




WEBINAR

METODOLOGÍA BIK CEEI: PASO A PASO PARA GUIAR A PERSONAS EMPRENDEDORAS Y A EMPRESAS

BIK  IDEA

 ONLINE

 21 DE OCTUBRE

 9:30 H



Juan Simó Gisbert

Desarrollo de Negocio

Centro Europeo de Empresas e Innovación (CEEI
Alcoy-Valencia)

FINANCIA:



GENERALITAT
VALENCIANA

ACI.
ARA.

IVACEYI

COORDINA:



Centro Europeo de
Empresas e Innovación
de Valencia

Contenido de la sesión

La metodología cuenta con cuatro fases, para atender a la persona emprendedora o a la empresa según el punto en el que esté:

- **BIK Idea**
- **BIK Startup**
- **BIK Scale**
- **BIK Exo**

Aunque en este taller se hará un repaso de todo el itinerario, la sesión se centrará en las herramientas de **BIK Idea**, por ser el apartado más útil y más utilizado por los agentes.

De esta manera, se mostrarán las plantillas para:

- **Crear ideas** desde cero y diseñar **nuevos productos**
- Aprender a construir **soluciones desde el cliente** y las necesidades del mercado
- Plantear y componer un **modelo de negocio** partiendo de una **propuesta de valor**
- Comprender utilidad e importancia de un **MVP**

Con esta propuesta, se capacitará a los asistentes en el programa BIK Idea, correspondiente a la primera fase de la metodología, enfocado al **primer estadio empresarial, el de la idea**.



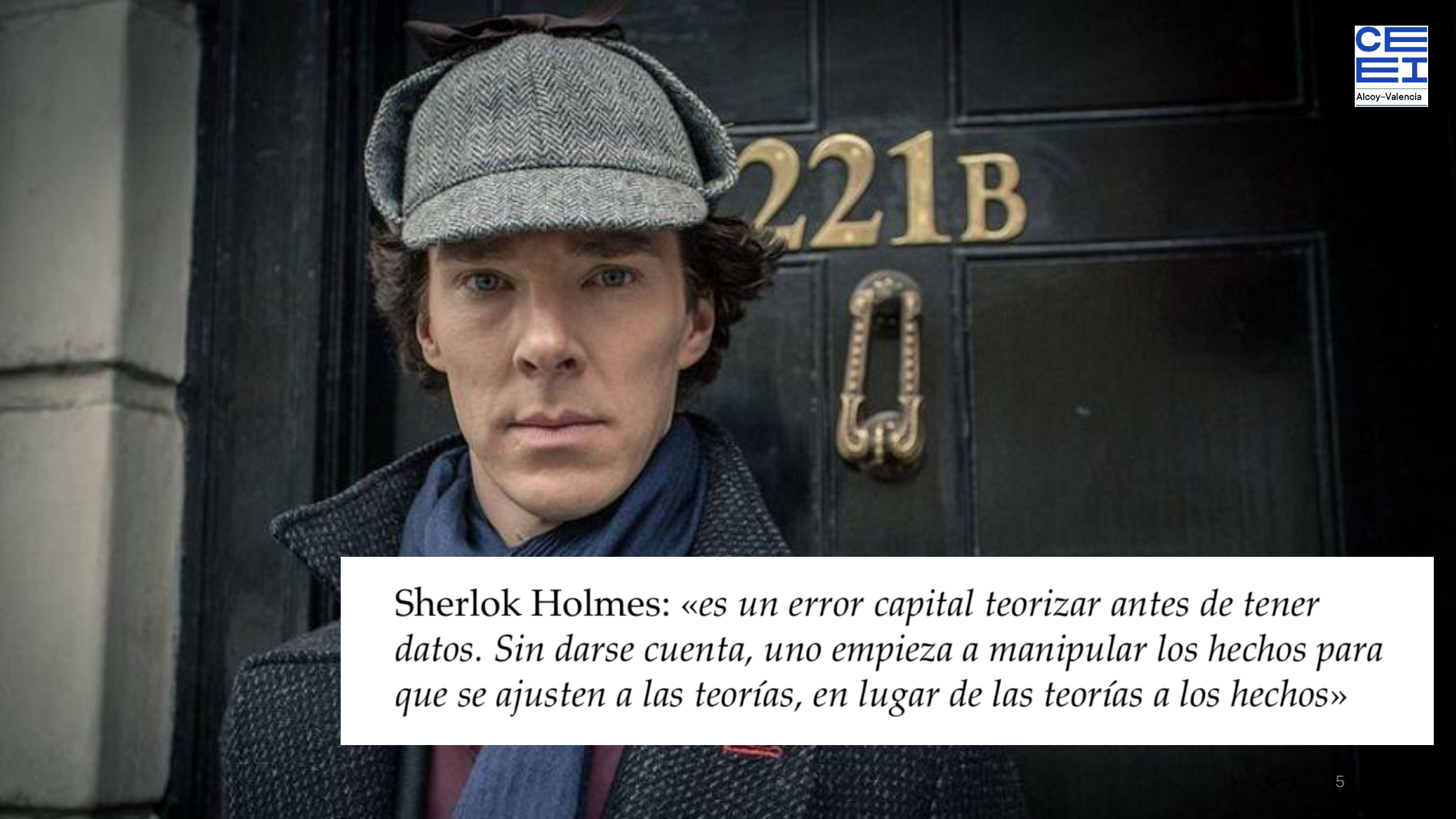
“Una empresa tiene su razón de ser en el hecho de hacer de este mundo un lugar mejor”

Carlota Pi - CEO de HOLALUZ



“La clave de la generación de valor está en servir al prójimo.”

Ludwig von Mises

A close-up photograph of Benedict Cumberbatch as Sherlock Holmes. He is wearing his iconic grey herringbone deerstalker hat and a blue scarf. He has a serious, intense expression and is looking directly at the camera. The background is a dark, paneled door with the number '221B' in gold lettering and a brass knocker.

Sherlok Holmes: «es un error capital teorizar antes de tener datos. Sin darse cuenta, uno empieza a manipular los hechos para que se ajusten a las teorías, en lugar de las teorías a los hechos»

Tienes una idea nueva Validar si la idea es viable Escalar tu negocio Transformar tu organización

El objetivo principal de **BIKCEEI** es proveer a los emprendedores de un sistema de innovación guiado y accesible que permite mejoras en sus futuras estrategias así como generar valor. BIKCEEI se compone de varios módulos **BIK IDEA**, **BIK STARTUP**, **BIK SCALE** y **BIK EXO**. Todos ellos, se fusionan y engarzan con el fin de conseguir los criterios de estandarización básicos que comprenden desde el descubrimiento del problema, el desarrollo de una solución funcional y la construcción de un modelo de negocio sostenible y escalable.



