## Economía y Emprendedorismo

Ingeniería en Computación - UNLP

CLASE I- ECONOMIA DEL CONOCIMIENTO. CARACTERIZACIÓN DEL SECTOR TICS

PROF.: FEDERICO WALAS MATEO,

### Algunas características de la Materia

- Materia de características disruptivas con respecto a otras de la carrera
- Enfoque en Economía de la Innovación y Desarrollo de Competencias Emprendedoras
- Aprender sobre el valor del conocimiento que genera un ingeniero y como llevarlo al medio.
- Aprender entre todos.

## Mecánica de Trabajo

- Alumnos en el centro de la escena, Profesor como facilitador.
- Participar, y exponer ideas. Formato de Taller.
- Utilizar las buenas prácticas comunicativas
  - o <u>Escuchar</u> a los demás (conversaciones paralelas)
  - O Pensar en el valor de las ideas de los demás
- Aprender entre todos
- Preguntar todo lo que no se entiende
- Aplicación de mecánica de flipped classroom
- Teléfonos: apagados o en "reunión"

### Alguna Bibliografía Recomendada para empezar a leer

- De cero a uno: cómo inventar el futuro. Thiel, Peter. Gestión 2000, 2015.
- La Red de Todo. A. Vashov
- El estado emprendedor Mariana Mazzucato

#### Características de la economía del conocimiento

- La aplicación de conocimiento a través de la tecnología juega un papel central e impacta en distintos sectores de la economía. <u>Ley de Moore</u>
- El conocimiento en sus distintas formas es un elemento central para el desarrollo económico y social de cualquier región. -Stock de Conocimiento-.
- En la nueva economía, la empresa y la tecnología no están aisladas, si no inseparablemente vinculadas, fortaleciéndose y orientándose mutuamente

### Ley de Moore

- A mediados de los 60's y luego de la invención del circuito integrado uno de los fundadores de Intel Gordon Moore, propuso la siguiente ley empírica:
- "El número de transistores por procesador se duplica cada 18 meses".
- Por ejemplo, el número de transistores de un chip Intel X86 chip, el más común usado por una PC pasa de 29 mil en 1978 a 7.5 millones en 1997.
- Moore actualizó su predicción en 1975 y señaló que el número de transistores en un chip se duplica cada dos años y esto se sigue cumpliendo hoy.
- la Ley de Moore sugiere también una disminución de los costos. A medida que los componentes y los ingredientes de las plataformas con base de silicio crecen en desempeño se vuelven exponencialmente más económicos de producir.

#### volver

# Características de la economía del conocimiento II

- Mayor especialización y necesidad de trabajo multidisciplinario, o en redes.
- Productos cada vez mas diferenciados según cada tipo de clientes (segmentos). Mayor intangibilidad.
- Mayor valor agregado a través del servicio.
- Aceleración de la Innovación, a su vez aparecen grandes oportunidades de la mano de la tecnología (celulares, televisión digital, nano tecnología, biotecnología, entre otras)

### Regiones de alto valor agregado

- El principal desafío planteado por la economía de la Sociedad del Conocimiento, es el de estructurar un proceso de desarrollo que genere <u>capital social</u>.
- Esto es promocionar la inserción competitiva regional en una economía globalizada y basada en el conocimiento,
- Debe facilitarse la generación de trabajo, y por ende riqueza y una alta calidad de vida para toda la población.
- La tecnología a favor del mejoramiento de la Calidad de Vida en la Región.
- Importancia del Sistema Local de Innovación.

## Capital Social

• Conjunto de normas, valores y relaciones informales de cooperación y confianza entre los actores que ayudan a reducir los costos de transacción.

Volver

### **Ejemplos**

- Creación de nuevas empresas que dinamizan el tejido productivo. Caso FRONTEC, TESLA, EMPRESAS DEL POLO IT LA PLATA, ect
- Aumento de la competitividad en industrias tradicionales por la incorporación de herramientas TICs.
  - En los procesos a partir de incorporar tecnología de información para la Gestión de la Cadena de Suministros (RFID, ERP, Tec. Móvil, ect). Modelo Industria 4.0/5.0
  - En los productos aplicando por ejemplo Mecatrónica en maquinaria agrícola. Agricultura de Precisión

# Los elementos del contexto en la economía del conocimiento

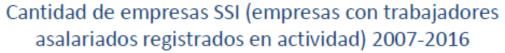
- Mercado
- Instituciones de I+D +i
- Instituciones de Ciencia y Tecnología
- Visión sistémica del contexto
- Incertidumbre,
- Innovación
- Aparecen fallas de mercado permanentemente

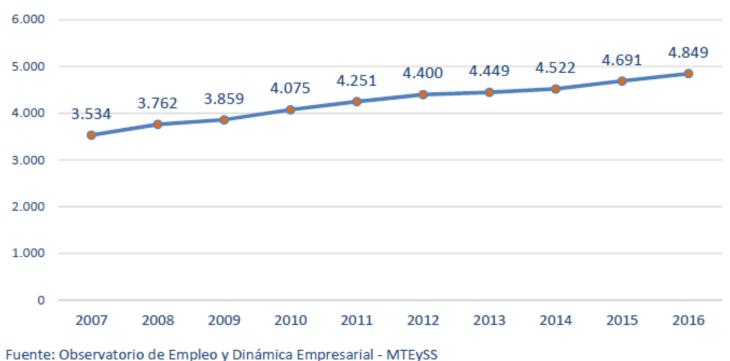
## PyMEs de Tecnología Informatica

### Algunos datos del sector local

- Ley de promoción del software desde el 2004 y actualmente Ley de la Economía del Conocimiento.
- Crecimiento sostenido desde el 2002, a una tasa promedio del 20%
- Deficit de Recursos Humanos formados en las disciplinas del sector. tiene menos del 0,3% de su población económicamente activa trabajando en este sector, y solo el 4% de sus estudiantes universitarios en carreras afines,
- Existencia de un ecosistema de innovación Federal, con Universidades, Clusters y Polos Tecnológicos, y empresas dinámicas.
- Empresas Globales de origen local como Auth0, Globant, BITGENIA, FRONTEC, Mercado Libre, entre otras

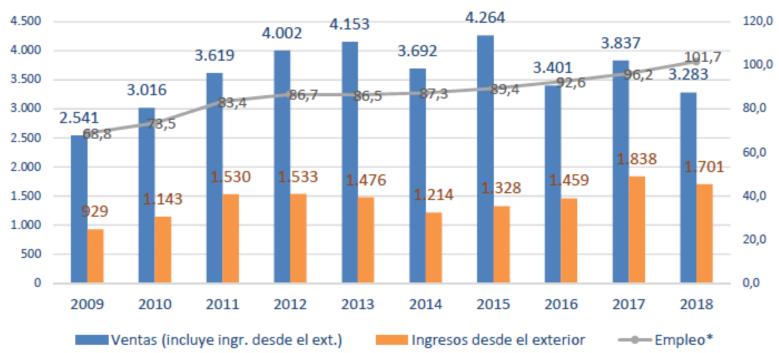
### Evolución de cantidad de empresas





### Exportaciones y empleo

Evolución anual de ventas totales (en millones de USD), ingresos desde el exterior (en millones de USD) y empleo (en miles de empleados registrados) del sector de Software y Servicios Informáticos - 2009-2018



<sup>\*</sup> Empleo 2018 al 3er. trimestre.

