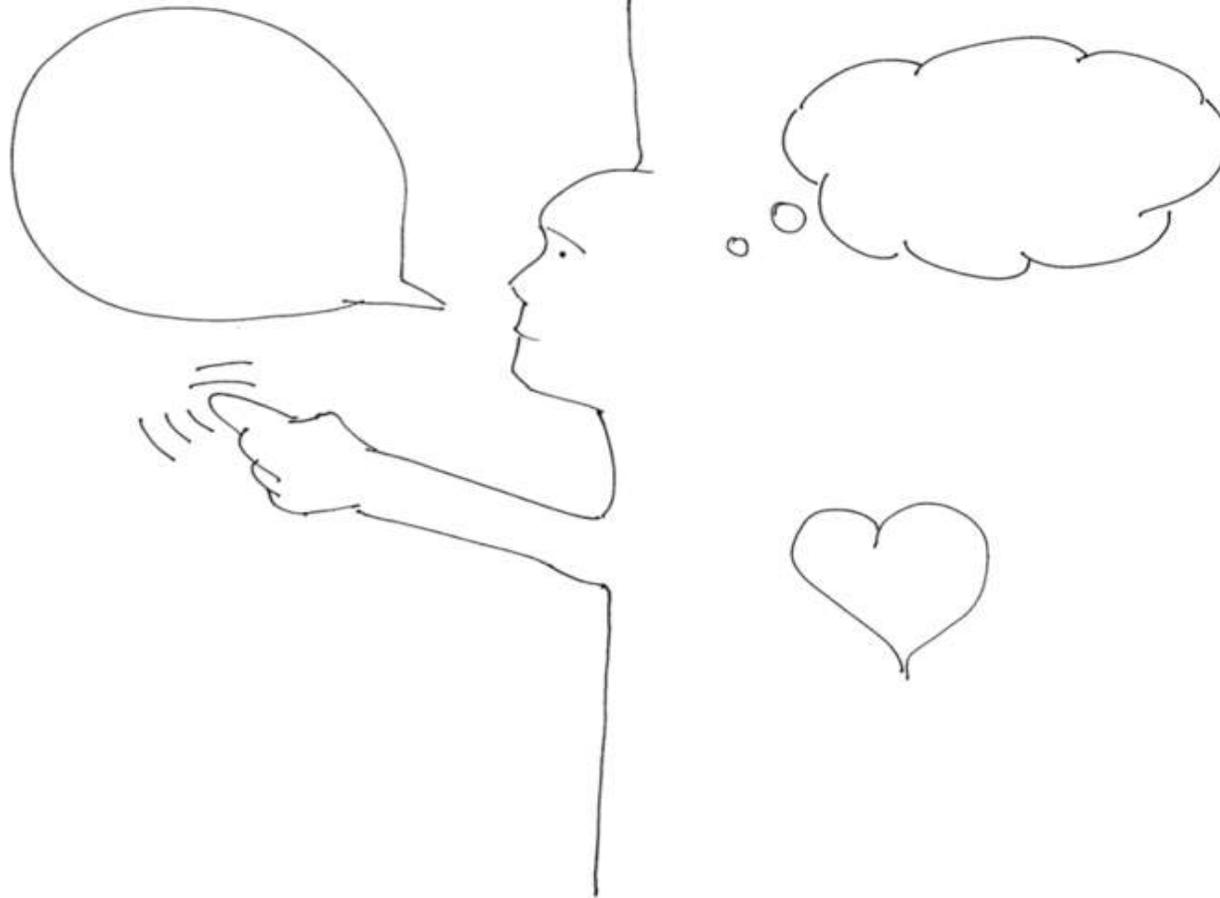
En este ámbito, las hipótesis hacen referencia a las asunciones que hacemos respecto a las características y comportamiento de nuestros clientes.

- El **Mapa de Empatía** es la herramienta visual por excelencia para meternos en la piel de nuestro cliente. Es extraordinariamente útil para tratar de comprender su contexto, entender qué le influye, qué le frustra, qué le motiva y cuál es su comportamiento.
- Con una filosofía parecida, también con la idea de conocer sus motivaciones, problemas y comportamientos, podemos encontrar otras herramientas visuales cuyo uso está mucho menos extendido, como **Personas Canvas** o **Persona Development**.

