



Facultad Ciencias Económicas y
Empresariales

Fundación | Cajasol

II Feria del Emprendimiento

Facultad Ciencias Económicas y Empresariales

TALLER DE NEGOCIO DIGITAL



Joaquín López Lérica
jlopez@beleanup.com

Negocios 2.0

- *Es vital utilizar redes sociales para conectar con otras webs*
- *El contenido generado propio es la clave*
- *La colaboración es vital. Hay que saber jugar con los demás.*
- *Subcontrata todo lo que no sepas hacer*
- *Las startups son tan importantes como las grandes. Forma parte de tu competencia.*
- *La función de anuncios es más importante que nunca en la web 2.0. No la subestimes.*
- *Mantente informado*
- *Lo verde y la RSC son muy importantes en la web 2.0.*
- *Prueba sin miedo, nadie te vigila*
- *Haz algo que te guste y conozcas*
- *Google debe ser siempre cercano a ti*

Cumple algo de lo siguiente

- Tener producto propio
- Precios o distribución exclusiva
- Precio más bajo
- Valor más allá del precio
 - Creación de guías completas
 - Descripciones y listados de productos detallados
 - Guías de instalación o configuración
 - Creación de video detallado sobre el producto
 - Establecer un sistema fácil para entender la compatibilidad
- Producto con muchos componentes
- Personalizable
- Requiere instalación o configuración técnica