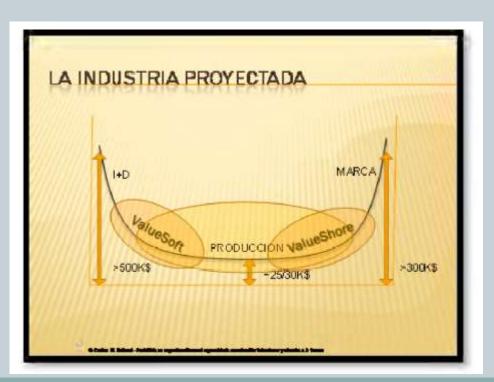
Fuentes: Ventas: relevamiento OPSSI – Ingresos desde el Exterior: Balanza de Pagos INDEC – Empleo: Observatorio de Empleo y Dinámica Empresarial (Ministerio de Producción y Trabajo)

### Situación de las empresas y salarios



### Value Shore-Value Soft (VS)

- Reflexionemos sobre los casos de países periféricos que se convirtieron en lideres en el sector TICs. Irlanda, India, Israel (las 3Is).
- Donde se agrega Valor



### Oportunidades en el mercado interno

- Caso de Agricultura de Precisión, donde existe un mercado apto para recibir de nuevas soluciones TICs
- Energía, integrando software para soluciones de explotación de Oil&Gas no convencional (Vaca Muerta)
- Producción 4.0 en la industria en general
- Bioinformática, y biomedicina
- Smart Cities
- Industria farmacéutica,
- Otras....

### Algunas Conclusiones

- Promover el desarrollo de profesionales el disciplinas asociadas al sector, tanto en el grado como en el postgrado
- Estado emprendedor (Mariana Mazzucato)
- Herramientas de financiamiento no tradicional
- Desarrollo de empresas de Base Tecnológica (emprendedorismo)
- Ampliar alcance de la Ley de Economía del Conocimiento y apoyar a las PyMEs del Sector
- Promover espacios de vinculación entre sectores de la economía tradicional y el de SSI
- El SSI cruza todas las disciplinas y el mayor valor agregado se da cuando el software se integra con otras tecnologias

### Debilidades de una PyME de TICs

- Captación y Retención de Recursos Humanos
- Alta tasa de mortalidad
- Acceso a Financiamiento
- Poder de negociación frente a grandes empresas clientes
- Escasos Recursos

# Los Recursos Humanos el activo mas importante de una empresa tecnológica

- Recurso clave en una empresa de TICs
- El problema no es solo atraerlos, sino retenerlos
- El crecimiento de la empresa se sustenta en el crecimiento y desarrollo de la estructura de RRHH.
- Generar condiciones para contenerlos y brindar herramientas para su crecimiento

## Exigencias del Mercado

- Flexibilidad
- Innovación permanente
- Precios Bajos
- Calidad

• ...

# Como sobrevive una PyME de TICs en Argentina?

- La importancia de las Redes y la complementación
- Insistir y no abandonar el camino.
- Fortalecer el Área Comercial
- No competir solo en base a bajo costo
- Contar con Profesionales altamente capacitados
- La importancia de conocer el mercado
- Y sobre todo, no abandonar el viaje

### Oportunidades para las PyMEs de TICs

- Mercado Global de TICs en crecimiento
- Desarrollo del mercado interno, impulsando la aplicación de TICs en la industria y servicios
- Alta receptividad por parte de actores del Poder Político y Económico para desarrollar el Sector
- Aplicación de TICs en sectores productivos, salud, educación, ect.
- Aprovechar los talentos formados en Universidades locales para el desarrollo de productos y servicios de alto valor agregado.

### Como nace una PyME?

- Emprendedorismo como alternativa viable para el desarrollo profesional
- Competencias emprendedoras
- De la idea al Plan de negocios
- Detectar demandas insatisfechas y explotarlas comercialmente
- Aprovechar la posibilidad de la innovación tecnológica (Plataformas móviles, tiempo real, Smart Cities, agricultura de precisión, bioinformatica, otras....)

## Economía del Conocimiento y Creación de empresas de Base Tecnológica

ECONOMIA Y EMPRENDEDORISMO

FEDERICO WALAS MATEO

### De que les voy a hablar Hoy

- Los desafíos para los jóvenes amantes de la tecnología que aparecen en la nueva economía.
- Todo el trabajo que hay por hacer y la posibilidad de generar riqueza haciendo lo que nos gusta.
- Emprendedorismo tecnologico

### Dónde nacen las empresas?

- Las empresas nacen y se desarrollan afincadas en ambientes geográficos, económicos, políticos y culturales determinados.
- Necesitamos un ecosistema de innovación
- Concepto del Triangulo de Sábato, interacción entre el estado, instituciones de educación, y el entorno empresarial

### Empresas Dinámicas

- También conocidas como Empresas «gacelas», son aquellas que tienen resultados superiores, y generan empleos de calidad.
- Son Empresas de alto potencial de crecimiento
- Las "nuevas fuerzas del desarrollo"
- Difusión de las innovaciones y el conocimiento en el tejido productivo y social;
- Creación de entornos adecuados para vivir y producir.
- Cambio y adaptación institucional.