Mapa de Empatía

DICE

frases y palabras descriptivas



PIENSA

pensamientos y creencias

HACE

actitud y comportamiento

SIENTE

sentimientos y emociones

CUESTIONES CLAVE ACERCA DE LAS HIPÓTESIS

Sobre los clientes

- ¿Puedo identificar a mis clientes?
- ¿Puedo llegar a ellos?
- ¿El tamaño del mercado es suficiente para el crecimiento que quiero para mi negocio?
- ¿Tienen disponibilidad para pagar lo que pretendo pedirles?

Sobre el problema

- ¿El problema que quiero resolver es importante para mis clientes?
- ¿El problema que quiero resolver es algo que ocurre o se da de forma muy puntual? ¿Se trata de un problema recurrente, con el que el cliente se enfrenta todos los días de su vida?
- ¿El cliente está invirtiendo actualmente recursos (tiempo, esfuerzo, dinero, curva de aprendizaje) en resolver el problema? [Este hecho generalmente es un indicativo objetivo del grado de importancia del problema].

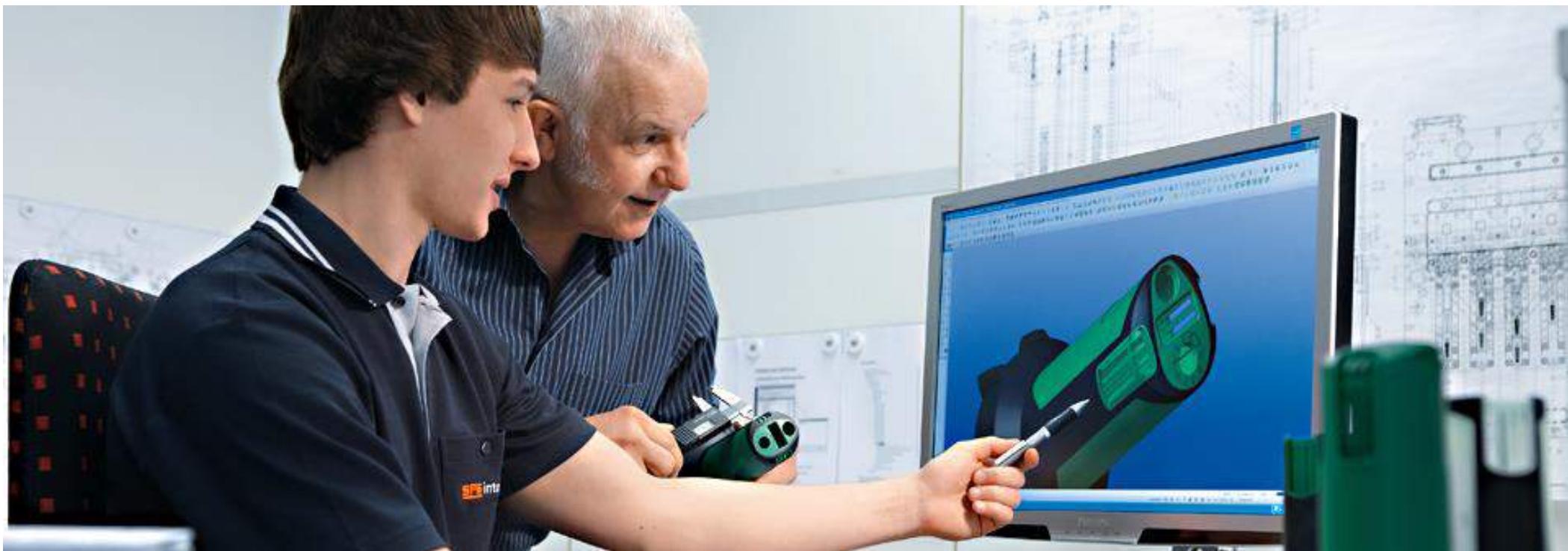
Sobre las alternativas

- ¿Cómo está resolviendo actualmente el cliente el problema?
- ¿Qué valor le aporta cada una de estas alternativas?
- ¿Qué está pagando el cliente por esas alternativas?
- ¿Qué nuevos problemas generan esas alternativas para el cliente?
- ¿Qué echa en falta en la solución que estas alternativas no cubren?

