**Startup (J.A, 2020)**

Es una empresa de nueva creación que comercializa productos o servicios a través del uso de las nuevas tecnologías con un modelo de negocio escalable que permita un crecimiento rápido y sostenido en el tiempo.

**Origen de los starups**

El origen de los startups se remonta a mediados del siglo veinte (1950), en los Estados Unidos, más precisamente en California, en la zona conocida como Valle del Silicio (Silicon Valley).

Es muy probable que ya hayas oído hablar de este lugar, pero si no lo sabes, es un importante centro tecnológico donde se encuentran muchas de las grandes empresas a nivel global, como Google y LinkedIn.

La idea de los startups se expandió en todo el mundo, ganando más fuerza a partir de la década del ‘80.

**Características de las Startups (J.A, 2020)**

* Modelos de Negocios Innovadores.
* Sus costos de operación son mínimos a comparaciones de las empresas tradicionales.
* Optan por obtener un crecimiento acelerado.
* Obtienen financiación principalmente a través de inversores privados o business angels.
* No requieren de grandes inversiones de capital.
* Uso intensivo de la tecnología les permite generar economías de escala que se traducen en sustanciales ingresos.
* Su principal herramienta para darse a conocer es el Marketing Digital.
* Buscan simplificar los procesos de comercialización o de prestación de servicios.
* Operan generalmente con un organigrama horizontal y en constante evolución.
* Buscan adaptarse en todo momento a su continuo crecimiento.
* Los trabajadores de este tipo de empresas deben estar altamente calificado.
* Asumen de forma natural los riesgos como camino hacia el éxito.
* Siempre están en constante evolución.

**Tendencia de los startups en 2022 (Moschini, 2021)**

* Digitalización acelerada
* Modelos de financiamiento disruptivos
* Un nuevo mapa regional de unicornios.
* Integración en equipos híbridos
* Nueva generación de interacción virtual

**Importancia de los startups**

Cada startup está respaldado por una idea de negocio online que busca simplificar procesos y trabajos complicados, con el objetivo de que el mercado tenga una experiencia de uso simplificada y fácil.

Generalmente son negocios que quieren innovar, desarrollar tecnologías y diseñar procesos web. Y, principalmente, se alían con empresas de capital-riesgo que deciden apostar por los startups.

No todo el mundo debe o tiene la oportunidad de trabajar en grandes empresas, y ese es el grado de importancia que tiene un startup.

**Reglas para ser un buen startup (hotmart, 2022)**

* Jóvenes

Los startups se caracterizan por ser compañías jóvenes que tienen dos opciones:

Evolucionar y convertirse en empresas exitosas.

Cerrar las puertas.

* Escalables

La escalabilidad es uno de los principales atributos de los startups. Es decir, su capacidad de crecer y generar ingresos de una forma mucho más rápida que su estructura de costes.

En otras palabras, un negocio escalable es aquel que es capaz de incrementar su producción y sus ventas sin necesidad de aumentar sus gastos. Por lo tanto, su margen de contribución o beneficio crece significativamente.

* Tecnológicas

Como hemos dicho, un startup es una empresa nueva que tiene una fuerte relación con la tecnología.

Los nuevos emprendedores y creadores de startups dependen de las tecnologías para crecer e, incluso, encontrar financiamiento a través de plataformas en Internet.

* Económicas

Los startups se caracterizan por tener costes bastante pequeños, en comparación con sus ganancias, que suelen crecer de manera significativa.

* Innovadoras

La innovación es la palabra clave de cualquier startup. Estas empresas buscan ofrecer soluciones creativas para demandas que siempre existieron, pero que el mercado no aprovechaba.

**Spin off(UG)**

Son iniciativas empresariales promovidas por miembros de la comunidad universitaria, que se caracterizan por basar su actividad en la explotación de nuevos procesos, productos o servicios a partir del conocimiento adquirido y los resultados obtenidos en la propia Universidad.

La investigación aplicada es la base de estas empresas, cuya importancia radica en el desarrollo de nuevas tecnologías, la creación de empleo de calidad, la capacidad de generar un alto valor añadido en la actividad económica y la aportación al desarrollo regional.