### Sistema de Desarrollo Emprendedor

### El Proceso Emprendedor

#### Gestación

- → Motivación
- → Adquisición de competencias
- → Identificación de la oportunidad

# Puesta en Marcha

- → Elaboración y evaluación del proyecto
- → Organización de recursos

# **Desarrollo Inicial**

- → Ingreso al mercado
- → Gestión inicial

### Sistema de Desarrollo Emprendedor

Condiciones Culturales, Sociales de Económicas Sistema Educativo y de Ciencia y Tecnología

Capital social

Stock de competencias emprendedoras

Puesta Desarrollo en Marcha Inicial

Estructura y dinámica productiva

Mercados de factores

Políticas y condiciones regulatorias

### Quiénes son los emprendedores? Qué características tienen sus empresas?

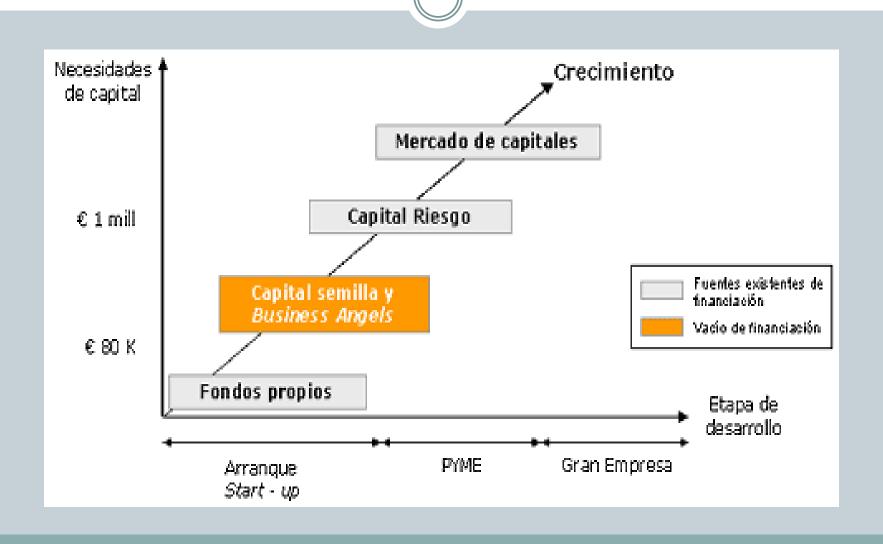
TIPOS	CARACTERÍSTICAS	CANTIDAD
EMPRENDEDORES DE BASE CIENTÍFICA	EMPRESAS BASADA EN RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN. LABORATORIOS. SPIN OFF.	POCO FRECUENTE
EMPRENDEDORES UNIVERSITARIOS	BAJA O NULA EXPERIENCIA LABORAL. TICS	MEDIANAMENTE FRECUENTE
EMPRENDEDORES PROFESIONALES y EJECUTIVOS DE EMPRESAS	ABANDONAN LAS EMPRESAS PARA CREAR LA EMPRESA. GRAN EXPERIENCIA LABORAL Y VARIEDAD DE SECTORES	MÁS FRECUENTE

### Para Pensar un momento

#### Mercado Libre vale más que el Grupo Clarín....

O Gabriel Foglia, Decano de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Palermo, de acuerdo a una valuación del capital de mercado de ambas empresas a valores de hoy. "Las acciones de Clarín cotizan en el mercado a 11,65 dólares lo cual arroja un valor de capitalización de 1.732 millones de dólares. Mercado Libre por su parte, cotiza cada acción a 51,84 dólares, por lo cual su valor es de 2.294 millones de dólares". De acuerdo a estos números "el Grupo Clarín - el conglomerado de medios de cumunicación más grande de la Argetnina - hoy vale un 32% menos que Mercado Libre" aseguró Foglia en dialogo con Enciclomedios.

### Etapas iniciales de vida de las EBTs



### Qué son las EBTs?

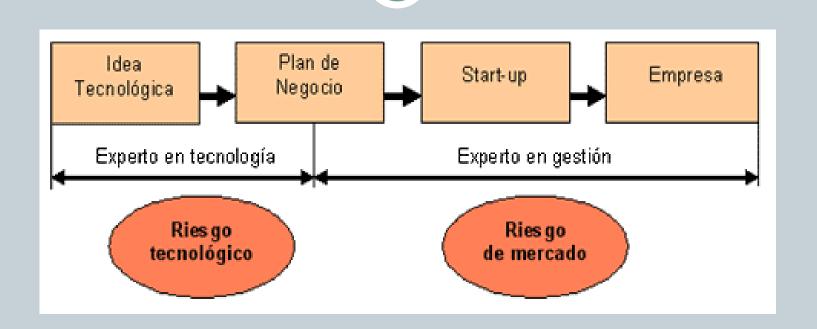
Organizaciones productoras de bienes y servicios, comprometidas con el diseño, desarrollo y producción de nuevos productos y/o procesos de fabricación innovadores, a través de la aplicación sistemática de conocimientos técnicos y científicos (U.S. Office of Technology Assessment, 1992).

CARACTERÍSTICAS	CONSECUENCIAS
Rápido crecimiento	Altas necesidades de capital
Muy enfocadas en innovación	Necesidad de apoyos comerciales
Gestionados por tecnólogos	Necesidad de ayuda en gestión
Propiedad intelectual	Posibilidades de elevados márgenes

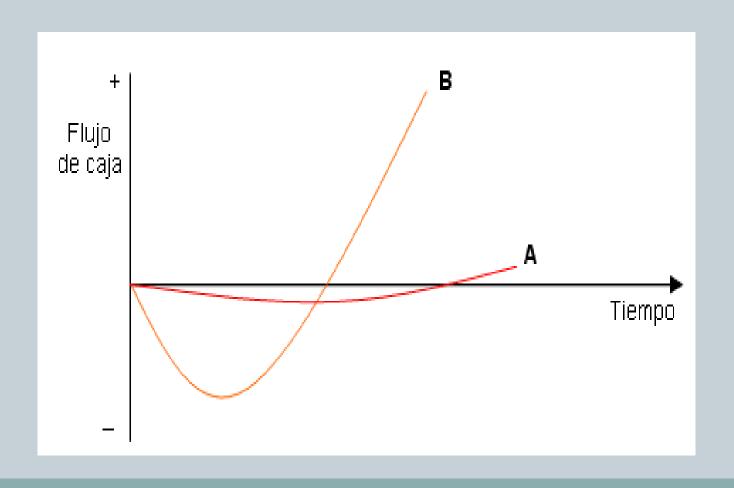
### Ejemplos?

