

PROCESO DE INCUBACIÓN DE LA STARTUP TEJIENDO WEB

Juan Antonio Silva García

Instituto Tecnológico del Sur de Guanajuato

i12120227@alumnos.itsur.edu.mx

Joel Tapia Flores

Instituto Tecnológico del Sur de Guanajuato

Joeltf60@gmail.com

Manuel Gómez Baeza

Instituto Tecnológico del Sur de Guanajuato

i12120231@alumnos.itsur.edu.mx

José Armando Nava Rico

Instituto Tecnológico del Sur de Guanajuato

i12120229@alumnos.itsur.edu.mx

Jayro Bedolla Magaña

Instituto Tecnológico del Sur de Guanajuato

i12120233@alumnos.itsur.edu.mx

Fernando José Martínez López

Instituto Tecnológico del Sur de Guanajuato

fj.martinez@itsur.edu.mx

Resumen

La finalidad del artículo es presentar, desde la perspectiva del emprendedor, el proceso de incubación de la Startup Tejiendo Web, que es una iniciativa de empresa, impulsada por alumnos del Instituto Tecnológico Superior del Sur de Guanajuato (ITSUR) e incubada por Starup México (SUM), que promueve el desarrollo económico-turístico de la región sur del estado de Guanajuato mediante una plataforma tecnológica que acerca al consumidor con las mejores empresas

y/o negocios, basados en ratings provistos por los mismos consumidores, social media, geolocalización y técnicas de la Ciencia de Datos. En el presente artículo se da a conocer los puntos más importantes del proceso y los talleres de incubación desarrollados, así como las tareas y procesos realizados en cada una de estas actividades mediante las que fue posible fortalecer y apuntalar los cimientos del proyecto en el proceso de constituir una empresa de tipo S.A.P.I (Sociedad Anónima de Promotora de Inversión).

Palabra(s) Clave(s): Educación Superior, Incubación, Startup, Tejiendo Web, Emprendimiento

Abstract

The purpose of this article is to show, from the perspective of the entrepreneur, the incubation process of the startup Tejiendo Web, that is a company initiative, powered by students of the Instituto Tecnológico Superior del Sur de Guanajuato (ITSUR) and incubated by Starup México (SUM). Tejiendo Web promotes the economic-tourist development of the southern region of the state of Guanajuato through a technological platform that help to the consumer to find the best companies or businesses, based on ratings provided by other consumers, social media, geolocation and data science techniques. This article presents the most important points of the incubation process and the incubation workshops developed, as well as the tasks and processes carried out in each of these activities through that it was possible to strengthen and reinforce the foundations of the project in the process of found a company of the category S.A.P.I (Society Anonymous Promoter of inversion)

Keyword(s): High Education, Incubation, Startup, Tejiendo Web, Entrepreneurship.

1. Introducción

El emprendimiento en México, sobre todo en el estado de Guanajuato, ha tomado un papel relevante respecto al desarrollo económico del país [1]. Ser emprendedor se ha convertido en un papel relevante tanto fuera como dentro de

las instituciones de educación superior [2]. El transcurso de incubación de la Startup Tejiendo Web, se basa en el proceso de incubación de Starup México (SUM), que es una incubadora de empresas y aceleradora de negocios que ofrece espacios de coworking y asesorías a emprendedores [3].

Tejiendo Web es una iniciativa de empresa que promueve el desarrollo económico y turístico de la región sur del estado de Guanajuato. Promueve una plataforma tecnológica que pretende acercar al consumidor con las mejores empresas y/o negocios, basados en ratings provistos por los mismos consumidores, social media y geolocalización con el apoyo de técnicas pertinentes de la Ciencia de Datos (Inteligencia de Negocios, Big Data, Minería de Datos, etc.).

En el presente artículo daremos a conocer los puntos más importantes del proceso y los talleres de incubación desarrollados, así como las tareas y procesos realizados en cada una de estas actividades con el propósito dar a conocer las fases metodológicas que se llevaron a cabo durante el proceso de incubación de Tejiendo Web.

