



Muchas gracias por asistir a esta charla. El título publicado y el de la presentación son ligeramente diferentes. He preferido darle este título pues lo que voy a contar en esta charla es mi experiencia en emprendimiento, lo que he hecho y las conclusiones a las que he llegado. No será una charla al uso en la que contaré lo que otros dicen, sino lo que he experimentado en mis propias carnes.

--

Copyright (C) 2014 The Distributed Group

The use of these slides is hereby constrained to the conditions of the TDG Licence, a copy of which you may download from <http://www.tdg-seville.info/License.html>

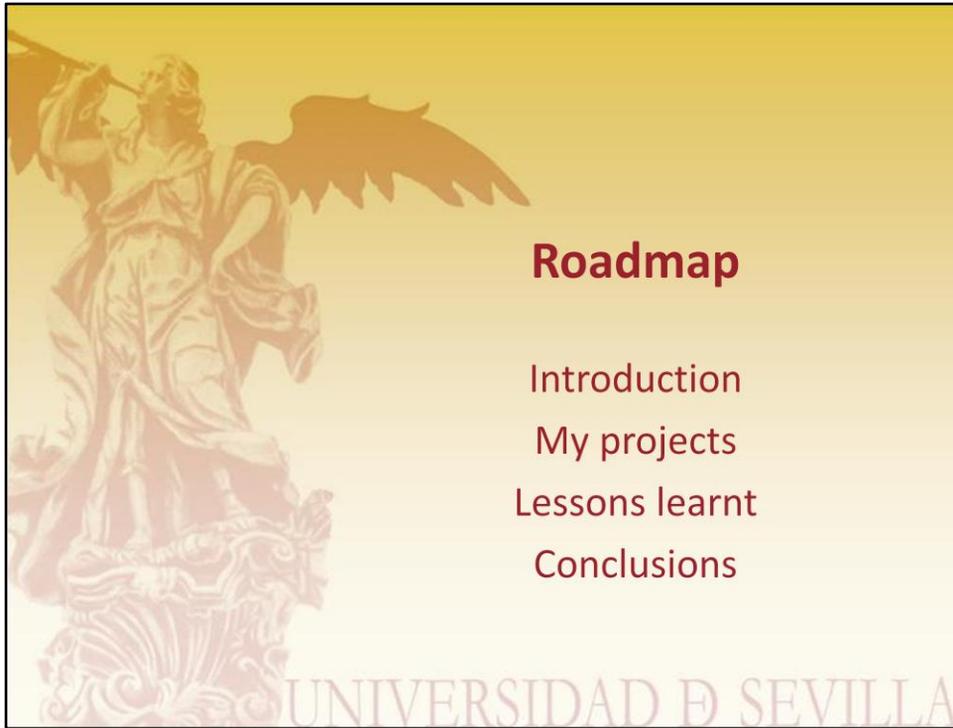
## In a nutshell

---

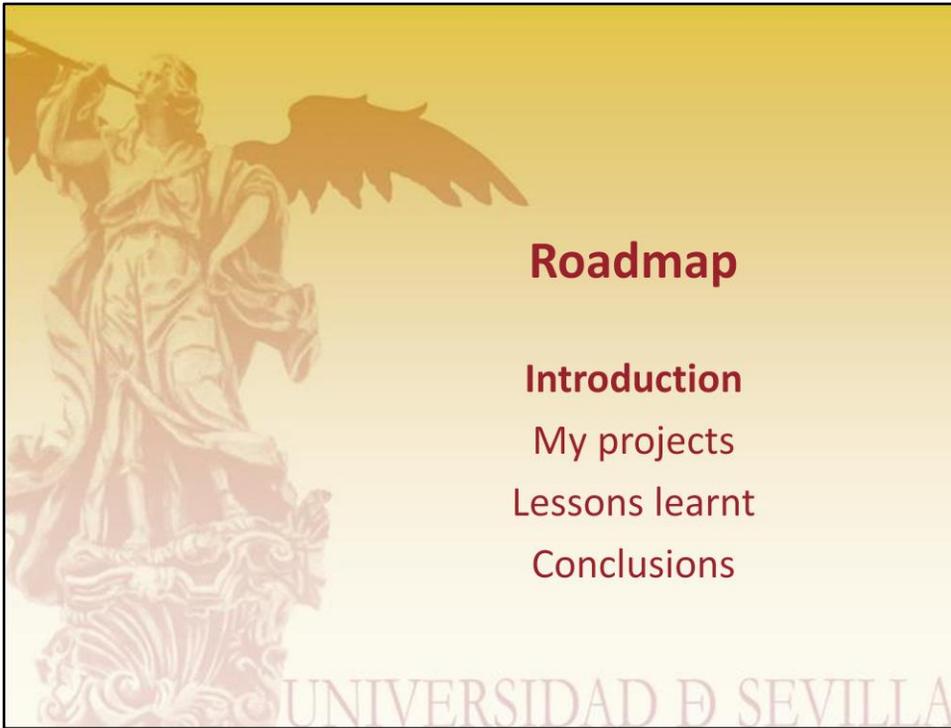


UNIVERSIDAD DE SEVILLA

Mi objetivo en esta charla es contarles mi experiencia como emprendedor y las conclusiones que he sacado de la misma. Espero que les pueda ser de ayuda.



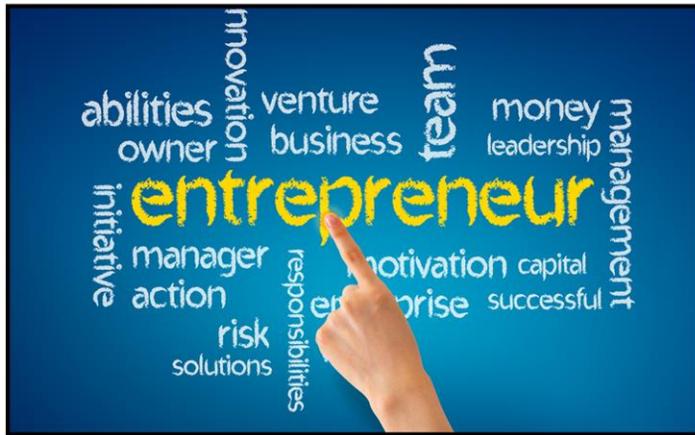
Este es el camino que vamos a seguir en la charla: primero daré una breve introducción para fijar el contexto, después les hablaré sobre los proyectos en que he participado, algunas de las lecciones que he aprendido y terminaré con unas conclusiones a modo de resumen final.



