

Ciclo de vida de una Startup

Ciclo de vida de una Startup	1
¿Qué aprenderás?	2
Introducción	2
Ciclo de Vida	3
Etapa 0: Inception Stage o Preliminar	3
Etapa 1: Seed Stage o Fase Inicial	4
Etapa 2: Early Stage o Fase Temprana	5
Etapa 3: Growth Stage o Fase de crecimiento	6
Etapa 4: Expansion Stage o Fase de expansión	7
Etapa 5: Exit o Fase de venta	8
El valle de la muerte	9
Ejercicio: Actividad Grupal	10



¡Comencemos!

¿Qué aprenderás?

- Identificar el ciclo de vida de una startup a fin de conocer sus características y oportunidades.
- Distinguir el valle de la muerte en el ciclo de una startup conociendo las opciones para salir de él.

Introducción

Es normal que cuando planificamos un viaje, tratamos de conocer el lugar de destino, y por supuesto todas las etapas previas para tener un viaje placentero de inicio a fin. No debería ser diferente con la experiencia del desarrollo de un producto digital sobre todo si queremos que este sea una startup exitosa.

El ciclo de vida de una startup tiene diferentes etapas con características muy definidas y que nos ayudan a conocer el terreno donde estamos explorando. También es importante conocer los riesgos que se presentan como el Valle de la Muerte y qué es lo que podemos hacer para salir de él.

Te invitamos a conocer esta nueva ruta en tu viaje hacia el desarrollo de productos digitales a fin de que tengas claridad de cada paso que enfrentarás.

¡Vamos con todo!



Ciclo de Vida

A continuación daremos una breve descripción de las etapas por las que típicamente pasa una startup hasta conseguir ser un negocio exitoso. Entender este ciclo de vida, sobretodo entender por qué las startups fracasan, nos ayudará a ser conscientes de dónde estamos con nuestra startup y poder tomar mejores decisiones que nos lleven a cruzar con éxito el valle de la muerte y logremos el éxito económico.

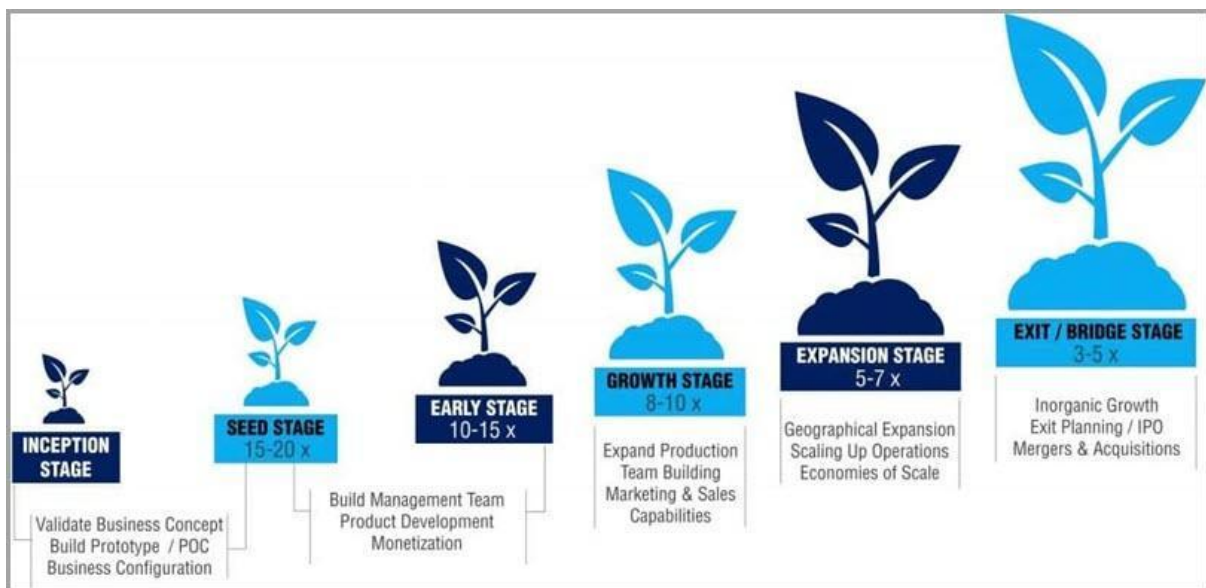


Imagen 1. Pasos para iniciar una Startup

Fuente: <https://www.jeffbullas.com/startup-funding/>

Etapa 0: Inception Stage o Preliminar

Esta etapa a veces no se considera como tal, sin embargo, es importante considerar un espacio preliminar para la ideación de la propuesta de negocio y la estructura que necesitará la startup.

