



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE INGENIERÍA

Redacción y Exposición de Temas de Ingeniería



Hackathons

López Santibáñez Jiménez Luis Gerardo

Fecha de entrega: 23 de abril del 2016

Índice

¿Qué es un <i>hackathon</i> ?	3
Definición de <i>Hacker</i>	
<i>Hustler Hipster Hacker</i>	
Herramientas	4
<i>MVP</i>	
<i>Elevator pitch</i>	
<i>Startup</i>	5
Idea	6
<i>Pivot</i>	7
Equipo	
Modelo de negocios	8
Referencias	

¿Qué es un *hackathon*?

Un *hackathon* es descrito como: Un maratón de invenciones. Cualquier persona que tiene interés en la tecnología puede asistir a un *hackathon*, para aprender, construir y compartir sus creaciones a lo largo de un fin de semana, en un ambiente relajado, inclusivo y abierto a ideas. No tienes que ser un programador, ya que también se necesitan ideas, diseños y modelos de negocios.

¿Qué es un *hacker*?

1. Una persona que se regocija al **entender profundamente** los elementos internos de un sistema, en particular computadoras y redes de ellas.
2. Una persona que disfruta explorar los límites de lo posible por **curiosidad intelectual**.
3. Un individuo que disfruta el reto intelectual de **creativamente resolver problemas complejos [sic]**, eludir las limitaciones de los sistemas de información y extender sus capacidades. (Devf. 2016. *Hack-er.*)

Contrario a lo que se piensa popularmente, un *hacker* no es una persona que se dedica a la ciberdelincuencia, por el contrario, muchas veces ayuda a las personas a defenderse de ésta.

Hacker, Hipster, Hustler

Es la definición de un equipo ideal. Está conformado por, al menos, un programador, un diseñador y una persona de negocios.

Ya que, en un equipo de sólo programadores, es poco probable que pueda generarse un modelo de negocios claro y flexible o diseñar una interfaz amigable y llamativa. Así como un diseñador o una persona de negocios difícilmente podrá materializar su idea sin un programador. Por eso, es que un equipo conformado por estos perfiles, es el equipo soñado de un *hackathon*. Pueden estar seguros de que lo que sea que construyan, va a llamar la atención, porque hay diferentes perspectivas del producto, que son la clave para triunfar.

Herramientas en un *hackathon*

Producto mínimo viable o *Minimum Viable Product*

En el desarrollo de producto, el Producto Mínimo Viable, es un producto que tiene las características suficientes para ser validado y producir retroalimentación, para que su desarrollo pueda continuar.

[...] The minimum viable product is that version of a new product which allows a team to collect the maximum amount of validated learning about customers with the least effort. (Ries, Eric. 2009. *Minimum Viable Product: a guide*. párr. 3).

“[...] El producto mínimo viable, es la versión de un nuevo producto, que permite al equipo recolectar la máxima cantidad de conocimiento acerca de los clientes, con el menor esfuerzo” (Ries. 2009. *Minimum Viable Product: a guide*. párr. 3).

Usualmente, se lanza sólo a un grupo de personas, conocidos como *early adopters*¹, los suelen ser mucho más condescendientes a los errores y las funcionalidades incompletas. Y que, además, suelen proveer opiniones de producto, que sirven para mejorarlo.

Se trata de una herramienta super útil en *hackathons*, ya que la mayoría de las personas ahí —por no decir todos— son *early adopters*. Y no se espera más de un producto elaborado en cuarenta y ocho horas o menos.

Elevator pitch

También conocido como *elevator speech*, es un anglicismo que se utiliza para las presentaciones de proyectos ante potenciales clientes o inversionistas; Cobrando un

¹ *Early adopter*: Una persona que comienza a utilizar un producto o tecnología tan pronto como esté disponible.

especial interés en éstos, ya que se supone que buscan proyectos y emprendedores con ideas claras, concisas y sintéticas para tomar decisiones respecto a invertir o no.

La idea básica del *elevator pitch* es condensar un mensaje que llame la atención para, después, conseguir una junta o reunión con las personas interesadas.