Empezamos por la introducción, como debe ser.

## Entrepreneurship? What's that?

---



UNIVERSIDAD DE SEVILLA

Lo primero es definir qué significa exactamente eso de emprendimiento. Si hacemos una búsqueda en la Web, encontraremos un millón de definiciones diferentes, todas bastante acertadas y completas, desde un punto de vista técnico. Por ejemplo, hay gente que dice que emprender es idear, desarrollar y poner en marcha un plan de trabajo que permita dar lugar a un nuevo negocio. Sin duda alguna, se trata de una buena definición puesto que captura la esencia del emprendimiento.

## This is a good definition

---

**Entrepreneurship**  
is like giving birth to a child.  
The women's **Love of child**  
overcomes the **risk of life**.  
The **entrepreneur's passion**  
overcomes the **risk of loss**.  
- Praveenben

A man in a dark suit, white shirt, and red tie is shown from the waist up, looking upwards with a joyful expression and his arms raised in a celebratory gesture. He is positioned on the right side of the text box.

Pero la definición que yo prefiero es la que aparece en esta transparencia. Dice que emprender es como dar a luz a un niño; el amor de la madre supera con creces los riesgos de la vida; y la pasión del emprendedor supera con creces el riesgo de perder.

Yes loss! Get ready to ...

---



La palabra clave es perder. Si se deciden a emprender, deben estar preparados para perder muchas cosas.

## Lose weight!

---



Lo primero peso: emprender es un deporte que hay que practicar muchas horas al día de forma intensa durante un período de tiempo que generalmente es bastante largo. Créanme, tiene un desgaste físico bastante grande.

## Loose hair!

---



Prepárense también para perder pelo, pues van a ser muchas las preocupaciones que les van a dificultar dormir muchos días.

## Loose money!

---



Y sobre todo prepárense para perder dinero. Ningún negocio arranca produciendo beneficios; siempre hay pérdidas al principio y generalmente esas pérdidas duran un período de tiempo grande.

## Simply put

---



Entrepreneurship is the process of starting a business.  
The entrepreneur develops a business model,  
acquires the human and other required resources,  
and is fully responsible for its success or failure.

Resumido en unas pocas palabras: emprender es el proceso de comenzar un negocio; los emprendedores tienen que idear un modelo de negocio, contratar los recursos humanos y otros recursos materiales necesarios y son responsables por completo del éxito o fracaso de los proyectos.

## The gurus

---



Esto del emprendimiento es, además, un campo en el que existen muchos gurús, mucha gente que predica doctrinas sobre cómo emprender con éxito. Por favor, les ruego que me permitan que en esta charla no haga referencia a ninguna de esas personas.

## I, myself, and my obstinacy

---



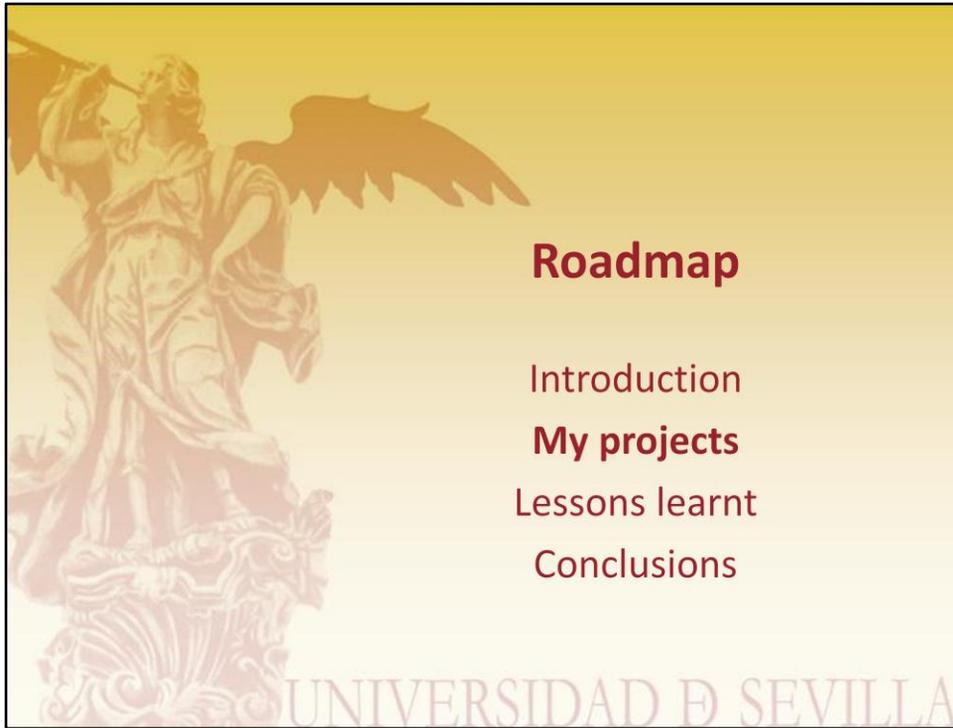
Como les comenté al principio, mi objetivo es contar mi visión, mi experiencia y mis conclusiones... lo que he aprendido a lo largo de varios años en diversas actividades de emprendimiento que he llevado a cabo o con las que he colaborado de forma intensa. Lo que otros dicen está bien, pero es lo que otros dicen y entiendo que si eso es lo que quisieran escuchar habrían invitado a otra persona a dar esta charla.