Sobre la solución

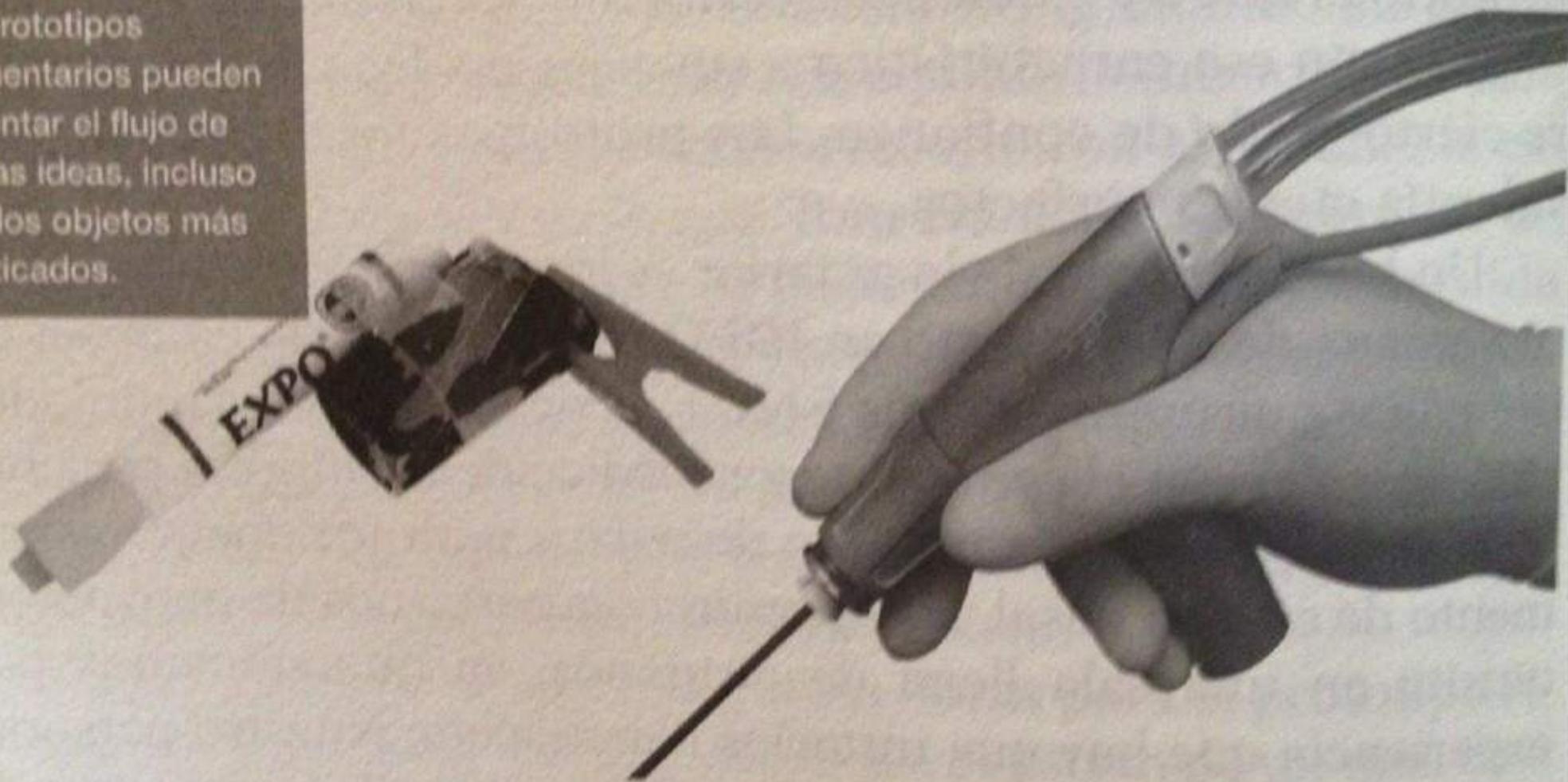
- ¿Cuál es el conjunto de características mínimas que aportaría valor al cliente y por las que estaría dispuesto a pagar?
- ¿Cuál es el valor diferencial que el cliente quiere percibir de mi solución respecto a las alternativas?

prototipo y PMV





Los prototipos rudimentarios pueden aumentar el flujo de nuevas ideas, incluso para los objetos más sofisticados.