Mejores grupos de clientes



GRUPOS CON UN HOBBY

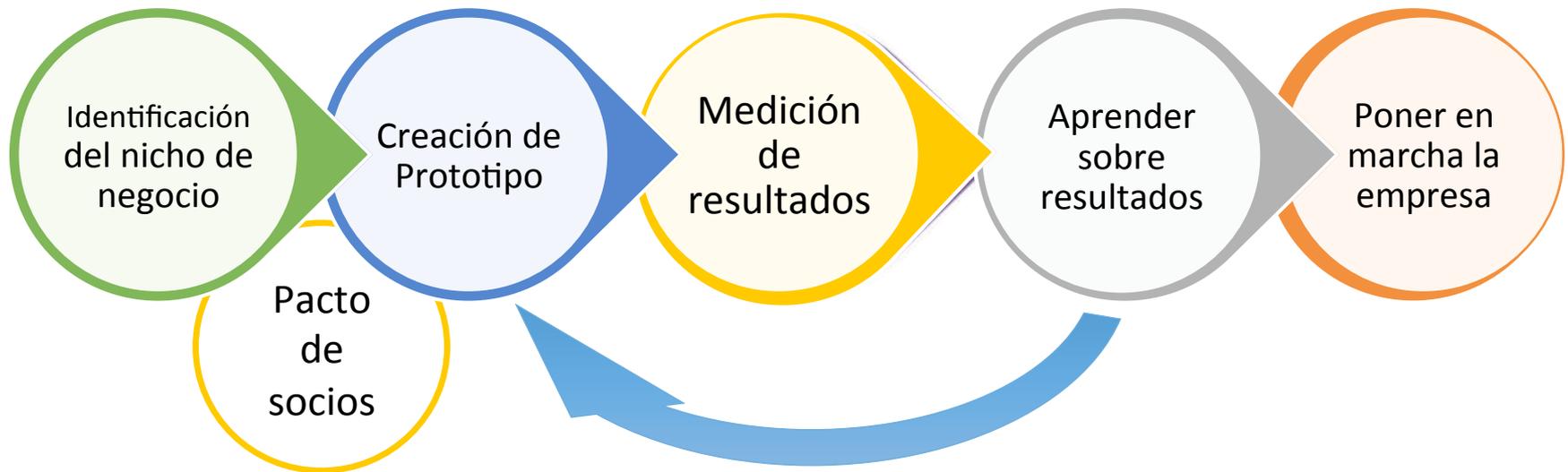


EMPRESAS



COMPRADORES RECURRENTE

Proceso del negocio digital



Identificación del nicho de negocio

Oferta

CPC > 0,5
VBM ↓↓



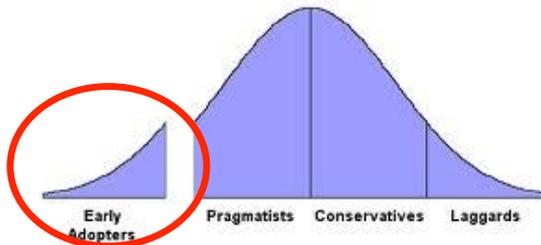
Mercados saturados



CPC < 0,4
VBM ↑↑↑↑

Demanda

CPC < 0,4
VBM ↓↓



CPC < 0,4
VBM --↑↑

Pruebas de mercado (PMV)

- Es obligatorio realizar pruebas de mercado. Estas pruebas parten de lo siguiente:
 - Se realizan sin necesidad de fabricar el producto o servicio
 - Proceso de las pruebas de mercado:
 - Crear (un prototipo del producto/servicio)
 - Medir (desarrollar el cliente)
 - Aprender (saber si tuvimos éxito o no y pivotar)

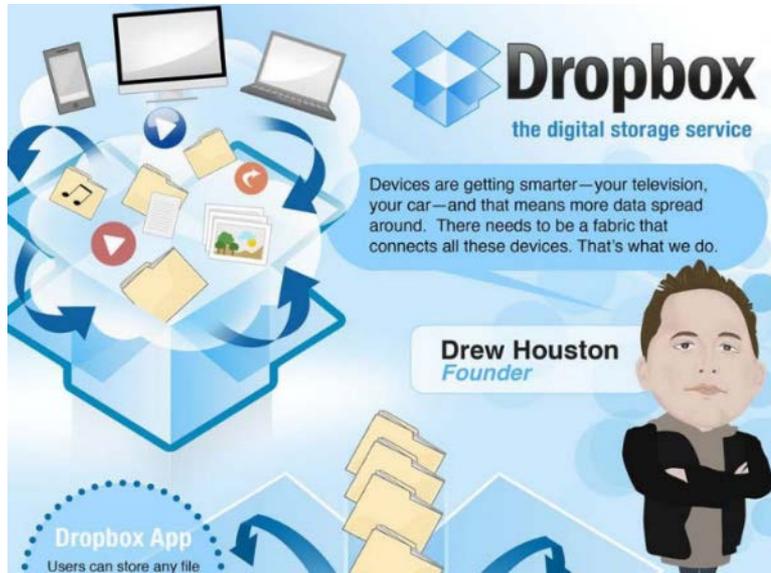
CREAR: Producto Mínimo Viable (PMV)

- Tan rápido como sea posible.
- ¿Qué es un PMV?
 - Versión del producto que permite dar una vuelta entera al circuito C-M-A con mínimo tiempo y esfuerzo de desarrollo
 - Puede estar falto de muchos elementos que harán falta posteriormente
- El PMV no es necesariamente un producto perfecto ya que la idea de negocio está basada en suposiciones (el PMV no es más que un experimento para probar nuestras suposiciones)



PMV NO ES:

- Una versión básica del producto final
- Prototipo o prueba de concepto (no queremos probar si puede crearse sino validar la hipótesis de negocio)



HERRAMIENTAS PARA PROTOTIPADO

Producto existente

Afiliación



Plataformas de afiliación

INGRESOS
PAGOS

						
CPM - Impresiones	X	✓	✓	✓	X	✓
CPC - Click	✓	✓	✓	✓	✓	✓
CDC - Doble click	✓	✓	X	✓	✓	X
CPV - Venta	✓	✓	✓	✓	✓	✓
CPL - Formulario	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Ingreso minimo	25€	25€	50€	50€	5€	100€
Transferencia	✓	✓	✓	✓	✓	✓
PayPal	X	X	X	✓	✓	X
Países	 	 	 	 latam 	  	 latam 