## (My secret, don't tell anybody)

---



También quiero comentarles que tengo un secreto, pero no se lo digan a nadie. En los antiguos estudios de Ingeniería Informática y en el nuevo grado en Ingeniería del Software me encargo de una asignatura relacionada con el emprendimiento. El objetivo de la asignatura es que los estudiantes desarrollen un proyecto que tenga visos de ser convertido en un negocio. Me encargo de esta asignatura desde hace más de diez años a través de los cuales hemos conseguido sacar adelante algunos proyectos que a día de hoy aún están funcionando y dando trabajo a nuestros estudiantes... aunque también han sido muchos los fracasos. Además, soy el coordinador del Máster en Ingeniería Informática de la Universidad de Sevilla, que tiene un marcado sesgo hacia el emprendimiento. Gracias a estas actividades, puedo experimentar todos los años con muchas ideas nuevas en un entorno controlado.



Por eso, creo que lo mejor es empezar por hablarles de mis proyectos de emprendimiento.

## A hundred failed projects

---

Ever tried. Ever failed.  
No matter. Try again.  
Fail again. Fail better.

[SAMUEL BECKETT]

UNIVERSIDAD DE SEVILLA

Lo primero que tengo que decirles es que he fallado en un centenar de proyectos, pero es algo que no me desilusiona, pues cada vez que fallo lo hago mejor.

## Two successful projects

---



Los dos proyectos en que he estado implicado directamente y que más éxito han tenido son estos dos: Dinamic Area e i2Factory.

## Two successful projects

---



Voy a empezar por contarles algo sobre Dinamic Area.

## When was it set up?

---



Este proyecto lo pusimos en marcha en el año 2007. Parecía un buen año para emprender: teníamos las ideas claras, teníamos a personal muy motivado con el proyecto, teníamos bonanza económica... sin duda alguna era el momento ideal.

## When was it set up?

---



Bueno, al poco de empezar se empezó a hablar de la crisis, de la falta de crédito, de la dificultad para encontrar clientes... nos pilló de lleno, pero ahí estamos aún, trabajando mucho, gastando poco y consiguiendo nuevos éxitos todos los años.

## What was the goal?

---



Desde el principio el proyecto tenía un objetivo doble: por una parte poner en marcha una software factory, es decir, una empresa de desarrollo que compitiera localmente, y explorar colaboraciones en materia de investigación, desarrollo e innovación con las empresas de nuestro entorno.

## Why a software factory?

---



¿Por qué una software factory? Muchos colegas han criticado y critican esta decisión, pero lo teníamos muy claro: porque para emprender hace falta dinero y en aquél momento e incluso a día de hoy el desarrollo de software es una actividad que da beneficios. Por así decirlo, el grueso de los gastos estarían soportados por el negocio de desarrollo de software.

## R&D: social media analytics

---



Y nuestra especialización sería en análisis de medios sociales. Es decir, nuestro objetivo era desarrollar la tecnología necesaria para saber sobre qué se habla en los medios sociales, si se hace de forma positiva o negativa, qué es lo que más se critica o se alaba, quiénes son los líderes de opinión, etcétera, todo ello de una forma tan automatizada como fuera posible.

## Our R&D service

---



Y la verdad es que lo hicimos bastante bien y logramos sacar al mercado un servicio llamado Opileak que compite a nivel internacional como el único que entiende el español que se habla en los medios sociales. Y lo bueno del español es que nos abre un inmenso mercado en España, los países hispano-americanos y en los EE UU, en donde el español es el segundo lenguaje más hablado en los medios sociales.

## Our customers

---



En esta transparencia aparecen algunos de nuestros principales clientes y empresas con las que hemos realizado colaboraciones de I+D. Algunos son empresas grandes con gran proyección internacional y otros son empresas locales. A todos ellos les estamos agradecidos por la confianza que nos han dado y que nos ha permitido mejorar nuestro servicio.

## Dinamic Area today

---



Esta es la foto de familia de Dinamic Area a día de hoy. (Tenemos a una chica, pero está escondida detrás de uno de los monitores).

## Two successful projects

---



Ahora les voy a hablar sobre i2Factory, que es la abreviatura de Intelligent Integration Factory.

## When was it set up?

---



Este proyecto surgió y se puso en marcha más o menos en el año 2010.

## What was the goal?

---



Explore R&D collaborations



Desde el principio se puso todo el énfasis en explorar relaciones de investigación, desarrollo e innovación con la universidad y con las empresas de nuestro entorno.

## R&D: Enterprise app integration

---



Nuestro trabajo se centró en el campo de la integración de aplicaciones empresariales. Es decir, nuestro objetivo era desarrollar tecnología que permitiera a una empresa de desarrollo típica integrar fácilmente aplicaciones tan dispares como DropBox, Dinamics o SAP con Office (parece una integración sin sentido, pero no pueden imaginarse lo común que es entre nuestros clientes).

## Our R&D product

---



Nuestro resultado es un bus de integración empresarial llamado Guaraná y un conjunto de servicios asociados al mismo.

## Our customers

---



En esta transparencia aparecen algunos de nuestros principales clientes y colaboradores. Algunos son empresas grandes con proyección internacional y otros empresas locales, pero a les agradecemos a todos ellos la confianza que depositaron en su momento en nosotros pues sin duda alguna no podríamos haber hecho nada sin ellos.

