



El progreso
es de todos

Mincomercio



EMPRENDETÓN

Emprendetón

Pre-aceleración





Cosas que nos enseña este sabio...



Nivel 1



¿Por qué **fracasan** los emprendimientos? y los **22 Tips** para hacer **crecer tu** **negocio.**



El progreso
es de todos

Mincomercio



Los 7 Pilares del Emprendimiento



Los 7 pilares del emprendimiento son:

- Equipo, Talento y Mentores
- Producto y Mercado
- Tecnología y Operaciones
- Crecimiento e Ingresos
- Gestión Financiera y de Desempeño
- Aspectos Legales y Administrativos
- Recaudo de Fondos

Analizando los 300 mejores factores, aquí están nuestros 22 tips.



1. Equipo, Talento y Asesores

Equipo, Talento, Asesores	Producto y Mercado	Tecnología y Operaciones	Crecimiento e Ingresos	Gestión Financiera y desempeño	Legal y Administrativo	Recaudo de Fondos
----------------------------------	--------------------	--------------------------	------------------------	--------------------------------	------------------------	-------------------

El **Equipo, Talento, Asesores** consta de 8 sub secciones que son:

- **Fundadores y C-Suite**
 - CEO
 - CTO
 - COO
 - CFO
 - Jefe de Ventas/Crecimiento
- Empleados
- Junta Directiva (BOD)
- Asesores y Mentores

BASED ON ANALYSIS OF 101 STARTUP POSTMORTEMES
Top 20 Reasons Startups Fail





1. Equipo, Talento y Asesores

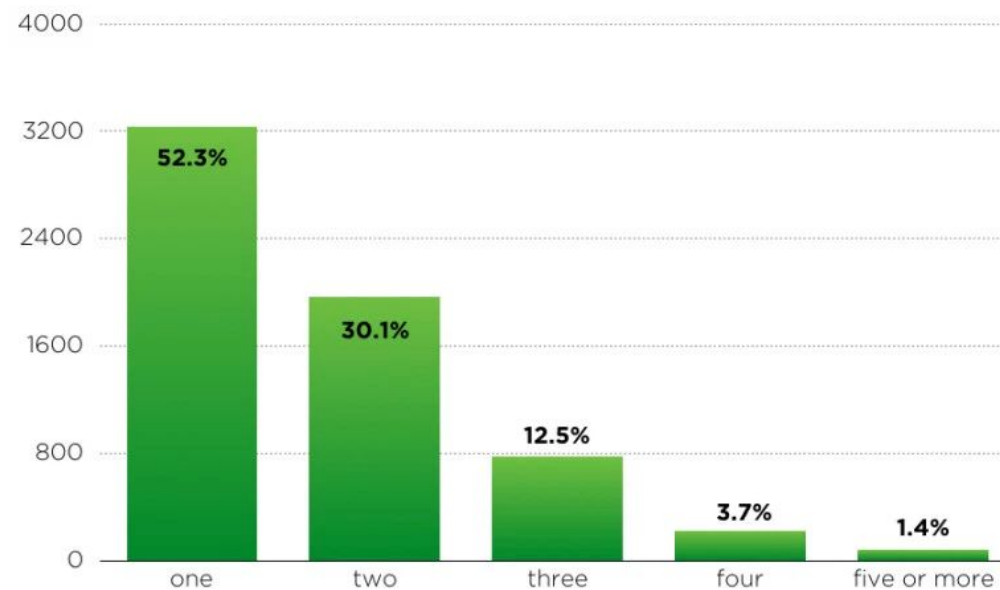
Equipo, Talento, Asesores	Producto y Mercado	Tecnología y Operaciones	Crecimiento e Ingresos	Gestión Financiera y desempeño	Legal y Administrativo	Recaudo de Fondos
----------------------------------	--------------------	--------------------------	------------------------	--------------------------------	------------------------	-------------------

- **Tip 1: Tener el tamaño de equipo correcto:**
 - 2 o 3 personas se considera óptimo
 - 1 persona es rechazado inmediatamente (a pesar de demostrar éxito con un solo fundador. Puede ser difícil empezar con varios y tener que “asumir sus salarios”

El número de Startups que han logrado un Exit puede asociarse con el número de fundadores de la empresa:

Source:

<https://techcrunch.com/2016/08/26/co-founders-optional/>





1. Equipo, Talento y Asesores

Equipo, Talento, Asesores	Producto y Mercado	Tecnología y Operaciones	Crecimiento e Ingresos	Gestión Financiera y desempeño	Legal y Administrativo	Recaudo de Fondos
---------------------------	--------------------	--------------------------	------------------------	--------------------------------	------------------------	-------------------

- **Tip 2: Asegurate que el Equipo Fundador sea Complementario:**
 - El equipo necesita trabajar muy bien por situaciones difíciles durante los próximos 10 años!
Si no hay entendimiento o no te gusta con quienes estás trabajando durante el primer año, hay que cambiarlo ahora mismo!!
 - Si no eres más fuerte en equipo, no vas a llegar a ninguna parte.
 - **Con un equipo fundador complementario, la Startup es más que solo la suma de todos sus partes.**



1. Equipo, Talento y Asesores

Equipo, Talento, Asesores	Producto y Mercado	Tecnología y Operaciones	Crecimiento e Ingresos	Gestión Financiera y desempeño	Legal y Administrativo	Recaudo de Fondos
----------------------------------	--------------------	--------------------------	------------------------	--------------------------------	------------------------	-------------------



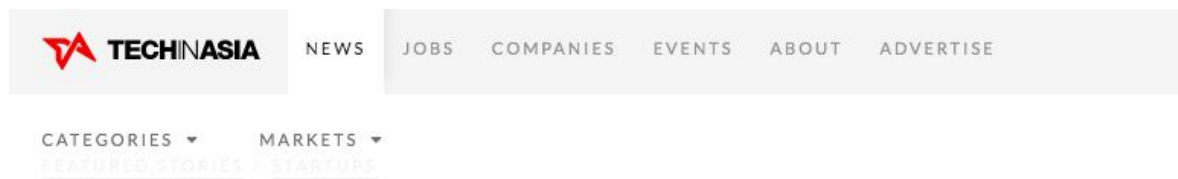


1. Equipo, Talento y Asesores

Equipo, Talento, Asesores	Producto y Mercado	Tecnología y Operaciones	Crecimiento e Ingresos	Gestión Financiera y desempeño	Legal y Administrativo	Recaudo de Fondos
----------------------------------	--------------------	--------------------------	------------------------	--------------------------------	------------------------	-------------------

- **Tip 3: Muestra tu Compromiso:**

- Más que capital atractivo, los inversionistas quieren ver que tu inviertes también en tu propio negocio.. El Valor dependerá de la situación de cada negocio..



Malavika Velayanikal · 27 Nov 2014 · 3 min read

Ella renunció a su trabajo, vendió su casa y despegó en su viaje a la rentabilidad

<https://www.techinasia.com/quit-job-sold-house-bootstrapped-triip-profitability>



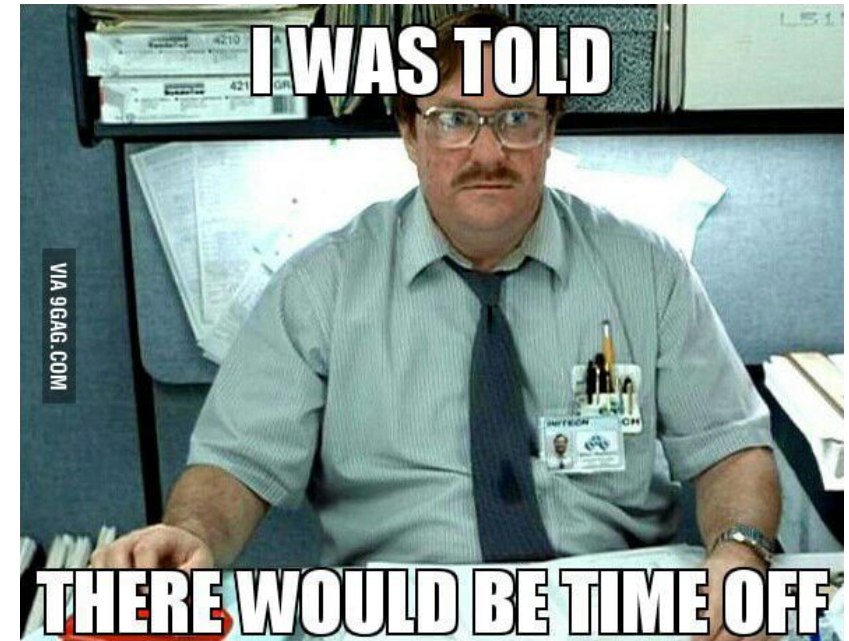


1. Equipo, Talento y Asesores

Equipo, Talento, Asesores	Producto y Mercado	Tecnología y Operaciones	Crecimiento e Ingresos	Gestión Financiera y desempeño	Legal y Administrativo	Recaudo de Fondos
----------------------------------	--------------------	--------------------------	------------------------	--------------------------------	------------------------	-------------------

- **Tip 3: Muestra tu compromiso**
 - Cuando busques capital externo, los roles importantes deberán comprometerse al 100%.