En esta etapa es importante convencer a las personas clave de que tenemos una buena idea, especialmente a aquellas que participarán como colaboradores y los inversionistas. Deberíamos formar el equipo inicial que trabajará en la iniciativa, incluyendo los fundadores y los roles que asumirán (generalmente directivos).

En algunas ocasiones en esta etapa se pueden conseguir algunos financiamientos, del tipo FFF principalmente: Friends, Family and Fools (Amigos, Familia y "Tontos").

Aquí le contaremos a nuestros amigos, familiares y contactos cercanos de trabajo sobre nuestra idea y sacaremos cuentas de cuánto capital necesitaremos para empezar en caso que exista la posibilidad de que ellos nos aporten económicamente.

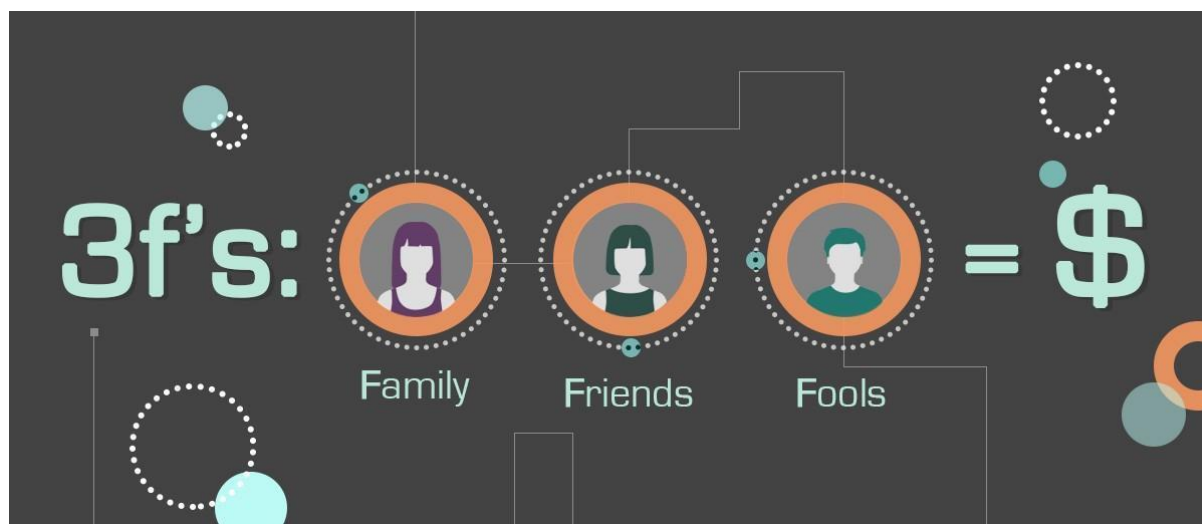


Imagen 2. Friends, Family and Fools

Fuente: bluewaterangels.com

También es posible en esta etapa tomar contacto con Aceleradoras o Incubadoras, las cuales pueden aportar mucho con retroalimentación basada en la experiencia.

Etapa 1: Seed Stage o Fase Inicial

Esta etapa es clave, dado que se desarrolla más la idea y se valida el modelo de negocio. En este momento es posible aplicar metodologías, como Lean Startup. Es clave desarrollar aquí un producto mínimo viable (MVP) a fin de testear con usuarios reales. Como resultado de esta etapa es necesario tener la validación del público objetivo (clientes). Habrá muchas iteraciones, donde lo importante es el aprendizaje y la evolución del producto o servicio. Con la información obtenida en cada iteración, es posible el crecimiento del producto o servicio, para así comenzar a buscar financiamiento o inversión en organismos formales.

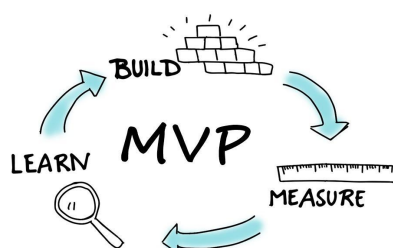


Imagen 3. MVP - Lean Startup.

Fuente: <https://greenice.net/type-mvp-right-startup/>

En esta etapa desarrollaremos un primer prototipo como MVP y trabajaremos en iteraciones con el equipo y constantes testeos, buscando una solución atractiva, funcional y al alcance del público objetivo.

