



CEEI CASTELLÓN
CENTROS EUROPEOS DE
EMPRESAS INNOVADORAS

Emprender en el siglo XXI

De la *Lean Startup* al nuevo paradigma emprendedor

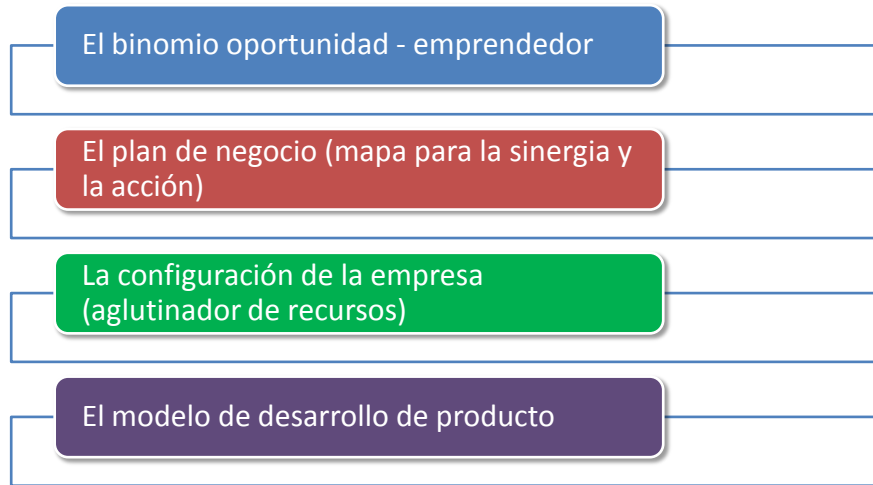
Castellón, 24 de octubre de 2013
José María Mateu Céspedes

tradigenia:
creatividad empresarial & sentido común

Guión sugerido para la Jornada

- ☐ El paradigma emprendedor clásico
- ☐ El nuevo paradigma emprendedor
- ☐ Un ejemplo detallado
- ☐ Pasando a la acción
- ☐ Debates en curso
- ☐ A modo de conclusión

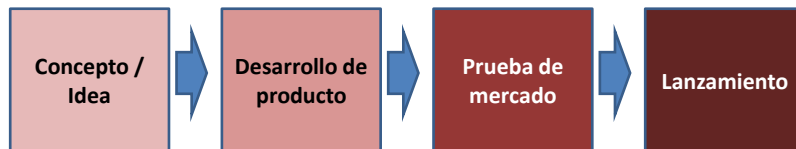
El paradigma emprendedor clásico (1/4, bases)



José María Mateu

3

El paradigma emprendedor clásico (2/4, el Modelo de Desarrollo de Producto)

*Blank, 2006*

José María Mateu

4

El paradigma emprendedor clásico (3/4, limitaciones y cómo las hemos venido gestionando)

- ❑ La incertidumbre
 - La definición de escenarios
 - El cálculo del umbral de rentabilidad

- ❑ La carencia (y captación) de recursos
 - Cómo incorporarlos al proyecto
 - El caso particular de los recursos de conocimiento

El paradigma emprendedor clásico (4/4, síntomas de agotamiento)

La aceleración de los ciclos de innovación multiplica la incertidumbre

La ampliación de los ámbitos en que opera la Innovación (Innovación en Modelos de Negocio, por ejemplo) reestructura los mercados

Limitar la innovación a aquella que puede ser generada con los recursos de la empresa, supone perder competitividad frente a otros (que aplican la Innovación Abierta)

El nuevo paradigma emprendedor (1/6)



***“Las buenas empresas satisfacen necesidades.
Las empresas excelentes crean mercados”***

Philip Kotler

El nuevo paradigma emprendedor (2/6, premisas)

La oportunidad es la consecuencia de la actividad emprendedora, no su origen

La clave del éxito del emprendedor está en el proceso emprendedor tanto o más que en la oportunidad

La mayor potencialidad de la Innovación está en la creación de nuevos mercados (océanos azules), no en el control de los actuales

La humildad para configurar una red

El nuevo paradigma emprendedor (3/6)



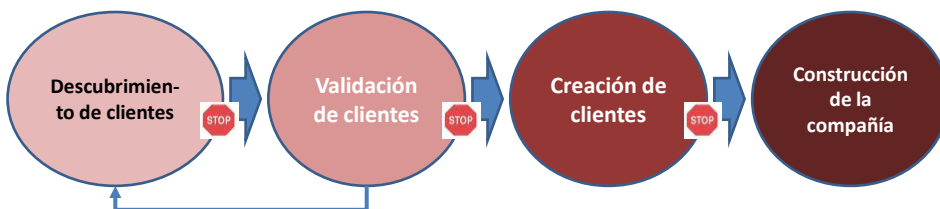
“Los problemas causa-efecto son problemas de decisión; los problemas *efectuales* son problemas de diseño.

La lógica causa-efecto nos ayuda a elegir; la lógica *efectual* nos ayuda a construir.

Las estrategias basadas en la causalidad son útiles cuando el futuro es predecible; las estrategias *efectuales* son útiles cuando el futuro no es predecible, los objetivos no están claros y el entorno está conducido por la acción humana.”

