

CURSO EMPRENDIMIENTO DIGITAL CON TECNOLOGÍAS WEB

Módulo 1.

Introducción a los negocios con productos tecnológicos

Temario

Unidad 1

- a) Conceptos clave emprendimiento digital**
- b) Ciclo de vida de una Startup**
- c) Roles**
- d) Conceptos relevantes sobre Startups**



OTEC
EDUCACIÓN
CONTINUA

Proyectos de
Laboratoria

**TALENTO
DIGITAL**
INTELIGENCIA
HUMANA

Unidad 1

Conceptos clave emprendimiento digital



***¿Qué es una startup?
Es una Organización temporal,
humana en búsqueda de valor
facturable escalable.***

***A diferencia de una empresa o
negocio tradicional cuando parte no
tiene muy claro el “dolor” del
mercado”, a quien le duele (grupo
objetivo) ni la solución posible. Se
encuentra en un permanente pivot
hasta encontrar el product /market
/solution fit***

Ciclo de vida de una startup

Etapas Pre-Seed:

Esta es la etapa idea, cuando con un simple power point o un esquema en una hoja debes convencer a aquellos o aquellas a los que quieres subir al barco.

En este momento, aún no existe ni un producto mínimo viable ni un modelo de negocio validado. Este es el momento de formar al equipo inicial, sentar las bases legales a través de un Pacto de Socios (nunca es demasiado pronto para hacerlo) y comenzar a pensar en cómo convertir esa idea en algo real.

En países como EEUU, ya se pueden conseguir pequeñas inversiones en este momento, llamadas FFF (Friends, Family and Fools), en España es muy complicado acceder a capital en un momento tan temprano, por lo que serán los emprendedores o emprendedores los que tengan que asumir esos primeros costes de la puesta en marcha.

Una de las opciones que existen para ayudar en estas primeras etapas es apuntarte a una aceleradora, que pueden ayudar tanto ofreciendo incentivos económicos como consejos desde la experiencia profesional. A las aceleradoras que ayudan en esta fase de la startup se les suele llamar incubadoras o pre-aceleradoras.

Ciclo de vida de una startup

Etapas Seed:

La fase seed o semilla es quizá una de las etapas de **más importancia en el ciclo de vida de una startup**. Es la fase con la que el proyecto se hace realidad y cuyo objetivo fundamental es desarrollar la idea de manera adecuada y validar el modelo de negocio.

Durante esta fase se pueden emplear distintas metodologías, siendo habitual utilizar el método Lean Startup para desarrollar desarrollando un **producto mínimo viable** que haga posible testear nuestro producto en el mercado, con clientes reales.

En esta fase se combina la ilusión inicial del proyecto con la necesidad de definir la idea a través de la iteración. En esta etapa lo más importante es obtener la validación por parte de nuestro cliente objetivo. Para ello probablemente sea necesario iterar mucho y trabajar en la idea con la ayuda de mentores y profesionales que puedan ayudar a encaminar a la startup en el rumbo adecuado.

Ciclo de vida de una startup

Etapas de Early Stage:

Una vez que la startup ya tiene su M.V.P. en el mercado y llegan los primeros clientes/usuarios y, sobretodo, las primeras métricas, es el momento de mejorar este producto innovador a través de un proceso iterativo, en el que se vaya recogiendo el feedback de los usuarios y se mejoren los fallos.

Desarrollar un producto basado en el feedback es vital para la startup, convirtiendo el M.V.P. en un producto tangible y que la gente pueda utilizar, sobretodo pensando en una futura gran escala. Detectar cuáles son las características o funcionalidades más importantes de la startup es una de las tareas más importantes de esta fase, así como asentar las primeras relaciones o acuerdos comerciales de cara al futuro.

En esta fase, es importante plantear de manera adecuada la estrategia de crecimiento de la startup, nuevas contrataciones para el equipo, así como testear adecuadamente las estrategias de captación (Marketing online, presencial, etc...) y/o venta del producto, según al segmento que se dirijan.

Unidad 1

Roles en Startups

Fundador : El fundador es el alma, el visionario de la compañía, el que siempre tiene una mirada a largo plazo, es normalmente quien se da cuenta de la anomalía o problema que existe y visualiza una posible solución, y quiere hacer algo al respecto para resolver este problema.

Ceo o responsable del negocio / Chief executive officer “CEO” : Es el **Consejero Delegado**. Dentro de las startups se supone que es el que más manda aunque sus funciones, ya hemos dicho, la determinarán los estatutos. Suele ser la cara visible de la empresa, quien asume el liderazgo dentro y fuera de la corporación, pero tiene también la obligación de crear la visión y estrategia de la compañía y comunicarla a los distintos actores. Suele ser miembro fundador de la compañía y pilar decisivo a la hora de reclutar talento y determinante en las decisiones de presupuestos e inversiones.

