

COMERCIALIZACIÓN Y TRANSFERENCIA DE TECNOLOGÍAS

MODELOS DE NEGOCIO: TALLER

12 Octubre
8:00 -10:00 a.m

Auditorio Francisco Lemos Arboleda,
Facultad de Ingeniería Electrónica y Telecomunicaciones
Universidad del Cauca. Sector Tulcán

Orientadores:

Edier Bley Gaviria
Investigador / Universidad del Cauca

Gustavo Constaín
Docente / Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD



Oportunidad y Modelos de Negocio

MSc.Edier Gaviria Acosta

Mg.Gustavo Constain

Universidad del Cauca

Octubre 2017

Objetivos



Evaluar la oportunidad



Estructurar modelo de negocio



Conceptos claves

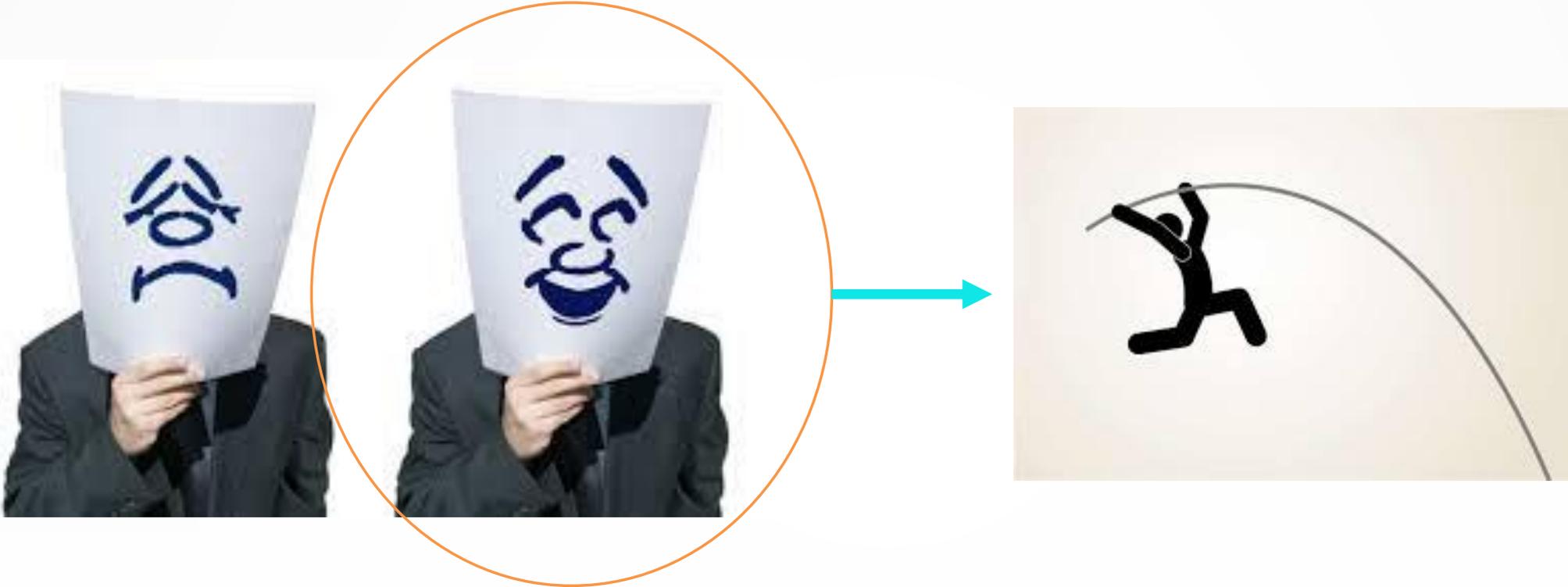


Aprender interactuar con el entorno

¿Como determinar si una idea es buena?



¿Tienes la actitud necesaria?