2. Métodos

Cada una de las fases de la metodología consistieron en una serie de talleres de los cuales tienen como propósito realizar actividades claves para la mejora de la Startup en cuestión, al término de cada fase se generaron resultados, los cuales están plasmados en el artículo, algunos de los resultados generados fueron: el modelo de negocio, la propuesta de valor y el tipo de sociedad de la empresa. Las fases fueron las siguientes:

- **Fase 1. Definición del Propósito de Startup.** Esta fase se realizó con los objetivos de: descubrir la propuesta de valor de la startup e ilustrar a los integrantes de la startup en el marco legal para la constitución de la empresa.
- **Fase 2. Entendimiento de la Startup.** Esta fase se realizó con los objetivos de: Crear modelo de negocios, entender mejor la propuesta de valor y obtener un prototipo del producto.

- **Fase 3. Elaboración del Producto mínimo viable.** Esta fase pretende que la startup realice una validación de campo mediante un producto mínimo viable (PVM) requerido para su lanzamiento. Esta fase en la presente fecha se encuentra en proceso de realización.
- **Fase 4. Conquistando el mercado.** Esta fase pretende que la startup obtenga un prototipo beta validado en cuanto a experiencia del usuario de su respectivo mercado. Esta fase en la presente fecha se encuentra en proceso de realización.
- **Fase 5. Generando tracción.** Esta fase pretende facilitar a la startup el networking e identificación de aliados y proveedores estratégicos, fondos y convocatorias. Esta fase en la presente fecha se encuentra en proceso de realización.

Durante el desarrollo de la primera fase “Definición del propósito de startup”, se participó en un taller denominado LEGO SERIOUS PLAY, que como se define en [4], su metodología propone invitar a los participantes a “pensar con las manos”, para construir, compartir su visión, sus ideas, sus emociones y sus interpretaciones acerca de un tema o problema. El taller fue impartido por personal certificado de la Universidad Iberoamericana de León a través de SUM. Este taller ayudó a distinguir a la startup Tejiendo Web de las demás empresas similares, tales como sección amarilla, e-gloo, entre otras, permitiendo con esto descubrir su propuesta de valor. La dinámica del taller se llevó a cabo de la siguiente manera: la moderadora pidió representar los atributos de la startup con figuras de lego, después de realizar dicha actividad, se pidió plasmar las necesidades del cliente con figuras legos, a continuación, se unió las necesidades de los clientes con lo ofrecido por la startup de manera que los atributos que resolvieran mayor cantidad de necesidades del cliente serían parte de la propuesta de valor.

En la figura 1, se puede apreciar el modelo Lego de Tejiendo Web plasmado mediante la metodología. En el modelo se pueden apreciar, figuras que representan el micro-sitio personalizado, buscador, seguridad, comentarios y ranking, generación de reportes y estrategias. El modelo representa también las

necesidades del cliente, las cuales son: publicitar su negocio, comunicación con sus clientes, mejorar sus negocios y seguridad.

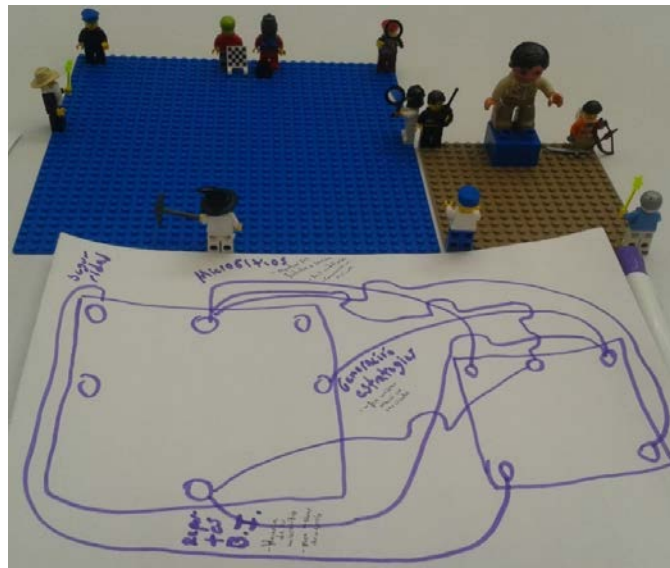


Figura 1 Modelo Lego de Tejiendo Web.