Unidad 1

Roles en Startups

Encargado o responsable de producto: en el mundo de la agilidad y particularmente desde la metodología scrum también conocido como product owner, Es uno de los roles dentro del equipo de una startup , encargado de maximizar el valor de trabajo entregado y del retorno de inversión. Es el representante del cliente dentro del equipo, su voz, representa a las partes interesadas internas y es responsable de entregar el valor más alto posible al negocio.

Otros Roles:

COO (Chief Operating Officer).

Director General que asume las funciones ejecutivas.

Algunos lo ven como la persona más capacitada para ser el próximo CEO. Supervisa cómo está funcionando el sistema de creación y distribución de los productos de la empresa para asegurar que todos los sistemas funcionen correctamente.

CMO (Chief Marketing Officer).

Director de Marketing. Es el responsable de poner en marcha las distintas actividades de marketing, que incluyen la gestión de ventas, el desarrollo de productos, la publicidad, estudios de mercado y servicio al cliente. Su principal preocupación es mantener una relación estable con los clientes finales y comunicarse con todos los demás departamentos para que se involucren en su programa de actividades.

Unidad 1

Roles en Startups

CCO (Chief Communications Officer).

Director de Comunicación En las startups el CCO generalmente se encarga de manejar la reputación corporativa, contactar con los medios de comunicación y desarrollar las estrategias de Branding. Conoce a los medios y tiene buena relación con ellos para que la marca sea visible y, siempre que sea posible, esté relacionada con mensajes positivos. No obstante, en otras compañías hace referencia a la comunicación interna garantizando el correcto entendimiento entre las distintas redes.



CFO (Chief Financial Officer).

Director Financiero. Se encarga de la planificación económica y financiera de la compañía. Junto con el CEO decide en cuestiones de inversión, financiación y el riesgo con el objetivo de conseguir que aumente el valor de la empresa para sus propietarios. Aporta el conocimiento financiero, contable y en general una mirada analítica al negocio.

CTO (Chief Technical Officer).

Director de tecnología de sistemas. Es el responsable de los sistemas de tecnologías de la información de la empresa a nivel de procesos y desde el punto de vista de la planificación, se centra en “lograr la eficiencia de los recursos existentes” asumiendo el papel de *business intelligence*, es decir que puede “hacer cosas tan dispares como la virtualización de la oficina o la migración a la tecnología cloud”.

Unidad 1

Conceptos relevantes sobre Startups

Solution fit : Mencionar que el ajuste Problema-Solución se presenta en la **fase de customer Discovery** (descubrimiento de clientes) donde el objetivo es confirmar la existencia de un problema que merezca la pena ser resuelto con una solución que aporte valor a los clientes. Este proceso está asociado al método de **Lean Startup** desarrollado por **Eric Ries** y a **Steve Blank** los cuales indican que una solución a un problema (idea de negocio) se consigue a través de la observación, medición y una constante retroalimentación con los clientes.

El Ajuste **Market fit** busca generar evidencias que estamos en presencia de un mercado potencial es decir que hay suficientes clientes potenciales con el dolor o problema y con disposición a pagar. Se basa en tres conceptos:

- Un cliente dispuesto a pagar por tu servicio o producto.
- Lo que te cuesta conseguir tener el producto acabado es menor de lo que vas a recibir por él.
- Comprobar que el mercado está receptivo a nuestra idea de negocio y puede ser rentable.

Unidad 1

Conceptos relevantes sobre Startups

Break even : Entendemos por break even ('umbral de rentabilidad' o 'punto muerto' en castellano) el punto de equilibrio en las cuentas de una compañía. Es decir, **cuando una empresa entra en break even quiere decir que ha alcanzado el umbral de rentabilidad, esto es, que los ingresos igualan a los costos (fijos y variables) y, a partir de ahí, la previsión es la entrada en beneficios.**

Exit : **Exit** o salida es la estrategia de tu **startup** para conseguir la venta parcial o total de la empresa a otros inversores. ... En compañías consolidadas y en expansión, el **Exit** se refiere al momento en el tiempo en el que un inversor financiero saldrá de la compañía invertida.

Material complementario de la unidad

Link a video relacionado

1. ...

Link a lectura complementaria

1. ...

Link a investigación relacionada

1. ...

Desarrollo de clientes en startups en castellano steve Blank

<https://www.youtube.com/watch?v=GVXYAwXHpvq>

Lectura : El camino hacia la epifania el modelo de desarrollo de clientes

<https://administradorjorgevelcas.files.wordpress.com/2019/05/el-camino-hacia-la-epifania-modelo-de-desarrollo-de-clientes-1.pdf>

Investigación : Las características del emprendedor Mexicano estudio de caso de Lean

Startups México. *The Anáhuac Journal*, 20(2), Págs. 13-37.

http://publicaciones.anahuac.mx/the_anahuac_journal/article/view/481/347