Etapa 2: Early Stage o Fase Temprana

Esta etapa ocurre cuando ya existe un MVP disponible en el mercado y comenzamos a tener los primeros clientes o usuarios, como también información relevante acerca de las métricas asociadas al comportamiento de nuestro producto o servicio. Comienzan las iteraciones relevantes para mejorar o corregir funcionalidades. Aquí se validan aquellas funcionalidades más relevantes para nuestro segmento objetivo y vamos viendo los primeros acuerdos comerciales que se podrían concretar a futuro. Se robustecen las opciones de financiamiento, con inversiones importantes. En esta etapa se comienza a definir la estrategia de crecimiento, asociadas al equipo, captación de clientes, ventas, entre otros.

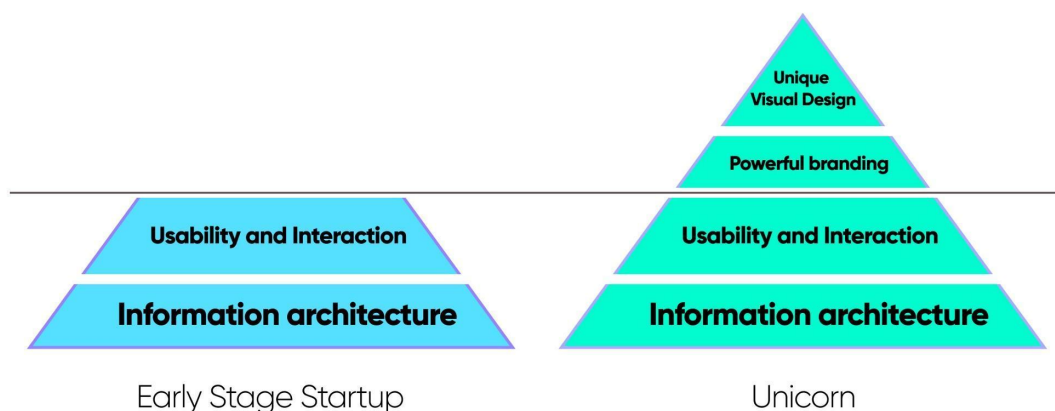


Imagen 4. Early Stage
Fuente: uxplanet.org

Etapa 3: Growth Stage o Fase de crecimiento

En esta etapa la startup ya tiene su producto o servicio con su product-market fit, clientes recurrentes, métricas positivas, estrategia de crecimiento y captación definida. Comienza a evolucionar su producto o servicio para mantenerse vigente. Es posible que se contrate más personal dado el crecimiento. El flujo de caja cobra relevancia para garantizar el éxito de la startup.

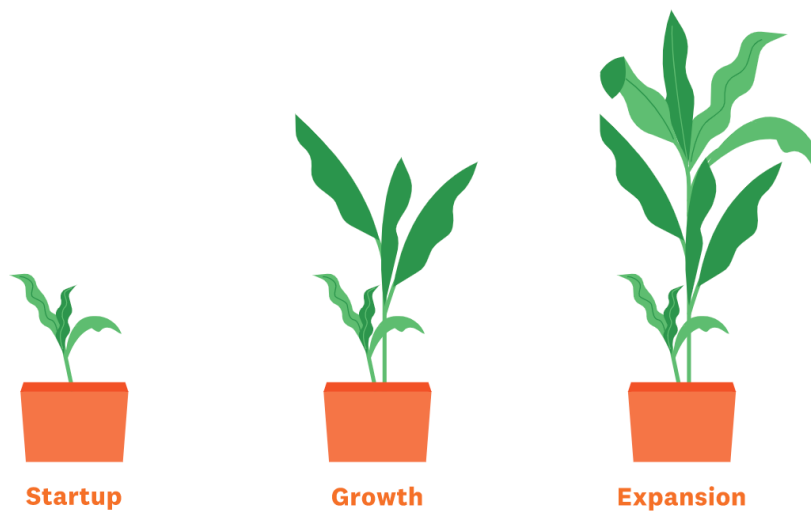


Imagen 5. Growth Stage
Fuente: www.xero.com

Etapa 4: Expansion Stage o Fase de expansión

Esta etapa ocurre cuando el producto o servicio ya está consolidado en el mercado local y llega el momento de ampliar la cobertura, la cual puede ser nuevos lugares o nuevos segmentos de clientes. Es una etapa riesgosa, dado que la decisión del lugar o clientes puede impactar en el futuro éxito de la startup. Aquí el financiamiento es muy relevante y significativo, por lo que se suele recurrir a fondos más importantes o a alianzas con grandes empresas.