## We need a software factory

---



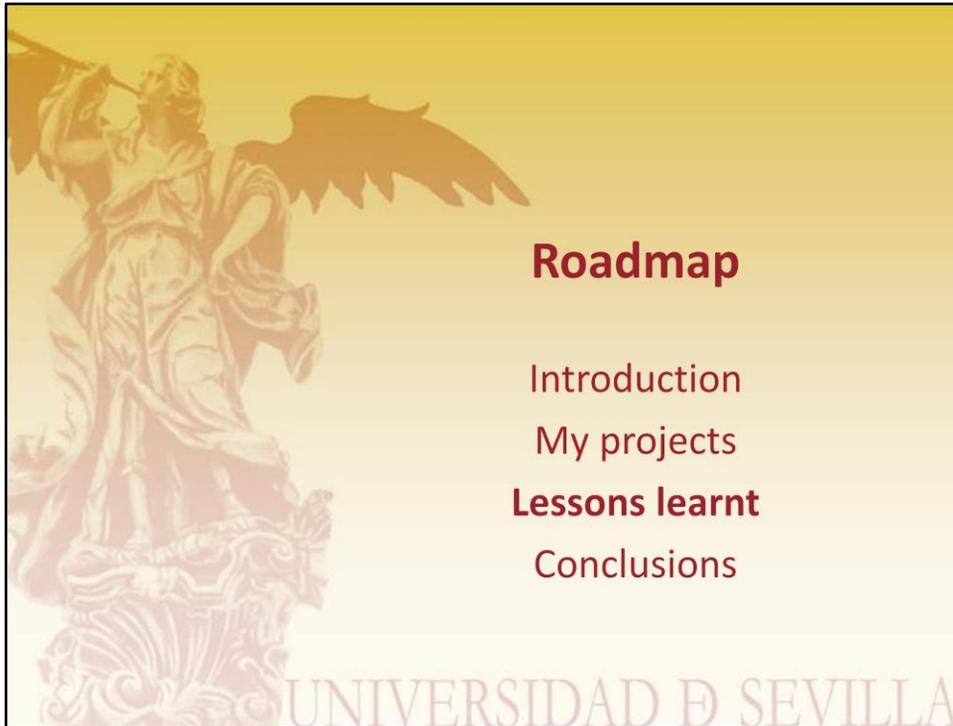
Recientemente, se ha creado una empresa llamada Agilia que tiene como objetivo el desarrollo de software y el soporte a Guaraná.

## My team at i2Factory

---



Y este es el equipo de i2Factory a día de hoy. Me temo que en este caso no hay ninguna chica detrás de ningún monitor.



Bien, estos que les he presentado han sido los dos proyectos de mayor éxito en que he participado. Ahora me gustaría comentarles algo sobre las lecciones que he aprendido en los mismos y en otros muchos proyectos en que he fracasado.



He organizado las lecciones entorno a la idea, a la validación de la idea, a cómo conseguir dinero y cómo hacer crecer el negocio.



Vamos a empezar con algunas lecciones aprendidas en relación con las ideas.

## What can you do well?

---



UNIVERSIDAD DE SEVILLA

Para tener una buena idea, creo que lo más importante es preguntarse a uno mismo: ¿qué sé hacer bien? Ojo, qué se hacer bien no es lo mismo que qué me gustaría hacer bien; son dos cosas muy diferentes. Es necesario ser honesto con uno mismo y tener claro qué sabemos hacer bien para tener una buena idea. Si lo que sabemos hacer bien no es base suficiente para desarrollar una buena idea de negocio, entonces lo mejor es aprender algo nuevo, pero teniendo en cuenta que una cosa es aprender y otra emprender y que no es posible hacer las dos al mismo tiempo. Cada una tiene su momento.

## Find a good application

---



Una vez que tengamos claro qué sabemos hacer bien, lo siguiente es buscar alguna aplicación novedosa de esos conocimientos. Aquí les recomiendo que intenten identificar una necesidad de un amplio grupo de personas o de empresas, pues cuantas más personas o empresas puedan tener esa necesidad más sencillo resultará hacer negocio (o al menos más clientes potenciales tendrán).

## Share your idea!

---



Y algo que les recomiendo encarecidamente es que compartan su idea. Mucha gente tiene miedo a hablar sobre sus ideas de negocio y mi experiencia me demuestra que esto no tiene sentido. Cada persona a la que le cuente su idea le dará feedback. Si es positivo y le ayuda a mejorarla es fantástico; si es negativo y le ayuda a mejorarla es genial; y si no le da feedback sino que simplemente se opone a su idea, entonces es fantástico y genial al mismo tiempo. Créanme, son estas últimas personas las más importantes, pues les ayudarán a desarrollar argumentos que después usarán con los inversores o los potenciales clientes para convencerlos de que su negocio merece la pena.

## The application must be...

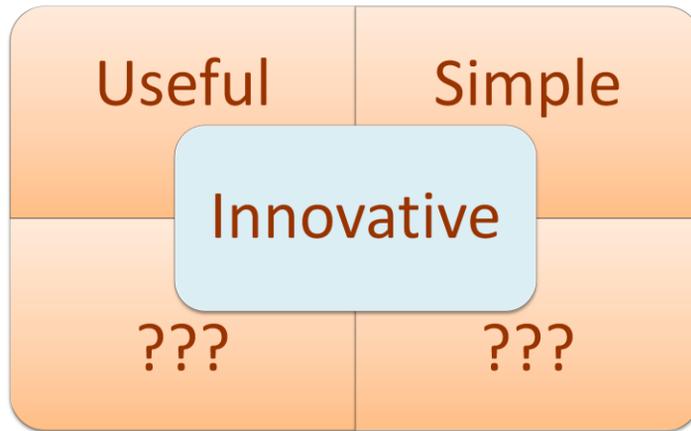
---



Sea cual sea su idea es importante que sea innovadora, es decir, que introduzca un concepto nuevo o que haya sido relativamente poco explorado en el momento de lanzarlo. Ojo, innovador no significa que no tenga que haber nada parecido en el mercado; en ocasiones la innovación consiste en desarrollar localmente un concepto que ya se ha desarrollado en otros lugares del mundo.

But it must also be...

---



Pero además de innovador debe ser útil y simple. Si tienen una gran idea, pero no es útil (o al menos mucho más útil que lo que ya existe) o si no es fácil de explicar, entonces olvídense. Es mejor volver al punto de inicio y pensar alguna idea completamente nueva. Aún me faltan un par de conceptos relacionados con la innovación, pero os presentaré en un momento.

## Take your time

---



Antes de hacerlo, me gustaría comentarles que esto de identificar qué sabe hacer uno y tener una buena idea para aplicarlo de forma innovadora dando lugar a un producto o servicio que sea útil y sencillo no es algo que se pueda hacer en una tarde. Requiere un tiempo y un esfuerzo que no es nada despreciable. Tómense su tiempo.

## How can you make money?

---



UNIVERSIDAD DE SEVILLA

De acuerdo, supongamos que ya han tenido una buena idea. La primera pregunta que deben ser capaces de contestar es la siguiente: ¿cómo van a hacer dinero con esa idea?