Definición Prototipo

**Es una herramienta integradora,
que permite:**

-Aprender

-Comunicar

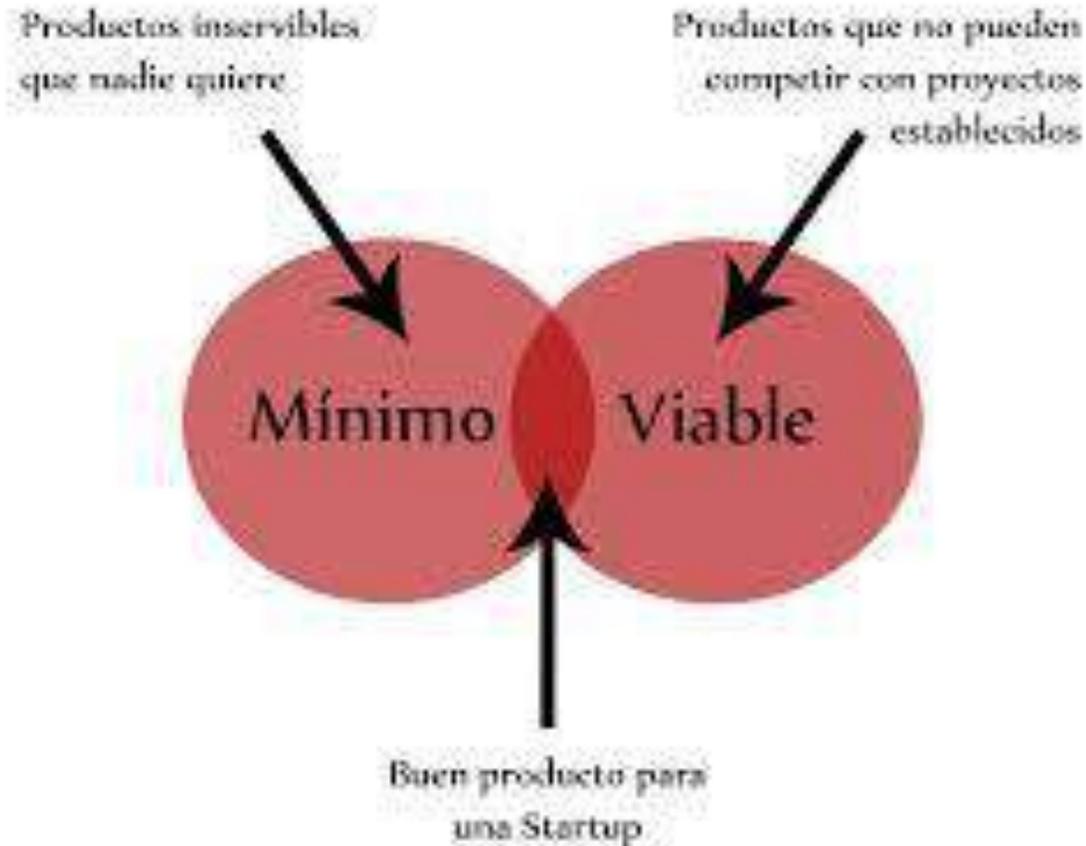
-Persuadir

-Integrar

Para la fase de prototipado:

1. **Comprender al cliente**
2. **Partir de hipótesis para construir el prototipo**
3. **Tener claro a quién va dirigido el prototipo y a quién habrá que presentárselo**
4. **No hacer planes, sino prototipos**
5. **Tener claro lo que se quiere desde el momento “0”**
6. **Comenzar a prototipar en papel**
7. **El prototipo no es el producto final**
8. **“Engañar” de forma optimista, si la solución técnica todavía no existe**
9. **Prototipar sólo lo necesario e imprescindible**
10. **Prototipar pronto**

construye el PMV



- **Nos evita construir un producto que nadie quiere**
- **Maximiza el aprendizaje por cada € invertido**

Diferencias entre prototipo y PMV

- Pretotipo: **Estamos construyendo la cosa correcta?**
- Prototipo: **¿se puede construir? Validar la hipótesis de solución.**
- PMV: **¿los clientes/usuarios lo comprarían? Validar la hipótesis de modelo de negocio**