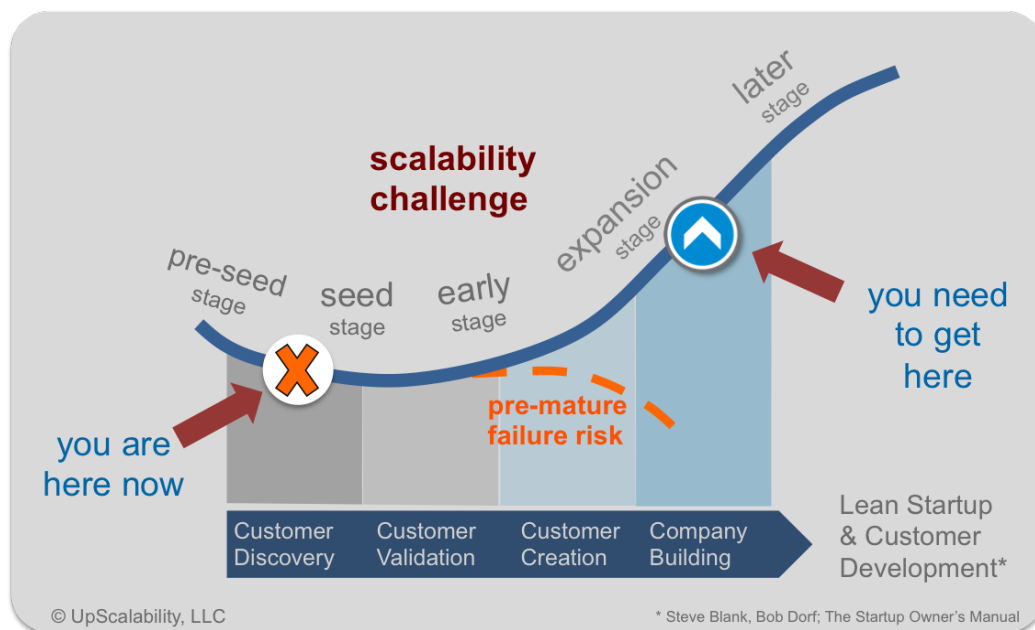


Imagen 6. Expansion Stage

Fuente: UpScalability.

En simple, 4 focos: Producto o Servicio consolidado, Expansión internacional, Financiamiento significativo, Acuerdos con grandes empresas.

Etapa 5: Exit o Fase de venta

Este último paso no es obligatorio, sino voluntario. Consiste en vender la startup y esto puede ser en diferentes modalidades: venta de acciones de los fundadores a un tercero o a través de una oferta pública de acciones, entrando así a la bolsa de valores. Si no se desea realizar el exit, la startup podría convertirse en una empresa de alto valor y perdurable en el tiempo.

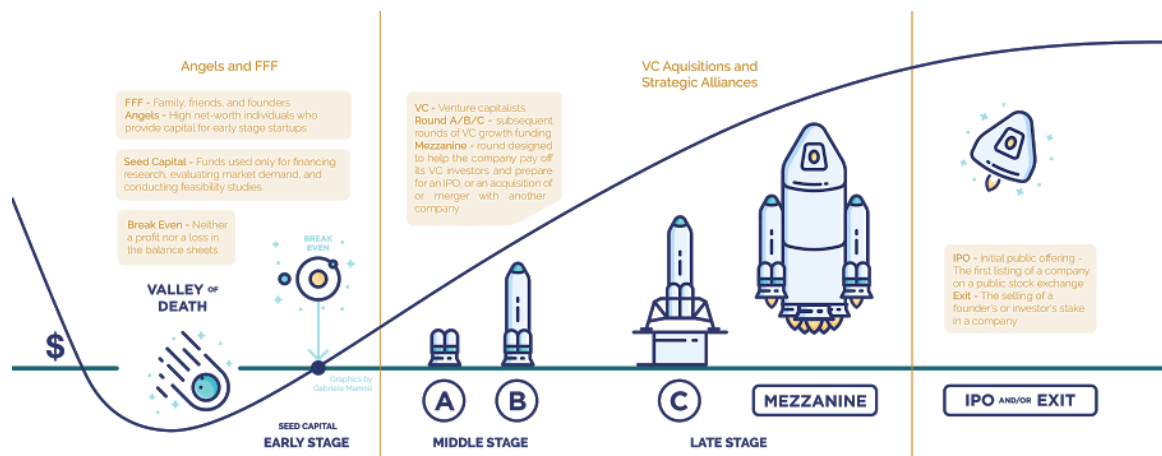


Imagen 7. Exit Stage
Fuente: astropreneurs.space, 2017.