## Is it a professional service?

---



En caso de que su servicio esté orientado a un público profesional, todo es más sencillo. Generalmente los profesionales están dispuestos a pagar por los productos o servicios que les ayudan a desarrollar mejor su trabajo (pero debe ser algo útil o al menos más útil que lo existente y sencillo de explicar).

## Is it a domestic service?

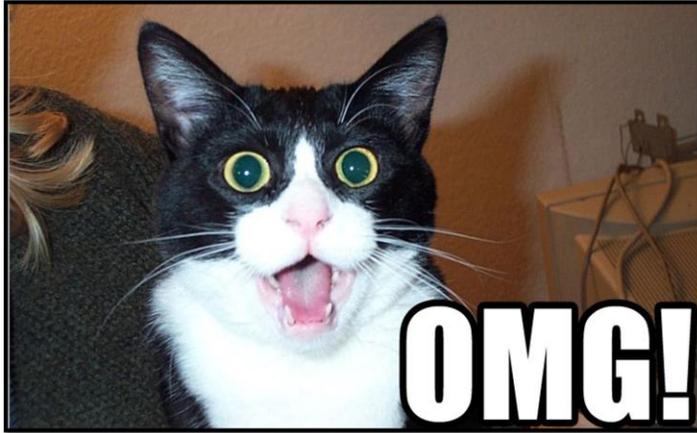
---



En caso de que su servicio esté orientado a un público doméstico la cosa está más complicada. A día de hoy, mi experiencia me demuestra que es imposible pensar en que un ciudadano de a pie pague por algún servicio en el sector de las tecnologías de la información. Básicamente todo es gratis en la Web, por lo que si su intención es cobrar por sus servicios domésticos creo que no lo van a tener nada fácil. Generalmente, la mejor forma de hacer negocio con este tipo de servicios es analizando el comportamiento de los usuarios y vendiendo el conocimiento extraído a las empresas de publicidad. Éstas están cada día más interesadas en poder encontrar el emparejamiento perfecto entre personas y anuncios, con el objetivo de conseguir la mayor efectividad posible de las campañas de publicidad con el menor coste posible. Mi experiencia me demuestra que no hay otra forma de hacer negocio cuando los clientes son el público en general.

## Is it a product?

---



Hasta el momento he hablado tan sólo de servicios. ¿Estaban ustedes pensando en un producto? Ufff.... Mi experiencia me dice que si ya es complicado vender un servicio en el sector de las tecnologías de la información, vender un producto es misión imposible. Créanme, en un mundo en el que el software es casi siempre gratuito y hay prácticamente de todo en el mercado, nadie piensa en comprar productos software. Sinceramente, piensen su idea de nuevo si se trata de un producto en lugar de un servicio. No les va a ser sencillo vender un producto.

## Share or not share business ideas?

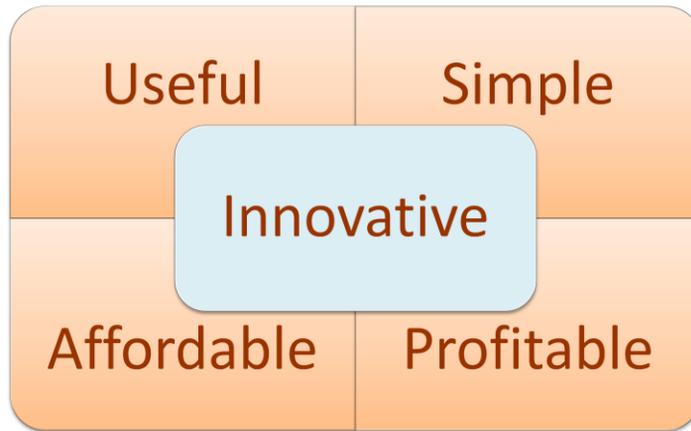
---



Antes les aconsejé que compartieran sus ideas en relación con su producto o servicio. Pero no tengo tan claro si es recomendable compartir las ideas de negocio, es decir, la forma que usted ha ideado para convertir su producto o servicio en dinero. Generalmente, los emprendedores son muy propensos a hablar sobre sus ideas de producto o de servicio, pues, como comenté antes, esto les permite obtener mucho feedback que les ayuda a mejorar. Pero cómo hacer dinero con un producto o servicio es algo muy difícil y al compartir nuestras ideas de negocio podemos estar inadvertidamente facilitando el trabajo a otras personas que podrían ser nuestros competidores directos. Lo dicho: no tengo claro si recomendarles que compartan sus ideas de negocio o no. Yo al menos no suelo hacerlo.

## The application must be...

---



Y esto nos lleva a dos palabras más que complementan la idea de qué es innovador: **abordable** y **beneficioso**. Su idea tiene que ser **abordable** en términos económicos; de poco sirve pensar en un proyecto de un millón de euros si a duras penas puede llegar a conseguir mil euros. Y también tiene que ser **beneficiosa**; de poco sirve algo totalmente nuevo y revolucionario si no tiene mercado o si aún teniéndolo los costes de producción hacen que el precio final sea demasiado alto.

## Take more time

---



De nuevo les recomiendo que se tomen su tiempo para pensar en cómo hacer dinero con su producto o servicio. No es nada fácil y tampoco podrán contar con mucho feedback por parte de otros emprendedores pues, como comenté antes, este es un tema del que se habla poco en público.



**Lessons learnt**

The idea

**Validate your idea**

Raise money

Grow your business

UNIVERSIDAD DE SEVILLA

Vamos a dar un paso: ya hemos tenido una idea innovadora, útil, simple, abordable y beneficiosa. Ahora tenemos que validarla. (Esto es algo que se le olvida a muchos emprendedores; créanme, no intenten seguir adelante sin validar su idea).

## Identify your core

---



Para validar su idea (tanto en relación con producto o servicio como en relación con la forma de hacer dinero), lo primero que tienen que hacer es identificar su core. Generalmente al hablar del core hacemos referencia al producto o servicio mínimo que les permite ilustrar qué es lo que quieren hacer. Lean otra vez esta palabra: mínimo. No se trata de construir el producto o servicio completo, tan sólo una mínima parte que permita enseñar su idea y empezar a hacer algo de negocio con ella.