Es también la forma más habitual de evaluar proyectos en un *hackathon*, por la flexibilidad que brinda para evaluar a muchos equipos en un periodo reducido de tiempo. Consecuencia de esto, cada *elevator pitch*, —en un *hackathon*— dura aproximadamente de tres a cinco minutos y se debe de incluir además: una demostración del producto y la oportunidad de realizar una ronda de preguntas y respuestas con los jueces y/o inversionistas.

Startup

“Una *startup* podría definirse como una empresa de nueva creación que presenta unas grandes posibilidades de crecimiento y, en ocasiones, un modelo de negocio escalable.” (Novoa. 2013. *¿Qué es una startup?*. párr. 2.).

Usualmente, se llama *startups* a las compañías en crecimiento cuyo giro principal depende del internet y de las tecnologías de la información y presentan posibilidades de crecimiento muy altas; pero, también, de fuertes cantidades de inversión.

Algunos ejemplos de empresas que comenzaron siendo *startups* son Google, Facebook, Twitter y Uber.

Tanto Google, Facebook y Twitter requirieron de una plataforma bien cuidada, amigable, eficaz, pero gratis. Hasta conseguir un número suficiente de usuarios—un par de millones— y poner en marcha sus modelos de negocios, que se enfocaron en publicidad. Pero estamos hablando de años de crecimiento sin generar ganancias, y esto requiere de mucho dinero.

Idea

Unfortunately, ideas are cheap. Ideas are easy. Ideas come to everyone, a dozen times a day. And at their core, no matter how good any one of those ideas is, it's not worth a dime.(Westenberg. 2016. *Your Billion Dollar Idea Ain't Worth A Dime*. párr.4)

“Desafortunadamente, las ideas son baratas. Las ideas son fáciles. Las ideas se le ocurren a cualquier persona docenas de veces al día. Y en su núcleo, no importa que tan buenas son esas ideas. No valen ni un centavo” (Westenberg. 2016. *Your Billion Dollar Idea Ain't Worth A Dime*. párr. 4)

Las mejores ideas, realmente, son ideas viejas bien ejecutadas, por ejemplo: Google —en sus inicios— no hizo nada innovador, un motor de búsquedas en 1996 no era algo nuevo, Yahoo —desde 1992— tenía un buscador, sin mencionar las demás alternativas que existían; pero Google supo ejecutar bien, utilizó un sistema de *rankeo* para las páginas. Media la confiabilidad, autoridad y calidad de las páginas que iba a mostrar, basándose en los usuarios que accedían a éstas. Esto la hizo diferente y mejor que la competencia; y esto lo convirtió en el buscador más popular del mundo.

Facebook no es más que una versión optimizada de MySpace. Snapchat es sólo un sistema de mensajería con fotos que se borran con un contador.