Generación de ideas
e identificación de
usuario

COMENZAR



Validación de la idea y
de la necesidad en el
mercado

COMENZAR



Innovación aplicada al
escalado del modelo de
negocio

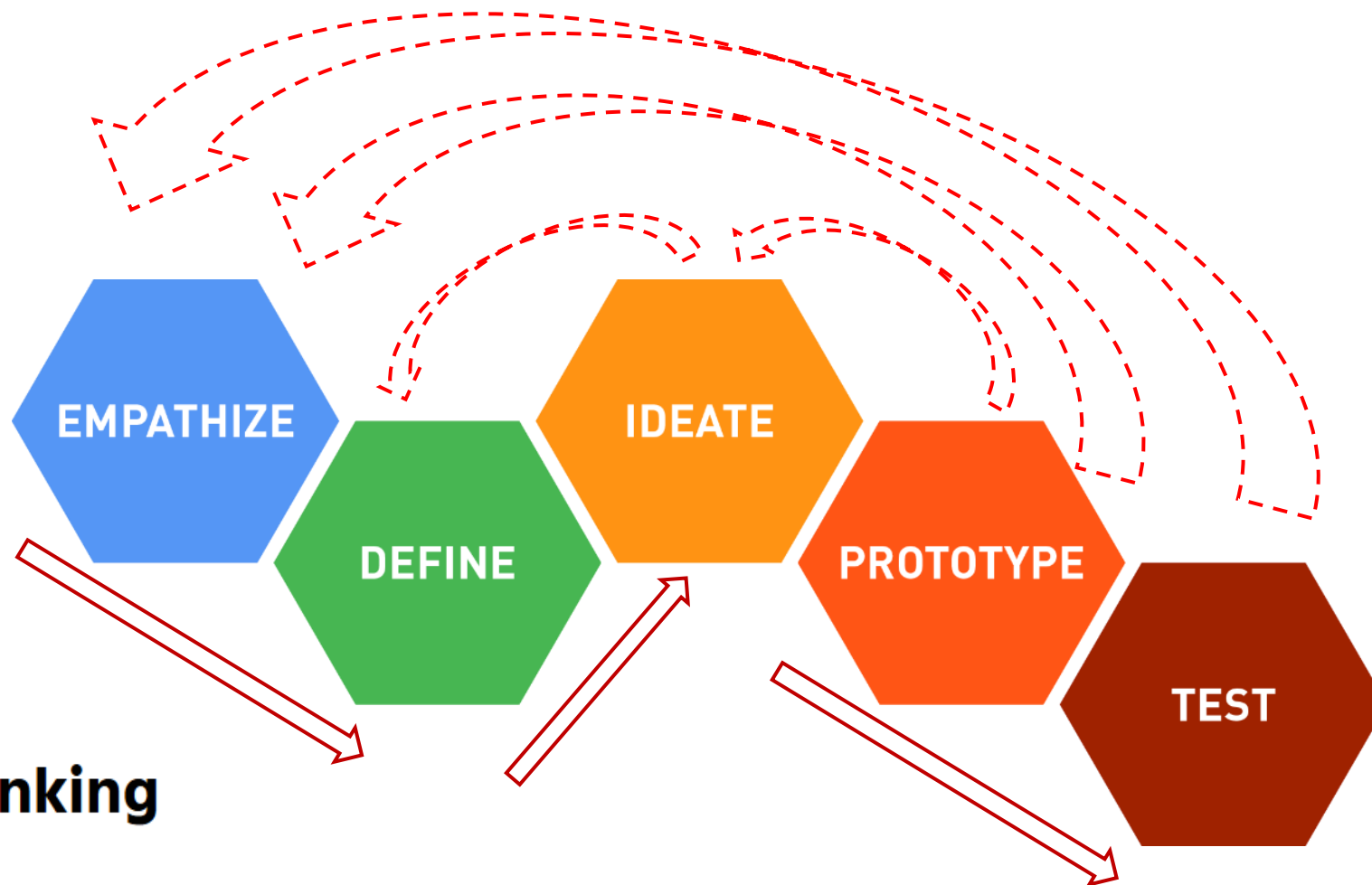
COMENZAR



Transformación
continua
en las organizaciones

COMENZAR

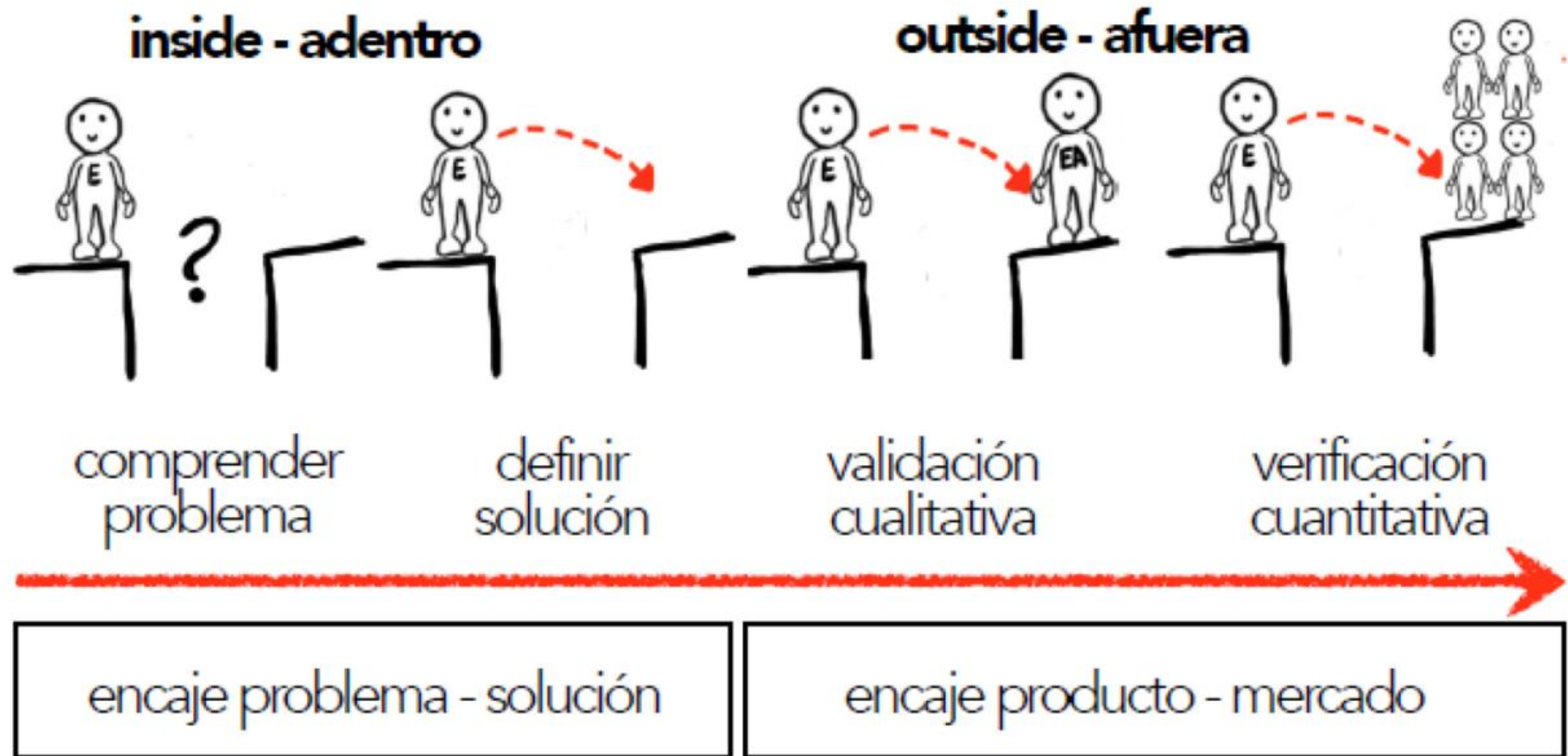




Design Thinking

Design Thinking es un proceso **iterativo** que pone al usuario en el centro.

No es lineal: podemos volver a fases anteriores basándonos en los aprendizajes. El objetivo es lograr el encaje **Problema/Solución** mediante la comprensión profunda de las necesidades reales del mercado.



Desing Thinking

Lean Startup

Lean Startup es un enfoque revolucionario para crear empresas y validar ideas de negocio de forma rápida y eficiente, **minimizando el uso de recursos**.

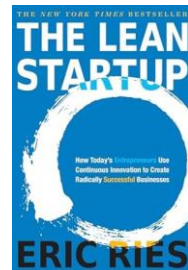
En lugar de invertir grandes cantidades de dinero en desarrollar un producto perfecto antes de lanzarlo, Lean Startup propone crear un

Producto Mínimo Viable (MVP)