El resultado generado de este taller permitió descubrir la propuesta de valor de Tejiendo Web, los atributos relevantes fueron: la creación de micro-sitios y la generación de reportes, estos serían principalmente el valor agregado que se ofrecería a los clientes, las demás características que se tuvieron en cuenta fueron complementarias a la startup como propuestas de valor para los usuarios finales.

Adicionalmente, durante la primera fase se participó en el taller de asesoría legal, en la cual se analizó a los socios para el proceso de la constitución de la empresa, para esto se vio cuál era el verdadero compromiso que se tenía con el proyecto en cuestión, puesto que en el momento de realizar los trámites para la constitución de la empresa, no habría marcha atrás, pues dichos trámites no deben ser vistos como un juego, y si alguien se quisiera deslindar de cualquier actividad respecto al proyecto, a la empresa le costaría mucho dinero.

Una actividad clave para la constitución de la empresa, fue la distribución del porcentaje a cada uno de los socios, estos porcentajes se tenían que dividir de acuerdo a las actividades realizadas a la fecha en la empresa, pero como todavía no se habían realizado una cantidad significativa de actividades en ese momento,

se tomaron otros factores para realizar el reparto del porcentaje que tendría cada uno de los integrantes. Estos factores fueron: la idea (quien generó la idea inicial), ideas nuevas (quien aportó algo nuevo que mejorara la idea inicial), nivel de compromiso, en la escala de 1 a 100 (compromiso que se tiene con la empresa), capital (cuánto dinero se invirtió en la empresa), nombre (quien le dio nombre al proyecto), convocatorias y socios (quien había traído convocatorias que ayudaron a mejorar o dar a conocer el proyecto, quien hubiera contactado socios con la empresa). A cada uno de estos factores se les dio un porcentaje de acuerdo a la relevancia.

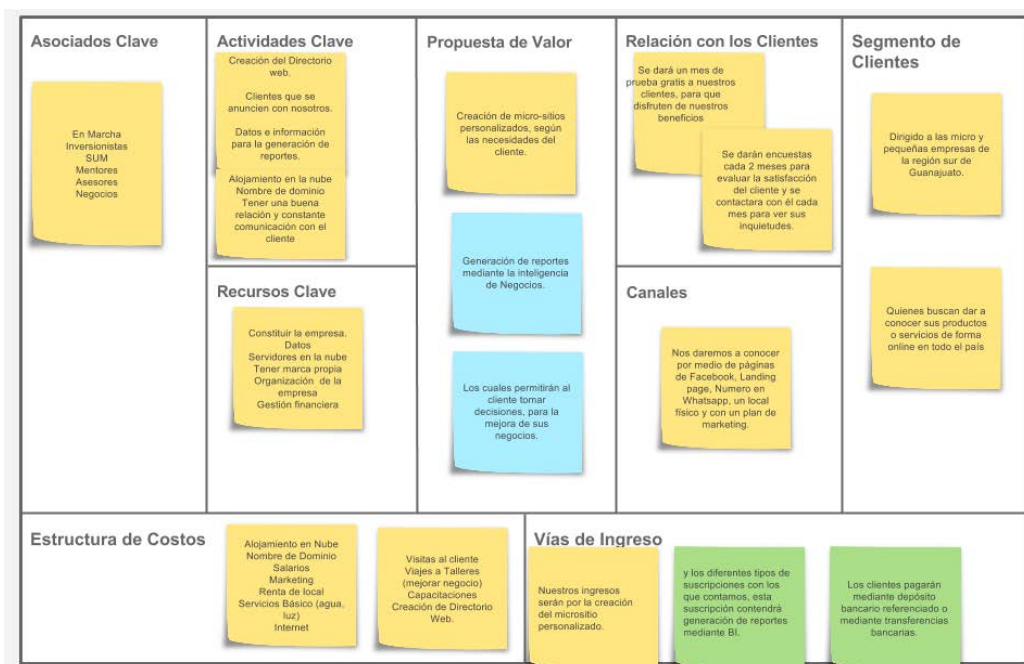
Después de llevar a cabo todas estas actividades la startup Tejiendo Web se propuso para comenzar el proceso de constitución como una Sociedad Anónima Promotora de Inversión (SAPI), puesto que fue la mejor opción para elegir, además de ser una condición de la incubación ya que SUM lleva a cabo todos los trámites legales de este tipo de sociedad. Cabe mencionar que SUM paga por los trámites de la constitución de la empresa, ya que este es uno de los muchos beneficios de los cuales se goza al formar parte del ecosistema de SUM.