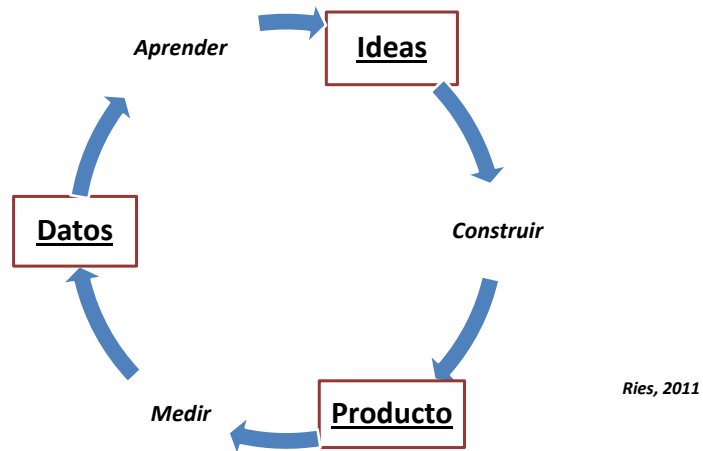
Saras Sarasvathy

El nuevo paradigma emprendedor (4/6, el Modelo de Desarrollo del Cliente)



Blank, 2006

El nuevo paradigma emprendedor (5/6, el ciclo de aprendizaje en el *Lean Startup*)



El nuevo paradigma emprendedor (6/6, las claves del proceso)

Validar las hipótesis de partida con el mínimo coste (aprender barato)

Hacerlo antes de que la competencia nos copie (aprender rápido)

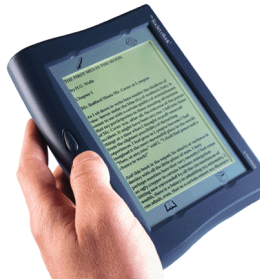
Incorporar los recursos necesarios (todos)

Liderar el proceso de creación del mercado (no perder de vista la visión)

Pasando a la acción (1/4)

Definir con precisión las hipótesis clave

Ejemplo: del Rocketbook



Al Kindle y el Sony Reader



José María Mateu

13

Pasando a la acción (2/4)

Definir el Mínimo Producto Viable (MVP) que nos servirá para validar esas hipótesis

Ejemplo:

LA PRÓXIMA SEMANA...19/11-23/11



RECETA 1
Salmón con salsa blanca y torres de manzana
De lujo



RECETA 2
Pasta con salteado de calamar y jamón
Tierra y mar



RECETA 3
Picatones rellenos de melocotón con uvas
¿Verdad que appetite?



RECETA 4
Sopa de verduras y pollo al curry
Directo de oriente



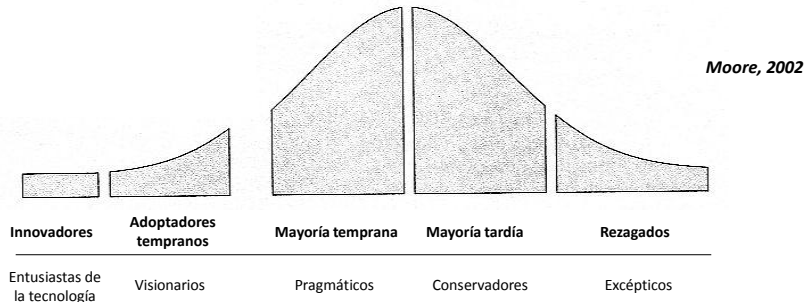
RECETA 5
Crema de garbanzos y calabacín relleno de espinacas
Completísimo

José María Mateu

14

Pasando a la acción (3/4)

Apuntar a los *early adopters*



Ejemplo:

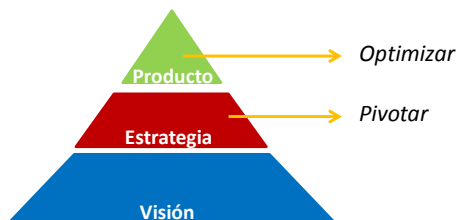


José María Mateu

15

Pasando a la acción (4/4)

En caso de no verificarse las hipótesis, *pivotar*



Ejemplo: www.effipeople.com
www.somenergia.coop

José María Mateu

16

Debates en curso (1/2)

La captación de recursos en el nuevo paradigma

Ejemplos

- ❑ De las 3Fs al *Bootstrapping*
- ❑ *Business Angels*
- ❑ *Crowdfunding* y otras derivaciones
- ❑ ¿Subvenciones?
- ❑ *¡El mejor dinero!*, y sus diversas configuraciones

500.co cvban.org
crowdacy.com verkami.com

Ejemplo:

Multiscan Technologies



Debates en curso (2/2)

La apropiación del valor creado

- ❑ Las fórmulas clásicas:
 - *Patentes y similares*
 - *Confidencialidad*
- ❑ El *time to market*
- ❑ El desarrollo de las capacidades complementarias

¡Muchas gracias!

Espero vuestros comentarios en el blog: mateu.blogs.upv.es
o en el correo jmmateu@tradigenia.com



tradigenia:
creatividad empresarial & sentido común