El valle de la muerte

Es la etapa que va desde que inicia el proyecto y se comienzan a realizar gastos, hasta que eventualmente la empresa esté en equilibrio económico, es decir, que los ingresos sean, al menos, iguales que los gastos.

Podemos representar el valle en este diagrama (INGRESOS - GASTOS) versus TIEMPO:

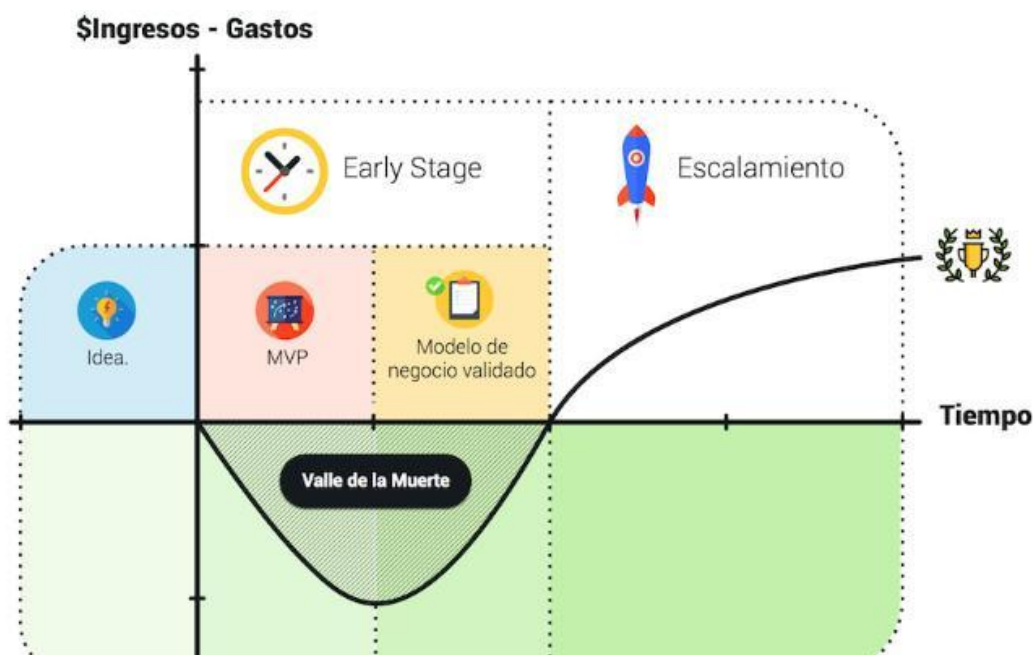


Imagen 8. Valle de la Muerte.

Fuente: [Modelo general de financiamiento en LinkedIn](#)

Otra forma de definirlo, es el período de tiempo que comprende desde que una startup recibe su financiación inicial hasta que logra obtener ingresos por sí misma.

A la diferencia de Ingresos y Gastos se le denomina **utilidad operacional**. Notemos cómo varía en el tiempo desde el inicio hasta que ingresos y gastos se igualan. A ese punto se le denomina **punto de equilibrio**.

El emprendedor paralelo y consultor de estrategia digital Roberto Musso, en su libro "El valle de la Muerte" nos cuenta que la realidad del valle de la muerte es más terrible de lo que se ve en la imagen 12 y que "Para superar el valle de la muerte una startup debe haber elegido muy bien su espacio y mantener intrínseca su capacidad para modificarse, cambiar su modelo de negocio en base al aprendizaje que va logrando. Cuando una empresa tiene escrita una inflexibilidad, no logra superar el valle".

Ejercicio: Actividad Grupal

Hay un dicho que dice “De los errores se aprende” y esto toma sentido en la experiencia de crear startups. Tan importante es aprender de la experiencia de estos resultados adversos que existe un sitio llamado “Startup Cemetery” <https://www.failory.com/cemetery> que presenta múltiples casos de startups que han fracasado. Acceda al sitio, escoja un caso y discuta:

1. ¿Por qué cree que fallaron?
2. ¿En qué etapa del ciclo de vida lo hicieron?
3. ¿Qué pudo haberse hecho diferente para evitar el fracaso?