## Prototype it

---



Tienen que hacer todo lo posible por obtener un prototipo de ese core, algo que funcione, aunque no tenga toda la funcionalidad que querrían ofrecer. Esto es algo que le suele costar trabajo de entender a los nuevos emprendedores, que intentan que su prototipo sea ya un producto o servicio final, con toda la funcionalidad posible.

## Offer it to some selected users

---



Una vez tengamos el prototipo, lo ideal es buscar un grupo de usuarios que pueda probarlo. Seguramente será necesario ofrecerlo totalmente gratis, incluso con alguna promoción, pero realmente es la clave para el éxito. No tiene sentido construir un prototipo que no ha sido enfrentado a sus usuarios finales.

## Learn from their feedback

---



Esos usuarios les proporcionarán un feedback muy valioso que les ayudará a entender mejor qué es lo realmente importante en su producto o servicio, qué es lo realmente valorado por sus clientes, qué es lo que realmente necesitan. Muchos emprendedores se dan cuenta después de haber invertido mucho esfuerzo y dinero en implementar ciertas funcionalidades que sus clientes no las valoran, no las encuentran útiles. Por eso insistía antes tanto en que el prototipo debe centrarse tan sólo en el core de su idea, de forma que en caso de que no sea valorada por los usuarios hayan invertido poco esfuerzo y dinero y puedan rápidamente refinarla o cambiarla por completo antes de seguir adelante.

Does evidence support your idea?

---

***Go-Ahead***

Si la evidencia que le proporcionan sus usuarios iniciales parece apoyar la idea de que su producto o servicio tiene potencial y se puede hacer negocio con él, entonces es, sin duda alguna, el momento de seguir adelante y dar los siguientes pasos.

Doesn't it?

---



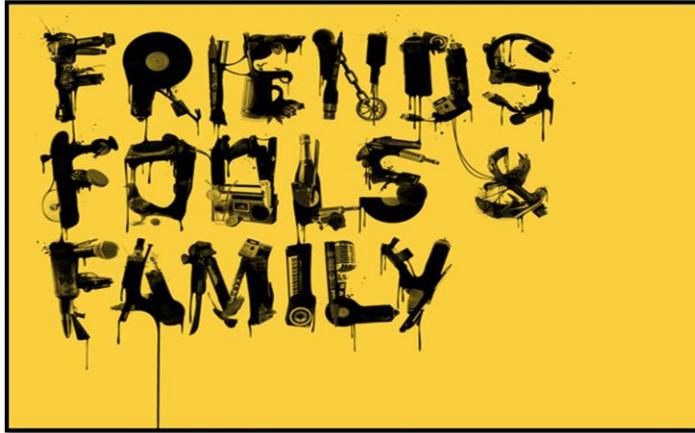
En caso de que la evidencia no esté de su parte, abandone, no se obceque en demostrar que tenía razón. Es mucho mejor volver al principio y empezar a pensar en algo totalmente nuevo.



Asumamos que ha tenido una buena idea, que la ha validado y que los resultados son prometedores. Es el momento de ponerse a buscar dinero para conseguir transformarla en un negocio.

## Start with the three F's

---



En mi experiencia, los primeros a los que hay que pedir dinero es a los amigos, los familiares y los locos. Realmente va a ser muy difícil conseguir dinero de un inversor si antes no hemos conseguido convencer a algunos de estos tres colectivos de que nuestra idea merece la pena.

## Then try some professionals

---



Cuando consigamos dinero de nuestros amigos, familiares y locos, puede ser un buen momento para llamar a la puerta de un banco, de un fondo de inversión o de un inversor profesional. Hay literalmente miles de posibilidades. Simplemente escriba “inversores tecnología” en su buscador favorito y podrá encontrar un buen montón. Un buen punto de inicio son los grandes bancos; llame a sus puertas y pídasles consejo.

They all require you to produce this

---



Sea cual sea el inversor a cuya puerta llame, lo que le va a pedir es un plan de negocio. Estoy seguro de que han escuchado estas tres palabras en muchas ocasiones, pero lo que no estoy tan seguro es de que tengan claro en qué consiste un plan de negocio.

## Sketch of a good business plan

---

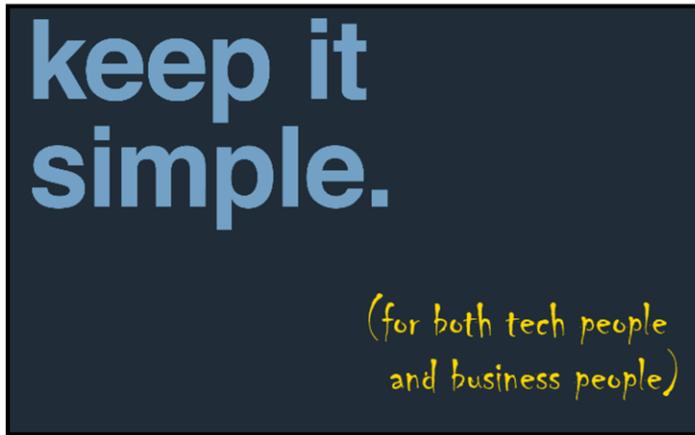


Idea  
Competitors  
Team  
Costs  
Revenues  
Key questions

Si buscan en la Web encontrarán miles de tutoriales con consejos útiles para escribir planes de negocio exitosos. Si los siguen terminarán escribiendo un documento de varios cientos de páginas al que ningún inversor profesional va a prestar la más mínima atención. En mi experiencia, los inversores no prestan atención a un plan de negocio de más de 10 páginas y lo que realmente les interesa es ver los apartados que aparecen en esta transparencia: la idea, los competidores, el equipo, los costes, las previsiones de venta y algunas cuestiones clave que comentaré después.

## Idea

---



En relación con la idea, intente explicarla de la forma más simple que les sea posible. Algo que no puedan explicar con un gráfico sencillo en unas pocas palabras seguramente será demasiado complicado para que le presten atención. No olviden bajo ningún concepto que deben presentar su idea desde una doble perspectiva: la técnica, con el objetivo de describir su producto o servicio, y la de negocio, con el objetivo de dejar claro que se puede hacer dinero con su idea.