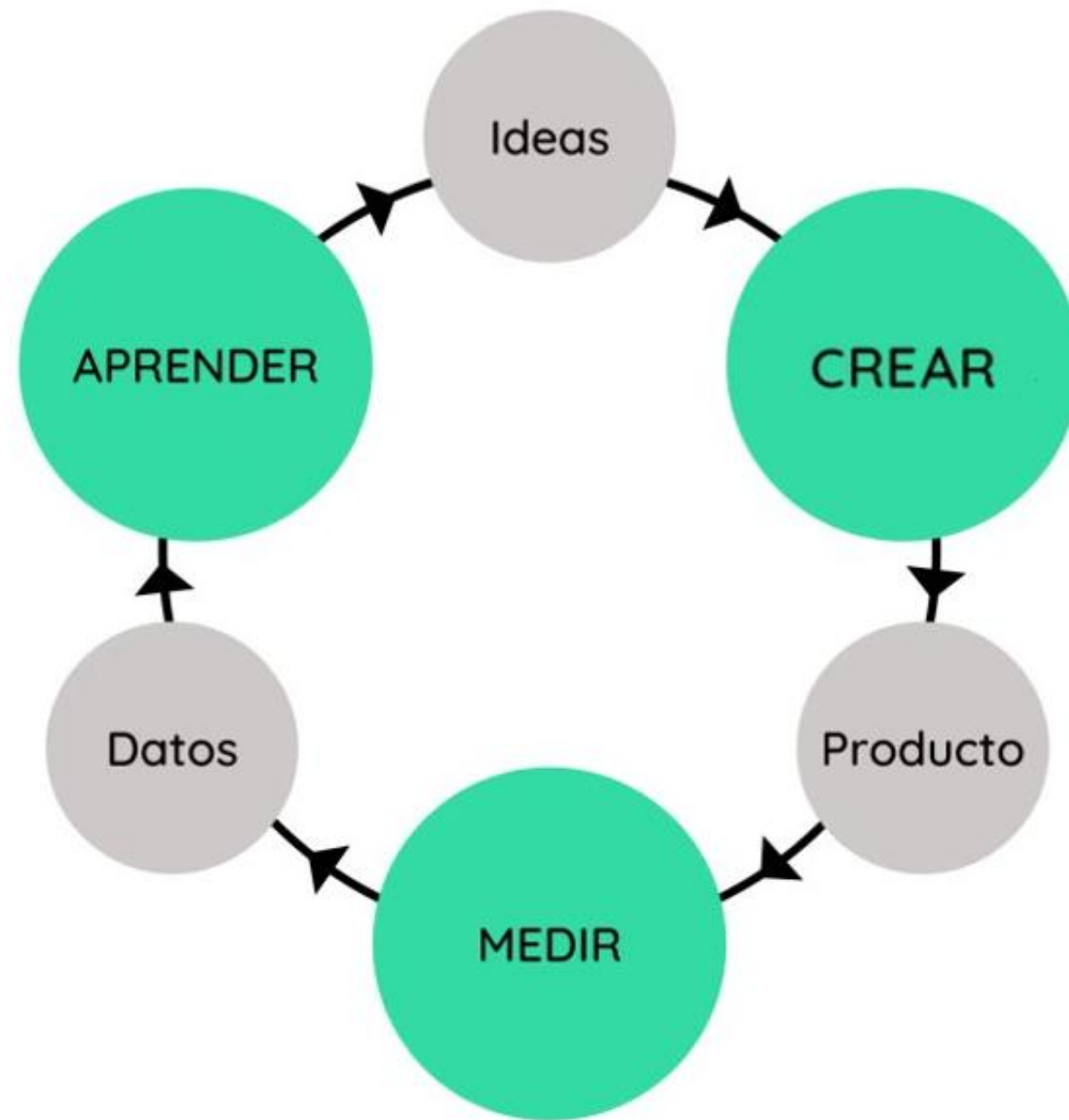
y validarlo con usuarios reales lo antes posible.

Principio Clave: Aprender Rápido

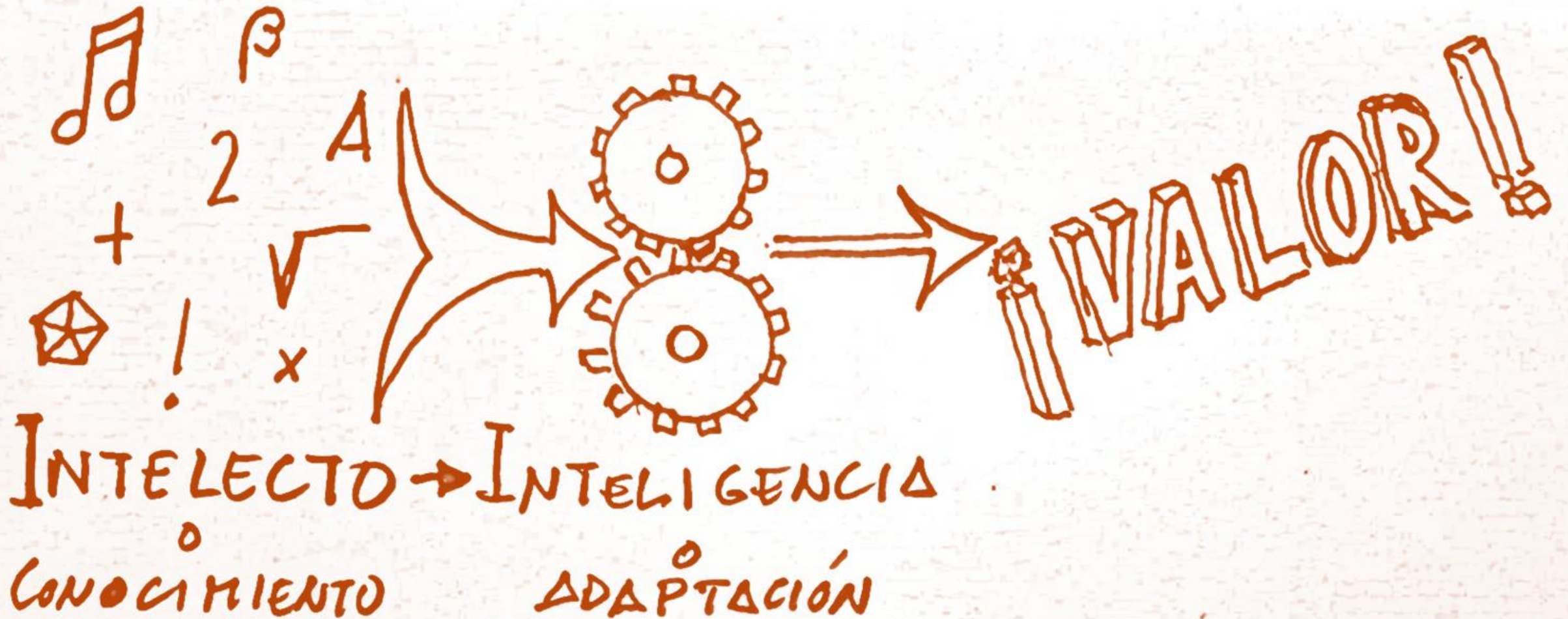
El objetivo es **aprender del mercado lo más rápido posible para tomar decisiones** informadas sobre si pivotar (cambiar de dirección) o perseverar con la idea actual.



Este enfoque es especialmente valioso para emprendedores con **recursos limitados**, permitiéndoles **validar sus hipótesis antes de comprometer capital** significativo.



El Proceso de validación...