**Tipos de spin off (Gil, 2020)**

* **Spin-off empresarial:** Como su nombre indica, se refiere a cuando la nueva sociedad procede de otra organización previa (ya sea pública o privada). Hasta la fecha, este tipo ha sido el caso más generalizado, al contar con el apoyo de los CEEIs-BICs (Centros Europeos de Empresas e Innovación-Business Innovation Centres). Estos engloban a los emprendedores, en su mayoría, vinculados a las start-ups. Sin embargo, no necesariamente sus áreas de negocio tienen que estar basadas en la tecnología.
* **Spin-off académico:** Inicia su andadura en el seno de los centros universitarios e institutos de investigación. Esta división de spin-off es la más reciente y está respaldada por la Unión Europea a través de diferentes programas con el objetivo de trasladar a la empresa el conocimiento adquirido en la universidad. Precisamente, este es el punto de mira de las OTRIS (Oficinas de Transferencia de Resultados de Investigación) y su producto final, las EBT o Empresas de Base Tecnológica.

**Características(uclm)**

* Se crean a partir de tecnologías o conocimientos generados en la universidad.
* Son originadas en el entorno universitario.
* Constituyen un puente directo entre la capacidad innovadora y el mercado de bienes y servicios.
* Están fundadas con participación de personal universitario y/o con el apoyo de la institución académica matriz.
* Mantienen, al menos en sus primeras etapas, relaciones estrechas con la institución académica de origen.
* Son flexibles, basadas en la innovación y capaces de adaptarse a los cambios.
* Normalmente son empresas pequeñas, con poco personal, que ofrecen bienes y servicios con alto valor añadido.

**Emprendedores (Secretaria de Economia, 2010)**

Los emprendedores son las mujeres y los hombres en proceso de crear, desarrollar o consolidar una empresa a partir de una idea, que en muchos casos no cuentan con la suficiente experiencia empresarial, tecnología o financiamiento para materializarla.

Los emprendedores inician su proyecto empresarial a partir de la identificación de un negocio, de la necesidad de un producto o servicio o simplemente tienen el entusiasmo para iniciar una empresa.

**Características de un emprendedor (Sordo, 2021)**

* Independencia

Esta característica debemos ubicarla en primer lugar, pues si algo no les gusta a los emprendedores es recibir órdenes de alguien más. Una persona emprendedora suele ser autónoma y le gusta liderar sus proyectos.

* Iniciativa

Están dispuestos a tomar riesgos inteligentes, con tal de seguir sus corazonadas. Aporta una visión diferente a los retos o problemas que se le presentan.

* Innovación

Desean controlar su empresa y su estilo de vida, y su visión les permite crear grandes cosas con herramientas sencillas.

* Pasión

Creen en lo que hacen, sobre todo porque habrá momentos en los que las cosas no siempre marchen bien, y la pasión por tu trabajo será lo que te haga continuar con el proyecto.

* Persistencia

Cuando las cosas salen mal o no funcionan, la emprendedora o emprendedor observa sus errores o fracasos, los analiza y comienza otra vez.

**Tipos de emprendedores (Galán, 2022)**

* Visionario: Es aquel que se adelanta a las demandas o tendencias del mercado, pensando en el futuro y no solo en las ideas de negocio que hoy son las más rentables.
* Oportunista: Como su nombre lo indica, identifica las oportunidades de negocio, busca descubrir una necesidad aún no satisfecha del público.
* Social: Es aquel que busca tener un impacto positivo en la sociedad, no solo generar rentabilidad.
* Por accidente: Es aquel que por azar se involucra en un emprendimiento, por ejemplo, con un amigo que le propone una idea de negocio.
* Inversionista: Es aquel que no desarrolla la idea de negocio, pero coloca capital en este, convirtiéndose en socio.
* Persuasivo: Al igual que el inversionista, tampoco ha generado la idea de negocio, pero es capaz de influir en un grupo de personas para llevar a cabo un proyecto que quizás ha sido ideado por alguien más.
* Especialista: Es aquel que se centra en un sector específico y allí desarrolla su actividad. Busca dirigirse a un nicho que, aunque sea pequeño, puede generar rentabilidad.