ME DIJERON QUE TENDRÍA TIEMPO LIBRE





1. Equipo, Talento y Asesores

Equipo, Talento, Asesores	Producto y Mercado	Tecnología y Operaciones	Crecimiento e Ingresos	Gestión Financiera y desempeño	Legal y Administrativo	Recaudo de Fondos
---------------------------	--------------------	--------------------------	------------------------	--------------------------------	------------------------	-------------------

- **Tip 4: Se conciente y trabaja fuertemente en tu inteligencia Emocional**
 - Como líder, CEO necesita trabajar en tener una fuerte inteligencia emocional. Los inversionistas consideran cosas como::
 - Conocimiento de sí mismo
 - Coachability:: Hace preguntas,
 - Toma el feedback / aprendizajes
 - Permanecer tranquilo bajo presión
 - Mantenerse apasionado y motivar al equipo que lo está siguiendo.
 - Persistencia con alta adaptabilidad al cambio.
 - Un balance entre ambición y ego
 - Habilidades para liderar.

Comportamientos que hacen un gran administrador:
que todos podemos aprender de:

- Es un buen Coach
- Empodera al equipo y no microgestiona
- Crea un entorno de equipo inclusivo, que muestra preocupación por el éxito y el bienestar.
- Es productivo y orientado a resultados.
- Es un buen comunicador, escucha y comparte información.

<https://www.themuse.com/advice/10-behaviors-make-great-google-manager>



1. Equipo, Talento y Asesores

Equipo, Talento, Asesores	Producto y Mercado	Tecnología y Operaciones	Crecimiento e Ingresos	Gestión Financiera y desempeño	Legal y Administrativo	Recaudo de Fondos
---------------------------	--------------------	--------------------------	------------------------	--------------------------------	------------------------	-------------------

- **Tip 5: Conseguir el máximo de experiencia previa en emprendimientos y en el sector dentro del equipo:**
 - Obviamente debemos iniciar en algún lugar y hay emprendedores que son exitosos la primera vez. Pero la experiencia previa en startups y en el sector es muy valiosa.
 - Esto se puede obtener en forma de: Co.fundadores, asesores e inversionistas.



El progreso
es de todos

Mincomercio



EMPRENDETÓN



innpulsa
Colombia



Actividad



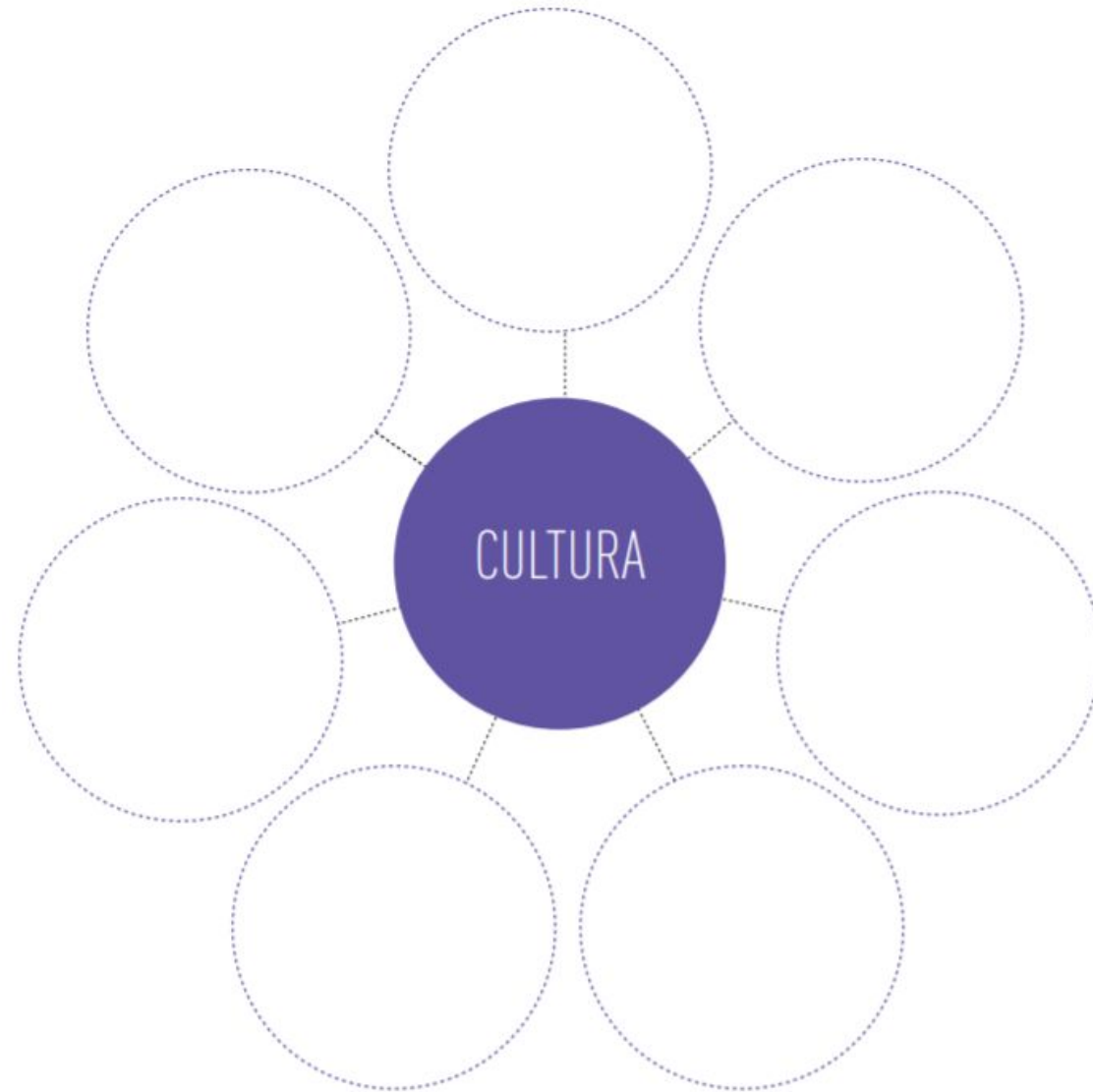
EJERCICIO:

Escribir las funciones, disponibilidad y años de experiencia de cada miembro del equipo. Si hay roles que no existen todavía dejar en blanco.

ROL	NOMBRE	FUNCIONES	TIEMPO DE DEDICACIÓN	EXPERIENCIA DEL SECTOR
CEO				
CTO				
COO				
CFO				
GERENTE COMERCIAL				
GERENTE DE CRECIMIENTO				
CONSEJO DIRECTIVO				

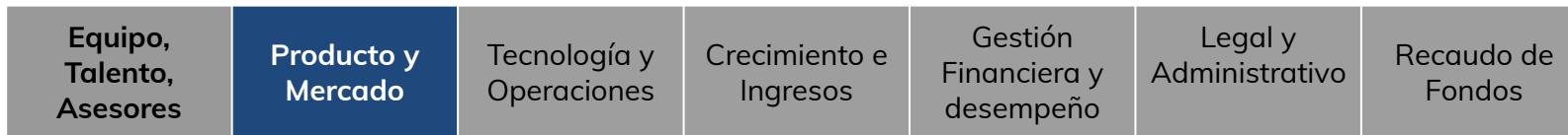


Actividad





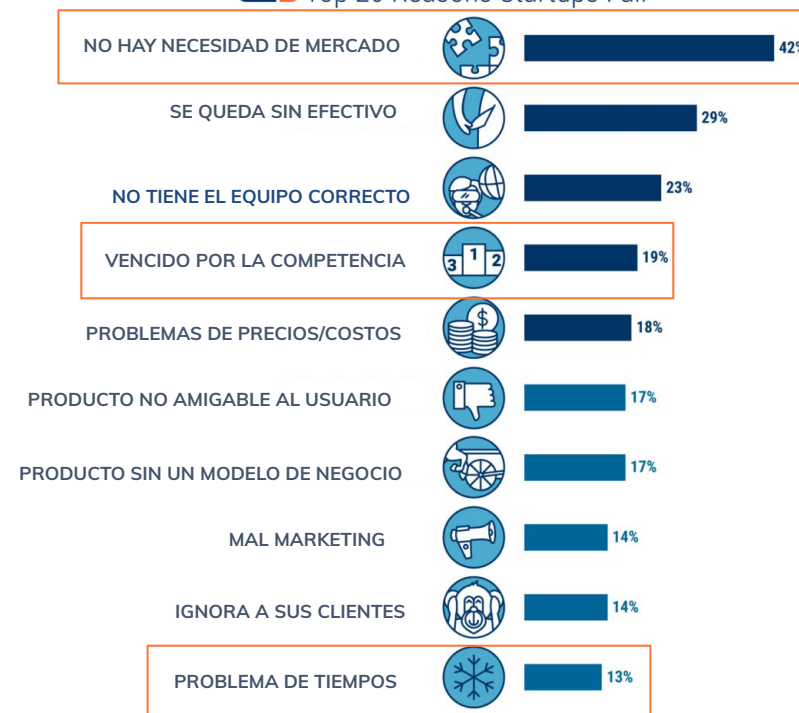
2. Producto y Mercado



La sección de **Producto y Mercado** se divide en 4 sub- secciones que incluyen:

- Necesidad del Mercado
- Productos y Servicios
- Competencia y posicionamiento
- Tamaño del Mercado

BASED ON ANALYSIS OF 101 STARTUP POSTMORTEMS
Top 20 Reasons Startups Fail





Qué hiciste para validar tu **Product/Market Fit?**



2. Producto y Mercado

Equipo, Talento, Asesores	Producto y Mercado	Tecnología y Operaciones	Crecimiento e Ingresos	Gestión Financiera y desempeño	Legal y Administrativo	Recaudo de Fondos
---------------------------	---------------------------	--------------------------	------------------------	--------------------------------	------------------------	-------------------

- **Tip 6: Prueba la necesidad del Mercado**

Las emprendimientos están llenas de hipótesis y la más grande es la de mercado, debes demostrar que tienes razón. Puedes demostrar la necesidad del mercado al: Hablar con clientes potenciales -> **Cuidado!** **Escuchas lo que quieres. Los clientes dicen lo que quieres.**

El reto!