- 1. INTEL,
- 2. Google,
- 3. Globant,
- 4. INVAP,
- 5. FRONTEC,
- 6. Satellogic,
- 7. FAR (impresoras 3D),
- 8. ARSAT,
- 9. UBIOME
- 10. Todas las empresas del Polo IT La Plata
- 11.Auth0
- 12. Chaska Analytics SRL

# Evolución de una NEBT desde la idea de negocio hasta la constitución de la empresa



# Ciclo de vida de las EBTs (curva B) y de las empresas tradicionales (curva A)



#### Beneficios de las EBTs

- Potenciar el tejido tecnológico y el desarrollo económico de las regiones, actuando como catalizador del cambio tecnológico;
- Favorecer la creación de empleo de alta cualificación que aporte un valor añadido al entorno industrial
- Fomentar la creación de empresas entre el personal investigador de las diversas instituciones de la región
- Estrechar la relación ente universidades y empresas



# Competencias Emprendedoras

ECONOMIA Y EMPRENDEDORISMO

**FEDERICO WALAS MATEO** 

# TIPOS DE CONOCIMIENTOS QUE INTERVIENEN EN EL DESARROLLO DE UN EMPRENDIMIENTO



SABERES TACTICOS, QUE NO SUELEN SER CODIFICADOS POR LA EDUCACIÓN UNIVERSITARIA

# Capacidades necesarias para el profesional de la era digital(Ferras 2020)

#### COMPETENCIAS COMPUTACIONALES

- Solución de problemas complejos
- Método científico
- Visión sistémica

#### COMPETENCIAS HUMANÍSTICAS

- Dirección por valores
- Aprendizaje continuo
- Creatividad
- Pensamiento crítico

#### COMPETENCIAS DIGITALES

- Pensamiento algorítmico
- Estrategia de datos
- Conocimiento tecnológico

#### COMPETENCIAS SOCIALES

- Inteligencia emocional
- Comunicación
- Cross-cultural management
- Emprendimiento

ORIENTACIÓN EXTERNA COMPETENCIAS LÓGICO-MATEMÁTICAS

COMPETENCIAS HUMANÍSTICO-SOCIALES

ORIENTACIÓN INTERNA

## Concepto de Competencia

 Competencias son el conjunto de cualidades, capacidades y actitudes para resolver una determinada cuestión

# Porque las competencias?

• Emprender es un proceso que requiere atravesar distintas instancias y resolver cuestiones que tienen que ver con las relaciones humanas, la puesta en el mercado del producto, asociatividad, riesgo, aprendizaje de errores, incertidumbre, entre otras.

#### RESPONSABILIDAD

"Manifestar una voluntad decidida ante nuevas situaciones y proyectos, tomar conciencia de las consecuencias y actuar en consonancia."

#### **CONFIANZA**

"Aportar garantías que permitan generar un clima de respeto, comunicación abierta y tolerancia hacia errores, y faciliten el cumplimiento de lo acordado"

# ORIENTACIÓN A RESULTADOS

"Hacer rentable para la organización el propio trabajo; implica fijar prioridades, asumir retos y gestionar recursos para alcanzar y superar los objetivos establecidos".

#### GENERADOR DE VALOR

"Considerar, en el conjunto de decisiones encaminadas a la generación de valor, dos criterios interrelacionados: el criterio inmediato de coste/ beneficio, y el criterio expectativa de retorno de inversión"

#### **INICIATIVA**

"Actuar anticipándose a los acontecimientos y mejorar lo que hay, asumiendo riesgos para alcanzar objetivos, mejorando su propia capacidad de aportación de valor a la organización, y generando ideas viables de manera creativa en relación con clientes y procesos internos".

## ORIENTACIÓN AL CLIENTE

"Detectar y satisfacer las necesidades actuales y futuras de los socios o clientes internos y externos y externos aportándoles valor de forma estable".

# GESTIÓN DEL CAMBIO

"Estar en contacto e intercambio permanente con el mercado y el entorno de referencia, desarrollando relaciones en beneficio de la compañía, así como integrarse en nuevas situaciones o formas de hacer, manteniendo siempre una actitud de mejora continua"

# TRABAJO EN EQUIPO

"Cooperar con otras personas y unidades de la organización, así como posibles socios, aportando e influyendo, así como compartiendo información, para alcanzar objetivos comunes".

### **DESARROLLO DE PERSONAS**

"Transmitir su conocimiento y experiencia a otros en su entorno, y ofrecerles oportunidades de mejora y desarrollo según sus necesidades y las de la organización".

#### INTELIGENCIA EMOCIONAL

"Capacidad humana de sentir, entender, controlar y modificar estados emocionales en uno mismo y en los demás." Empatia, capacidad de negociación

# PLANIFICACIÓN Y ORGANIZACIÓN

"Prevenir, anticipadamente, lo que debe hacerse, de forma a conciliar los recursos disponibles con los objetivos y oportunidades de que se disponga."

# MOTIVACIÓN Y AUTOMOTIVACIÓN

"Ejercer un nivel persistente y alto de esfuerzo hacia las metas organizacionales, condicionada por la habilidad del esfuerzo de satisfacer una necesidad individual y/o grupal."

#### **LIDERAZGO**

"Influir en otros y apoyarlos para que trabajen con entusiasmo en el logro de objetivos comunes. Se entiende como la capacidad de tomar la iniciativa, gestionar, convocar, promover, incentivar, motivar y evaluar a un grupo o equipo."

# COMUNICACIÓN

"Hacer uso de un conjunto de técnicas y actividades encaminadas a facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se dan entre los miembros de la organización; o bien, influir en las opiniones, aptitudes y conductas de con el fin de que se cumplan mejor y más rápidamente los objetivos."

#### HABILIDAD COMERCIAL

"Adecuar el argumentario de ventas del proyecto, producto o servicio al target del cliente a quien se enfoca su venta."

## Actividad Propuesta

• En equipos trabajar sobre el caso GEOCOM y resolver el TP II

# PLAN DE NEGOCIOS

ECONOMÍA Y EMPRENDEDORISMO INGENIERÍA EN COMPUTACIÓN - UNLP

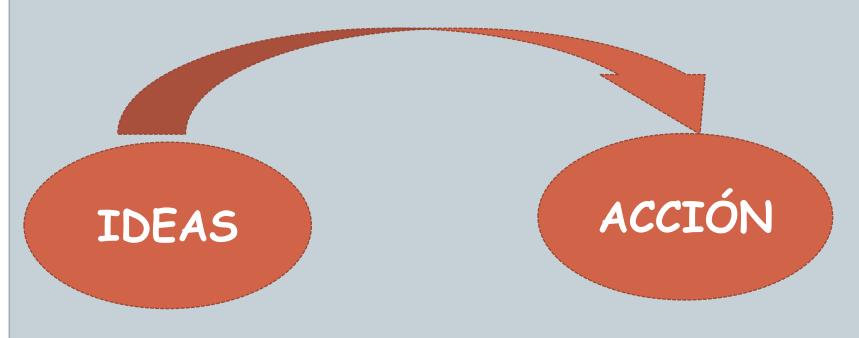
PROF.: FEDERICO WALAS MATEO

#### Comentarios

- 1. EMPRENDER SIGNIFICA MOVERSE FUERA DE LOS ESPACIOS DE CONFORT
- 2. TEMA DE HOY ESTA REFERIDO A LO QUE SE PIDE EN EL TPI. ES EL CORAZÓN DE LA MATERIA. INTEGRA CUESTIONES DE ECONOMÍA Y ASPECTOS DE MODELO DE NEGOCIO.
- 3. MIRADA CRITICA, SEAN CURIOSOS, BUSQUEN INFORMACIÓN, VIGILANCIA TECNOLÓGICA

### ¿Qué es un PLAN DE NEGOCIOS?

El Plan de Negocios es un documento en el cual se describe el negocio y la forma en la cual será llevado a cabo.