## Competitors

---



El análisis de los competidores es un punto muy importante. Es importante que en su plan de negocio identifique qué otras empresas o emprendedores están trabajando en proyectos similares y que deje completamente claro cómo espera adelantarlos. Piense también en las empresas que a día de hoy no son sus competidores, pero podrían serlo el día de mañana. Generalmente los inversores se interesan mucho por este punto del plan de negocio, pues quieren tener claro que usted sabe contra quién compite y cómo vencerlos.

## Team

---



A continuación es buena idea presentar a su equipo de trabajo, dejando claro qué sabe hacer cada uno y en qué contribuye al proyecto en su conjunto. Los inversores generalmente quieren ver un equipo pequeño, muy dinámico, en el que al menos una persona debe tener algo de experiencia en emprendimiento... pero sobre todo quieren ver que cada persona contribuye al proyecto y que éste sólo puede seguir adelante con la colaboración de todos los miembros del equipo.

## Costs

---



A continuación es necesario dejar claro en qué se va a gastar el dinero de los inversores. Hay que hacer previsiones realistas de personal, material y servicios necesarios para terminar de desarrollar el proyecto. Los servicios incluyen desde contabilidad hasta la publicidad. Cuanto más detalle pueda dar, más claro le quedará al inversor que usted realmente sabe en qué va a gastar el dinero que le va a dar.

## Revenues

---



Pero quizá más importante que tener claros los gastos es tener claros los ingresos. Es importante que diseñe unas previsiones de venta realistas y que estén basadas en los resultados obtenidos con su prototipo.

## Key questions



Have you validated your idea?



What are the individual contributions of your team members?  
Who cares of business? Who's responsible for research?



How shall you beat your competitors?



What's the breakdown of your costs?



How can I (the investor) make money with your project?

Antes de presentar cualquier plan de negocio, le aconsejo que le de un repaso para ver si responde claramente a las siguientes preguntas:

- ¿Ha validado su idea (técnicamente y desde el punto de vista del negocio)? Si no lo ha hecho, no pierda el tiempo llamando a la puerta de ningún inversor. Vuelva atrás y válidela.
- ¿Tiene un equipo adecuado? ¿En qué contribuye el trabajo de cada persona? ¿Quién se encarga del negocio? ¿Quién se encarga de la investigación? Si no tiene claramente definido su equipo, tampoco llame a la puerta de ningún inversor.
- ¿Cómo piensa batir a los competidores? Si no tiene claro como conseguirlo, no espere que ningún inversor le dé la respuesta.
- ¿Cuál es el detalle de sus costes? Si no tiene claro en qué va a gastar el dinero de sus inversores, no espere que le presten mucho dinero.
- ¿Cómo puede el inversor ganar dinero con su proyecto? Esta es quizá la pregunta clave; no puede esperar que el inversor idee una forma de ganar dinero con su proyecto, es usted quien debe tomar la iniciativa y proponerla.



¿Han conseguido dinero para su proyecto? ¡Fantástico! Ahora es el momento de hacer crecer su negocio.

## Grow step after step

---

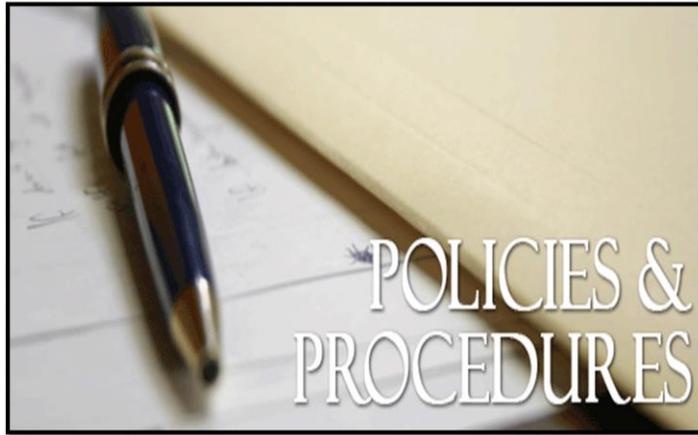


UNIVERSIDAD DE SEVILLA

Y crecer significa crecer pasito a pasito. Nada de querer convertirse en el nuevo Google o Facebook de la noche a la mañana. Eso nunca ocurre. Es necesario tener un plan de trabajo en el que fijemos hitos a largo plazo y detallemos cada año qué queremos conseguir.

## Document your policies & procedures

---



Algo que es muy importante cuando se empieza a crecer es documentar las políticas y procesos de la empresa. Cuando se está empezando y se trabaja en un grupo de cuatro o cinco personas que están totalmente volcadas en el proyecto, no es necesario documentar mucho. Hay que estar coordinados y poco más, pero crecer significa que hay que contratar e incorporar en la empresa a nuevas personas que no saben nada sobre cómo se hacen las cosas. Es importante que cuando esas personas se incorporen al proyecto tengan un documento con el que puedan aprender a hacer lo que tienen que hacer. Por favor: no resten importancia a esto; mi experiencia me dice que si las políticas y procedimientos de una empresa no están bien documentadas, el crecimiento es imposible; es más, puede ocurrir que la empresa fracase al intentar crecer.

