

SERVICIOS DE LA UNIDAD DE CONSULTORÍA

Centro de Negocios y Emprendimiento Tecnológico de México S. de R.L de C.V., ofrece servicios de consultoría basados en metodologías disruptivas y la tecnología como principal elemento de competitividad.

Los servicios se integran en tres segmentos:

1. Análisis y Estudios

- a. Investigaciones, estudios y análisis
- b. Vigilancia tecnológica

2. Educación Financiera

- a. Cursos
- b. Talleres
- c. Pláticas

3. Consultoría

- a. Scouting
- b. Encuentro entre emprendedores
- c. Diagnóstico
- d. Gestión de talento y gobernabilidad
- e. Modelo de ingresos
- f. Estructura de costos
- g. Industria y competencia
- h. Producto – Cliente / Factor innovación – Disrupción
- i. Fijación de precios y promoción

- j. Producción
- k. Proveedores
- l. Canales de venta
- m. Estrategia de escalabilidad y replica
- n. Riesgos
- o. Modelo financiero y necesidades de capital
- p. Comunicación con inversionistas y Due Dilligence

Prestador de servicio: Consultor Senior

Costo por hora: \$1,500.00

Descripción de los servicios

1. Análisis y Estudios

a. Investigaciones, estudios y análisis

Son investigaciones realizadas sobre temas de cualquier sector económico, ecosistema emprendedor general y emprendimientos basados en la tecnología. Comprende la revisión de la literatura, investigación basada en evidencia, benchmarking, análisis cualitativo y cuantitativo.

Entregable:

- Documento digital
- Carpeta de evidencias con la información y documentación de soporte

b. Vigilancia tecnológica

Se lleva a cabo a través de la selección y análisis de información estratégica, para identificar oportunidades de crecimiento y de nuevos negocios basados en la tecnología. Se llevan a cabo análisis de clúster y cadenas de valor a través de observatorios tecnológicos como The Observatory of Economic Complexity del MIT y el Observatorio Estratégico Tecnológico del ITESM.

Entregable:

- Documento digital
- Carpeta de evidencias con la información y documentación de soporte

2. Educación Financiera

- a. Cursos
- b. Talleres
- c. Pláticas

Temas:

- Educación financiera / Inteligencia Financiera
- Inclusión financiera
- FinTech
- Empresas Familiares
- Startups
- Ecosistema emprendedor
- Ecosistema de emprendimiento basado en el conocimiento
- Diseño y arquitectura de una base de datos
- Lenguaje SQL I y II
- Programación backend PL/SQL
- Programación backend Trans-SQL
- Administración de MySQL
- Administración básica de base de datos Oracle 11G
- Administración básica de bases de datos SQL Server
- Importancia de una Base de Datos para las Startups
- Git y gitlab
- UX&UI 101
- Inteligencia Artificial en el emprendimiento
- Diseño de interfaces para programadores
- Aplicación y desarrollo de tecnología educativa para el 2018

3. Consultoría

a. Scouting

El scouting es un proceso de prospección direccionado que permite, a CIGE, identificar las diferentes startups cuyos modelos de negocio tengan un alto potencial de réplica, escalabilidad, que sean altamente disruptivos y que muestren evidencias claras de tracción.

b. Encuentro entre emprendedores

Se llevará a cabo en un espacio único, fuera de las operaciones diarias del emprendedor, sin protocolos formales, que le permitirán acceder a experiencias y conocimientos de alto nivel. Dicho encuentro se llevará a cabo en una jornada de un día, la cual, estará compuesta por diferentes sesiones encabezadas por líderes de la industria sobre temas relevantes como son: la búsqueda de capital, el liderazgo consciente y emocional, el panorama de inversión de impacto, casos de éxito, rompiendo fronteras en el emprendimiento, tecnología, entre otros.

c. Diagnóstico

Durante este proceso, al emprendedor se le asignará un Mentor interno y tendrá la oportunidad de contar con la asesoría y acompañamiento externo a través de un programa dirigido de colaboración llamado CIGE – Pal, en función a una necesidad en particular que requiera el emprendedor, ya sea innovación, logística, finanzas, jurídica, estructural, entre otras.

d. Gestión de talento y gobernabilidad

En este módulo los emprendedores analizan y formalizan la estructura organizacional de sus compañías. Esto incluye identificar a su personal clave y las descripciones de sus funciones, definiendo relaciones e identificando un anticipado crecimiento organizacional. También se les provee a los emprendedores recursos para profundizar el entendimiento en las mejoras prácticas sobre recursos humanos, gestión y gobernabilidad. Se enfoca también en las motivaciones de los emprendedores, así como en su estilo de liderazgo.

e. Modelo de ingresos

Los emprendedores dividen las ventas por producto, línea de servicios, canales, tipo de clientes, y geografía con el fin de identificar las líneas de ingresos clave dentro de su negocio. De igual forma se les pide a los emprendedores que describan las ventas y actividades de distribución de sus compañías, incluyendo las características de su mercado meta, los clientes clave, y la estrategia correspondiente de ventas.

f. Estructura de costos

Dentro de este módulo los emprendedores identifican los costos directos e indirectos atribuibles a la producción de los bienes y servicios ofrecidos. Esto le permite a los emprendedores reasignar recursos en búsqueda de una mejor rentabilidad para su negocio, determinar con precisión los problemas de flujo de caja, determinar las necesidades de capital de trabajo, y crear una estrategia de crecimiento rentable. Hasta este punto el emprendedor ya tendrá mapeado todos los componentes de su modelo de negocio.