#### ¿Para qué sirve?

- ► **GUIA PARA LA ACCIÓN:** sirve para definir los objetivos, administrar los recursos, coordinar las actividades y controlar.
- ANALIZAR FACTIBILIDAD Y RIESGOS: permite analizar su viabilidad e identificar los obstáculos y riesgos del mismo.
- **BUSCAR FINANCAMIENTO:** demostrar el atractivo del negocio a otros para conseguir su apoyo





# ¿Qué información debe contener?

- ¿Quiénes somos?
- ¿Cuál es la oportunidad? ¿Qué necesidad buscamos satisfacer?
- ¿Qué vamos a producir/vender?
- ¿Quién lo va a usar y quién a comprar?
- ¿Cómo lo vamos a vender?
- ¿Por qué es rentable?
- ¿Cuáles son los riesgos?
- ¿Qué necesitamos?
- ¿Con qué apoyos contamos?

### **Puntos a Incorporar**

- 1. RESUMEN EJECUTIVO
- 2. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO
- 3. ANÁLISIS DEL MERCADO
- 4. ANÁLISIS INTERNO
- 5. PLAN COMERCIAL
- 6. PLAN DE OPERACIONES
- 7. ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA Y RRHH
- 8. PROYECCIONES FINANCIERAS
- ANALISIS DE RIESGOS
- 10. REQUERIMIENTOS DE INVERSIONES

## 1. RESUMEN EJECUTIVO

- ✓ Contiene la información fundamental sobre el negocio.
- ✓ Busca captar la atención de quien lo esta leyendo.
- ✓ Debe ser breve, conciso y muy claro.
- ✓ Se presenta al principio, se realiza al final.

# Descripción del Negocio

- ¿QUIÉNES SOMOS?
- NECESIDAD que buscamos satisfacer
- MISIÓN de la empresa: define qué hace la empresa, cuál es su objetivo fundacional. La misión deber estar contenida en una frase corta, consistente y motivadora
- VISIÓN: es una imagen proyectada, deseable, de la empresa en un futuro determinado.
- CARACTERÍSTICAS del producto o servicio
- PÚBLICO OBJETIVO

#### Matriz FODA

•Resume los elementos internos (Fortalezas y Debilidades o externos (Oportunidades y Amenazas) de acuerdo a su impacto sobre la empresa.

	<b>Elementos Positivos</b>	<b>Elementos Negativos</b>
Análisis Externo	<b>O</b> PORTUNIDADES	AMENAZAS
Análisis Interno	Fortalezas	DEBILIDADES

### Definición del SEGMENTO OBJETIVO

- Definir el NICHO DE MERCADO
  - CARACTERÍSTICAS del segmento
  - CUANTIFICACIÓN
- ♦ Definir el PERFIL de DIFERENCIACIÓN e INNOVACIÓN
  - Características de producto o servicio que nos distinguen de la competencia
  - Valoración de la diferencia por parte del cliente
- \* Análisis de la COMPETENCIA en el segmento

#### PLAN COMERCIAL

- \* Definir **OBJETIVOS** de ventas y posicionamiento
  - Cuantificables
  - Parámetro de evaluación
  - Horizonte temporal
- \* Definir **PRODUCTOS** que vamos a ofrecer
- \* Definir cuáles serán los CANALES de venta
- Cuál es la estrategia de PROMOCIÓN
  - COSTOS



- En base a los costos
- En base al mercado
- Fijo o diferenciales
- Política de descuentos
- \* Estrategias de FIDELIZACIÓN de clientes
- \* PROYECCIONES DE VENTAS y COSTOS
- **\*** Estrategias de **CRECIMIENTO** 
  - Nuevos productos
  - Nuevos mercados

### Plan de Operaciones I

- Características del ámbito de Operaciones (planta/oficinas)
  - Localización
  - Dimensión
  - Capacidad
- TECNOLOGÍA necesaria (bienes de capital, licencias)
- \* PROCESO PRODUCTIVO: duración del ciclo
- **\* LOGÍSTICA** 
  - Abastecimiento,Distribución

Almacenamiento,

### Plan de Operaciones II

- \* COSTOS de producción
  - Mano de Obra
  - Materias Primas
  - Costos Fijos
- \* Relaciones con **PROVEEDORES** 
  - Insumos clave
  - Política de compra
- \* Política de INVENTARIOS
- \* IMPACTO AMBIENTAL

# ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA y RR.HH.

- \* CONFORMACIÓN LEGAL DE LA EMPRESA (SH, SRL, SA)
- **\* ORGANIGRAMA**
- \* Requrimientos de RR.HH. por área
  - Técnico, profesional
  - I+D
  - Actual y proyectado
- **COSTOS** administrativos
  - Salarios, cargas sociales
  - Honorarios

#### **INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO**



### \* INVERSIONES REQUERIDAS

- Bienes de Capital (maquinaria, terrenos, equipamiento, vehículos)
- Bienes intangibles (I+D, licencias y patentes, capacitación, promoción)
- Capital de trabajo (materia prima, remuneraciones, alquileres y servicios, créditos por ventas, tasas e IMPUESTOS)

### PREVISIÓN DE COSTOS



- COMERCIALES (publicidad, distribución, sueldos y comisiones)
- DE PRODUCCIÓN (insumos y materia prima; mano de obra; alquileres; mantenimiento; logística)
- ADMINISTRATIVOS Y RRHH (sueldos y honorarios, cargas sociales, servicios, seguros)
- OTROS GASTOS
- UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS
- IMPUESTOS
- UTILIDAD DESPUÉS DE IMPUESTOS

### **EVALUACIÓN**



#### CUANTITATIVA

- **\*** VAN y TIR
- \* Periodo de recupero
- \* Punto de equilibrio

#### \* CUALITATIVA

- Calidad de los flujos de fondos;
- Garantías;
- Experiencia y compromiso de los emprendedores

Despierte para convertir sus sueños en objetivos y hágalos realidad, una herramienta fundamental para ello es el **Plan de Negocios.** 

Éxitos!