**E-commerce(visa, 2014)**

El e-commerce o comercio electrónico consiste en la distribución, venta, compra, marketing y suministro de información de productos o servicios a través de Internet. Conscientes de estar a la vanguardia, las Pymes no se han quedado atrás en este nuevo mercado, por lo que han hecho de los servicios de la red un lugar que permite acceder a sus productos y servicios durante las 24 horas del día.

**Tipos de comercio electrónico**

**Según el perfil comercial (visa, 2014):**

* B2C (Business-to-Consumer): Empresas que venden al público en general
* B2B (Business-to-Business): Empresas haciendo negocios entre ellas
* B2G (Business-to-Government): Empresas que venden a instituciones de gobierno
* C2C (Consumer-to-Consumer): Plataforma a partir de la cual los consumidores compran y venden entre ellos

**Según el modelo de negocio (Gamella, 2021)**

* Tienda online con productos propio: lo primero que se te habrá venido a la mente al hablar de e-commerce. Las mismas características que una tienda física pero en versión online. Ejemplo: Bebitus.com
* Dropshipping: a priori, para el cliente, todo parece igual que un e-commerce normal. La diferencia es que el vendedor no envía el producto, sino que es un tercero el que lo hace. Para saber más puedes leer nuestra guía para encontrar proveedores de dropshipping.
* E-commerce de afiliación: un paso más atrás en el proceso de compra están los negocios de afiliación. En este caso la tienda no solo no envía el producto, sino que el cierre de la venta no se hace en su plataforma. Lo que hace es referir al cliente a otra tienda, que le paga una comisión al confirmarse la venta. Es muy frecuente la afiliación con Amazon. Ejemplo: Biodegradable.es. Si estos modelos te interesan, lee este post específico sobre marketing de afiliación y este otro sobre la venta sin stock.
* Membresía: este tipo de e-commerce busca compras recurrentes. La forma de conseguirlo es con una suscripción periódica (semanal, mensual, bimensual, etc). Este tipo de membresías se están poniendo de moda con las llamadas «cajas sorpresa». Consiste en un caja que se envía cada mes con productos, por ejemplo, una caja mensual con cervezas artesanales. En lugar de vender una sola vez el producto, se ofrece la posibilidad de recibirlo con una determinada frecuencia. Ejemplo: Manolitoandco.com
* Marketplace: un marketplace es una tienda de tiendas. Es una web donde diferentes vendedores ofrecen sus productos de una o varias temáticas. Amazon también es un ejemplo de marketplace. Aunque también funcione como e-commerce normal, cualquiera puede vender en su plataforma a cambio de una suculenta comisión para el señor Bezos.
* Servicios: un negocio de comercio electrónico no solo tiene que ser para vender artículos. Formación, consultorías, mentorías o cualquier intercambio de tiempo por dinero es una opción muy viable para empezar sin riesgo.

**Ventajas del comercio electrónico para las empresas (visa, 2014)**

* Expandir la base de clientes al entrar a un mercado más amplio
* Extender el horario de venta las 24 horas del día, los siete días de la semana, 365 días al año
* Crear una ventaja competitiva
* Reducir costos de producción, capital, administración, entre otros
* Mejorar la comunicación con los clientes y efectividad de campañas publicitarias

**Pasos para crear un e-commerce (Gamella, 2021)**

1. Tener una idea
2. Analizar la idea
3. Estrategia
4. Plan de acción

**Como impulsar el tráfico de un centro comercial (Treviño, 2016)**

**1. Planea estratégicamente**

Sobra decirlo, pero asegúrate primero que nada de establecer objetivos SMART. Es decir, que sean muy específicos (Specific), medibles (Measurable), logrables (Attainable), relevantes (Relevant) y circunscritos a un periodo de tiempo (Timely).

Generar una idea y desarrollar su estrategia de campaña será mucho más fácil y efectiva si desde el principio sabes qué estás tratando de lograr para impulsar el tráfico en un centro comercial.

Describir al detalle en tu documento estratégico el segmento de compradores al que estás enfocando las acciones promocionales, así como la síntesis de tu promesa de valor y todo lo que la respalda, no estorba.