Producto Mínimo Viable (PMV)

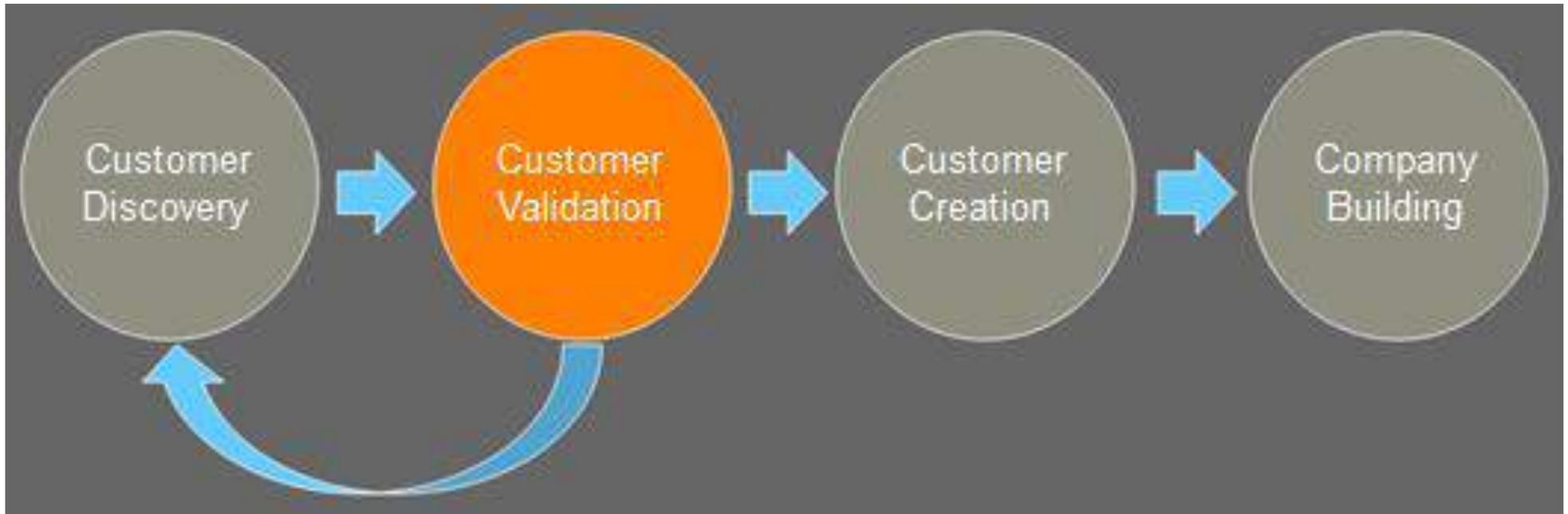
*“El producto mínimo viable es la versión de un nuevo producto que permite a un equipo **recoger la máxima cantidad de aprendizaje** validado sobre los clientes con el menor esfuerzo.”*

Eric Ries

MVP

(Minimum Viable Product)

Uno de los resultados de la fase de Customer Validation



Pequeños desarrollos, pantallazos, demos en visio, ppt, wireframes, anuncios con Google adWords o facebook, landing pages, ...

Se llegan a vender proyectos sin escribir una sola línea de código.

Distintas herramientas: dibujos, storyboards, videos, etc.!



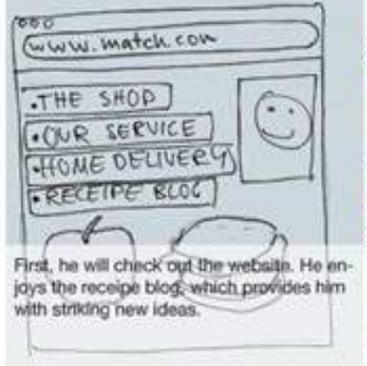
Service Storyboard: Tom Using The Service »Match«



Tom is a lifestyle guy, concerned with his appearance and eager to join every fancy party.



He gets to know Match through a friend that shows him some pictures on his iPhone while having a beer in a hipster bar.



First, he will check out the website. He enjoys the recipe blog, which provides him with striking new ideas.



Two days later, he checks out the store and really likes all the food he didn't know about before.