## Organise your management team

---



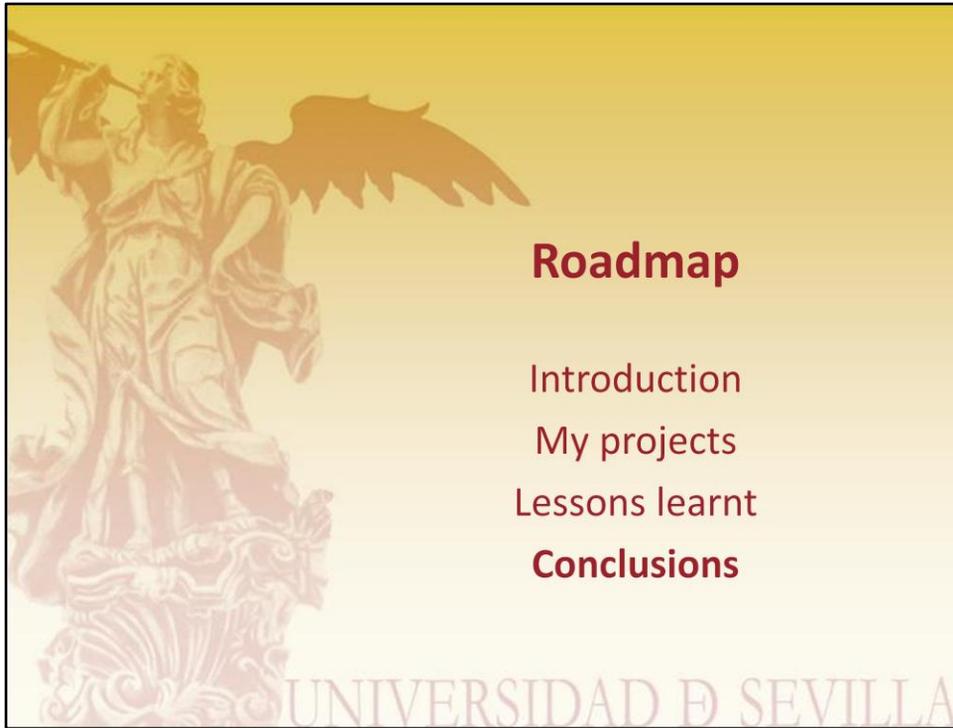
Otra cuestión muy importante es organizar a un equipo de gestión. Cuando la empresa es pequeña es normal que todo el mundo sepa de todo y que en muchas ocasiones no quede clara la línea que separa las responsabilidades de gestión de la empresa de las de producción. Créanme, al principio es difícil, sobre todo si uno vive con pasión la tecnología, pero es una absoluta necesidad. Si nadie gobierna la empresa y todo el mundo se dedica a la producción, la empresa rápidamente fracasará por problemas de gestión.

## Organise your production crew

---



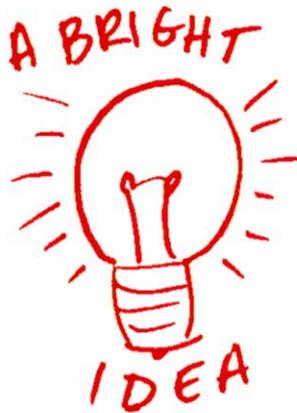
Y tan importante como montar el equipo de gestión es montar al equipo de producción, las personas que se encargarán de mejorar el producto o servicio y de hacerlo funcionar. Generalmente estas personas serán personal externo que se irá contratando poco a poco... por eso es fundamental que cuando estas personas se incorporan a la empresa las políticas y los procedimientos estén lo mejor definidos que sea posible.



Esto es todo lo que tenía que contarles hoy. A continuación resumiré las conclusiones que considero más importantes.

## The idea

---



Technically sound  
Business profitable

UNIVERSIDAD DE SEVILLA

Lo primero es tener una buena idea que sea sólida desde un punto de vista técnico y con la que se pueda hacer dinero desde el punto de vista del negocio. Recuerden: la idea tiene que estar basada en qué saben hacer mejor, no en qué quieren hacer, y debe ser innovadora, útil, simple, abordable y rentable desde el punto de vista económico.

## Validate your idea

---



Validen sus ideas puesto que de lo contrario no tendrán el feedback necesario para pulirlas. Recuerden que la validación no se puede hacer con el producto o servicio completo, sino con un prototipo que tenga la funcionalidad mínima para demostrar la idea y que generalmente tendrá que ofrecer gratis a un grupo de usuarios seleccionados cuidadosamente.

## Find money

---



Si la validación parece indicar que la idea tiene sentido y que se puede hacer negocio con ella, es el momento para pensar en un plan de negocio y presentarlo a tantos inversores como sea posible con el objetivo de conseguir el dinero necesario para terminar de desarrollar su proyecto.

## Get ready to grow

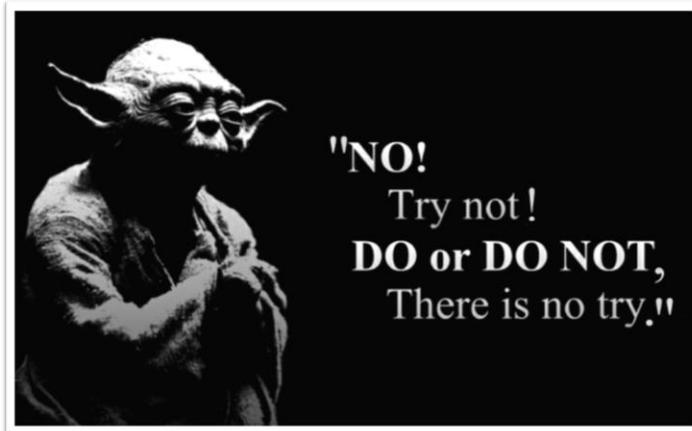
---



Y si todo va bien, deben prepararse para crecer. Créanme, he visto muchos proyectos de empresa que han fracasado porque no han sabido crecer adecuadamente.

## Yoda's advice

---



UNIVERSIDAD DE SEVILLA

Antes de terminar mi charla les presento una foto que tengo en la cabecera de mi cama. Es el consejo que el maestro Yoda le da a Luke Skywalker: ¡No! ¡No lo intentes! ¡Hazlo o no lo hagas, pero no lo intentes! Empezar es algo muy duro; como les comenté al principio de mi charla, es algo para lo que tienen que estar dispuestos a perder peso, pelo, dinero y hasta una parte de su vida. Cuesta demasiado para intentarlo tan sólo. Asegúrense de que el día que se decidan a empezar están realmente en disposición de hacerlo, no de intentarlo para ver qué pasa.



Muchas gracias por su atención. Si tienen cualquier duda o comentario, por favor, envíenme un mensaje a [corchu@us.es](mailto:corchu@us.es). Con gusto les atenderé. Gracias.