# Lean Start Up

ECONOMÍA Y EMPRENDEDORISMO ING. EN COMPUTACIÓN - UNLP

### Origen de la metodología

- Metodo acuñado por ERIC RIES que publicó el libro The Lean Startup en 2011.
- La metodología tiene como origen la Estrategia de producción Lean Manufacturing que tiene origen en el sistema de producción Toyota (Just in time)
- Toma también conceptos del economista Austriaco Joseph Schumpeter que postula la ventaja competitiva a partir de la Innovación

### Conceptos Centrales

- Una alternativa para el desarrollo de innovaciones en forma Agil.
- Entregar el mayor valor agregado al cliente en el menor tiempo posible cuando se trata de nuevos productos.
- Minimizar riesgos al lanzar un nuevo producto.
- Busca desarrollar conocimiento de la opinión del mercado sobre el nuevo producto a través del PMV (producto Minimo Viable) esto puede ser una Maqueta, presentación en power point, video, ect

### Conocimiento Validado

• El aprendizaje validado es el proceso para demostrar empíricamente que un equipo ha descubierto información valiosa sobre las posibilidades presentes y futuras del negocio.

### Crear-Medir-Aprender

• A través de este proceso de dirección, podemos aprender cómo saber cuándo y si ha llegado el momento de hacer un giro drástico llamado pivote o si debemos «perseverar» en nuestra trayectoria actual

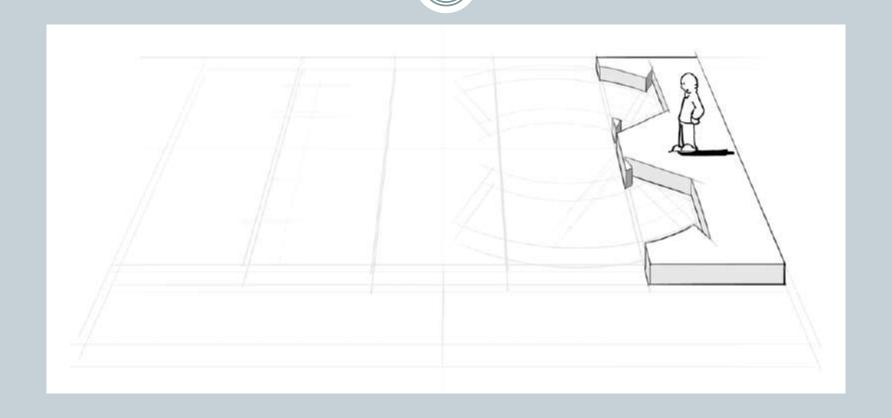
### Para profundizar leer Lean Start Up-Eric Ries

- Leer hasta capitulo 3 inclusive . Tema que entra en la evaluación
- Ver video de Hardvard Review

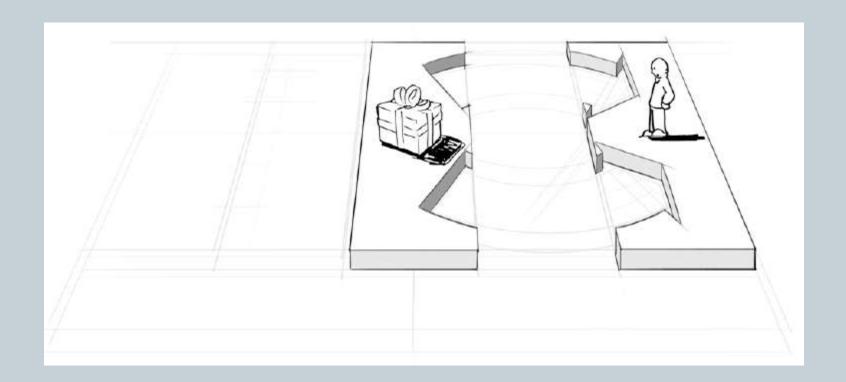


Un modelo de negocio describe los fundamentos de cómo una organización crea, desarrolla y captura valor.

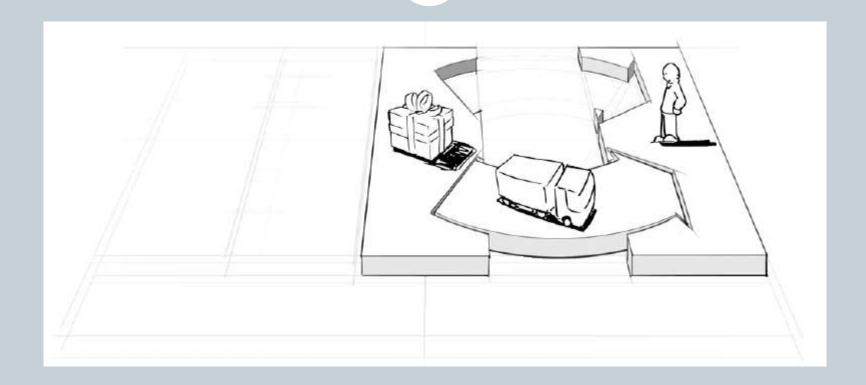
#### Segmentos de clientes



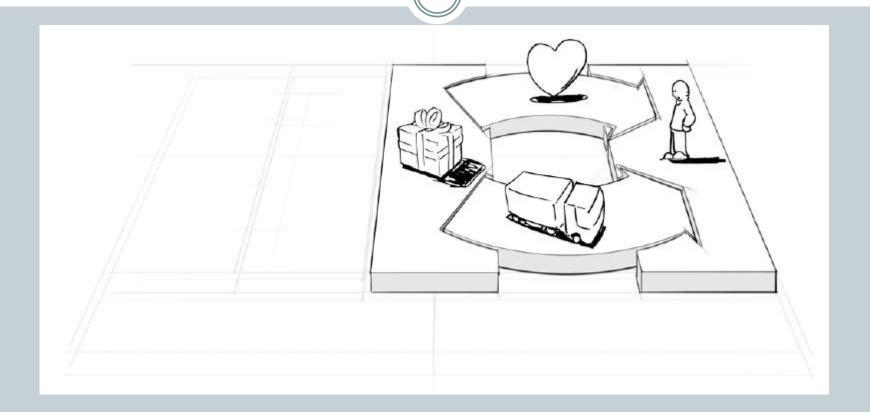
#### Propuestas de valor (Propuestas únicas de venta)