**2. Ponte al día con la moda**

Si tu centro comercial es un fashion center, tiene mucho sentido buscar las últimas tendencias de la moda en tu marketing.

El sitio ‘fashionista.com’ siempre ofrece muy buenas síntesis de lo que se espera para cada temporada.

Checa pasarelas de modas, revistas y videos, “lookbooks” en internet, blogs y promociones de venta; todo lo que te sirva para identificar lo que viene en el mundo de la moda para promoverlo en tu comunicación y acercar a los “fashionistas” a tu plaza.

**3. Conéctate con la cultura de tus compradores**

Investiga la cultura popular para encontrar ideas que son relevantes para tus targets, y encuentra una buena manera de apoyarte con toda esa información en tu planeación.

**4. Conéctate por el lado social**

Desarrolla un programa con un propósito social con un ángulo comunitario que apoye una causa relevante para tus visitantes.

**5. Piensa más grande que nunca**

Muchos centros comerciales están buscando patrocinios y relaciones que les permitan crear promociones más grandes y espectaculares, con premios y ofertas sorprendentes.

**Economía digital**

consta de las actividades comerciales llevadas a cabo a través del uso de tecnologías de computación digital abarcando, de este modo, los productos y servicios producidos y comercializados en el ambiente virtual.

De hecho, la economía digital configura una sólida tendencia de mercado, una vez que las personas son cada vez más dependientes del ambiente online para subsanar sus demandas de consumo ya sea por comodidad o por una mejor gestión del tiempo.(sap concur, 2021)

**Objetivos (sap concur, 2021)**

* **Estimular la lealtad del cliente** teniendo en cuenta el entorno competitivo y la necesidad de tener experiencias cada vez más personalizadas;
* **Potencializar la innovación** mediante la creación de un vínculo más estrecho y significativo entre los colaboradores y sus empresas, así como a través de la comprensión del impacto de los nativos digitales en el futuro de la estructura laboral de las organizaciones;
* **Optimizar la utilización de los recursos** analizando cómo minimizar el uso de insumos manteniendo los niveles de calidad y de excelencia.

**Ventajas de la economía digital (sap concur, 2021)**

* **Análisis de datos más eficiente:** La adopción de las herramientas tecnológicas ha ocasionado un aumento expresivo en la calidad de la toma de decisiones, una vez que posibilita acceder rápidamente a los datos y a los indicadores más relevantes, así como permite elaborar reportes más eficientes y precisos, lo que conlleva a la optimización de dicho proceso.
* **Agilización de los negocios:** Los recursos utilizados en la economía digital posibilitan encontrar proveedores, contactar clientes y realizar reuniones bajo la dinámica online favoreciendo así, la comunicación en tiempo real y, por ende, facilitando la solución de problemas e inconsistencias en las prácticas comerciales.
* **Incremento de las oportunidades de desarrollo:** En virtud de la democratización del acceso y de la intensificación del uso de internet, es posible obtener un gran flujo de datos de los clientes y del mercado a través del medio virtual. Gracias a ese fácil acceso a la información, las empresas pueden identificar los problemas y las demandas de su público objetivo y posteriormente, buscar formas de atenderlas implementando las soluciones efectivas y con alto valor añadido.
* **Estímulo a la innovación:** La innovación y la inclinación al cambio caminan de la mano de la economía digital, una vez que la intensa aparición de nuevas herramientas demanda que las empresas se adapten a las novedades de forma rápida y a tenor de las necesidades del mercado.
* **Reducción de los costos:** En el ámbito virtual, es posible mitigar los costos relacionados con las campañas de marketing, pues la vinculación de acciones requiere un menor presupuesto por el hecho de no demandar impresión de materiales y permitir una efectiva segmentación de los grupos de interés.

**Características de la economía digital (Editorial grudemi, 2022)**

* Toda la información empleada se encuentra digitalmente, lo cual permite que pueda transferirse gran cantidad de información de manera inmediata.
* El conocimiento constituye su parte fundamental y mediante este funciona todo lo demás, dejando a un lado los recursos tradicionales.
* Permite vincular a comerciantes, proveedores y usuarios de manera más directa.
* Fomenta el desarrollo de nuevos productos y servicios, haciendo uso de la imaginación y creatividad.
* Impulsa la globalización económica, ya que permite que las empresas tengan acceso a los mercados en el extranjero.