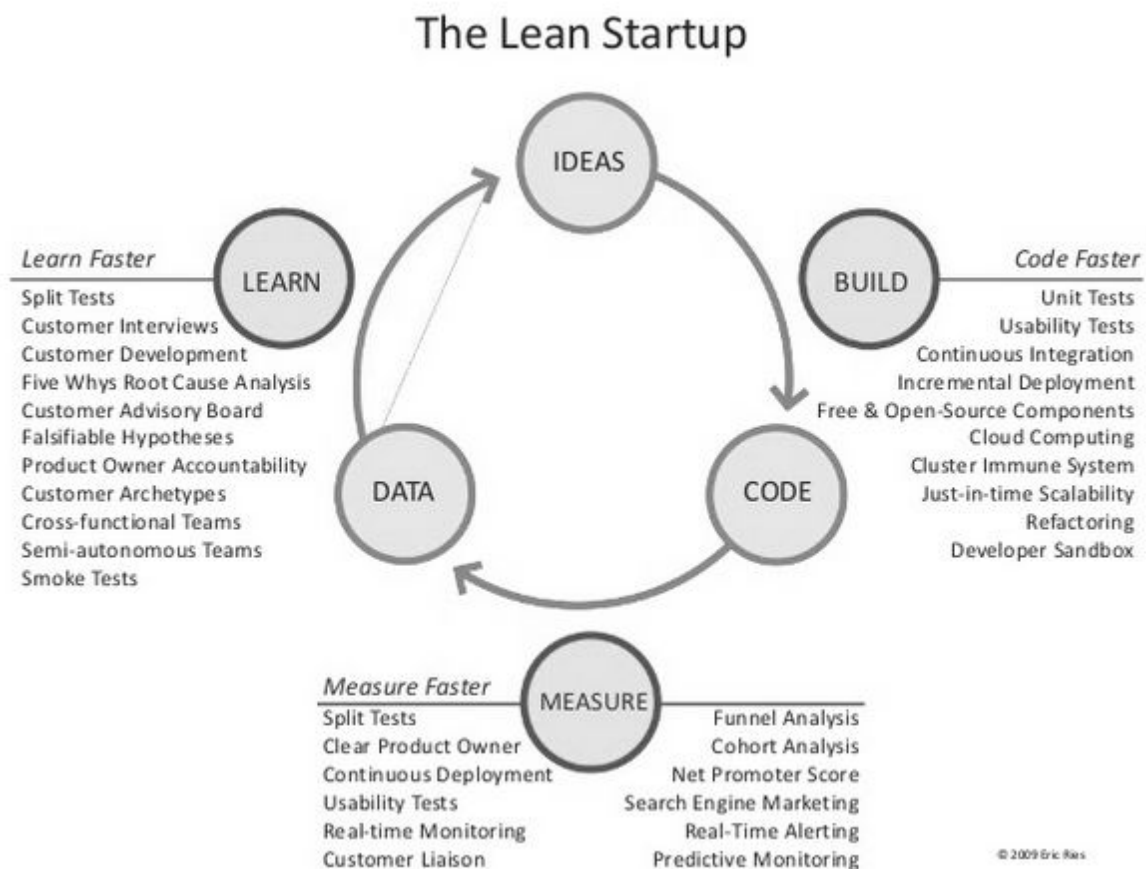
No son ideas complicadas que no se le ocurren a nadie, pero tienen la calidad, el *timing* y el equipo para llevarlas al éxito.

El *timing* es algo muy importante, la sociedad no está lista para llevar a cabo todas las ideas. Snapchat habría sido un fracaso sin el auge de Facebook. Facebook volvió público todo, tus familiares podían ver todo lo que publicaras, esto generó una necesidad de privacidad, que Snapchat explotó con un borrado automático de información.

Por lo que no sólo se trata de tener buenas ideas, un buen equipo y el dinero. Debe tenerse una visión amplia de mercado y hacia dónde va.

Pivot

Al hacer *pivot* de tu *startup*, no estás abandonando tu idea o visión, sino, adaptándola al contexto. Se refiere a escuchar a tus clientes y desarrollar productos que ellos te están pidiendo.



Equipo

En una *startup* es muy importante que exista “química” entre los integrantes ya que, prácticamente, serán una familia durante el desarrollo de su producto y tendrán que soportarse durante noches sin dormir e incluso pasar hambre y frío si es que salen del país o de sus residencias para vender su producto, asistir a reuniones o eventos.

Modelos de negocios

Existen dos principales modelos de negocios B2B (Business-to-business) y B2C (Business-to-customers). B2B se enfoca en vender productos o servicios a empresas, mientras B2C a clientes.

Las empresas pueden utilizar ambos modelos de negocios conforme evolucionan, por ejemplo, Uber comenzó siendo B2C, ofrecía sólo viajes a personas, pero al diversificarse comenzó a ofrecer planes para empresas.

Referencias

Devf. (2016). *Hack·er*. Recuperado de <http://devf.mx/> el 11 de mayo del 2016

Ries, E. (2009). *Minimum Viable Product: a guide*. Recuperado de: <http://www.startuplessonslearned.com/2009/08/minimum-viable-product-guide.html> el 11 de mayo del 2016

Novoa, J. (2013). *¿Qué es una startup?* Recuperado de <http://www.elblogsalmon.com/conceptos-de-economia/que-es-una-startup> el 11 de mayo del 2016

Westenberg, J. (2016). *Your Billion Dollar Idea Ain't Worth A Dime*. Recuperado de <https://medium.com/life-learning/your-billion-dollar-idea-ain-t-worth-a-dime-6dc2bfb49d2f#.9zgt5ycux> el 11 de mayo del 2016