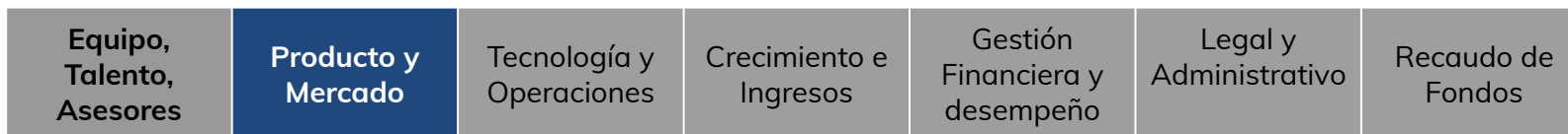
“El problema numero uno: He visto startups, que realmente no tienen un product/market fit, cuando piensan que sí!

Facebook Growth Marketing

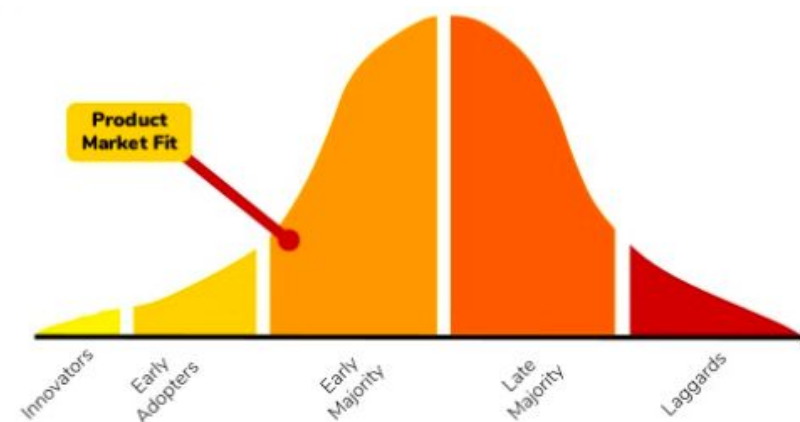




2. Producto y Mercado



- **Tip 6: Prueba la necesidad del mercado:**
 - Las Startups están llenas de hipótesis y la más grande está en el mercado, debes demostrarles que tiene razón. Tu puedes demostrar la necesidad del mercado al:
 - Mira con detenimiento otras compañías exitosas -> **Ok, Pero debemos considerar los temas relacionados a la ubicación geográfica.**
 - Tener más demanda de la que se puede atender-> **Es una señal que has encontrado el producto y el mercado adecuado.**



Aka "Technology Adaption Lifecycle", Geoffrey A. Moore - Crossing the Chasm

<http://paulgraham.com/startupideas.htm>

↓



2. Producto y Mercado



Equipo, Talento, Asesores	Producto y Mercado	Tecnología y Operaciones	Crecimiento e Ingresos	Gestión Financiera y desempeño	Legal y Administrativo	Recaudo de Fondos
---------------------------	---------------------------	--------------------------	------------------------	--------------------------------	------------------------	-------------------

- Tip 7: Encuentra tu posicionamiento VS competidores:

Posicionamiento vs Competidores	Probabilidad de tener éxito?	Ejemplos
Mejor comercialización y comunicación.	Low - No es suficiente por sí solo.	<u>GoPro</u> : Precio de la acción ahora ± \$ 6 vs listado en \$ 35. Tienen una comercialización increíble, pero el producto no es realmente mejor que todas las imitaciones.
Mejor rendimiento (ej. velocidad, disponibilidad, características etc)	Low - a menos que el rendimiento realmente cambie el juego y no es suficiente por sí solo	Ser un poco mejor no es suficiente. Necesita un gran cambio real que sea defendible para ganar solo en este posicionamiento.
Mucho más barato y baja gama	Alto	Son fáciles de encontrar ejemplos de empresas que compiten con éxito en el precio, p. McDonalds, EasyJet, básicamente todos los servicios SAAS o en la nube frente a ofertas locales anteriores.
Nichos de nuevo mercado	Alto	Piensa en RightMove vs Craigslist. RightMove se centró en el mantenimiento de propiedades solo que los competidores tenían todo tipo de clasificados. Ahora es una compañía de \$ 5B.



2. Producto y Mercado

Equipo, Talento, Asesores	Producto y Mercado	Tecnología y Operaciones	Crecimiento e Ingresos	Gestión Financiera y desempeño	Legal y Administrativo	Recaudo de Fondos
---------------------------	---------------------------	--------------------------	------------------------	--------------------------------	------------------------	-------------------

- **Tip 8: Conoce y Construye tus barreras de Entrada:**

- Algunas barreras de entrada fuertes pueden ser:
 - **Escala/Volumen** -> Hacer más volumen para reducir costos.(ej. Amazon)
 - **Efectos de Red** -> Un mercado de dos vías de alto valor agregado (ej. LinkedIn)
 - **Complejidad:** -> Desarrollo, tecnología, conocimiento del mercado (ej. Uber/Farmacias)
 - **Regulación** -> Las licencias pueden prohibir a empresas nuevas (eg. restricciones de licencias bancarias.)
 - **Asociaciones** -> Especialmente en casos licencias de distribución. (ej. Telco distribución de micro-seguros)



2. Producto y Mercado

Equipo, Talento, Asesores	Producto y Mercado	Tecnología y Operaciones	Crecimiento e Ingresos	Gestión Financiera y desempeño	Legal y Administrativo	Recaudo de Fondos
---------------------------	---------------------------	--------------------------	------------------------	--------------------------------	------------------------	-------------------

- **Tip 9: Persiga un suficientemente grande Mercado atendible disponible (SAM)::**
 - SAM = Población que coincide con la descripción del cliente X valor en pesos por cliente.p.a
 - Tu meta es un SAM > \$500mn



El progreso
es de todos

Mincomercio





3. Tecnología y Operaciones

Equipo, Talento, Asesores	Producto y Mercado	Tecnología y Operaciones	Crecimiento e Ingresos	Gestión Financiera y desempeño	Legal y Administrativo	Recaudo de Fondos
---------------------------	--------------------	---------------------------------	------------------------	--------------------------------	------------------------	-------------------

La sección de **Tecnología y Operaciones** incluyen las siguientes sub-secciones:

- Propiedad Tecnológica
- Metodología de Desarrollo / Proceso de revisión
- Escalabilidad tecnológica.
- Análisis de experiencia de Usuario/Interfaz de Usuario.
- Plan de Contingencia
- Fortalezas tecnológicas, debilidades y oportunidades.
- Operaciones / Producción

BASED ON ANALYSIS OF 101 STARTUP POSTMORTEMS
Top 20 Reasons Startups Fail





3. Tecnología y Operaciones

Equipo, Talento, Asesores	Producto y Mercado	Tecnología y Operaciones	Crecimiento e Ingresos	Gestión Financiera y desempeño	Legal y Administrativo	Recaudo de Fondos
---------------------------	--------------------	--------------------------	------------------------	--------------------------------	------------------------	-------------------

- **Tip 10: Desarrollo de tecnología o manufactura central en Casa**

- Los inversionistas quieren ver que la empresa construya, posea y comprenda las piezas fundamentales de la compañía.
- Tercerizar servicios puede funcionar para un MVP, pero si lo importante en su compañía es la tecnología, debe desarrollarla...

Segunda Compañía con CTO en Casa!



Founder Team



Sully - COO



Nicolás - CEO



Martín - CTO

500startups

seedstarsworld*



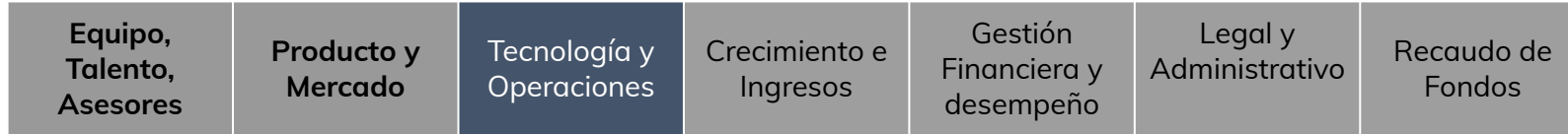
3. Tecnología y Operaciones

Equipo, Talento, Asesores	Producto y Mercado	Tecnología y Operaciones	Crecimiento e Ingresos	Gestión Financiera y desempeño	Legal y Administrativo	Recaudo de Fondos
---------------------------------	-----------------------	-----------------------------	---------------------------	--------------------------------------	---------------------------	----------------------

- **Tip 11: Haga que el equipo técnico / productos escuche a los Clientes:**
 - Configure varios canales para recibir feedback de los clientes puedan -> El equipo técnico (no sólo el CTO) debe hablar con los clientes semanalmente..
 - Para que luego construyan lo que quiere el cliente **con buena usabilidad y buena experiencia.**