Como determinar si una tecnología tiene potencial



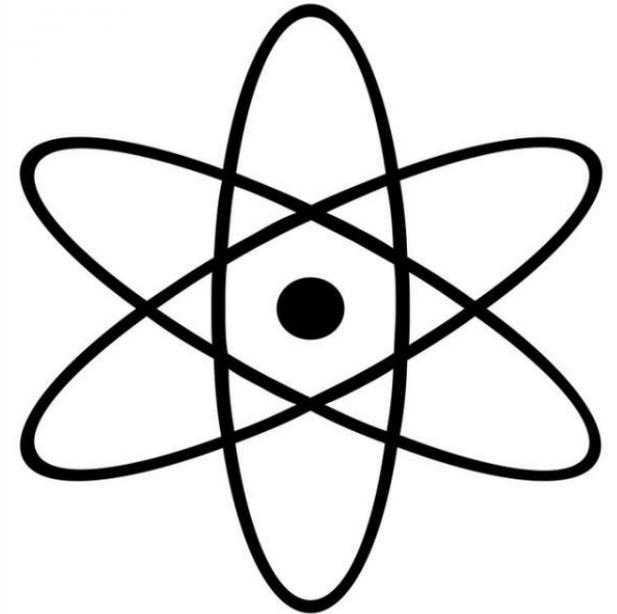
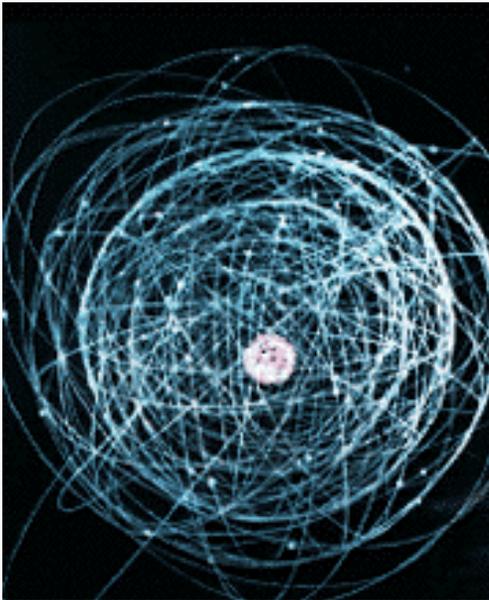
Como se evalúa una oportunidad de negocio

- No es importante lo que ofrecemos
- Es más importante lo que necesita el otro
- Las personas son el activo más importante
- Las PERSONAS ADECUADAS son el activo más importante
- Encuentra por qué te elegirán los clientes
- Demostrar es la base de la credibilidad
- El modelo tiene que convencer a los promotores

Que le gusta a los inversionistas



- Modelos sencillos, que se entiendan
- Dirigidos por la gente idónea, capaces de hacer que ocurran las cosas



Conceptos clave para estructurar un modelo de negocio

- DEFINE TUS CLIENTES
- Busca una clara necesidad del mercado
- Investiga, habla con clientes potenciales
- Determina el potencial del mercado
- ¿Cuánta cuota crees que serás capaz de alcanzar?



Como determinar el potencial del mercado



- Determina el TICKET MEDIO DE CLIENTE
- Vigila a tu COMPETIDOR RELEVANTE
- Realiza una estimación y extrapola a clientes regionales
- Extrapola a clientes nacionales/internacionales
- ¿Sirve de algo este número?



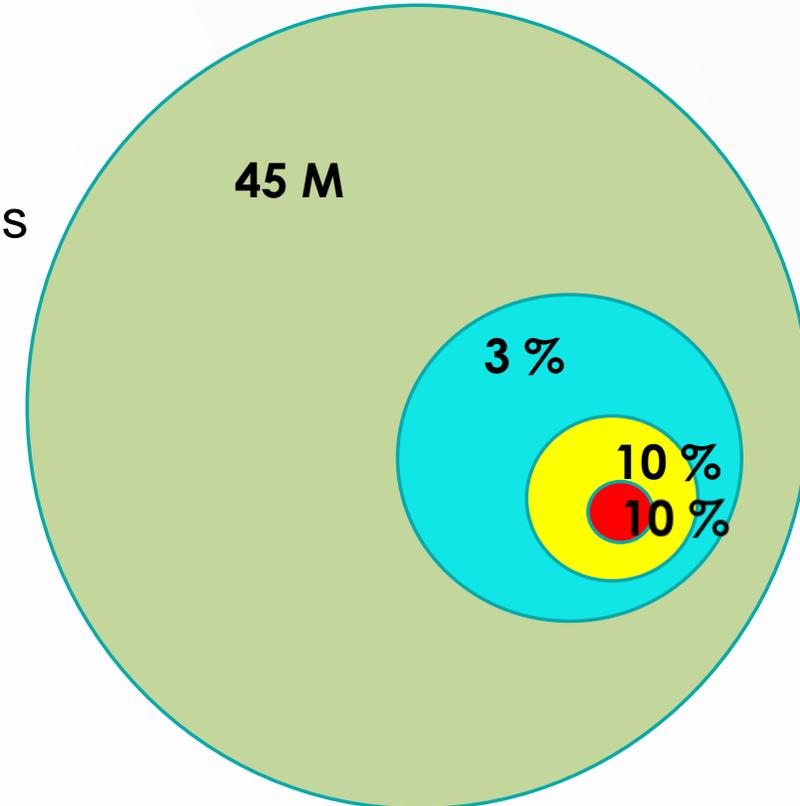
Como determinar el potencial del mercado