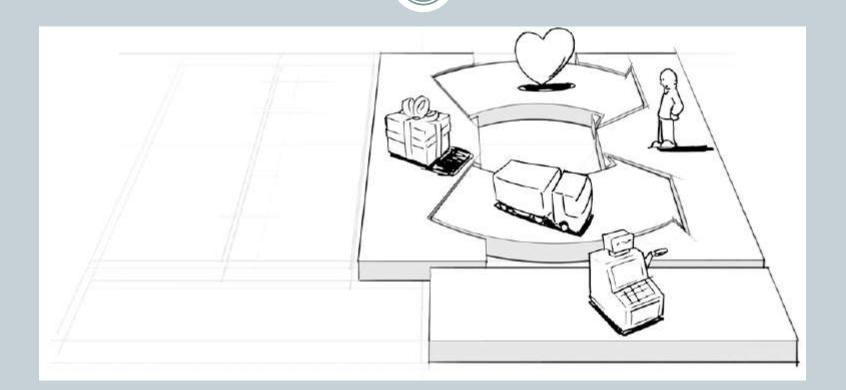
#### Canales de distribución y comunicación



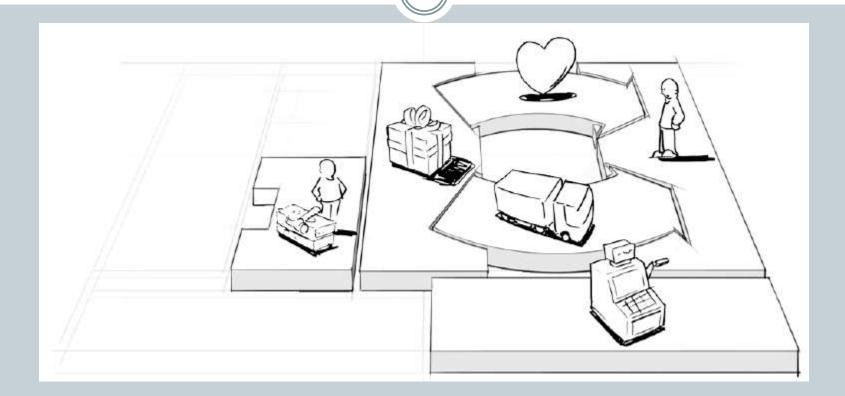
#### Relación con el cliente



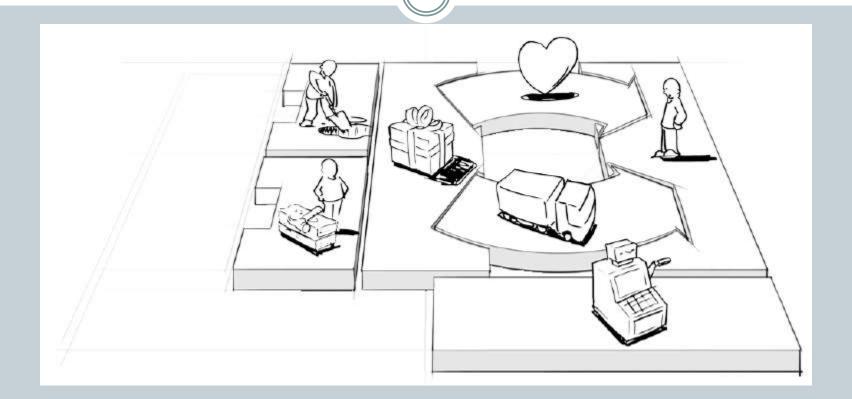
#### Flujos de ingreso



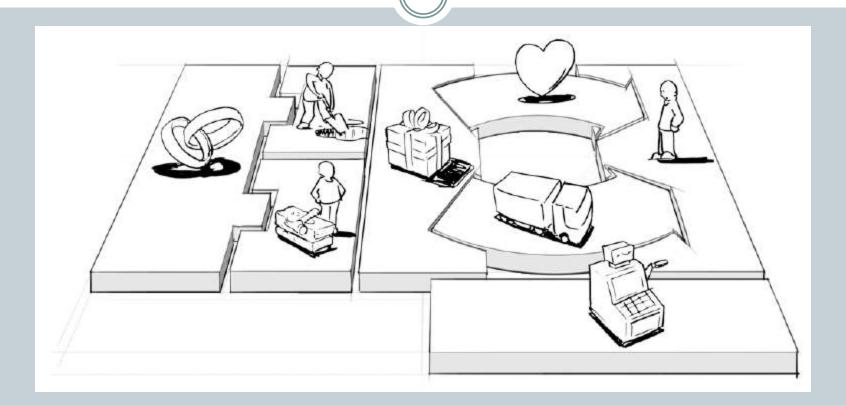
#### Recursos clave



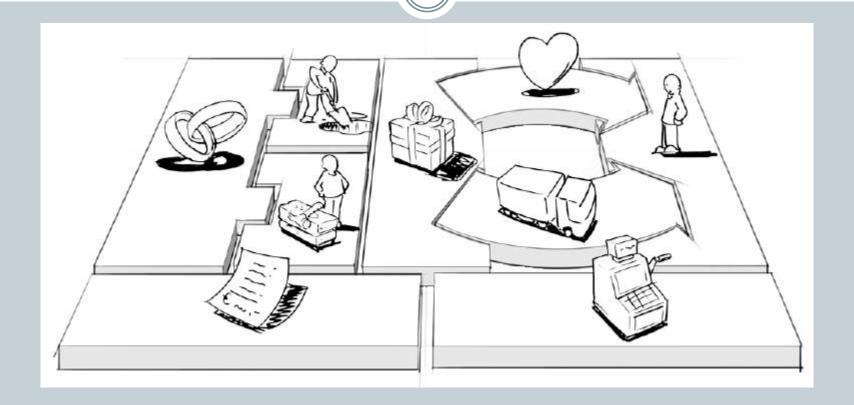
#### Actividades clave

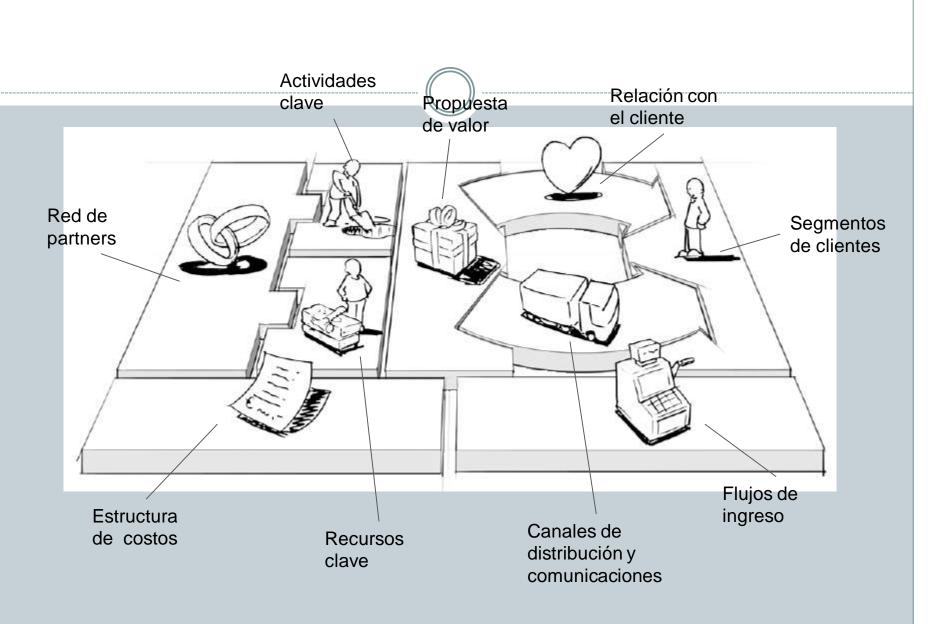


#### Red de Partners (socies estratégicos)



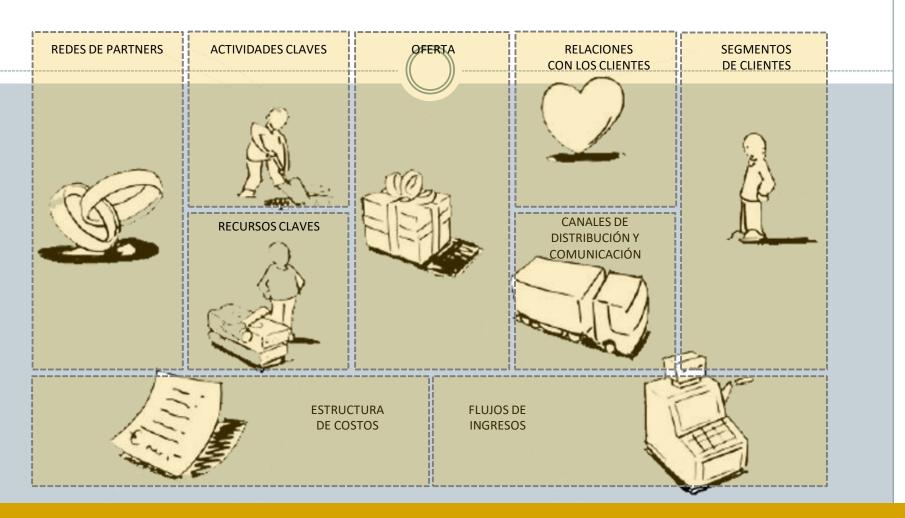
#### Estructura de costos



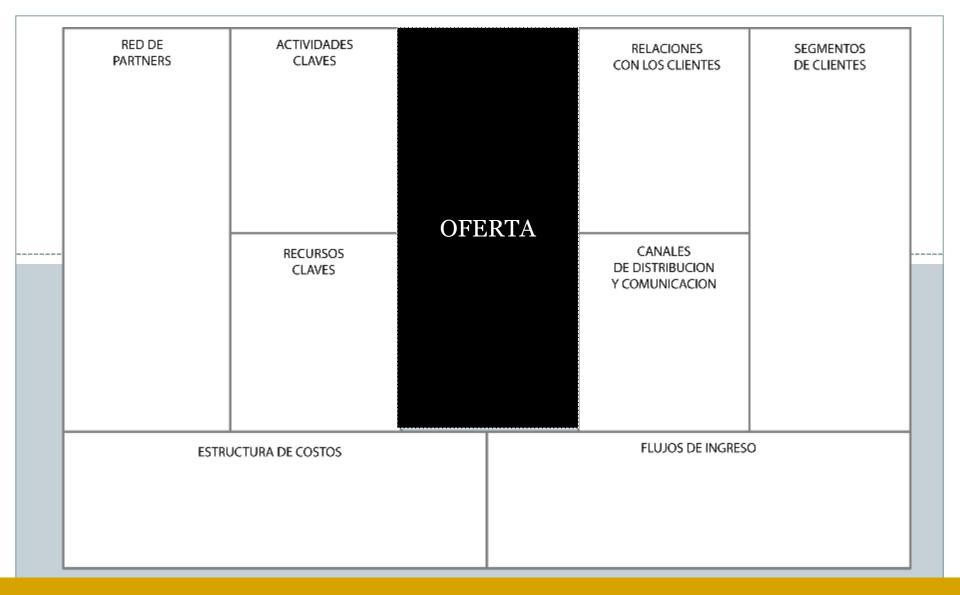




Fuente: Reproducido de OSTERWALDER, A. AND Y. PIGNEUR Generación de modelos de negocio. Translated by L.V. CAO. Edtion ed. Barcelona, España: Centro Libros PAPF, S.L.U., 2011. ISBN 978-84-234-2799-4. Copyright © Centro Libros PAPF, S.L.U, 2011



### Lienzo para diseñar el Modelo de Negocio



### Lienzo para diseñar tu Modelo de Negocio

## DESCRIPCIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

ALIANZAS	PROCESOS	PROPUESTA DE VALOR	RELACIONAMIENTO	SEGMENTOS DE CLIENTES
¿Quiénes son los aliados estratégicos más impor- tantes? ¿Quiénes apoyan con recursos estratégicos y actividades? ¿Cuáles actividades inter- nas se podrían externa- lizar con mayor calidad y menor costo?	