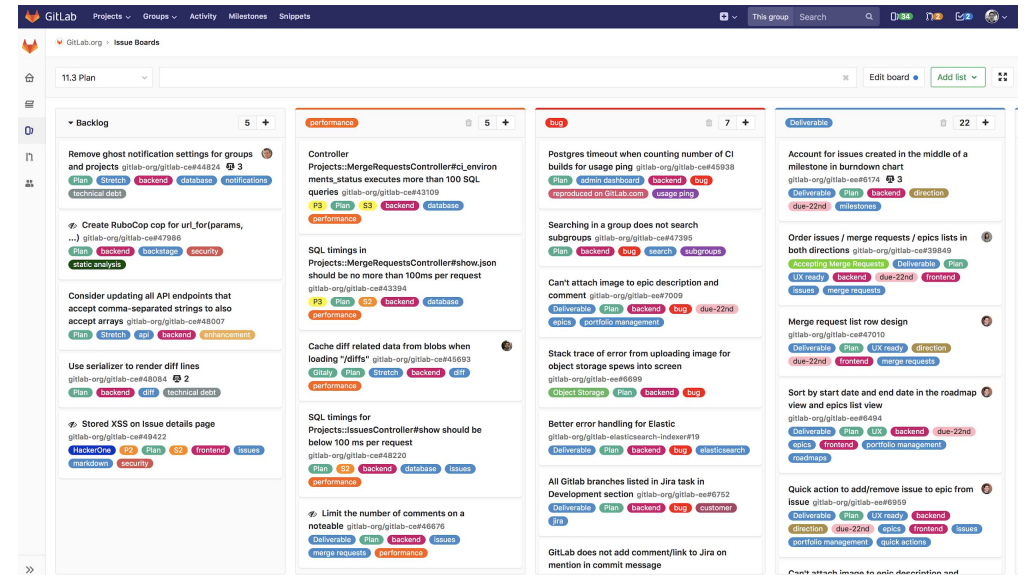


3. Tecnología y Operaciones



Tip 12: Construya para obtener calidad y escalabilidad

- Debería utilizar control de versiones para realizar seguimiento a los cambios, hacer test unitarios y revisiones de código para el control de calidad.
- Tener un plan de contingencia para desastres y asegurarse de no perder los datos de sus clientes
- Construir una plataforma que le permita escalar



<https://hackernoon.com/top-10-version-control-systems-4d314cf7adea>



El progreso
es de todos

Mincomercio





Actividad

Tecnología y Operaciones

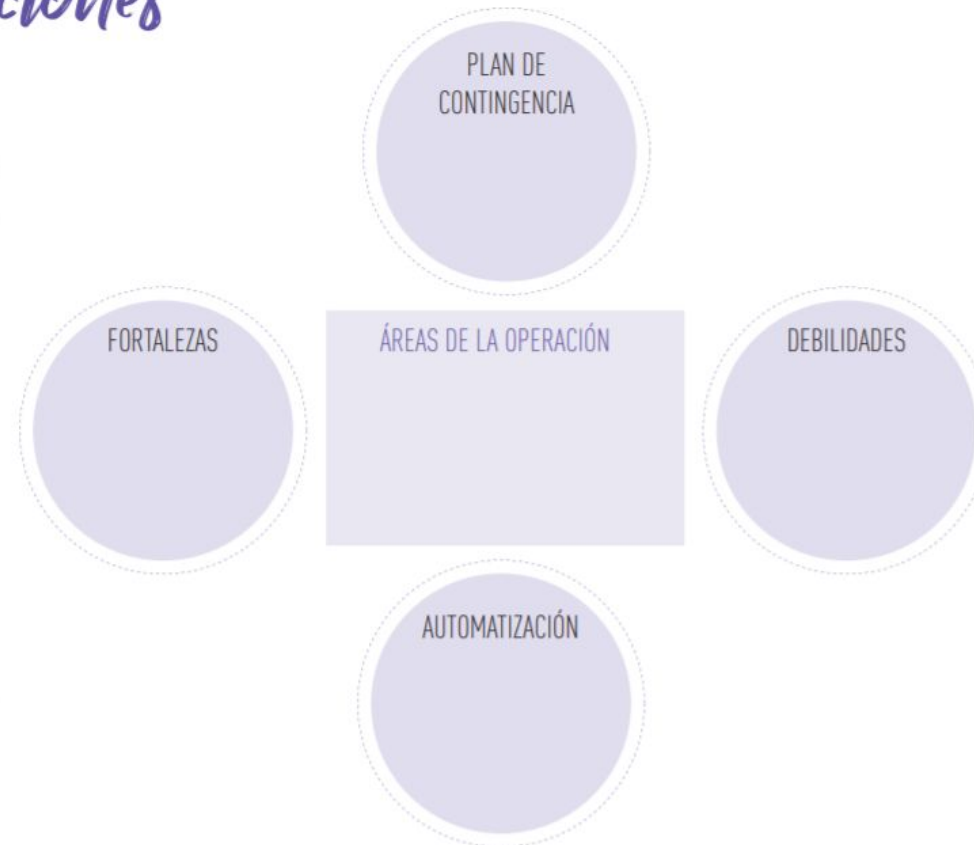
Cuando se piensa en crecer y escalar una empresa, es muy importante tener claro cuales son las Fortalezas, Debilidades y las Necesidades en cuanto a tecnología para poder escalar rápido y de manera estable y segura. Además, es primordial tener un plan de contingencia en caso de tener alguna falla, algún desastre o evento inesperado.

Los datos son como el oro y si algún desastre pasa y se pierden los datos... ¿qué pasaría con la empresa?



EJERCICIO:

Identificar en equipo las diferentes áreas de la operación de su negocio, las fortalezas, debilidades, y qué herramientas tecnológicas se pueden implementar o desarrollar para automatizar procesos que permitan escalar la operación.





4. Crecimiento e Ingresos



La sección de **Crecimiento y los ingresos** posee 7 sub-secciones que incluyen:

- Adquisición de Nuevos Clientes
- Ventas (B2B)
- Activación
- Retención
- Ingresos
- Referidos
- Unidades Económicas

BASED ON ANALYSIS OF 101 STARTUP POSTMORTEMES
Top 20 Reasons Startups Fail





4. Crecimiento e Ingresos

Equipo, Talento, Asesores	Producto y Mercado	Tecnología y Operaciones	Crecimiento e Ingresos	Gestión Financiera y desempeño	Legal y Administrativo	Recaudo de Fondos
---------------------------------	-----------------------	-----------------------------	-----------------------------------	--------------------------------------	---------------------------	----------------------

- **Tip 13: Conozca los diferentes canales de adquisición y encuentre el suyo.**
 - Algunos escanal, otros no. Generalmente empiezas con cosas que no tienen escalabilidad.
 - Try both inbound (longer setup but longer payback) and outbound (instant)



4. Crecimiento e Ingresos

	Fase 1: Canales que no escalan	Fase 2: Canales que escalan
Saliente	<ul style="list-style-type: none"> • * Llegar a tus propios amigos / familia / red • Relaciones públicas no convencionales • Eventos fuera de línea (ferias comerciales, conferencias, sus propios eventos) • * Crowdfunding 	<ul style="list-style-type: none"> • Marketing en buscadores (SEM) • Anuncios sociales y de display • Publicidad fuera de línea (TV, radio, patrocinio) • Desarrollo de negocios (asociaciones, empresas mixtas, licencias, distribución) • Programas afiliados • * Correo electrónico en frío • * Comercialización telefónica • *Soldado de infantería
Entrante	<ul style="list-style-type: none"> • Blogs de orientación • Charlas • Relaciones públicas (PR) • * Foro y sitios de discusión • Edificio comunitario 	<ul style="list-style-type: none"> • Posicionamiento en buscadores (SEO) • Marketing de contenidos • Ingeniería como marketing • Plataformas existentes (tiendas de aplicaciones, tiendas de navegador, integraciones) • Correo de propaganda • Mercadeo viral



4. Crecimiento e Ingresos



- Tip 14: Aprende cómo medir y encuentra el Product/Market Fit

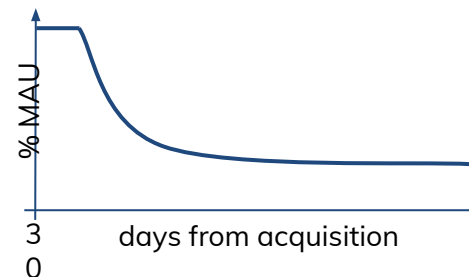
Método 1 - Encuesta

Pregúntale a los usuarios si están contentos y si te recomendarían a otros.
Es posible que estés haciendo algo
Usa el NPS para medir “promotores” y “detractores”



Método 2 - Retención

Su retención es constante?
Si es así, puede estar reteniendo suficientes usuarios para un negocio viable



Método 3 - Intuición

- ¿Qué te dicen tus instintos?
- ¿Los clientes compran tan rápido como usted puede hacerlo?
- ¿Los medios / reporteros te están llamando?
- ¿Puede contratar lo suficientemente rápido?
- ¿El dinero se está acumulando?

