
 <p>Municipio de San Juan de los Rios Sria de Educaci3n Municipal</p>	<p>INST. EDUC. MARINO RENJIFO SALCEDO          1rea: EMPRENDIMIENTO Grado: 11°          Tema: Lean canvas          Docente: ANA MILENA RODRIGUEZ A.</p>	 <p>Ministerio de Educaci3n Nacional          Rep1blica de Colombia</p>
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

## “LEAN CANVAS”

LEAN CANVAS (lienzo esbelto) es nuestro modelo de negocio plasmado en un solo cuadro (lienzo como una pintura) que recoge todo lo pertinente con el proyecto, de manera armoniosa y simplificada. No sobra nada ni falta.

Estos son sus 9 bloques:

<b>Problemas (3 problemas)</b>          <b>2</b>	<b>Soluci3n (3 soluciones)</b>       <b>4</b>	<b>Propuesta 1nica valor</b>          <b>3</b>	<b>Ventaja especial competitiva</b>       <b>9</b>	<b>Segmento de clientes</b>          <b>1</b>
	<b>M1tricas clave</b>       <b>8</b>		<b>Canales</b>       <b>5</b>	
<b>Estructura de costes</b>          <b>7</b>		<b>Flujos de ingreso</b>          <b>6</b>		

Se advierte que existen varios modelos de Canvas y que algunos profesionales ya est1n trabajando en mezclas que recogen lo mejor de varios modelos y corrigen las debilidades de estos.

Para usar una herramienta f1cil de encontrar en internet y que facilite que los apoyos que pueda recibir el emprendedor (es un tema de manejo est1ndar) no lo confundan m1s, utilizaremos el LEAN CANVAS.

Es importante hacer un diligenciamiento paso a paso y en la secuencia indicada.

## EJEMPLO LEAN CANVAS APLICADA A UN HOTEL:



**1.- SEGMENTOS DE CLIENTES:** Identifica y conoce los segmentos de clientes sobre los que trabaja y/o quiere trabajar tu hotel, y sobre todo esfuerzate en averiguar quiénes podrían ser los nuevos segmentos de clientes sobre los que empezar a trabajar y que encajan perfectamente con tu filosofía de establecimiento.

**2.- PROBLEMAS:** Identifica los problemas, incomodidades, cosas que el cliente quisiera fueran de otra forma, que son importantes para tu cliente (Ejemplo: se me dificulta tener agua caliente para el tetero del bebé. Mi esposa requiere dieta baja en sal y sin gluten, el lugar tiene sitios muy bonitos pero no hay transporte o guías, puede ser inseguro. Aquí se debe incluir atención de niños pequeños, facilidad para obtener platos con dietas especiales que pueda necesitar y no sea fácil conseguir, planes de salidas a sitios atractivos pero de forma segura y cómoda para regresar al hotel al finalizar la salida, etc.)

**3.- PROPUESTA ÚNICA DE VALOR:** Recoge lo que propones, para dar solución directa al problema que le duela al cliente. Promete su solución y explícale cómo lo vivirá (Ej. Encontrarás todos los mimos para facilitarte la atención de tus niños pequeños: corrales cómodos y seguros para dormir, termos con agua caliente, podemos conseguirte leche de fórmula y entregártela en la habitación, médico pediatra y medicamentos las 24 horas durante toda la estadía. Podemos atenderte las dietas según tu prescripción médica sin costos adicionales, igual de delicioso que todo nuestro menú...).

**4.- SOLUCIÓN:** Cómo hacemos para cumplir la promesa: Adquirir y mantener higienizados varios kit para atención de bebés y niños pequeños (corral, comedor, caminador, coche paseador, protector solar hipoalérgico, un botiquín pediátrico básico, convenio con una clínica pediátrica local y con un equipo médico de atención 24 horas, convenio con droguería cercana, etc.). Personal de cocina capacitado y con recursos en bodega para preparar los platos funcionales medicados típicos y con capacidad de ajustarse, interpretar, fórmulas para dietas medicadas. Asesoría de un médico nutricionista., entre otras...

**5.- CANALES:** Cómo le vamos a contar a nuestros clientes lo que ofrecemos?, cómo nos van a pedir apoyo?, cómo vamos a coordinar con nuestros aliados los servicios prometidos? Nuestros huéspedes nos pueden pedir servicio por el teléfono, o verbalmente a cualquiera de nuestros colaboradores, por el whatsapp de servicio del hotel. Igual se plantearían canales para desde el hotel contactar la droguería, los mensajeros, los médicos, etc...

**6.- FLUJOS DE INGRESO:** En este punto debemos reflexionar sobre cómo vamos a ganar dinero con las soluciones que planteamos. Es el momento de analizar los diversos flujos, el margen, el valor del cliente, la recurrencia... ¿Cobro un poco más por la habitación familiar y planteo el apoyo con niños y las dietas especiales como un plus gratuito, un adicional para consentir y cuidar a nuestros pequeños jefes? (los niños). Las dietas especiales las cobro aparte o igual, quedan a discreción de nuestros huéspedes por necesidad o simple placer de comer especial? Debemos determinar qué es lo más valioso para el huésped. Por qué pagaría y qué cosas quisiera se le adicionaran gratis.

**7.- ESTRUCTURA DE COSTES:** Nuestras ventas (léase precio de venta) deben recoger todos nuestros costos más una utilidad. Si podemos reconocer esta composición por tipo de rubro, podemos diseñar y montar estrategias para disminuir nuestros costos. Resultado: con un mismo precio de venta al público, si bajo mis costos la utilidad se incrementa.

**8.- METRICAS CLAVE:** Indicadores para verificar avance de tareas (de procesos), de resultados (ventas, producción, de satisfacción, reclamos, respuesta a reclamos), financieros, etc... Necesitamos saber si estamos logrando los resultados buscados, en las condiciones de tiempo y calidad esperadas. Solo escogemos indicadores esenciales, vitales de cada proceso vital.

**9.- VENTAJA ESPECIAL COMPETITIVA:** qué nos diferencia realmente de la competencia de forma que no sea fácil imitar.

**NOTA:**

Recuerde llevar a cabo la secuencia en orden: (1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8,9)