INGRESOS
PAGOS

						
CPM - Impresiones	X	✓	✓	✓	✓	✓
CPC - Click	X	✓	✓	✓	✓	X
CDC - Doble click	X	X	✓	✓	✓	X
CPV - Venta	✓	✓	✓	✓	✓	✓
CPL - Formulario	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Ingreso minimo	50€	60€	25€	25€	40€	5€
Transferencia	✓	X	✓	✓	✓	✓
PayPal	X	✓	X	X	X	✓
Países		latam	  	 	 	 latam 

Dropshipping



Proveedores de Dropshipping

SALEHOO

 **inventory
source**

brandsdistribution.com }
HOT BRANDS EASY BUSINESS

 **DropshipDesign.com**
PROFESSIONAL DROPSHIP SERVICES

PIXmania-PRO.com
Our products, Your Business

**BIG
BUY**

WHOLESALE 2B
YOUR DROPSHIP BUSINESS PARTNER

 **Original Gifts at Wholesale Prices**
Sunrise Wholesale Merchandise

 **espMarketPlace**
ecommerce

 **focalprice**

**WORLDWIDE
BRANDS** 

HERRAMIENTAS PARA PROTOTIPADO

Producto no existente

Websites



Diseño de anuncios



Catálogos de productos



Fabricación



HERRAMIENTAS PARA PROTOTIPADO

Servicios

¿Qué es prototipar servicios?

- Poner en marcha PMVs relativos a servicios sin tener los recursos necesarios (lugar, personal, clientes o experiencia)*
- Objetivo fundamental: realizar pruebas de mercado*
- Supone una prueba de la evolución de usuarios tempranos y conocer lo que verdaderamente genera valor*
- Es una forma de pensar haciendo*
- Se parte de la base de que cuando algo es realmente nuevo, no podemos planear su existencia pero precisamos experimentar para conocer a través de un proceso de prueba y error*
- La mayoría de las cosas son desconocidas de antemano acerca de la reacción de los usuarios al nuevo servicio: la captura de ese conocimiento precisa de un proceso estructurado*

Bases del prototipado de servicios

- El prototipado de servicios es complejo principalmente por la intangibilidad del ámbito del diseño
- Los prototipos se conciben como manifestaciones visuales de ideas, de ahí la dificultad general para este tipo de prototipos
- Otro de los problemas es la coordinación de los objetos que forman parte del experimento
- El prototipado de servicios es más complicado que el de productos: podemos diseñar entornos para experimentar pero es muy complicado conseguir experiencias e interacciones

Situaciones de prototipado

En función la situación inicial de la que se parte hay diferentes opciones a la hora de realizar el prototipado del servicio:

- Prototipado de laboratorio / on-site
- Usuarios artificiales / reales
- Personal artificial / real
- Mockups / proposiciones reales

Prototipado de laboratorio / on-site

Laboratorio	On-site
La localización real no existe	El espacio es el mismo, pero se utilizará de forma diferente al prototipar
No se pueden hacer cambios en la localización que se utilizará	Es fácil hacer modificaciones en el espacio actual, y esas modificaciones no afectan al negocio actual
El prototipo sería un problema para los usuarios y trabajadores actuales del negocio real	El contexto real es indispensable para validar el modelo de negocio
Es necesario probar una distribución espacial diferente y que actualmente no se conoce o está en exploración	

Prototipado de usuarios artificiales / reales

Usuarios artificiales	Usuarios reales
Los usuarios reales no existen todavía (servicio completamente nuevo)	La proposición de valor para los usuarios es sencilla y fácil de entender
El grupo objetivo es genérico (casi cualquier persona es un usuario potencial)	El grupo objetivo tiene necesidades específicas (grupo de edad por ejemplo)
Los usuarios reales no pueden ser localizados fácilmente	Los usuarios reales están disponibles y fallos en la prueba no comporta riesgos (no afectará a su confianza)
La hipótesis o concepto no está demasiado clara y confundiría a los usuarios	