The service person, which is the consultant, will notice that he is new since they are very aware of all their clients. After an introduction to the service and an initial consultancy, Tom signs up for the service. From now on, he will receive a personalized newsletter and is welcome to contact his personal consultant anytime he wants.



Something he ordered immediately after signing up was the snack delivery service to his office. All his colleagues admire the great and innovative selection and will definitely pass by the shop sooner or later.



When I passed by my classmate's desk I noticed a tasty looking drink I had never tried before.



I decided to try it out so I went out to the vending machine in the corridor.



According to the machine instructions, I need to select the dollar amount first that I want to pay.



Then I swipe the Octopus to pay.



LEDs light up indicating which drinks I can select. I go for the drink I just saw.



The drink drops down for collection.



I have to bend down, open the door flap and reach in the slot to get my drink.



I go back to my desk to enjoy my drink, delicious!



pivotar

Iteraciones: cambios pequeños en características específicas del producto.

Pivote: una corrección importante a partir del testeo de una hipótesis básica sobre el producto.

DEFINICIÓN

Un pivote es una “corrección estructurada diseñada para probar una nueva hipótesis básica sobre el producto, la estrategia y el motor de crecimiento”.

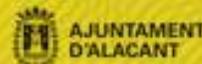
Para Steve Blank un pivote es **“un cambio sustancial en uno o más de los nueve elementos del lienzo del modelo de negocio”**.

Los pivotes se producen en base al **aprendizaje validado** obtenido del flujo continuo de **experimentos** que se realizan durante las fases de **descubrimiento y validación de clientes**.

FOCUS

PYME Y EMPRENDIMIENTO
Comunitat Valenciana

Alicante, 3 de noviembre de 2016





2006

4U2 ACCELERATE BUSINESS
por el valor de los ideas proyectos
para acelerar tus proyectos
19 NOVIEMBRE
VALENCIA

DÍA DE LA PERSONA EMPRENDEDORA 2013

COMUNITAT VALENCIANA



TABLÓN DE ANUNCIOS

BOJ DE EMPRENDEDOR

INFORMACIÓN Y ORIENTACIÓN
INSTITUCIONAL

DÍA DE LA PERSONA EMPRENDEDORA
19 NOVIEMBRE
COMUNITAT VALENCIANA





ALACANT





**TEMÀ
TIQUES**

Sectors
productius i
emergentes

Economia
Social i
Desenvolupament
Sostenible

Emprenedoria i
creixement
empresarial

Europa
Oportunitats

FINANÇAMENT

INTERNACIONA
LITZACIÓ

INNOVACIÓ

IGUALTAT



**CONFE
RÈNCIES**





The image shows a trade show booth with several people. A man in a dark suit and white shirt is on the left, talking to another man in a blue plaid shirt on the right. In the background, there are signs for 'APP GASTRONÓMICA' and 'disfruta comparte'. A laptop and some boxes are on a table in the foreground.

MOSTRA



APP GASTRONÓMICA
Descarga Gratuita - Free Download

**disfruta
y comparte**



DIRECTORIO RESTAURANTES
GUIA DE RESTAURANTES
EVENTOS GASTRONÓMICOS
CANTINAS



CHERES DE VALENCIA

a

FOCUS

INNOVA PYME
Comunitat Valenciana

València, 4 de novembre de 2015

Palau de la Música i Congressos de València
Centro de Turismo de Valencia - CTV
Sala de Cultura de Cajamurcia

www.focusinnovapyme.com

PRE MIS



PREMIOS FOCUS INNOVA 2015

FOCUS

INNOVA PYME
Comunitat Valenciana

Valencia, 4 de noviembre de 2015

Palau de la Música i Congressos de València
Centro de Turismo de Valencia- CDT
Sala de Cultura de Cajamar

www.focusinnovapyme.es

PATROCINADORES:





PLE NARI



Hervé Falciani



Roberta Dall'Olio



Adolfo Utor



José Carlos Díez



José De Eusebio



Banda Sinfónica Municipal de Alicante





**UBICA
CIÓN**





DATA



**DIJOURS
3 NOV**

FOCUS

PYME Y EMPRENDIMIENTO
Comunitat Valenciana

Alicante, 3 de noviembre de 2016