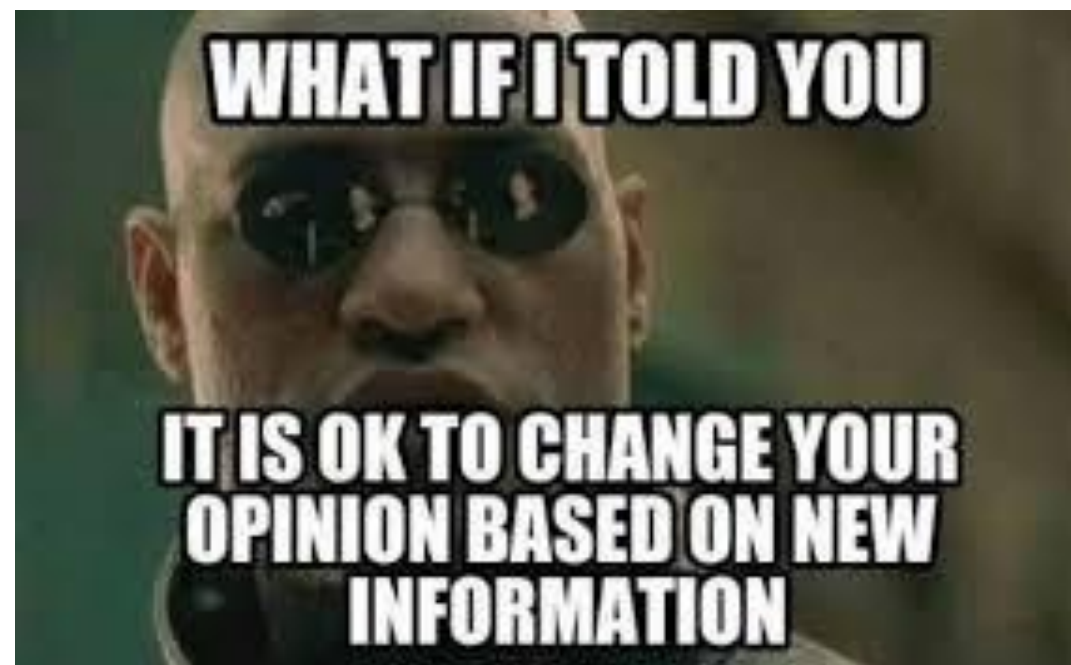


4. Crecimiento e Ingresos

Equipo, Talento, Asesores	Producto y Mercado	Tecnología y Operaciones	Crecimiento e Ingresos	Gestión Financiera y desempeño	Legal y Administrativo	Recaudo de Fondos
---------------------------	--------------------	--------------------------	-------------------------------	--------------------------------	------------------------	-------------------

- **Tip 14: Sepa cómo medir y encontrar el producto que necesita el mercado**

¿Qué pasa si te digo... que está bien cambiar tu opinión en base a nueva información?





4. Crecimiento e Ingresos

Equipo, Talento, Asesores	Producto y Mercado	Tecnología y Operaciones	Crecimiento e Ingresos	Gestión Financiera y desempeño	Legal y Administrativo	Recaudo de Fondos
---------------------------	--------------------	--------------------------	------------------------	--------------------------------	------------------------	-------------------

- **Tip 15: Conozca y mida sus unidades económicas**

- CAC
- $(\$) \text{ Gastos totales de ventas y marketing} / (\#) \text{ nuevos clientes adquiridos} = (\$) \text{ CAC}$
- LTV
- Para empresas SaaS:
 - $(\$) \text{ Ingresos mensuales promedio por cliente} \times (\# \text{ meses}) \text{ vida útil del cliente} \times \text{Margen bruto} (\%) = (\$) \text{ LTV}$
- $(\$) \text{ Ingresos mensuales promedio por cliente} \times (1 / \text{rotación mensual}) \times \text{Margen bruto} (\%) = (\$) \text{ LTV}$
- Para empresas de comercio electrónico:
 - $(\$) \text{ Valor promedio del pedido} \times (\#) \text{ Ventas repetidas} \times (\# \text{ meses}) \text{ Tiempo promedio de retención} \times \text{Margen bruto} (\%) = (\$) \text{ LTV}$
- Para aplicaciones móviles (tenga en cuenta que agregar el valor de referencia es opcional):
 - $(\$) \text{ Ingresos promedio por usuario} \times (1 / \text{rotación mensual}) + (\$) \text{ Valor de referencia} \times$



4. Crecimiento e Ingresos

Equipo, Talento, Asesores	Producto y Mercado	Tecnología y Operaciones	Crecimiento e Ingresos	Gestión Financiera y desempeño	Legal y Administrativo	Recaudo de Fondos
---------------------------	--------------------	--------------------------	-------------------------------	--------------------------------	------------------------	-------------------

Una empresa de comercio electrónico que vende ropa premium ...

Gasta \$ 20,000 en una campaña de Google AdWords y adquiere 1,000 nuevos clientes.

$$CAC = \$ 20,000 / 1,000 = \$ 20$$

El pedido promedio por cliente es de \$ 100 y los costos directos de realizar cada pedido son de \$ 60.

Los clientes han ordenado 1 vez / mes en promedio y hasta ahora se han quedado durante 6 meses promedio.

$$LTV = (\$ 100 - \$ 60) \times 1 \times 6 = \$ 240$$

Relación LTV / CAC = \$ 240 / \$ 20 = 12x -> ¡Se ve bien!



4. Crecimiento e Ingresos

Equipo, Talento, Asesores	Producto y Mercado	Tecnología y Operaciones	Crecimiento e Ingresos	Gestión Financiera y desempeño	Legal y Administrativo	Recaudo de Fondos
---------------------------	--------------------	--------------------------	-------------------------------	--------------------------------	------------------------	-------------------

Una empresa de aplicaciones de fotografía móvil ...

Gasta \$ 20,000 en una campaña de Google AdWords y adquiere 10,000 nuevos usuarios.

CAC CPA = \$ 20,000 / 10,000 = \$ 2 (nota: esto aún no es CAC)

Es un modelo freemium. Entonces, solo el 10% compra artículos y gasta \$ 5 por mes en contenido premium.

CAC real = \$ 20,000 / (10,000 x 10%) = \$ 200

La rotación / devolución para usuarios premium es del 10% por mes.

Hasta el momento no se han hecho / rastreados referencias.

LTV = \$ 5 x (1/10%) = \$ 50

Relación LTV / CAC = \$ 50 / \$ 200 = 0.25x -> **¡No va a funcionar así!**



El progreso
es de todos

Mincomercio



EMPRENDETÓN



innpulsa
Colombia



CREAR CONCIENCIA



INTERÉS



CONSIDERACIÓN



TRANSACCIÓN



RETENCIÓN



REFERIDOS

Actividad

A continuación, se muestran las métricas claves para identificar qué tan eficientes están siendo nuestras acciones para adquirir clientes nuevos y retenerlos, con ellas se podrá optimizar nuestra estrategia comercial y de mercadeo.

CAC

Fórmula: $\frac{\text{Gasto en ventas y mercadeo}}{\text{cantidad de clientes adquiridos}}$

Mi cálculo

LTV

Fórmula: $\text{Ingreso promedio por cliente} \times \text{cantidad de compras durante su tiempo de vida con el emprendimiento}$

Mi cálculo

LTV / CAC

Fórmula: $\frac{\text{LTV}}{\text{CAC}}$

Mi cálculo

CHURN

Fórmula: $\frac{\text{Cantidad usuarios que se inactivaron en el periodo}}{\text{Cantidad total de clientes al inicio del periodo}}$

Mi cálculo



5. Gestión Financiera y desempeño



La sección de **Gestión Financiera y desempeño** tiene 7 sub-secciones que incluyen

- Gestión de rendimiento
- Herramientas y servicios financieros
- Cuentas por cobrar
- Inventario
- Flujo de Caja
- Fondos
- Adquisición/ Estrategia de Salida

BASED ON ANALYSIS OF 101 STARTUP POSTMORTEMS
Top 20 Reasons Startups Fail





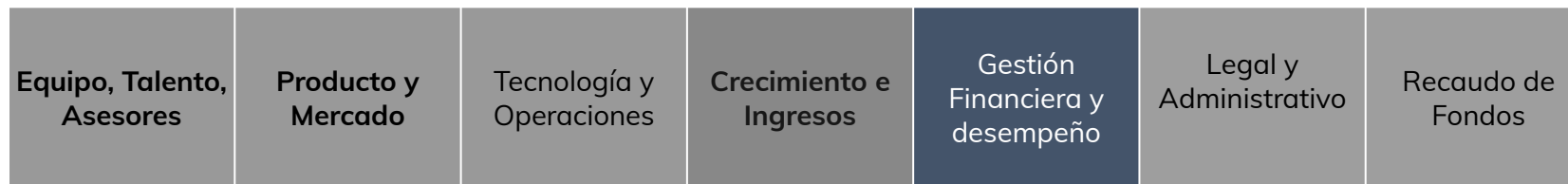
5. Gestión Financiera y desempeño



- **Tip 16: Haga seguimiento de sus KPI's (indicadores de rendimiento)**
 - Comience en algún lugar y tome sus decisiones en función de los datos
 - La entrada manual de datos NUNCA dura mucho (aburrida, propensa a errores, etc.) -> Invierta su tiempo tempranamente para automatizar el análisis y la recopilación de datos



5. Gestión Financiera y desempeño



- **Tip 17: Administre su flujo de caja y cuentas por cobrar (B2B)**
 - Pista (meses) = Efectivo en banco / Gastos mensuales actuales
 - Evite las cuentas por cobrar (pagos por adelantado) o adminístrelas (recordatorios / incentivos)



5. Gestión Financiera y desempeño

Equipo, Talento, Asesores	Producto y Mercado	Tecnología y Operaciones	Crecimiento e Ingresos	Gestión Financiera y desempeño	Legal y Administrativo	Recaudo de Fondos
---------------------------	--------------------	--------------------------	------------------------	--------------------------------	------------------------	-------------------

- **Tip 18: Considere la estrategia de salida antes de entrar:**
 - Será una hipótesis enorme (como todo el negocio) pero puede agregar mucha confianza a los inversores si les demuestra que tiene la salida en mente.
 - Sepa quién está activo y dé ejemplos en la industria.