Prototipado de trabajadores ficticios / reales

Trabajadores ficticios	Trabajadores reales
Los trabajadores no han sido especificados todavía	Es necesario un tipo de trabajador experto (utilizar trabajadores genéricos no mediría realmente la efectividad del servicio)
La prueba del servicio es un obstáculo para los trabajadores actuales (no podrían participar porque obstaculizaría su trabajo actual)	Los trabajadores han sido especificados y resultan clave en el desarrollo del servicio
El papel de los trabajadores no está claro y se está desarrollando	El objetivo del prototipo es comunicar a los trabajadores el nuevo servicio y entrenarlos para el mismo

Prototipado con mockups / proposiciones reales

Mockups	Propuesta real
El objeto que se va a prototipar no existe	El objeto existe y está disponible
Demasiado caro de desarrollar o temporalmente excesivo	Se puede modificar fácilmente algún servicio actual para probarlo
Será necesario pivotar muy frecuentemente o muy rápidamente	La dinámica del servicio no puede ser probada realmente sin tener un modelo real
El objeto no es un punto clave o su fidelidad es irrelevante para hacer la prueba verificable	La forma del servicio es vital para su prueba (de otra manera los resultados no serían significativos)
	Su usabilidad es el objetivo del prototipado

Ejemplo real

“Caja lenta” para favorecer la inclusión de trabajadores discapacitados en supermercados

Alternativa	Elección
Laboratorio / on-site	On-site, se pudo habilitar una caja alternativa en un supermercado de prueba. La caja estaba convenientemente señalizada.
Usuarios artificiales / reales	Reales (con indicaciones sobre el tipo de servicio)
Trabajadores ficticios / reales	Trabajadores reales con una breve formación previa
Mockup / propuesta real	Propuesta real
Resultado	El experimento fue un éxito. La caja lenta facturó tanto como las reales y la tipología de clientes fue tan diversas como en las cajas normales. De hecho habitualmente tuvo más cola que el resto de cajas.

Medir

La medición se debe realizar habiendo cumplido lo siguiente:

- El prototipo expresa correctamente su propósito y ámbito
- El prototipo habla el lenguaje correcto con la audiencia
- Los desarrolladores reciben feedback
- Los desarrolladores aprenden algo nuevo y de valor

MEDIR

- La contabilidad de la innovación tiene un enemigo peligroso con los PMVs: los indicadores vanidosos
- **Indicadores vanidosos:** cifras que nos hacen creer que nuestro PMV está progresando cuando no es más que una ilusión
 - Un indicador vanidoso habitual es el número de visitas: incrementos en el número de visitas pueden no estar justificadas
- **Indicadores a utilizar (indicadores verdaderos):**
 - Demuestran una clara relación causa-efecto (accionables)
 - Son tan simples que todo el mundo los entiende (accesibles)
 - Los datos son creíbles para cualquier persona (auditables)

Medir con crowdfunding

MUNDIAL



EUROPEA



NACIONAL



Ejemplo real

Tienda de regalos no materiales

Alternativa	Elección
Laboratorio / on-site	Lab, con el objeto de no decepcionar a posibles clientes
Usuarios artificiales / reales	Artificiales con estudiantes y profesores
Trabajadores ficticios / reales	Trabajadores reales
Mockup / propuesta real	Mockup. A base de pop-ups en una tienda real online
Resultado	Después de experimentar en laboratorio y elaborar alternativas, una prueba real fue experimentada en una tienda online con clientes reales. Permitted finalmente recibir feedback real. El servicio no era perfecto pero fue aceptable para la audiencia.

APRENDER

¿Hay que hacer cambios importantes?