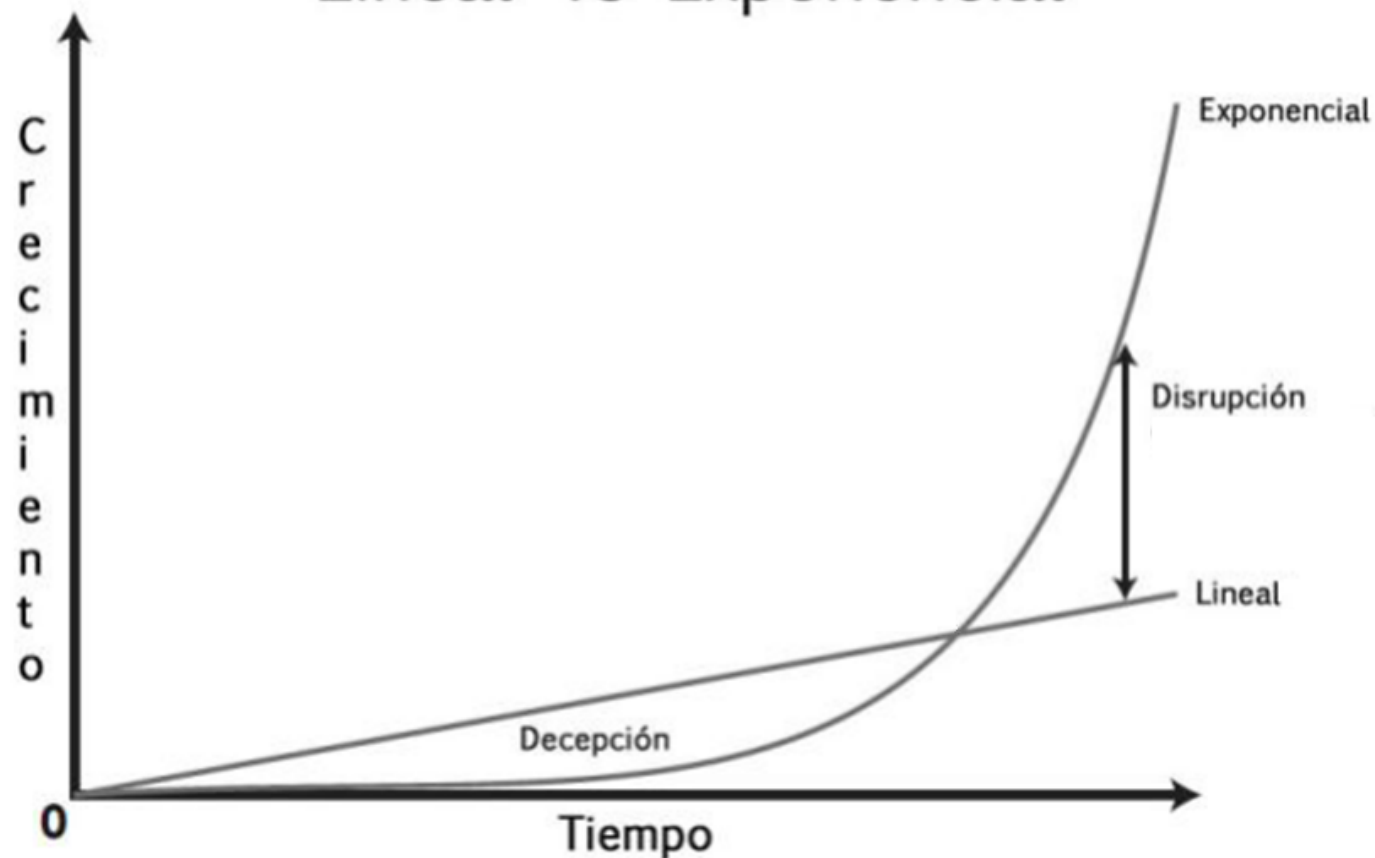




El ciclo de vida tradicionalmente se asocia a una gráfica lineal de las ventas en función del tiempo. En innovación aplicada esta es una gráfica de realimentación (feedback) de la capacidad de la empresa de **adaptar / conocimiento** en los mercados a diferentes escalas de la organización: la empresa, sus unidades de negocio, sus productos/servicios y sus atributos/prestaciones. El declive o crisis del ciclo de vida es el inicio de la realimentación (feedback) a una nueva generación del negocio o de su extinción.

LA FILOSOFÍA DEL LOOP

Lineal vs Exponencial



Transformación Digital:

Aprovecha **tecnologías disruptivas** (IA, blockchain, IoT) para transformar el **modelo de negocio** y crear **nuevas fuentes de valor**.

Modelos Exponenciales:

Busca **crecimiento exponencial**, no lineal, a través de **plataformas, redes** y efectos de red **que multiplican el valor**

Innovación Radical:

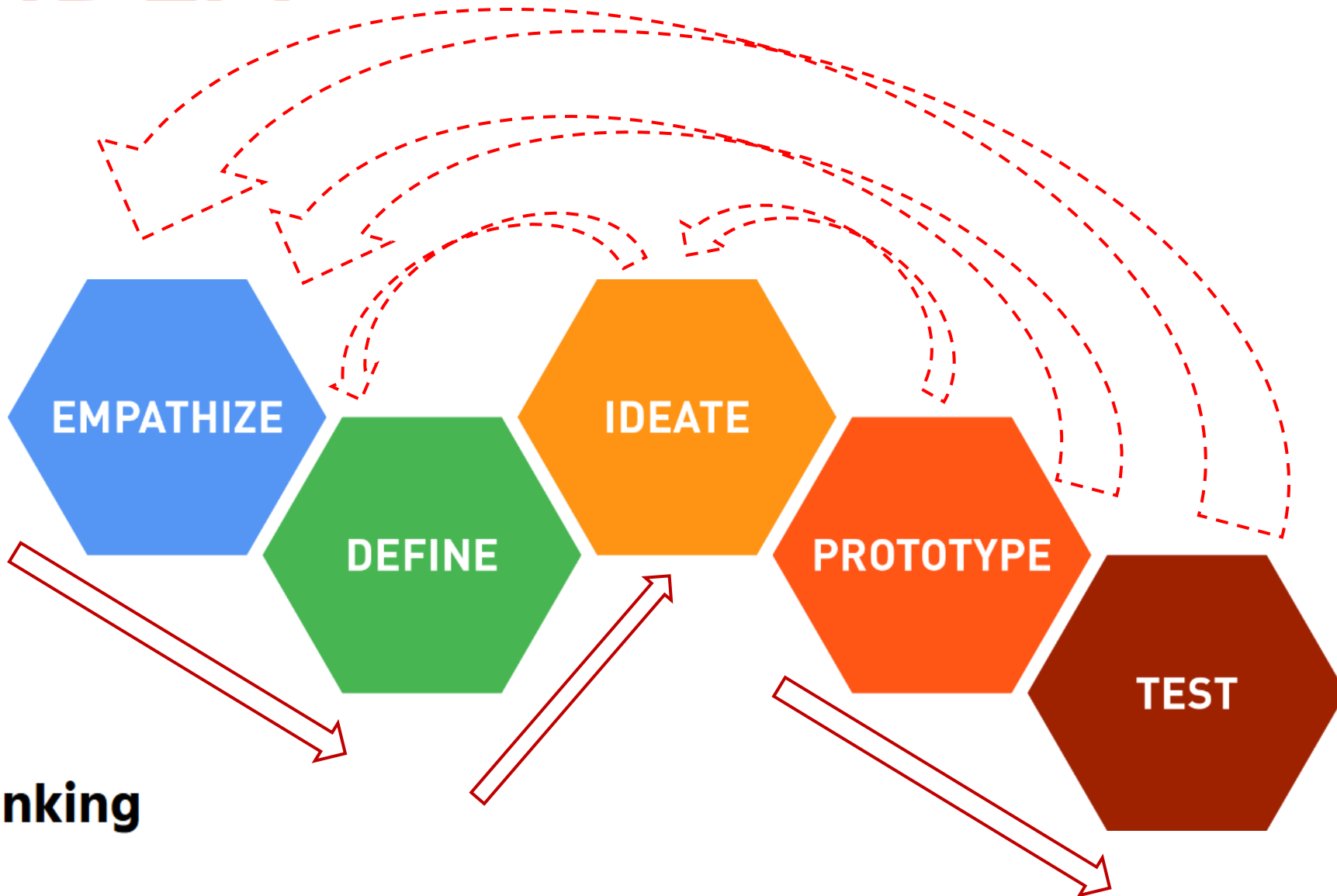
Cuestiona supuestos fundamentales del negocio y la industria **para** crear **soluciones** verdaderamente **disruptivas**

Ecosistemas y Alianzas:

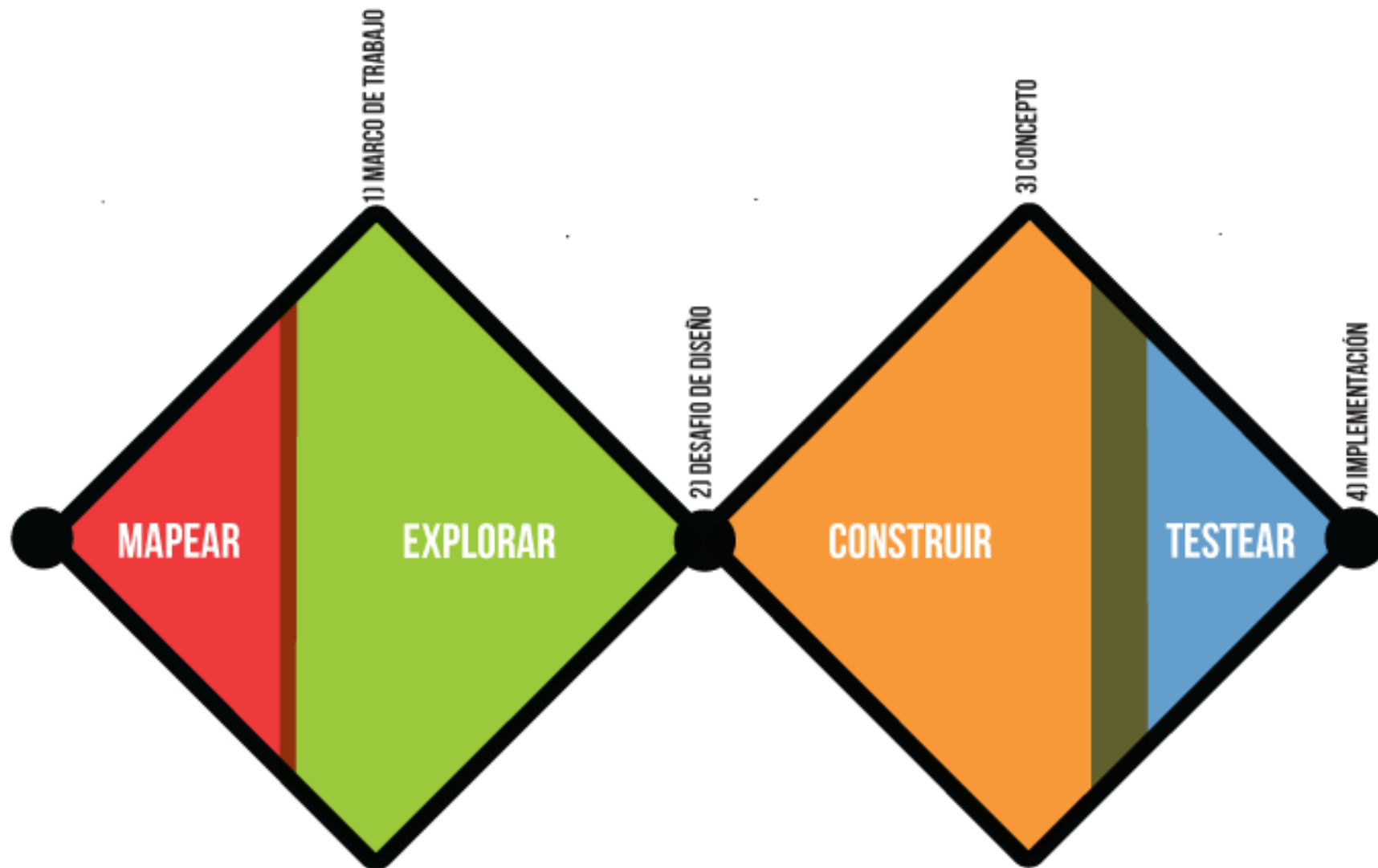
Construye ecosistemas de innovación donde múltiples actores crean valor de forma colaborativa.

Mi idea es viable... ¿O no?





Design Thinking



Foco de la Sesión: BIK Idea y el Encaje Problema/Solución

¿Qué es el Encaje Problema/Solución?

El **encaje Problema/Solución** es el momento en el que **la idea de producto o servicio se constata que puede resolver un problema real** de un mercado específico de manera efectiva y deseable.

Es la **base fundamental para el crecimiento y la sostenibilidad de cualquier negocio**. Sin este encaje, ningún esfuerzo de marketing o escalabilidad será sostenible.

Tres Herramientas Clave para Lograr el Encaje

HERRAMIENTA 1



Cinco Porqués

Técnica de análisis para **identificar la causa raíz de un problema** y entender profundamente las necesidades del cliente.

HERRAMIENTA 2



Lienzo de Propuesta de Valor

Herramienta para diseñar **propuestas de valor** que coincidan con las **necesidades** específicas de los clientes.

HERRAMIENTA 3



Lienzo de Modelo de Negocio

Marco para visualizar todos los **elementos clave de un modelo de negocio** de forma integral y coherente.

Caso de Estudio: Eco-Entrega Local

La Idea de Negocio

Un servicio de **mensajería y reparto de última milla** en una ciudad de tamaño medio, enfocado en la sostenibilidad ambiental y el apoyo al comercio local.

Propuesta de Valor

- ✓ Reparto a domicilio de comercios locales (restaurantes, tiendas, floristerías) y paquetería ligera
- ✓ Utilización exclusiva de bicicletas eléctricas y vehículos de cero emisiones
- ✓ Imagen de sostenibilidad y responsabilidad ambiental

Público Objetivo

Comercios locales que necesitan entregas eficientes y ecológicas, y particulares preocupados por el medio ambiente.

Recursos Iniciales

Inversión limitada, un par de bicicletas eléctricas propias y la ayuda de un amigo. Gestión inicial vía WhatsApp y hojas de cálculo.



El Emprendedor Juan

ha identificado una **oportunidad** en el mercado: **comercios locales** que luchan por **competir con grandes plataformas de entrega**, y **clientes, que buscan opciones ecológicas** pero **asequibles**.

Pregunta clave:

¿Cómo validar que esta idea realmente resuelve un problema existente y tiene potencial de mercado?

1. ¿POR QUÉ....

2. ¿POR QUÉ....

3. ¿POR QUÉ....

4. ¿POR QUÉ....

5. ¿POR QUÉ....

CONCLUSIÓN

<https://bikceei.emprenemjunts.es/?op=13&n=12010&codMenu=4221>

Diseñado por: Thinkers Co®

"Democratizando la Innovación para sacar todo tu potencial"
| Copyright © 2018 Pensadores de Ideas S.L. y / o sus afiliados. Todos los derechos reservados |



GENERALITAT
VALENCIANA

IVACE
SERVICIO VALENCIANO DE
INNOVACIÓN EMPRESARIAL

UNIÓN EUROPEA
Fondo Europeo de
Desarrollo Regional
Una manera de hacer Europa

CEEI
COMUNIDAD
VALENCIANA

"Proyecto cofinanciado por los fondos FEDER, dentro del Programa Operativo FEDER de la Comunidad Valenciana 2014-2020"

Herramienta 1: Cinco Porqués

La técnica de los **Cinco Porqués** es un método de cuestionamiento iterativo utilizado para explorar la relación causa-efecto subyacente a un problema particular. El objetivo es determinar la **causa raíz** de un defecto o problema.

¿Por qué es importante?

Evita soluciones superficiales: Muchas veces atacamos síntomas en lugar de la causa real del problema.

Profundiza la comprensión: Nos ayuda a entender realmente qué necesitan nuestros clientes y por qué.

Fundamental en Design Thinking: Es una herramienta clave en la fase de empatía para identificar problemas reales.

Cómo funciona

Aunque se llama "Cinco Porqués", el número puede variar. Se trata de formular la pregunta "¿Por qué?" de forma iterativa hasta llegar a una conclusión satisfactoria que revele la causa raíz del problema.



El Proceso Iterativo

- 1 Plantea el problema** de forma clara y específica
- 2 ¿Por qué ocurre?** Pregunta y responde
- 3 ¿Por qué es así?** Profundiza en la respuesta anterior
- 4 ¿Por qué sucede esto?** Continúa cuestionando
- 5 ¿Por qué es la causa raíz?** Llega a la conclusión

Cinco Porqués en Acción

Análisis del Problema de Eco-Entrega Local: Revelando la Causa Raíz

1

¿Por qué los comercios locales luchan por competir con grandes plataformas de entrega?

Porque las **grandes plataformas ofrecen un servicio más rápido, económico** y con infraestructura tecnológica robusta que **los pequeños comercios no pueden igualar**.

2

¿Por qué los pequeños comercios no pueden igualar esta infraestructura y estos precios?

Porque **desarrollar una plataforma propia es muy costoso** y complejo, y las economías de escala de las grandes plataformas les permiten ofrecer precios más bajos.

3

¿Por qué es costoso y complejo para un comercio individual?

Porque **requiere inversión en tecnología (app, web, sistema de rutas), personal de reparto, vehículos y marketing**, recursos que un pequeño comercio no posee.

4

¿Por qué los pequeños comercios no tienen estos recursos?

Porque **su modelo de negocio tradicional no contempla estas inversiones, y su margen de beneficio es menor**, dificultando destinar capital sin comprometer su viabilidad.

5

¿Por qué su margen es menor y no pueden invertir?