**Componentes de la economía digital (Editorial grudemi, 2022)**

* **La infraestructura digital:** incluye hardware tal como: servidores, sistemas de transmisión, ordenadores, etc.
* **Las personas o usuarios:** quienes son los integrantes que hacen posible este tipo de economía.
* **Internet:** permite la venta y compra de bienes y servicios a través de la red.

**Co-working(Suarez R, 2013)**

Los espacios de coworking son oficinas compartidas en las que profesionales autónomos, teletrabajadores y empresarios se dan cita para trabajar, y donde los gestores del espacio intentan conectar y crear oportunidades profesionales y personales entre y para sus miembros. En su mayoría se trata de profesionales que no necesitan más que un portátil, un teléfono y una buena conexión a internet para poder realizar su trabajo: programadores, diseñadores, gestores de comunidades online, periodistas, comerciales, consultores.

El coworking es, en esencia, una evolución del trabajo colaborativo. El concepto nació en San Francisco en 2005 debido a los cambios en la economía. Como seres humanos, somos sociales; y nuestra economía es cada vez más social, con más contactos, con más interacciones. Gracias a la evolución de internet, somos más productivos que nunca. Una sola persona es capaz de efectuar el trabajo que antes realizaba una empresa.

**Características (Alcalde JC, 2019)**

* Existe un gestor del espacio que organiza la actividad del coworking, trata de ayudar a los coworkers, buscar oportunidades entre sus miembros y generar confianza.
* Dispone de zonas comunes donde estar con otros coworkers, reunirse, celebrar eventos y establecer sinergias entre emprendedores, a la vez que, cada uno tiene su propio espacio independiente con conexión a internet y mobiliario de oficina. Depende del tipo de coworking, puede ser que estén todos en una misma sala o en salas independientes.
* También funcionan como centro para realizar actividades empresariales ya que suelen organizarse eventos de networking empresarial y formación dentro de las propias instalaciones del coworking.

**Diferencias entre el co-working y otros sitios donde poder trabajar (Cosmea, 2022)**

La diferencia más importante entre el coworking y la clásica oficina o el centro de negocios es que en el primero existe la figura del gestor, una persona que trata de generar el clima adecuado para que surjan las dinámicas colaborativas. Esto se traduce en una gran oportunidad laboral, ya que cada profesional tiene unas capacidades distintas y una red de contactos propia.

Además, si comparas el coworking con trabajar en casa, podrás darte cuenta de sus numerosas ventajas:

* La concentración en casa suele ser muy difícil.
* El coworking ofrece la opción de separar la vida personal de la profesional.
* El único entorno colaborativo y de intercambio es el coworking. Si tienes dudas acerca de algún proyecto que quieras lanzar o en el que quieras invertir, siempre puedes pedir opinión al resto de coworkers.
* La sala de reuniones es perfecta para recibir a tus visitas.

**Tipos de co-working (Lorenzo, 2022)**

* **Hot Desk | Escritorio móvil**

Los hot desks o escritorios móviles son la opción más económica para trabajar en un coworking. Un escritorio móvil es un espacio justo para trabajar con un portátil. No pueden reservarse, por lo que el coworker ocupa el escritorio que se encuentre disponible. Ideal para aquellas personas que:

* Solo necesitan el espacio por unas horas a la semana.
* Viajan constantemente y buscan un espacio de calidad para trabajar en cada ciudad que visitan.
* Valoran la coexistencia con otros profesionales, ya que tendrá coworkers a los lados y al frente.
* **Dedicated Desk | Escritorio fijo**

Los dedicated desks o escritorios fijos sí pueden ser reservados por los profesionales, esto significa que solo él podrá utilizar el escritorio que le ha sido asignado. Aun cuando siguen estando en un espacio compartido, proporcionan al coworker la ventaja de establecerse, personalizar el espacio de trabajo a sus necesidades y guardar sus cosas.

* **Oficina abierta**

Emprendedores reunidos en una oficina abierta. Las oficinas abiertas son secciones reservadas dentro del edificio dirigidas a emprendedores con equipos y empresas.