- *Si hay que introducir cambios en nuestro prototipo estamos pivotando*
- *Cuanto antes entendamos que hay que pivotar menos recursos gastaremos*
- *¿Cuándo hay que pivotar?*
 - *Por muchas pruebas que se hacen, los resultados no acaban de converger hacia lo previsto en el plan de negocios*
- *Pivotar no es sinónimo de cambiar radicalmente sino de dejar lo que funciona y cambiar lo que no*



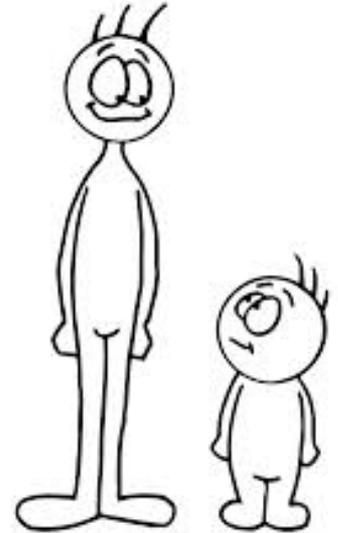
TIPOS de PIVOTES

- Acercamiento (Zoom-in)
- Alejamiento (Zoom-out)
- Segmento de consumidor
- Necesidad de consumidor
- Plataforma
- Arquitectura de negocio
- Captura de valor
- Motor de crecimiento
- Canal
- Tecnología



Lotes Pequeños

- El proceso de fabricación en torno al PMV debe ser pequeño, idealmente de uno en uno
- Fabricar de uno en uno al principio permitirá:
 - Depurar los posibles errores
 - Evitar entrar en un stock excesivo (y tal vez inservible)
- Proceso de fabricación inicial:
 - Dropshipping o afialización si es posible
 - Impresión 3D para productos únicos
 - Subcontratación para servicios
 - Facilidad de actualización online si es software



Crecimiento

- El modelo de negocio de ser RENTABLE, RECURRENTE y ESCALABLE
- Se debe alcanzar un crecimiento sostenido (no hacer caso a los crecimientos puntuales)
- Crecimiento sostenible: los nuevos consumidores provienen de las acciones de los consumidores pasados
- Formas de crecimiento sostenible:
 - Boca a boca
 - Efecto secundario del producto
 - Publicidad financiada con los ingresos
 - Compra o uso repetido



Motores de crecimiento

- *Pegajoso*
 - *Consumidores fieles*
 - *Indicadores como el número total de consumidores son irrelevantes*
- *Viral*
 - *Cuando los nuevos consumidores, sin quererlo, hacen que vengan nuevos consumidores*
 - *Indicador: coeficiente viral (por cada nuevo consumidor, cuántos nuevos posteriores hay)*
- *Remunerado*
 - *Pagar por nuevos usuarios*
 - *Indicador: coste de cada nuevo consumidor*



PMA (Producto Mínimo Atractivo)

El PMA es un paso más allá del PMV y trata de elaborar PMVs que además tengan los siguientes estados:

- **Gestaltiano.** - Productos/servicios que sean “bonitos”, atractivos para el consumidor, con un funcionamiento por encima de las propias expectativas que haya podido crear.
- **Calidad.** - Sometido a un procedimiento de calidad que garantice su funcionamiento y su progreso.
- **Diseño.** - Dotados de un diseño moderno y atractivo para el consumidor.

Herramientas útiles para PMV

Plataformas de afiliación

	zanox.	TradeTracker	affilinet	Add Value	adJAL	afilead.com
INGRESOS						
CPM - Impresiones	X	✓	✓	✓	X	✓
CPC - Click	✓	✓	✓	✓	✓	✓
CDC - Doble click	✓	✓	X	✓	✓	X
CPV - Venta	✓	✓	✓	✓	✓	✓
CPL - Formulario	✓	✓	✓	✓	✓	✓
PAGOS						
Ingreso minimo	25€	25€	50€	50€	5€	100€
Transferencia	✓	✓	✓	✓	✓	✓
PayPal	X	X	X	✓	✓	X
Países						
INGRESOS						
CPM - Impresiones	X	✓	✓	✓	✓	✓
CPC - Click	X	✓	✓	✓	✓	X
CDC - Doble click	X	X	✓	✓	✓	X
CPV - Venta	✓	✓	✓	✓	✓	✓
CPL - Formulario	✓	✓	✓	✓	✓	✓
PAGOS						
Ingreso minimo	50€	60€	25€	25€	40€	5€
Transferencia	✓	X	✓	✓	✓	✓
PayPal	X	✓	X	X	X	✓
Países						