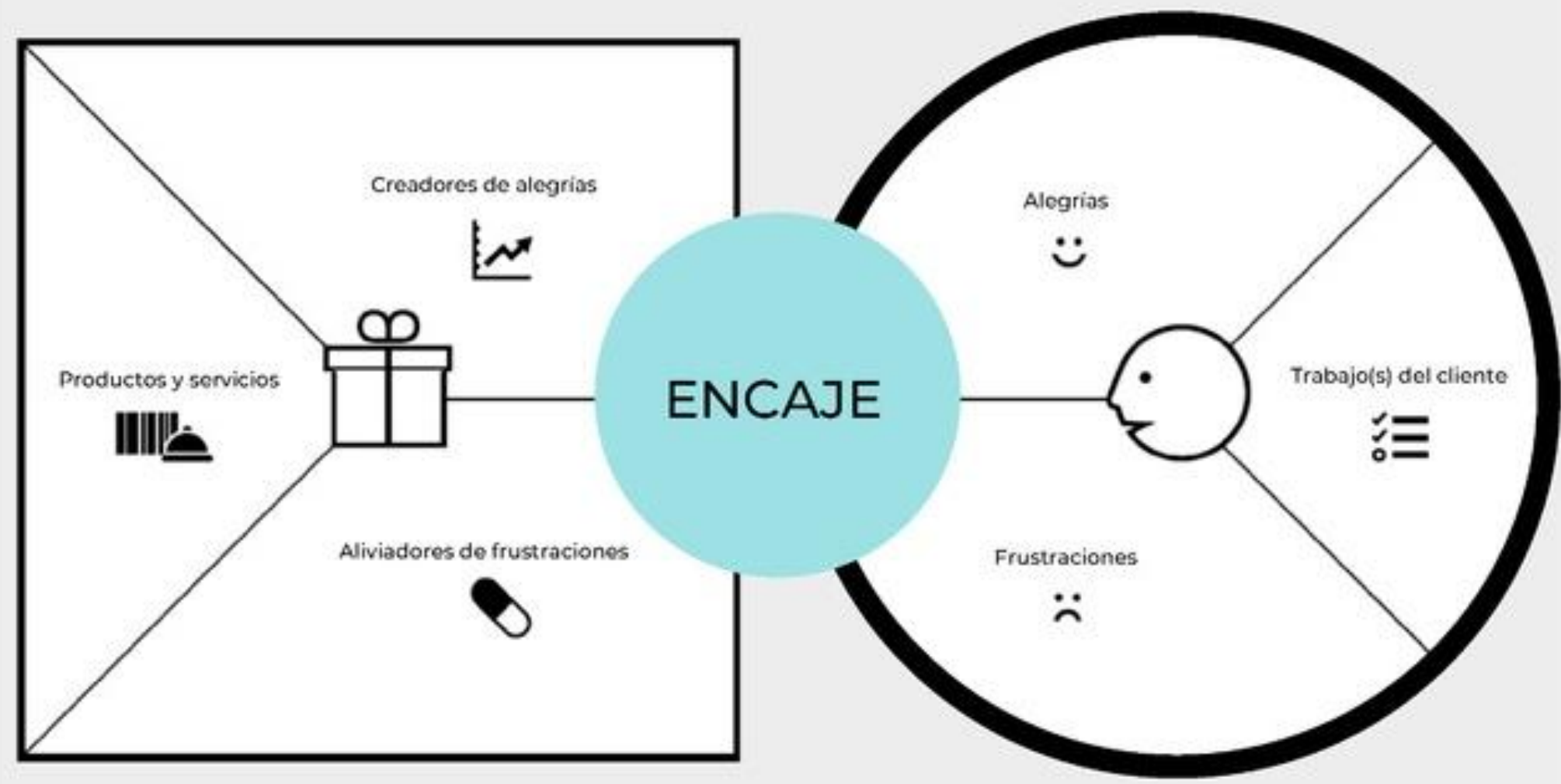
Porque **operan a menor escala**, tienen **menos poder de negociación con proveedores, y no han optimizado procesos internos**, resultando en mayores costes operativos por unidad.



Causa Raíz Identificada

La **falta de acceso a soluciones logísticas eficientes, asequibles y adaptadas a la escala de los pequeños** comercios locales, que les permitan competir en igualdad de condiciones en entregas a domicilio. **Esta comprensión profunda reorienta la solución de Eco-Entrega Local hacia la accesibilidad y eficiencia para el comercio local**, no solo hacia la sostenibilidad.

Lienzo de la Propuesta de Valor



<https://bikceei.emprenemjunts.es/?op=13&n=18737&codMenu=4221>

Herramienta 2: Lienzo de Propuesta de Valor

Diseñando propuestas que resuenen con las necesidades de los clientes

Perfil del Cliente



Trabajos (Jobs)

Tareas funcionales, sociales o emocionales **que el cliente** intenta realizar.



Frustraciones (Pains)

Obstáculos, riesgos y **resultados no deseados** que molestan al cliente.



Alegrías (Gains)

Beneficios y resultados positivos que el **cliente desea** obtener.



Mapa de Valor



Productos y Servicios

Lo que la empresa **ofrece para ayudar** al cliente a realizar sus trabajos.



Aliviadores de Frustraciones

Cómo los **productos** eliminan o **reducen** las **frustraciones** del cliente.



Creadores de Alegrías

Cómo los productos **generan beneficios** y resultados positivos.

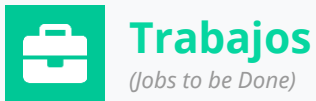
El Objetivo: Lograr el Encaje (Fit)

El Lienzo de Propuesta de Valor busca crear un encaje perfecto entre lo que el cliente necesita (Perfil del Cliente) y lo que la empresa ofrece (Mapa de Valor).

Cuando los **aliviadores de frustraciones y creadores de alegrías abordan** directamente las **frustraciones y alegrías** más importantes del cliente, hemos logrado una **propuesta de valor sólida**.

Perfil del Cliente: Comercios Locales

Herramienta 2: Lienzo de Propuesta de Valor - Paso 1



Trabajos

(Jobs to be Done)

Entregar productos a clientes de forma rápida y fiable

Competir con grandes plataformas de entrega

Mantener una imagen de marca positiva y moderna

Gestionar eficientemente la logística sin grandes inversiones

Expandir el alcance más allá de la tienda física



Frustraciones

(Pains)

Altos costes y comisiones de plataformas grandes

Falta de recursos (personal, vehículos, tecnología)

Dificultad para ofrecer entregas rápidas y eficientes

Impacto ambiental negativo de opciones de entrega

Pérdida de clientes frente a competencia online

Complejidad en la gestión logística



Alegrías deseadas

(Gains)

Ahorro significativo en costes de entrega

Aumento de volumen de ventas

Mejora de imagen de marca (sostenibilidad)

Simplicidad en la gestión de pedidos

Fidelización de clientes conscientes

Acceso a tecnología sin inversión propia

Insight Clave: Los comercios locales no buscan solo una solución de entrega, sino un **socio que les permita competir en igualdad de condiciones** con grandes plataformas, mientras **refuerza su posicionamiento como negocios sostenibles y cercanos** a la comunidad.

Mapa de Valor: Propuesta de Eco-Entrega Local

¿Cómo creamos valor para los comercios locales?