¿Cuáles son las actividades y procesos clave en el modelo de negocio?	¿Qué se ofrece a los clientes en términos	¿Qué tipo de relaciones cons- truye con los clientes? ¿Tiene una estrategia de	¿Quiénes son los clientes? ¿Puede describir los diferentes
	RECURSOS	de productos y servi- cios? ¿Cuáles son aquellas	gestión de relaciones?	
	¿Cuáles son los recursos más importantes y costosos en su modelo de negocio? (Per- sonas, redes, instalaciones, competencias,)	cosas por las que pagan los clientes? ¿Por qué los clientes vienen a la compa- ñía? ¿En qué se diferencia la oferta de la de otros proveedores?	CANALES DE DISTRIBUCIÓN  ¿Cómo llega a los clientes y cómo los conquista? ¿A través de cuáles canales interactúa con los clientes?	tipos de clientes en los que se está enfocando? ¿En qué difieren los segmentos de los clientes?
COSTOS		INGRESOS		
¿Cómo es la estructura de costos? ¿Cuáles son los costos más importantes en la ejecución del modelo de negocio?		¿Cuál es la estructura de sus ingresos? ¿Cómo gana dinero en el negocio? ¿Qué tipo de ingresos recibe? (pagos por transacciones, suscripciones y servicios, entre otros)		

Alianzas	Actividades clave			Relaciones con clientes	Segmentos de
	Recursos clave	Oferta		Canales de distribución y comunicación	clientes
Estructura de costos			Flujos de ingresos		