- Piensa quienes comprarán tu producto innovador

45M de personas en Colombia

- Investiga el mercado: 3 de cada 100 son potenciales clientes=1.350.000 personas.
- Un 10% al año es comprador=135.000
- Un 10% son innovadores (líderes de tendencias)=13.500
- Precio de nuestro producto=120
- Existe un mercado potencial total de 1.620.000



Primer comprador



- ¿Quién va a ser el primer comprador?
- ¿Cuáles son las características del primer comprador?
- ¿Cómo vas a conseguir a ese primer cliente pionero?
- ¿Que calidad crees que espera?
- ¿Que precios crees que podrás poner?

Friends, family and fools



Como conseguir un cliente pionero



- Realiza una compra emocional
- Acierta con las necesidades, acierta con el canal y acierta con el mensaje
- Tienes una ventaja competitiva realmente diferencial
- Demuestra que obtendrán mucho más valor que el precio pagado por la compra, ya que para ti la venta es una cuestión de vida o muerte



Precios y factores decisorios para la compra



- Primero piensa en el margen, no en el precio
- Fíjate en los precios de la competencia o en productos y servicios similares, Probablemente hayan hecho varios tests
- Piensa como si fueras el cliente, en sus prioridades y en el esfuerzo que supone la compra
- Busca los **factores decisorios para la compra** y argumenta cuantitativamente el beneficio que obtendrá al adquirir tu producto o servicio



Distribución y hábitos de compra

- Dónde realiza el cliente sus compras
- Cuánto cuesta estar presente en el canal
- Cómo lo hacen los competidores
- ¿Vas a vender tú mismo?, ¿por qué? ¿puedes llegar a una alianza?
- Vigila los compromisos de distribución, en términos de plazos e intereses del distribuidor
- ¿Existen canales alternativos a los tradicionales?, ¿son atractivos?, ¿por qué deberías usarlos?
- ¡DEFINE EL CANAL DE VENTA IDEAL!



Cómo se define un cliente



- Necesidad
- Ticket medio de gasto
- Primeros compradores
- Factores decisorios para la compra
- Hábitos de compra
- Canal



Describe tu producto o servicio



- Cuenta una historia
- Utiliza ejemplos ilustrativos
- Fija una foto en la mente de los que te escuchan (antes de que ellos se hagan su propia foto)



Expectativas de futuro



- Crecimiento del mercado accesible por año
- Potencial de mercado accesible en 3/5 años
- Ingresos esperados en 3/5 años
- Costos de contratación del canal
- Capacidad de atraer y mantener talento
- Plan de contratación en 3/5 años



Analiza tus competidores

- Qué define a los competidores
- Identifica los competidores actuales
- Agrupa a los competidores en familias similares
- Localiza a tu competidor modelo
- Identifica la amenaza de competidores futuros
- Identifica barreras a la entrada



¿Cómo nos comparamos con los competidores?

	Característica Relevante 1	CR2	Imagen de marca	CR4	Fuerza de ventas	CR6	Beneficio social	CR8	Rentabilidad	Precio	Modelo de costos	Potencial de crecimiento	Industria/Iniciación	Modelo de negocio
Nosotros	✓✓✓	✓✓✓	✓	✓	X	✓	✓✓✓	✓	✓✓	✓✓✓	✓✓✓	✓✓✓	✓✓	✓✓✓
Competidor Relevante 1	X	X	✓	✓✓✓	✓✓✓	✓✓	✓	✓✓✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
CompR2	X	X	✓✓	✓✓	✓	✓	✓	✓✓	✓✓	✓	✓✓	✓	✓✓	✓✓
CompR3	X	X	✓	✓✓	✓	✓	✓	✓	✓✓	✓	✓	✓	✓	✓
CompR4	X	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓✓	✓	✓	✓	✓	✓
CompR5	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓✓	✓	✓✓	✓	✓	✓
CompR6	✓✓	✓✓	✓	✓	X	✓	✓✓	✓	✓	✓✓✓	✓✓✓	✓✓	✓	X
CompR7	✓✓	✓✓	✓✓	✓✓	X	✓✓	✓✓	✓	✓	✓✓✓	✓	X	X	✓✓
CompR8	✓✓	✓✓	✓	✓	X	X	✓✓	✓	✓	✓✓	✓	✓	✓	✓✓
CompR9	✓✓✓	✓✓✓	✓✓✓	✓✓	✓	✓✓✓	✓✓✓	✓	✓✓	✓✓✓	✓✓✓	X	X	X
CompR10	✓✓✓	✓✓	✓	✓✓	✓	✓	✓✓	✓	✓✓	✓✓	✓✓✓	✓✓	✓✓✓	X