Productos y Servicios

- ▶ **Servicio de mensajería** y reparto de última milla
- ▶ **Plataforma digital**
sencilla para gestión de pedidos (web/app)
- ▶ **Flota de bicicletas eléctricas** y vehículos de cero emisiones
- ▶ **Personal de reparto** local y capacitado

Aliviadores de Frustraciones

- ▶ **Tarifas competitivas** y transparentes, significativamente más bajas que grandes plataformas
- ▶ **Sin inversión inicial** en logística o tecnología por parte del comercio
- ▶ **Entregas rápidas** y programadas dentro del área local
- ▶ **100% ecológicas**, mejorando la huella de carbono del comercio
- ▶ **Integración sencilla** con sistemas existentes o panel web

Creadores de Alegrías

- ▶ **Aumenta la rentabilidad** al reducir costes de entrega
- ▶ **Amplía la base de clientes** al ofrecer servicio de entrega atractivo
- ▶ **Refuerza la reputación** como comercio sostenible y moderno
- ▶ **Libera tiempo y recursos** para enfocarse en negocio principal
- ▶ **Proporciona datos y analíticas** sencillas sobre entregas

El Encaje: Conectando Necesidades con Soluciones

Parte 1: Frustraciones y Aliviadores

❗ Frustraciones del Cliente

Altos costes y comisiones de plataformas grandes

Falta de recursos (personal, vehículos, tecnología)

Dificultad para ofrecer entregas rápidas y eficientes

Impacto ambiental negativo de opciones de entrega

Pérdida de clientes frente a competencia online

🛠️ Aliviadores de Frustraciones

Tarifas competitivas y transparentes, mucho más bajas

Sin inversión inicial en logística o tecnología

Entregas rápidas y programadas localmente

100% ecológicas, mejorando huella de carbono

Acceso a tecnología sin inversión propia

↔
ENCAJE
PERFECTO
↔

↓ Continuamos en la siguiente diapositiva con las Alegrías Deseadas y Creadores de Alegrías ↓

El Encaje: Alegrías Deseadas y Generadas

Continuación: Cómo los Creadores de Alegrías generan valor

😊 Alegrías Deseadas

Ahorro significativo en costes de entrega

Aumento de volumen de ventas

Mejora de imagen de marca (sostenibilidad)

Simplicidad en la gestión de pedidos

Fidelización de clientes conscientes

★ Creadores de Alegrías

Aumenta la rentabilidad al reducir costes

Amplía la base de clientes con servicio atractivo

Refuerza reputación como comercio sostenible

Libera tiempo y recursos para negocio principal

Proporciona datos y analíticas sobre entregas

ENCAJE
PERFECTO
↔

✅ Conclusión: Encaje Logrado

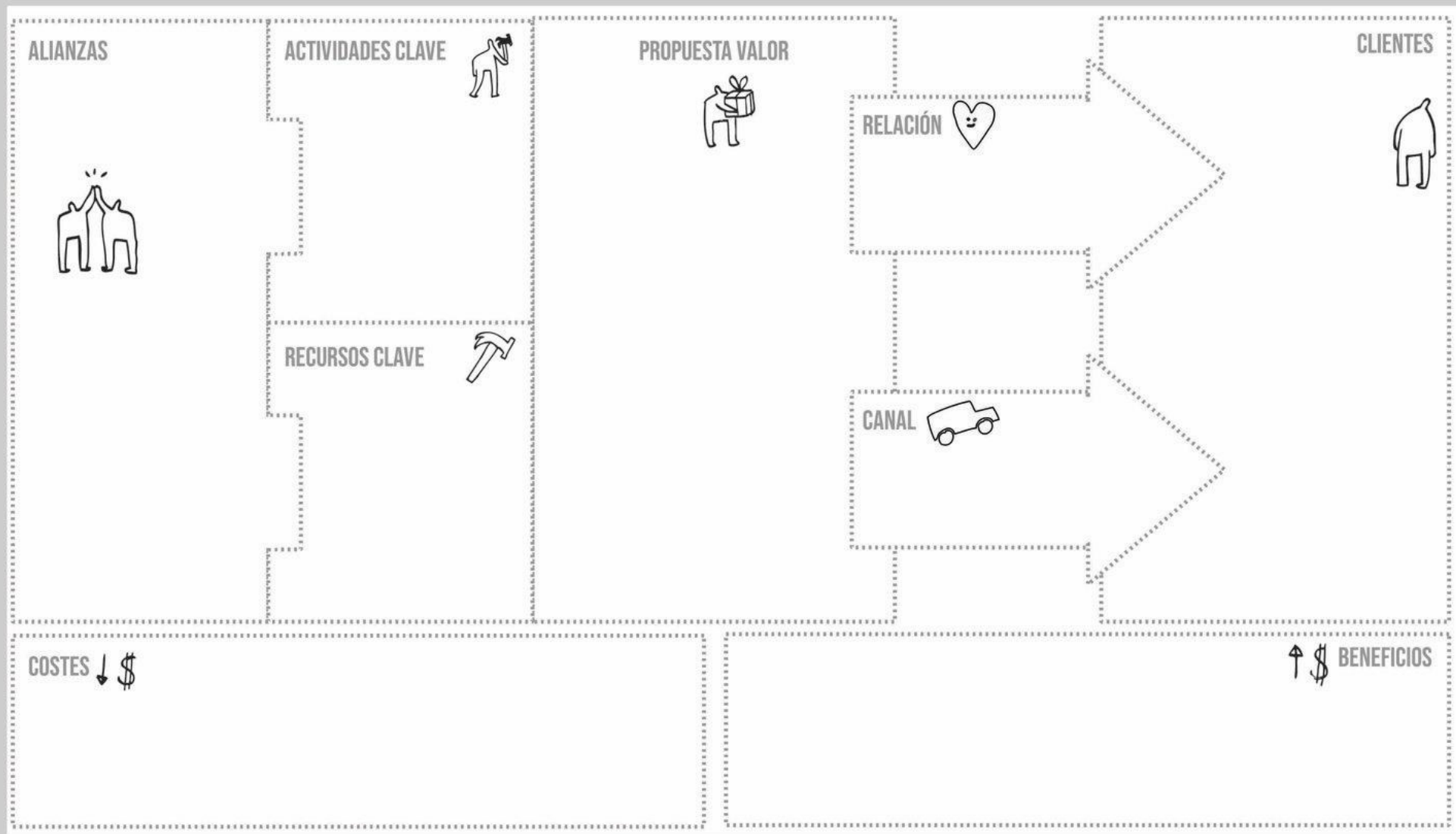
El Lienzo de Propuesta de Valor demuestra que **Eco-Entrega Local alinea perfectamente con las necesidades de los comercios locales**. Cada frustración es aliviada directamente por una característica del servicio, y cada alegría deseada es creada por la propuesta de valor.

Este encaje es la base para una idea de negocio viable y atractiva para el mercado objetivo.

BUSINESS MODEL CANVAS. CONSTRUIR/HERRAMIENTAS

<http://www.businessmodelgeneration.com/>

PROYECTO FECHA
DISEÑADO POR VERSIÓN



<https://bikceei.emprenemjunts.es/?op=13&n=12018&codMenu=4221>

Diseñado por: Thinkers Co ©
"Democratizando la Innovación para sacar todo tu potencial"
| Copyright: © 2018 Pensadores de Ideas S.L. y / a sus afiliados. Todos los derechos reservados |

Herramienta 3: Lienzo de Modelo de Negocio

Visualizando los nueve bloques clave de un modelo de negocio integral

Lienzo de Modelo de Negocio (Business Model Canvas) es una herramienta estratégica que permite visualizar y analizar los nueve bloques constructivos clave de un modelo de negocio en un solo lienzo. Fue propuesto por Alexander Osterwalder y es ampliamente utilizado para describir, diseñar y desafiar modelos de negocio.



Segmentos de Clientes



Propuestas de Valor



Canales



Relaciones con Clientes



Fuentes de Ingresos



Actividades Clave



Recursos Clave



Alianzas Clave



Estructura de Costes

Propósito del Canvas: El Lienzo de Modelo de Negocio proporciona una visión integral de cómo una empresa crea, entrega y captura valor. Es una herramienta esencial para comunicar, diseñar y validar modelos de negocio de forma clara y concisa, facilitando la iteración y mejora continua.

Segmentos de Clientes y Propuestas de Valor

Herramienta 3: Lienzo de Modelo de Negocio - Bloques 1 y 2



Comercios Locales

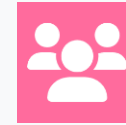
Segmento Principal

🎯 Características del Segmento

- Pequeñas y medianas empresas (PYMES)
- Restaurantes, floristerías, tiendas de alimentación, ropa, etc.
- Ubicadas en el área local/ciudad
- Con presencia física pero sin servicio de entrega propio

🎁 Propuesta de Valor Específica

- Eficiencia logística** asequible sin inversión inicial
- Competitividad** frente a grandes plataformas
- Sostenibilidad** que refuerza su marca
- Simplicidad operacional** con tecnología integrada
- Acceso a nuevos clientes** mediante entregas a domicilio



Particulares

Segmento Secundario

🎯 Características del Segmento

- Consumidores finales conscientes ambientalmente
- Preocupados por sostenibilidad y huella de carbono
- Que compran en comercios locales
- Que necesitan envíos personales o de compras

🎁 Propuesta de Valor Específica

- Entregas ecológicas** de productos locales
- Contribución ambiental** tangible a su ciudad
- Apoyo al comercio local** y economía de proximidad
- Transparencia y trazabilidad** en entregas
- Comunidad consciente** de usuarios sostenibles

Canales y Relaciones con Clientes en Eco-Entrega Local

Lienzo de Modelo de Negocio: Bloques 3 y 4

Canales



Plataforma Web/App

Portal para que comercios gestionen pedidos y particulares realicen solicitudes de entrega.