Una oficina abierta suele consistir en un grupo o varios grupos de escritorios reservados para el uso exclusivo del equipo o la empresa que la contrate. Sin embargo, comparten un espacio diáfano con el resto de los compañeros del coworking.

* **Oficina privada**

oficinas privadas opción de espacio en un coworking. Las oficinas privadas, al igual que las abiertas, son secciones reservadas dentro del edificio. Ofrecen mayor formalidad y privacidad, pero sin perder la esencia del mundo colaborativo.

Estas oficinas están restringidas al resto de los miembros del coworking y, de hecho, solo puede accederse a ellas mediante llave o identificación.

**Fuentes bibliográficas**

* México, J. A. (2020, 16 enero). ¿Qué es una StartUp? JA México. https://www.jamexico.org.mx/post/startup
* Moschini, S. M. (2021, 17 diciembre). 5 tendencias para startups y unicornios durante 2022. El Economista. https://eleconomista.com.ar/negocios/5-tendencias-startups-unicornios-durante-2022-n48933
* hotmart. (2022, 19 abril). ¿Qué es un startup? Todo lo que necesitas saber sobre el tema. https://hotmart.com/es/blog/que-es-una-startup#t1
* Universidad de granada. (s. f.). Spin off: qué son y para qué sirven. Spin offs. https://spinoff.ugr.es/cms/menu/info-otri/spin-off-que-son-y-para-que-sirven/
* Gil, S. (2020a, enero 29). Spin-off. Economipedia. https://economipedia.com/definiciones/spin-off.html
* de Castilla-La Mancha, U. (s. f.). Spin-Off : Caracteristicas de las SpinOFF. Universidad de Castilla - La Mancha. https://www.uclm.es/empresas/emprende/spinoff/caracteristicasspinoff
* Secretaria de Economía. (2012, 21 abril). Secretaría de Economía - Emprendedores. Emprendedores. http://www.2006-2012.economia.gob.mx/mexico-emprende/empresas/emprendedor
* Sordo, A. I. S. (2021, 25 noviembre). ¿Qué es un emprendedor? Definición y características [+ infografía]. Hubspot. https://blog.hubspot.es/marketing/que-es-un-emprendedor
* Galán, J. S. (2022, 18 febrero). Emprendedor. Economipedia. https://economipedia.com/definiciones/emprendedor.html
* visa. (2014, 10 abril). Qué es e-commerce o comercio electrónico. https://www.visa.com.mx/dirija-su-negocio/pequenas-medianas-empresas/notas-y-recursos/tecnologia/que-es-ecommerce-o-comercio-electronico.html
* Gamella, N. (2021, 15 noviembre). Qué es un e-commerce: tipos de negocios y pasos para crearlo. Doofinder. https://www.doofinder.com/es/blog/que-es-e-commerce
* Treviño, A. T. G. (2016, 15 marzo). 8 ideas para impulsar el tráfico en un centro comercial. Treviño Creativo. https://www.trevinocreativo.com/single-post/2016/07/22/8-ideas-para-impulsar-el-tr%C3%A1fico-en-un-centro-comercial
* sap concur. (2021, 15 septiembre). Travel Booking LP. https://www.concur.com.mx/news-center/economia-digital-mx
* Editorial Grudemi. (2022, 26 abril). Economía digital. Enciclopedia Económica. https://enciclopediaeconomica.com/economia-digital/
* Suárez, R. (2013, 20 diciembre). Qué es el coworking: ventajas y desventajas. Diario Turing. https://www.eldiario.es/tecnologia/diario-turing/coworking-ventajas-desventajas\_1\_5113007.html
* Alcalde, J. C. (2019, 25 junio). Coworking. Economipedia. https://economipedia.com/definiciones/coworking.html
* Cosmea, B. C. (2020, 13 enero). ¿Qué es un coworking y por qué está de moda el cotrabajo? byAdrenaline Coworking. <https://byadrenaline.com/que-es-un-coworking/>
* Lorenzo, R. (2022, 3 marzo). Qué es Coworking | Definición de una tendencia que arrasa. Coworkingfy. https://coworkingfy.com/que-es-coworking/