Diferénciate de tus competidores



- Define tus ventajas competitivas
- Argumenta de verdad por qué es una ventaja
- Cuantifica cada ventaja competitiva
- Argumenta por qué eres el mejor para aprovecharla
- Averigua las ventajas de tus competidores
- Indica cómo vas a neutralizarlas

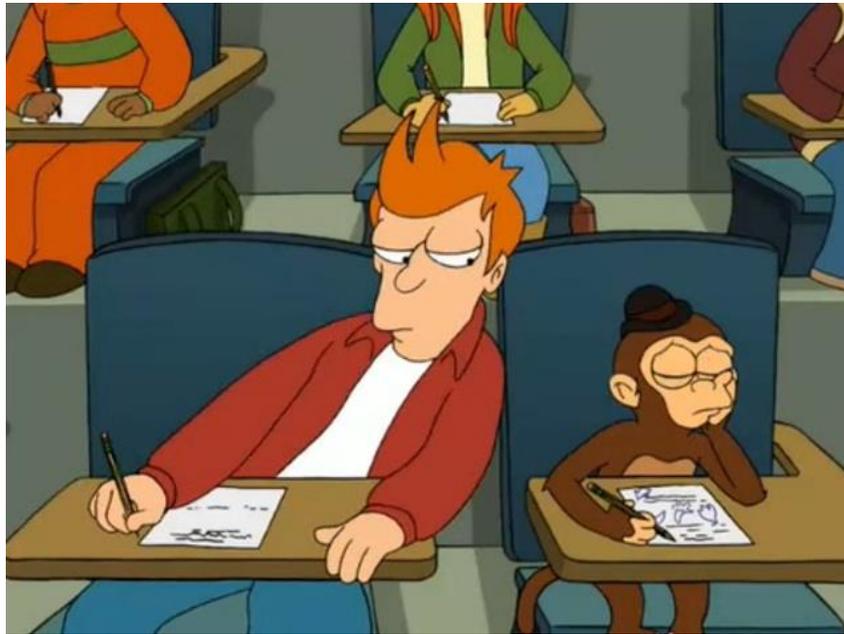


Protege tus ventajas competitivas

- Patentes/ Secretos industriales/ Registro de Software
- Fideliza a tus clientes
- Dale exclusividad a tus distribuidores
- Consolida el proyecto en el tiempo
- Especialízate en un nicho



Si tienes éxito.....
.....te van a copiar



Equilibra tu equipo de trabajo



- Encuentra asesores experto
- Equilibra el equipo con perfiles técnicos y perfiles de gestión
- Contacta con instituciones relevantes
- Contacta con personas relevantes en tu sector





Apoya tu propuesta



- Manos a la obra: Muestra un prototipo de tu producto
- Muestra una primera petición de compra
- Trabaja en una prueba de concepto del modelo
- Busca apoyos de expertos e instituciones
- ¡Destaca los logros!



Cuantifica



- Cuantifica el tamaño de tu segmento
- Cuantifica las ventas de tus competidores
- Cuantifica el valor económico de tu producto para tu cliente
- Cuantifica tus objetivos de ingresos, costes y beneficios
- Cuantifica tu coste de operaciones (cadena de valor)
- Traduce todo a números



10 claves para un modelo de negocio



- Define tus clientes
- Quién compra
- Destaca el potencial del proyecto
- Describe tu producto o servicio
- Analiza tus competidores
- Diferénciate de tus competidores
- Protege tus ventajas competitivas
- Equilibra tu equipo de trabajo
- Apoya tu propuesta
- Cuantifica



Conclusiones



- En todo momento debes tener una orientación a resolver problemas como único camino
- No te “enamores” de tu proyecto
- Tienes que atender a todas las señales
- Es importante tropezar para mejorar
- Mejor buenos equipos con ideas regulares
- Demuestra que sabes de tu negocio y que eres capaz de hacer cosas por tu cuenta



GRACIAS Y ÉXITOS



Charla del ascensor

- Elige la situación (realista)
- 1'
- 5'' vitales
- Plantea un objetivo
- Piensa bien que vas a decir
- No pierdas el tiempo
- Antes de hablar ponte en la piel del otro
- Lanza mensajes claros
- Muéstrate interesado