El progreso
es de todos

Mincomercio





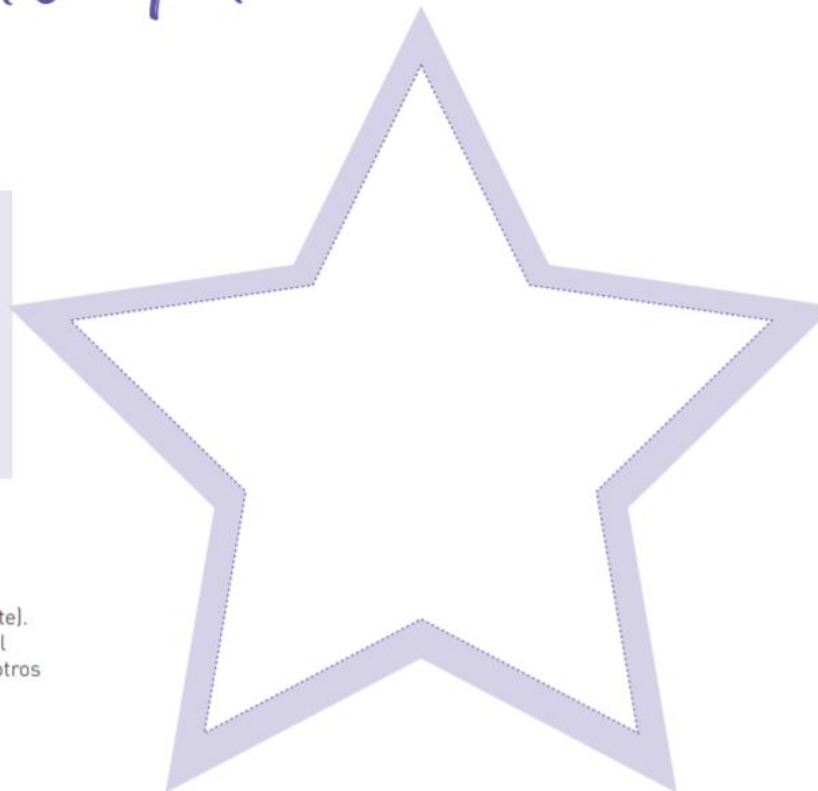
Actividad

Gestión financiera y de desempeño

Las dos métricas más importantes en este pilar:

1 La North Star (Estrella del Norte): Es la que mejor captura el valor central que nuestro producto ofrece a los clientes. Optimizar sus esfuerzos para hacer crecer esta métrica es clave para impulsar un crecimiento sostenible en toda su base de clientes.

2 KPI's: Un KPI (key performance indicator), conocido también como indicador clave de rendimiento o medidor de desempeño. Existen KPI para diversas áreas de una empresa: compras, logística, ventas, servicio al cliente, etc.

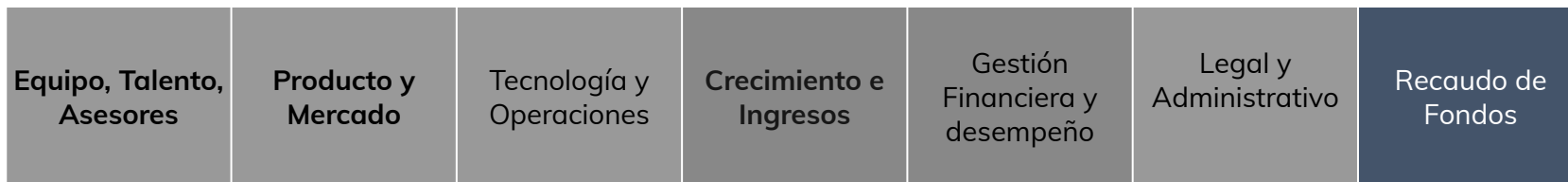


EJERCICIO:

Identificar cuál puede ser su NSM (Métrica Estrella del Norte). Recuerde que esta métrica debe poder reflejar por sí sola el crecimiento de su empresa. Es decir, si la NMS crece, los otros indicadores (KPI's) también deben crecer.



6. Aspectos Legales y Administrativos



La sección de **Aspectos legales y Administrativos**, tiene 3 sub-secciones que incluyen:

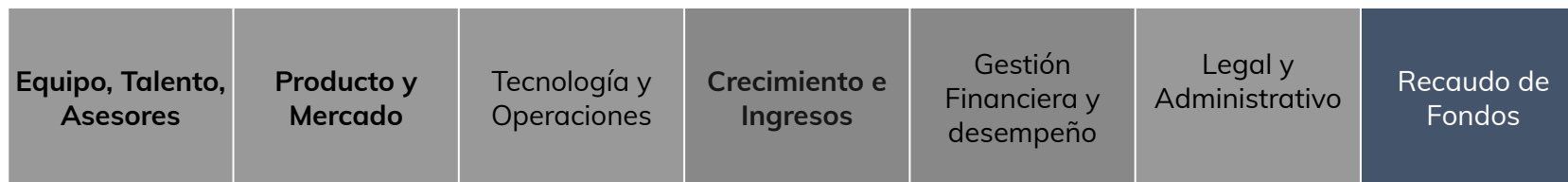
- Estructura
- Fundadores
- Base de Datos

BASED ON ANALYSIS OF 101 STARTUP POSTMORTEMS
Top 20 Reasons Startups Fail





6. Aspectos Legales y Administrativos



- **Tip 19: No permita que la estructura legal interfiera en su camino**
 - Elija el tipo de entidad y jurisdicción habituales para su país / región.
 - Organice su sala de datos desde el primer día!

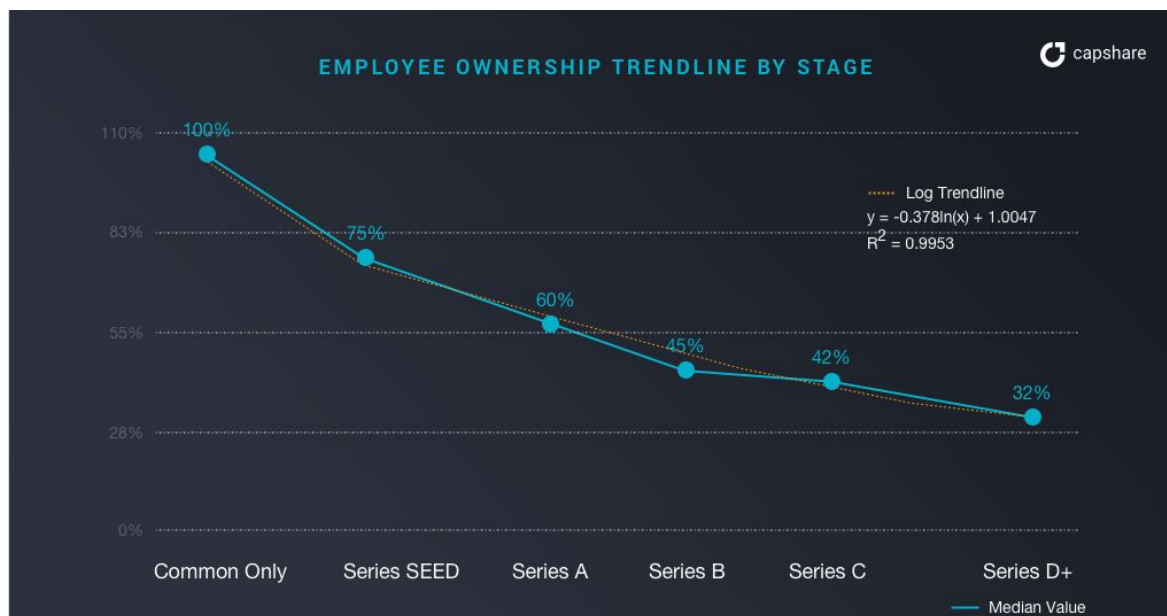


6. Aspectos Legales y Administrativos



Equipo, Talento, Asesores	Producto y Mercado	Tecnología y Operaciones	Crecimiento e Ingresos	Gestión Financiera y desempeño	Legal y Administrativo	Recaudo de Fondos
---------------------------	--------------------	--------------------------	------------------------	--------------------------------	------------------------	-------------------

- **Tip 20: Tenga cuidado de su capital**
- No regale demasiado porcentaje de su compañía desde el principio. ¡Dar el 50% a un inversionista ángel no está bien!
- Mantenga limpio su capital
- Gestionar la dilución a lo largo del tiempo.