Red Comercial Directa

Contacto personal con comercios locales para presentar el servicio y establecer relaciones iniciales.



Redes Sociales y Marketing Digital

Presencia en redes sociales para visibilidad y captación de particulares conscientes con el medio ambiente.



Boca a Boca

Recomendaciones de comercios y usuarios satisfechos como canal de crecimiento orgánico.

Relaciones con Clientes



Soporte Personalizado (Comercios)

Gestor de cuenta dedicado, comunicación proactiva sobre mejoras y resolución de incidencias.



Autoservicio (Particulares)

Plataforma intuitiva para que los usuarios gestionen sus entregas de forma independiente.



Soporte Online

Atención al cliente vía chat, email o teléfono para resolver dudas e incidencias rápidamente.



Programas de Fidelización

Descuentos, promociones y recompensas para usuarios frecuentes y comercios comprometidos.

Estrategia de Alcance: Eco-Entrega Local utiliza un enfoque dual: para comercios, combina contacto directo con soporte personalizado; para particulares, ofrece una experiencia digital fluida con autoservicio y fidelización. Esta combinación permite crecer manteniendo la cercanía (relación de confianza); para característica de un negocio local.

Fuentes de Ingresos y Recursos Clave

Herramienta 3: Lienzo de Modelo de Negocio - Bloques 5 y 6

\$ Fuentes de Ingresos

Comisiones por Entrega

Un porcentaje (8-12%) o tarifa fija (€1-2) por cada entrega realizada a comercios, según volumen y distancia.

Suscripciones Mensuales

Planes mensuales o anuales para comercios con volumen alto de entregas (ej: €50-150/mes por entregas ilimitadas en zona).

Tarifas por Entrega a Particulares

Coste directo por envío de particulares (€3-5 por entrega), con posibilidad de suscripciones de cliente final.

Servicios Adicionales

Entregas urgentes, servicios de recogida, análisis de datos de entregas para comercios.

Recursos Clave

Recursos Humanos

Personal de reparto (ciclistas, conductores)
Equipo de gestión y operaciones
Soporte al cliente

Recursos Físicos

Bicicletas eléctricas y vehículos
Equipos de seguridad y protección
Pequeño hub/almacén de operaciones

Recursos Tecnológicos

Plataforma web/app de gestión
Software de optimización de rutas
Sistema de tracking y notificaciones

Recursos Intelectuales

Marca "Eco-Entrega Local"
Conocimiento del mercado local
Expertise en logística sostenible





Actividades Clave y Alianzas Estratégicas en Eco-Entrega Local

Lienzo de Modelo de Negocio: Bloques 7 y 8

Actividades Clave

-  **Gestión de Rutas y Entregas**
Optimización diaria de rutas, asignación de entregas a repartidores y seguimiento en tiempo real.
-  **Operación de Flota**
Mantenimiento de bicicletas eléctricas y vehículos, gestión de carga de baterías, control de estado.
-  **Desarrollo y Mantenimiento de Plataforma**
Actualización de app/web, mejora de UX, integración de nuevas funcionalidades, seguridad de datos.
-  **Gestión Comercial y Relaciones**
Captación y onboarding de nuevos comercios, gestión de cuentas, resolución de incidencias.
-  **Análisis de Datos y Mejora Continua**
Seguimiento de métricas, análisis de rentabilidad, identificación de oportunidades de optimización.

Alianzas Clave

-  **Proveedores de Vehículos Eléctricos**
Fabricantes de bicicletas eléctricas y vehículos sostenibles para acceso a flota a precios competitivos.
-  **Proveedores de Tecnología**
Empresas de software, APIs de mapas/rutas, soluciones de hosting para infraestructura tecnológica.
-  **Organizaciones Ambientales**
ONGs y asociaciones ecológicas para certificación, marketing conjunto y credibilidad ambiental.
-  **Asociaciones Comerciales Locales**
Cámaras de comercio, asociaciones de comerciantes para promoción conjunta y acceso a miembros.
-  **Instituciones Públicas y Educativas**
Ayuntamientos, universidades para proyectos conjuntos, financiación, investigación y visibilidad.

Estructura de Costes y Viabilidad Inicial

Herramienta 3: Lienzo de Modelo de Negocio - Bloque 9 y Análisis de Viabilidad

Estructura de Costes

Categoría de Costes	Estimación Mensual
Personal	
Ciclistas/Repartidores (2-3)	€1.500-2.000
Gestor de operaciones	€800
Vehículos y Equipo	
Mantenimiento bicicletas (amortizado)	€200
Seguros y licencias	€150
Tecnología	
Hosting y plataforma	€100
Teléfono/comunicaciones	€50
Operaciones	
Combustible/electricidad	€200
Marketing inicial	€200
TOTAL MENSUAL	€3.200-3.700

Viabilidad Inicial con Recursos Limitados

MVP Minimalista

Juan comienza con 2 bicicletas propias, él mismo como repartidor, y un amigo a tiempo parcial. Usa WhatsApp y hojas de cálculo inicialmente. Presupuesto inicial: €500-800.

Punto de Equilibrio

Con 150-200 entregas/mes a €2-3 comisión, genera €300-600. A escala de 400-500 entregas/mes, cubre costes operacionales básicos sin personal adicional.

Validación del Mercado

Primeros 2-3 meses: contactar 50 comercios, cerrar 10-15 clientes iniciales, realizar 100-150 entregas/mes para validar demanda real.

Escalabilidad

Una vez validada la demanda, invertir en plataforma digital, contratar personal adicional y expandir flota. Cada repartidor adicional requiere ~€2.000/mes.

Integración de las Tres Herramientas

Del Problema a la Solución: Un Viaje Completo hacia la Validación



Cinco Porqués

Identificar la causa raíz del problema

¿Qué logramos?

- ✓ Comprendemos profundamente **por qué los comercios locales luchan**
- ✓ Identificamos la **causa raíz: falta de acceso a logística eficiente y asequible**
- ✓ Validamos **que el problema es real** y significativo para el mercado
- ✓ Refinamos nuestra **comprensión de la oportunidad de negocio**



Lienzo de Propuesta de Valor

Diseñar la solución que encaja con el problema

¿Qué logramos?

- ✓ Mapeamos las **necesidades específicas de nuestros clientes** (Perfil del Cliente)
- ✓ Diseñamos una propuesta de **valor que alivia frustraciones y crea alegrías**
- ✓ Demostramos el **encaje entre lo que ofrecemos y lo que el cliente necesita**
- ✓ Validamos que nuestra **solución es deseable** para el mercado objetivo



Lienzo de Modelo de Negocio

Estructurar cómo crearemos y entregaremos valor

¿Qué logramos?

- ✓ **Visualizamos los 9 bloques clave del modelo de negocio** de forma integral
- ✓ **Identificamos** recursos necesarios, actividades clave y alianzas estratégicas
- ✓ **Evaluamos** la **viabilidad económica** y operacional del modelo
- ✓ **Demostramos** que el **modelo es viable** incluso **con recursos limitados**




WEBINAR

METODOLOGÍA BIK CEEI: PASO A PASO PARA GUIAR A PERSONAS EMPRENDEDORAS Y A EMPRESAS

BIK  IDEA

 ONLINE

 21 DE OCTUBRE

 9:30 H



Juan Simó Gisbert

Desarrollo de Negocio

*Centro Europeo de Empresas e Innovación (CEEI
Alcoy-Valencia)*

FINANCIA:



GENERALITAT
VALENCIANA

ACI.
ARA.

IVACEYI

COORDINA:



Centro Europeo de
Empresas e Innovación
de Valencia