El registro de marca de la empresa se encuentra en la fase de llenado de trámites, ya que se necesita comprobar que no exista una marca similar a la nuestra y que la búsqueda fonética tenga resultados favorables a nosotros, por eso aún no se tiene un resultado tangible para plasmar en este documento.

Posteriormente, se comenzó con la fase 2, denominada “Entendimiento de la Startup”. La primera actividad llevada a cabo en esta fase fue la realización del Canvas, el cual permitió visualizar el modelo de negocios de la empresa. Para esto, se enfocó en cada una de las partes del Canvas, dichas partes conforme a ello busca un modelo integral para analizar la empresa como un todo y sirva como base para desarrollar diferentes modelos de negocios. Canvas se ha convertido en una herramienta de innovación estrategia como se menciona en [5], que se conforma de 9 partes, las cuales son: socios claves, actividades claves, recursos claves, estructura de costo, propuesta de valor, relación con clientes, canales, segmento de clientes y vías de ingreso, estas actividades se deben de llenar de acuerdo a las actividades a realizar en la empresa.

El producto generado en esta actividad fue el modelo de negocios de Tejiendo Web, el cual servirá para descubrir el funcionamiento y las necesidades que tiene la empresa. En la tabla 1 se muestra la versión de Canvas de Tejiendo Web, en el que pueden apreciarse el modelo de negocios de la empresa.

Tabla 1 Canvas de Tejiendo Web.



Otro parte importante dentro de las actividades de la segunda fase fue la elaboración de un Value Proposition Canvas (VPC), definido para ayudar a proyectar, probar y construir la propuesta de valor de negocios de los clientes de la manera más estructurada y reflexiva [6], el cual ayudó a elaborar un mejor contexto para la propuesta de valor, el mismo se divide en dos partes una de ellas es el segmento de clientes, en esta parte se define el perfil de cliente. Se definieron los trabajos que el cliente hace para llegar a los beneficios esperados. Además, permitió visualizar los dolores que le ocasiona al cliente hacer estos trabajos. La segunda parte es el mapa de valor, el cual está dividido en 3 fragmentos los cuales son: Los productos y servicios que se ofrece a los clientes, los analgésicos que ofrece la empresa para aliviar los dolores del cliente y los beneficios que obtendrá. La figura 2, muestra el VPC de Tejiendo Web.