Cap Table Template:
<https://seedsta.rs/captable>



El progreso
es de todos

Mincomercio



EMPRENDETÓN



innpulsa
Colombia

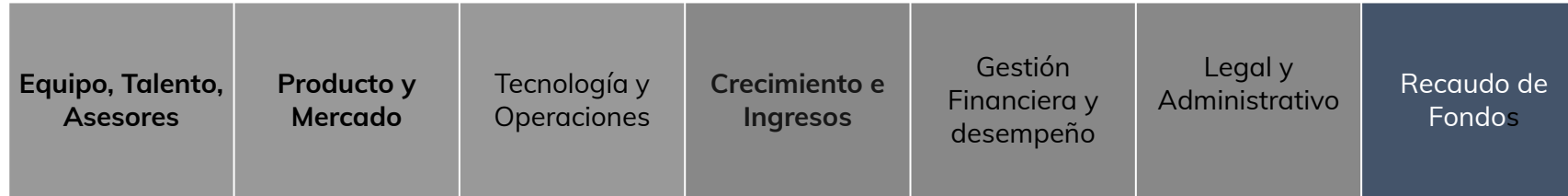


Actividad

CARPETA	SUBCARPETA	ITEM
LEGAL	Organización	Certificado de existencia legal Estatutos de la sociedad Certificados de propiedad intelectual y de marca RUT Otros documentos relevantes (permisos, certificados, etc).
		Empleados: beneficios, directores
FINANCIERO	Financial accounts	Balace de resultados desde el inicio Estados financieros desde el inicio Declaraciones de renta Modelo financiero y proyecciones
	Bank accounts	Extractos bancarios desde el inicio Inversionistas Contratos / acuerdos con inversionistas Cap Table (distribución de acciones)
NEGOCIO & MERCADEO	General	Pitch deck (presentación) Modelo de negocio Presentaciones del producto Plan de mercadeo y material publicitario Manual de operaciones
	Datos de analítica	Tablero de indicadores de rendimiento Unit economics (unidad económica de cliente/usuario) Análisis de cohorte
	Información de clientes importante	CRM (Gestión de relaciones con clientes) Acuerdos comerciales
PRODUCTO	Producto	Mapa de ruta del producto Manual de operaciones de desarrollo Presentación técnica / mapa de arquitectura



7. Recaudo de Fondos



En la sección del **Recaudo de Fondos** contiene 2 sub-secciones que incluye:

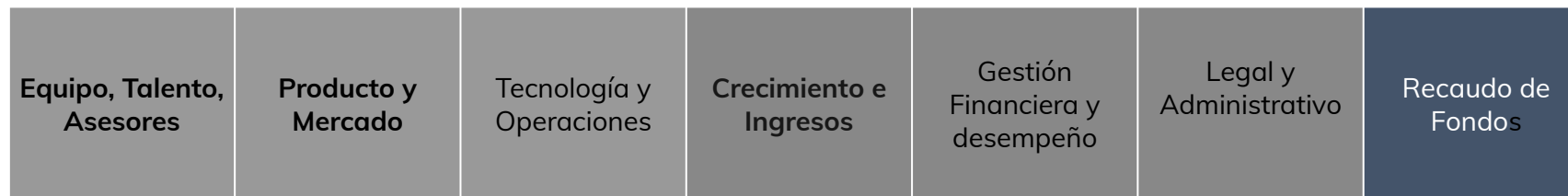
- Necesidades de financiación actuales
- Material de recaudación de fondos

BASED ON ANALYSIS OF 101 STARTUP POSTMORTEMS
Top 20 Reasons Startups Fail





7. Recaudo de Fondos



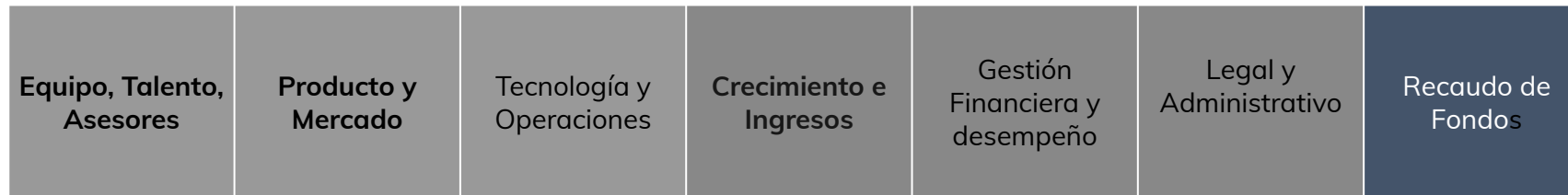
- **Tip 21: Desarrolle una estrategia para levantar Capital**
 - Cuánto: términos para negociar
 - Por qué: para un hito claro y uso de fondos
 - Quién: Tipos de inversores y su cartera de posibles clientes potenciales

Haz tu investigación....

¡No investigues sobre levantamiento de capital, investiga sobre



7. Recaudo de Fondos



- **Tip 22: Desarrolla un pitch deck (presentación de empresa) de alta calidad**
 - Las presentaciones son el primer contacto real que un inversor tiene con su empresa
 - Para los inversores, es preferible un mazo largo
 - No reinventes la rueda -> usa el formato probado
 - Tenga el material (es decir, el dataroom) listo para respaldar la plataforma.



¿Qué es un pitch Deck?

	Seedstars 1 min pitch	Seedstars 3 min pitch	500 Startups	Guy Kawasaki	Sequoia Capital
# of Slides	1	11	12	9	11
Problema	✓	✓	✓	✓	✓
Solucion	✓	✓	✓	✓	✓
Validación del Mercado / Porque ahora?					✓
Producto			✓		✓
Tamaño de Mercado	✓	✓	✓		✓
Modelo de Negocio		✓	✓	✓	✓
Magia subyacente (ventaja injusta)	✓	✓	✓	✓	
Plan de Mercadeo/ Distribución		✓	✓		
Tracción / Hitos	✓	✓	✓	✓	
Competencia		✓	✓	✓	✓
Ventajas competitivas		✓	✓		
Equipo		✓	✓	✓	✓
Junta / Asesores					✓
Prensa / Testimonios de usuarios					
Busqueda de inversión (preguntar)		✓	✓	✓	✓
Finanzas / Uso de Fondos				✓	✓

Content adapted from <https://slidebean.com/blog/startups/pitch-deck-presentation-complete-guide#what-should-be-in-an-investor-deck>



El progreso
es de todos

Mincomercio





Actividad



EJERCICIO:

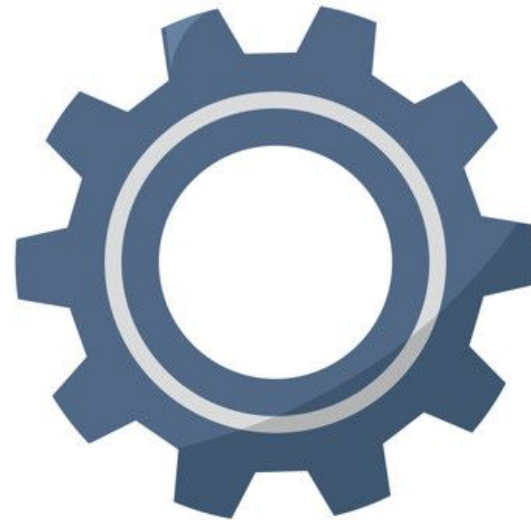
Revisar la presentación de su negocio y marcar con un "X" si su presentación cumple explicando cada uno de los siguientes ítems.

ITEM	Check
Problema	
Solución	
Validación del mercado	
Producto	
Tamaño del mercado	
Modelo de negocio	
Ventaja competitiva	
Plan de mercadeo	
Tracción	
Competencia	
Ventajas ante la competencia	
Equipo	
Junta directiva	
Pedir capital	
Plan para usar los fondos	





Nivel 1



Autoevaluación



El más, más parecido...



VALLEDUPAR



IBAGUÉ





Nivel 2



Lean Canvas

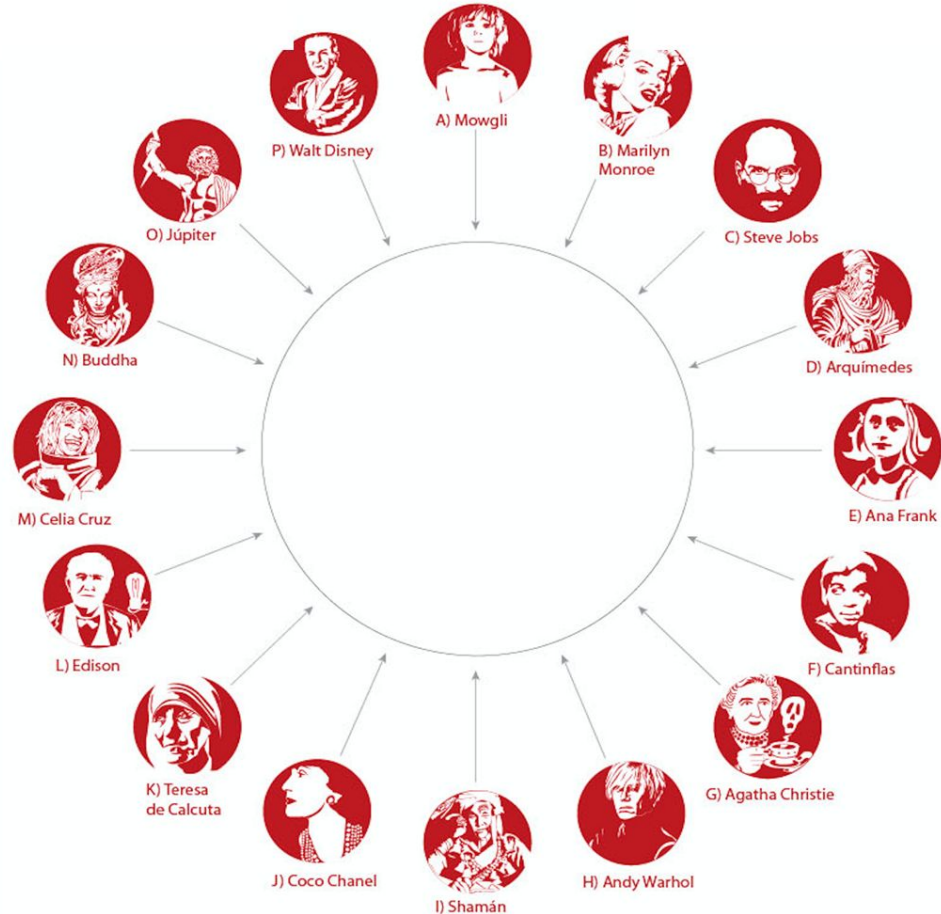
PROBLEMA	SOLUCIÓN	PROPUESTA DE VALOR ÚNICA	VENTAJA DIFERENCIAL	SEGMENTOS DE CLIENTES
¿Cuáles son los 3 principales problemas?	Resumir una posible solución para cada problema.	¿Por qué es especial? Mini Pitch: un mensaje claro, corto y simple pero que llame la atención.	¿Qué lo hace especial? Debe ser algo que no pueda copiarse o adquirirse fácilmente.	Identificar y conocer los segmentos de clientes sobre los que va a trabajar
Alternativas existentes ¿Cómo se pueden resolver actualmente?	MÉTRICAS CLAVE		CANALES	Adoptadores tempranos ¿Qué caracteriza a tu cliente ideal?
	¿Qué actividades quiere medir? ¿Cómo se van a medir?		¿Cómo llegará a sus clientes? ¿Cuáles medios usará?	
ESTRUCTURA DE COSTOS		FLUJOS DE INGRESOS		
¿Cuáles son sus costos fijos y variables?		¿Cuáles son tus fuentes de ingresos?		



