



EDUCACIÓN **CON**
RESPONSABILIDAD
SOCIAL

UNIVERSIDAD DE COLIMA



Facultad de Telemática
Ingeniería en Tecnología de Internet

MediaLab

Lectura 1

Jose Alejandro Tenorio Ceberra

Colima, Colima

24 de Agosto del 2023

Economía del comportamiento.

think-tank (centros de pensamiento).

Instituto Mexicano de la Economía del Comportamiento (IMEC).

La innovación no se trata únicamente de diseñar nuevos productos, sino de cambiar comportamientos individuales y colectivos. Principios de la psicología, la sociología, la antropología y las ciencias jurídicas al estudio del comportamiento humano y de las interacciones sociales que ocurren dentro de un marco normativo y económico, para entender no solo lo que la gente hace, sino por qué lo hace.

Startups.

“Una organización temporal en busca de un modelo de negocio rentable, repetible y escalable”;

Startup como organización temporal o estado de “puesta en marcha de procesos de innovación en la empresa”.

Teoremas sobre el conocimiento, el aprendizaje, el modelo de negocio, desarrollo de clientes y propuesta de valor; así como el arquetipo del cliente, los tipos de mercados y canales de distribución, las relaciones con los clientes en entornos tecnológicos, el modelo de ingresos, las asociaciones estratégicas, los recursos, actividades y costos en entornos inestables.

El Método Lean Startup vincula aprendizaje empresarial e innovación con el método para crear negocios recurrentes, rentables y escalables, minimizando su probabilidad de fracaso. Su teoría gira en torno al valor del emprendimiento como un sistema de diseño de productos perfectos que cambien el entorno, entendiendo la startup como “una institución humana diseñada para crear un nuevo producto o servicio bajo condiciones de incertidumbre extrema”; e implementando la gestión con métodos y estándares utilizados por empresas consolidadas.

Generación de Modelos de Negocio Su teoría central consiste en añadir al Método Lean Startup el análisis de clientes, así mismo, la propuesta de valor se hace desde el pain statement (problemática o necesidad que pretende resolver la iniciativa de negocio).

Las fuentes de ingresos, representadas en los modelos de crowdfunding (con los fondos de capital de riesgo en la inversión) y fundraising para las startups con el modelo “Filantrepreneur” (emprendimiento filantrópico).

Así mismo, aporta al Lean una mirada en las actividades y alianzas clave de la empresa, que permitan ejecutar el modelo de negocio con garantías que

complementen las capacidades y optimicen la propuesta de valor, incluyendo la de los stockholders o accionistas y la de los shareholders o propietarios legales de una o más acciones del capital social de la compañía.

El modelo de desarrollo de productos de la startup promedio es tipo “cascada”: i) requerimientos, ii) diseño, iii) ejecución, iv) verificación, y v) mantenimiento y evaluación.

Spin-off

Se refiere a un proyecto nacido como extensión de otro anterior, una empresa nacida a partir de otra mediante la separación de una división subsidiaria o un departamento de la empresa para convertirse en una empresa por sí misma.

- **Spin-off empresarial:** Cuando procede de otra empresa previa preexistente, incluyendo a la institución pública. Históricamente, ha sido mayoritaria la empresarial y la más relevante, conocida y apoyada por el sector público.
- **Spin-off académica:** Cuando procede o nace del seno de un centro de investigación universitario, de instituto de investigación, observatorio o think-tank. Modelo más novedoso, reciente y escaso.
- **Spin-off intra-universitaria:** Por los grupos de investigación o por las áreas estratégicas de la universidad, en las cuales la institución invierte y gestiona en un 100% la labor de la nueva empresa.
- **Alianza (spin-off en asociación):** Personas naturales o jurídicas internas y/o externas, tales como emprendedores, empresas estratégicas, empleados, ángeles inversionistas o áreas UEN (Unidad Estratégica de Negocio) de la Universidad, con las cuales se negocia la participación de cada una en la nueva empresa conformada.

El artículo "Startup y Spin-off: definiciones, diferencias y potencialidades en el marco de la economía del comportamiento" de Dora María Montoya Pineda nos presenta una visión general sobre las empresas emergentes y el proceso de surgimiento de una empresa de otra preexistente. La autora nos introduce al concepto de la "economía del comportamiento", una propuesta distinta de estudiar los fenómenos económicos que toma en cuenta la influencia de factores psicológicos y sociales en las decisiones de los agentes económicos. En el artículo, se explica que una startup normalmente inicia el desarrollo de su producto empezando a trabajar y dejando de hablar, y cada departamento o colaborador se va a su rincón a pensar, porque la empresa comienza a especializarse por funciones. Marketing afina el tamaño del mercado definido en el plan de negocio y comienza a apuntar a los clientes seleccionados en primer lugar. En una startup bien organizada (una con inclinación hacia los procesos) el equipo de marketing puede incluso ejecutar uno o dos grupos

de discusión sobre el mercado en el que piensan que están y trabajan unidos con los jefes de producto en un documento de requerimientos del mercado o DRM (Market Requirements Document, MRD) para ingeniería, que especifica las características y funcionalidades finales del producto. Además, se presenta un caso de estudio sobre una spin-off llamada "Conocer", que surgió de un grupo de investigación de la Universidad de Antioquia y ofrece servicios para el sector eléctrico. Su espíritu investigador los llevó directamente a la innovación, con el planteamiento de lograr una relación directa entre los investigadores y el medio, de tal manera que pudieran traer a la Universidad las necesidades del medio para devolver soluciones. En resumen, el artículo nos brinda una valiosa información sobre las empresas emergentes y el proceso de surgimiento de una empresa de otra preexistente, y nos introduce al concepto de la "economía del comportamiento".