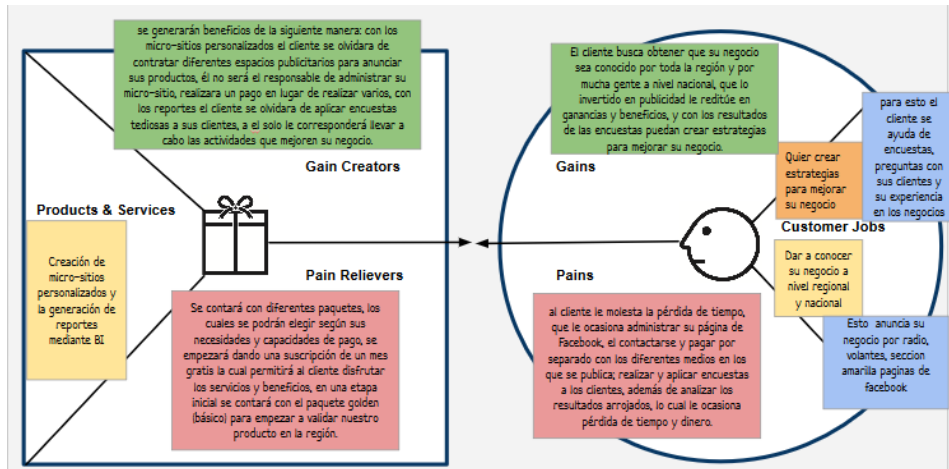


Figura 2 VPC Tejiendo Web.

Continuando con las actividades correspondiente a la fase 2, se elaboró el prototipo de la plataforma Web; sin la realización de la plataforma Web, la empresa no tendría sentido, puesto que es una actividad clave para ella, como se identificó en el modelo de negocio creado en Canvas.

Para este prototipo se creó una serie de pantallas que dirigidas al usuario final, estas pantallas son: la página principal (índex), resultados y micro-sitios. En las figuras 3, 4 y 5 puede apreciarse los prototipos correspondientes a cada uno de ellas.

En la figura 3, se puede apreciar la página principal (índex) en la cual el usuario puede buscar servicios y productos a través de un diseño de interfaz gráfica minimalista.



Figura 3 Prototipo de la página principal Índex.

En la figura 4, se muestran los resultados de la búsqueda del usuario de acuerdo al ranking del negocio y su ubicación más cercana de acuerdo a su posición

satelital, además de poder buscar más negocios, en caso de que el resultado no sea satisfactorio para el cliente.

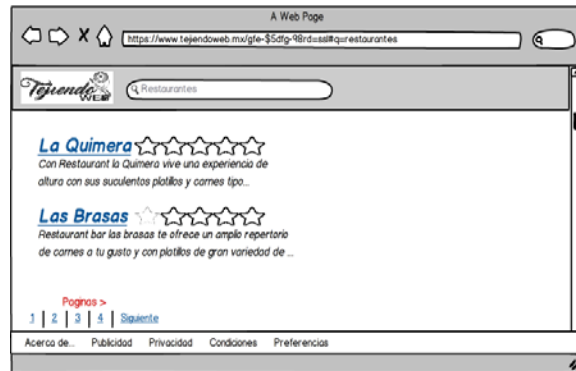


Figura 4 Prototipo de la pantalla de Resultados.

En la figura 5, se muestra la página de un micro-sitio, el cual contiene información de la empresa, sus productos y/o servicios, ubicación geográfica en mapa y la sección de ranking y comentarios.

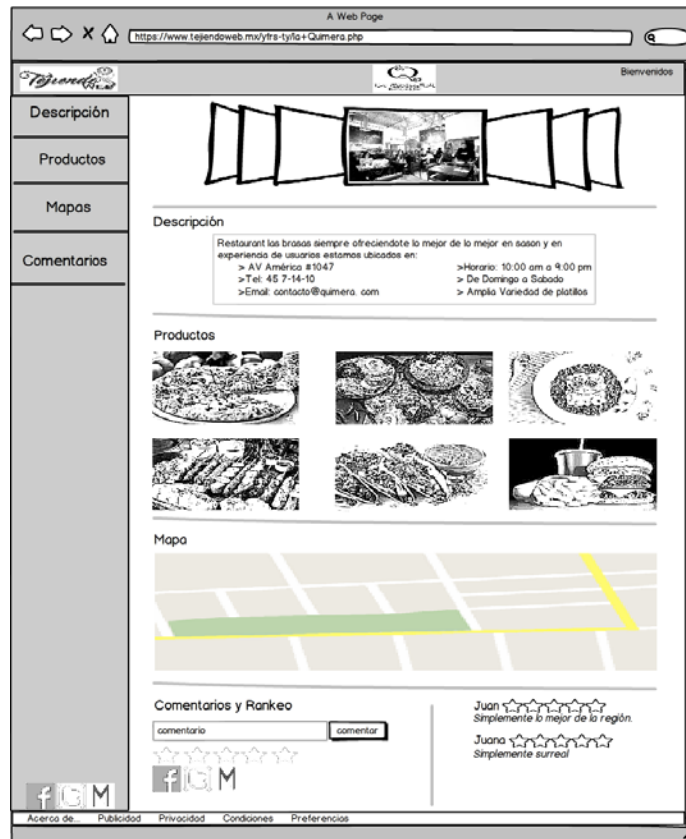


Figura 5 Prototipo de la pantalla de Micro-sitio.