Haciendo más fuerte la propuesta

Descubriendo nuevas oportunidades.

Radar de motivaciones
Razones por las que sus clientes compran sus productos

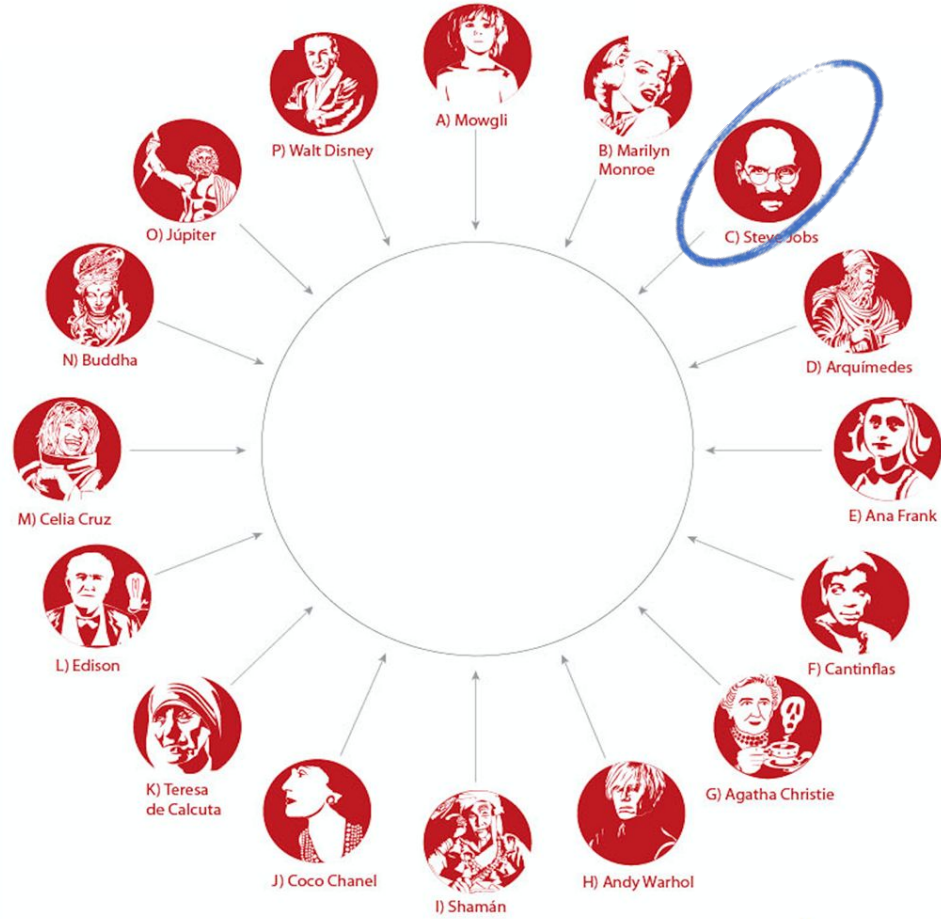




Haciendo más fuerte la propuesta

Descubriendo nuevas oportunidades.

Radar de motivaciones
¿Por qué otras razones podrían sus clientes comprarlos hoy y aún no lo están haciendo?





Haciendo más fuerte nuestra propuesta

Necesidad/Producto/Servicio:		
Posible motivador	¿Cómo podría incrementar el poder de mi producto/servicio para aquellos clientes que tienen esta motivación?	Descripción del producto, servicio,, mecanismo de distribución, estrategia de comunicación, que podemos ofrecer.



Nivel 2



Autoevaluación



El progreso
es de todos

Mincomercio



EMPRENDETÓN



Nivel 3



innpulsa
Colombia



El más, más parecido...



VALLEDUPAR



IBAGUÉ





Producto y Mercado

Rápido	Liviano	Robusto
<p>Es el prototipo que se hace con lo que ha a mano, para poder poner en claro las ideas. Útil para explicar a los otros integrantes del equipo la idea o para hacer una validación preliminar con terceros.</p>	<p>Este prototipo ya requiere un trabajo más detallado. En algunos casos se trata de un prototipo parcial, es decir, solo de aquella parte que se desea probar. En otros casos, es una representación de la solución (por ejemplo una simulación en computador o una maqueta)</p>	<p>Este es un prototipo muy detallado. En muchos casos, no se diferencia, a primera vista, del producto o servicio que será lanzado al mercado.</p>



Producto y Mercado

Hipótesis	Experimento/Sujeto
Algunos clientes van a sentir que estamos sirviendo más comida si usamos platos más pequeños	Se muestran fotos de diversos platos de diferente tamaño llenos con la misma cantidad de comida y se les pide que califiquen cada uno de ellos según el tamaño de la porción
Resultados	Posibles ajustes, cambios y/o mejores
1. Mi mamá: Le pareció que había mucha comida en el plato. Le preocupa que van a tener que tirar comida a la basura	
2. Aurelio Rojas (Vecino): Escogió los platos más pequeños. Le pareció que traían más y eran más baratos (Aunque nunca le mencionamos el precio)	
3. Susana Medina (Participante en evento): Escogió los platos más grandes porque sintió que los otros traían mucho	Ojo. Revisar si el efecto es diferente en hombres vs. mujeres
Se confirma que un plato más pequeño genera la impresión de que estamos ofreciendo más comida que si se sirve la misma cantidad en un plato más grande. El experimento nos permitió llegar al tamaño óptimo que provee la sensación de abundancia pero no se ve atiborrado.	



Producto y Mercado

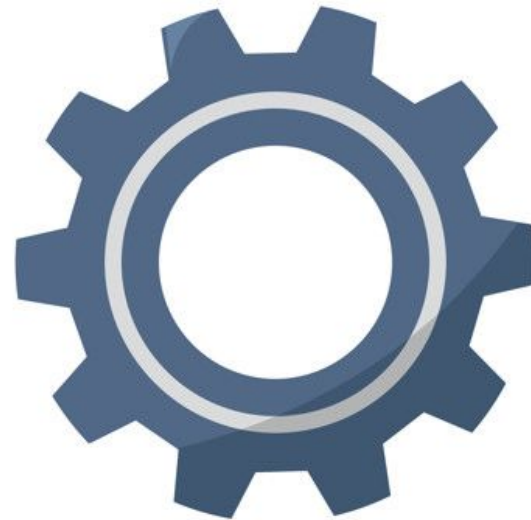


Experimento _____

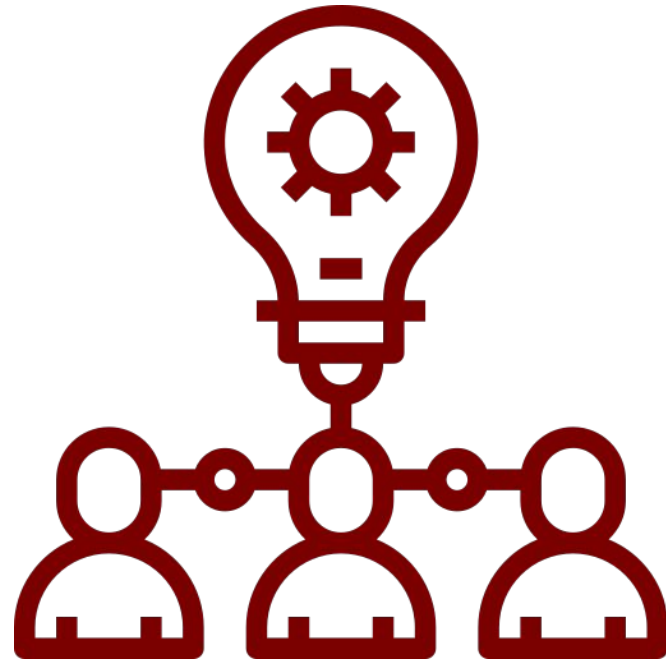
Hipótesis	Experimento/Sujeto
	<small>(Persona o personas a las que presenta y tipo de prototipo usado)</small>
Resultados	Posibles ajustes, cambios y/o mejoras
1	
2	
3	
4	
5	



Nivel 3



Autoevaluación



Networking



El progreso
es de todos

Mincomercio



Gracias