g. Industria y competencia

Tener un entendimiento claro y objetivo del panorama competitivo del proyecto. Dentro de este módulo los emprendedores examinan factores de éxito claves, calculan el tamaño y valor del mercado y ejecutan un análisis competitivo con el fin de posicionar de una mejor manera a sus compañías y aprovechar las oportunidades del mercado. Estos ejercicios le permiten a los emprendedores entender las condiciones competitivas dentro de la industria en la cual operan, identificar amenazas y retos, anticipar el comportamiento de competidores, y diferenciar sus productos o servicios de otras ofertas del mercado.

h. Producto – Cliente / Factor innovación – Disrupción

Identificar ofertas de producto y articular como estas ofertas ofrecen valor a los clientes meta. Dentro de este módulo los emprendedores profundizan su entendimiento acerca de sus clientes meta y revisan los atributos de sus ofertas de producto para segmentar más adecuadamente el mercado. Al examinar tanto la mezcla de producto como los problemas que los clientes enfrentan, los emprendedores pueden posicionar sus productos de la mejor manera para satisfacer las necesidades de los consumidores a través de componentes innovadores y disruptivos. Los emprendedores también examinan el ciclo de vida del producto para manejar óptimamente los productos a lo largo del tiempo.

i. Fijación de precios y promoción

Determinar una estrategia efectiva de fijación de precios y promoción mediante la exploración de dónde y por qué los consumidores adoptan nuevos productos o tecnologías. Dentro de este módulo los emprendedores exploran métodos de fijación de precios para asegurarse que el precio de cada producto refleja su valor total, revisan los conceptos de “push” y “pull” marketing, y analizan los comportamientos de compra de los consumidores.

Los emprendedores trabajan para entender las necesidades de su mercado meta para poder promocionar efectivamente sus productos de manera tal que puedan alcanzar clientes nuevos y/o remotamente ubicados.

j. Producción

Analizar los procesos de producción y determinar cómo convertir los insumos de los proveedores en productos que son de valor para los consumidores. Haciendo uso de la herramienta Análisis de Cadena de Valor, los emprendedores pueden llevar a cabo un análisis de su proceso de producción. Cada actividad de producción es examinada en términos de costo y valor agregado al producto y al consumidor final. El análisis le permite a los emprendedores describir las actividades claves en su cadena de valor y relacionarlas a su ventaja competitiva.

k. Proveedores

Evaluar relaciones, riesgos, estructuras de costos, y procesos asociados con la procuración de recursos. Para cada relación de proveedores, los emprendedores examinan tanto los aspectos cuantitativos como cualitativos, incluyendo el costo de los bienes, la estructura de pagos, el proceso de ordenamiento, y la fuerza e importancia de cada relación.

Esto le permite a los emprendedores evaluar y mejorar sus estructuras de costo y procesos de procuración a fin de gestionar los riesgos y encontrar aliados afines a su estrategia de negocio.

I. Canales de venta

Evaluar la estrategia de distribución y su éxito en colocar eficientemente el producto. Dentro de este módulo los emprendedores optimizan la estrategia de distribución de sus compañías mediante el entendimiento de las necesidades de sus segmentos de clientes, conectando dichas necesidades a los canales de distribución, identificando socios naturales, y construyendo cada canal efectivamente.

m. Estrategia de escalabilidad y replica

Definir una estrategia de crecimiento y desarrollar el plan operativo correspondiente. Dentro de este módulo los emprendedores reciben guía para establecer un plan operativo claro, dirigido a resolver los desafíos estratégicos y operativos de la compañía que se presentan en su camino al crecimiento y potencialidad. Luego de completar este módulo, el emprendedor será capaz de trasladar el plan de negocios en acciones claras e identificar los recursos externos necesarios para alcanzar los objetivos y resultados esperados.

n. Riesgos

Dentro de este módulo los emprendedores completan una matriz de riesgo en la cual categorizan todos los riesgos claves, tanto externos como internos, que sus compañías enfrentan. Para cada riesgo, los emprendedores exploran las causas, consecuencias, e impacto actual y potencial en sus compañías, produciendo finalmente una "puntuación de riesgo neta" antes de desarrollar estrategias de mitigación asociadas.

o. Modelo financiero y necesidades de capital

Identificar las necesidades y el tipo de capital requerido en función de la estrategia de crecimiento. Se les pide a los emprendedores cuantificar su plan operativo, crear proyecciones financieras y establecer objetivos claros y alcanzables. Posteriormente los mentores trabajan junto a los emprendedores para identificar cualquier necesidad de capital, y, si aplica, definir el tipo de acuerdo, tamaño y estructura.

p. Comunicación con inversionistas y Due Dilligence

Diseñar una estrategia de acercamiento y relacionamiento con posibles inversionistas. Los mentores preparan a los emprendedores para diseñar los materiales de comunicación adecuados (Investor One pager y Deck Template), para presentar su compañía ante inversionistas potenciales. Los emprendedores también trabajan en estructurar una solicitud de inversión específica, basada en las necesidades de capital identificadas y el plan de crecimiento definido con proyecciones tanto financieras como de impacto. Los Consultores Agora le ayudan al emprendedor a encontrar al inversionista adecuado y a prepararse debidamente para el proceso de due diligence.