3. Resultados

Los resultados que se obtuvieron al momento durante estos meses de incubación para la startup Tejiendo Web en SUM, se pueden resumir en: Se logró definir la propuesta de valor de la startup, la cual permitirá a Tejiendo Web distinguirse del resto. También, se creó el modelo de negocio de la startup, el cual dota a la Tejiendo Web de una visión estratégica respecto a sus clientes, su propuesta de valor, su estructura de costos, sus canales de difusión y distribución, y su relación con los clientes. Además, se logró definir el perfil de clientes para saber sus actividades, sus dolores y los beneficios que buscan obtener, además de crear un mapa de valor, donde se establecieron los servicios y/o productos que la empresa ofrece. Se definió “como” la empresa aliviará los dolores del cliente y los beneficios que obtendrán los mismos. Adicionalmente, se logró crear el prototipo de las pantallas de la plataforma web, las cuales permitieron validar el producto en la región sur del estado de Guanajuato. Finalmente, algo importante de mencionar fue que mediante el proyecto Tejiendo Web, se tuvo también participación en el Evento Nacional Estudiantil de Innovación Tecnológica (ENEIT) 2016 en el cual se obtuvieron resultados favorables en la etapa local y se logró pasar a la etapa regional, en la cual se obtuvo una experiencia favorable pero desafortunadamente no se llegó al objetivo planeado, el cual era pasar a la etapa nacional. No obstante, las experiencias y recomendaciones que se hicieron a la startup fueron de suma importancia.

4. Discusión

Para finalizar se puede comentar, que el proceso de incubación, en estudiantes de educación superior, es un proceso que puede ayudar al emprendedor a mejorar las habilidades aprendidas en el transcurso de su formación profesional y en ciertas ocasiones aprender algo nuevo. Sería recomendable que los jóvenes comiencen a emprender, ya que les permite vivir una gran experiencia, en la que pueden encontrar logros, alegrías e incluso tristezas, se puede decir que es una montaña rusa de emociones. Emprender es algo halagador pero también conlleva retos, responsabilidad y un enfoque de tu vida al 100%.

5. Bibliografía y Referencias

- [1] Noticias Guanajuato, 24/09/2014. <http://noticias.guanajuato.gob.mx/2014/09/24/guanajuato-impulsa-la-innovacion-y-el-desarrollo-tecnologico-como-factor-de-competitividad-inaugura-el-gobernador-miguel-marquez-marquez-wobi-on-innovation/>, 14/11/2016.
- [2] «KINBUSINESS BY KSCHOOL,» 18/08/2016. <https://www.kinbusiness.com/blog/emprendedores/papel-los-emprendedores-la-sociedad/>, 14/11/2016.
- [3] SUM STARTUP Mexico, 2016. <http://www.startupmexico.com/>, 14/11/2016.
- [4] Managers, Global, «LEGO SERIOUS PLAY,» <http://seriousplaylatam.com/index.php/metodologias/metodologia-lego-serious-play>, 13/11/2016.
- [5] Guiovanni, «Modelo Canvas, una herramienta para generar Modelos de Negocios» 10/03/2013. <http://www.marketingyfinanzas.net/2013/03/modelo-canvas-una-herramienta-para-generar-modelos-de-negocios/>, 13/11/2016.
- [6] Fred, The Value Proposition Canvas-Expressive Product Design, 13 de noviembre del 2016. <http://www.expressiveproductdesign.com/value-proposition-canvas/>.