La economía del comportamiento, como ciencia experimental, se encarga de incorporar principios de la psicología, la sociología, la antropología y las ciencias jurídicas al estudio del comportamiento humano y de las interacciones sociales que ocurren dentro de un marco normativo y económico; esta ciencia permite entender no solo lo que la gente hace, sino por qué lo hace; los estudios que produce dan cuenta de la manera como la gente toma decisiones, lo que permite tomar un enfoque diferente al momento de diseñar productos, servicios y políticas públicas, alineando el diseño con la forma en que realmente cómo se comportan los individuos.

El artículo comienza presentando una introducción sobre el contexto actual de la economía y la importancia de las empresas emergentes en el desarrollo económico. Luego, la autora nos introduce al concepto de la "economía del comportamiento", una propuesta distinta de estudiar los fenómenos económicos que toma en cuenta la influencia de factores psicológicos y sociales en las decisiones de los agentes económicos.

A continuación, se explica la diferencia entre una startup y una spin-off, y se presentan las definiciones conceptuales y teóricas de ambos términos. La autora destaca que una startup normalmente inicia el desarrollo de su producto empezando a trabajar y dejando de hablar, y cada departamento o colaborador se va a su rincón a pensar, porque la empresa comienza a especializarse por funciones. Marketing afina el tamaño del mercado definido en el plan de negocio y comienza a apuntar a los clientes seleccionados en primer lugar. En una startup bien organizada (una con inclinación hacia los procesos) el equipo de marketing puede incluso ejecutar uno o dos grupos de discusión sobre el mercado en el que piensan que están y trabajan unidos con los jefes de producto en un documento de requerimientos del mercado o DRM (Market Requirements Document, MRD) para ingeniería, que especifica las características y funcionalidades finales del producto.

Además, se presenta un caso de estudio sobre una spin-off llamada "¡Conocer", que surgió de un grupo de investigación de la Universidad de Antioquia y ofrece servicios para el sector eléctrico. Su espíritu investigador los llevó directamente a la innovación, con el planteamiento de lograr una relación directa entre los investigadores y el medio, de tal manera que pudieran traer a la Universidad las necesidades del medio para devolver soluciones.

A nivel internacional, el Programa de Desarrollo Emprendedor (Prodem) describe el entorno emprendedor como un ecosistema compuesto por diversos actores. En este tipo de ecosistemas las universidades desempeñan un papel primordial en la capacitación a través de cursos y programas de emprendimiento, como en la facilidad de vinculación con posibles emprendedores mediante incubadoras, centros de emprendedores y startups, así como mediante la creación de nuevas empresas derivadas (Spin Offs).

Las instituciones de investigación y desarrollo (I + D) son partes claves de estos ecosistemas ya que ellos generan y transfieren conocimientos innovadores que puedan impulsar el emprendimiento. Las entidades empresariales desempeñan un papel al fomentar redes de negocios y proporcionar orientación y apoyo a través de mentoring empresarial.

El Banco Mundial también hace hincapié en que los emprendedores locales puedan prosperar en economías que cuentan con una regulación empresarial tanto la eficiencia como la calidad. El banco mundial señala en su informe del emprendimiento en América Latina 2014 "la existencia de muchas empresas y pocas innovación". La región muestra una alta tasa de actividad emprendedora, pero una débil expansión en términos de crecimiento económico.

Los conceptos fundamentales de las startups han evolucionado significativamente desde su origen en la década de 1950 en Silicon Valley, cuando se refirió por primera vez a empresas jóvenes que lograban éxito en el mercado a pesar de recursos limitados, impulsadas por inversionistas o adquiridas por empresas consolidadas. La primera startup reconocida fue Fairchild Semiconductor, fundada por ingenieros que dejaron Shockley Labs en 1957. Aunque las startups pueden abarcar diversos sectores, su enfoque suele ser tecnológico, empleando conocimiento científico o relacionado con Internet y TIC.

La definición precisa proviene de Steve Blank y Bob Dorf (2013): "una entidad temporal buscando un modelo de negocio rentable, repetible y escalable". Las startups buscan validar su modelo de negocio, tecnología y viabilidad económica. También se destacan por ser escalables, logrando ingresos crecientes frente a costos fijos y variables.

Estos conceptos se consideran como una perspectiva más amplia que el enfoque funcionalista, y se enfatiza en la importancia de considerar las particularidades locales y culturales en el desarrollo de la investigación teórica en el ámbito de las startups. Investigaciones previas relacionadas con la innovación y la tercera ola de Internet contribuyen a la definición y comprensión de las startups.

Los referentes conceptuales de la startup presentan un grado alto de transformación y progreso desde que el término fue acuñado en los años 50 del siglo pasado, en Silicon Valley, y entonces fuera definida como aquella sociedad que pese a su juventud y a la falta de recursos para su desarrollo, consigue obtener resultados en el mercado y pasar a un siguiente nivel estructural al ser impulsada por ángeles inversionistas o absorbida por empresas ya consolidadas. La historia casi oficial informa que fue en 1957 que se empezó a hablar de startup, cuando ocho ingenieros dejaron su trabajo en la empresa californiana Shockley Labs y encontraron financiación para su nuevo proyecto, desertando de su organización y fundando la primera startup: Fairchild Semiconductor.

En general, se definen con base en su desempeño (es decir, en función de su potencial de crecimiento) o con base en su orientación innovadora y contenido tecnológico. En general, estos emprendimientos son innovadores y tienden a proveer soluciones a problemas emergentes o a crear nuevas demandas mediante el desarrollo de nuevas formas de negocios.