

GLOSARIO

Análisis de Riesgos: Aceptar la exposición o reducir las vulnerabilidades mitigando los riesgos o aplicando controles rentables.

("Licensing Definition - Entrepreneur Small Business Encyclopedia," n.d.)

Cobro por suscripción: Se trata de un modelo de negocio que ofrece acceso a un producto/servicio determinado a partir del pago de un cargo fijo. Más que en el beneficio de la compra única, se apuesta por la retención o compromiso del consumidor para con el servicio.("¿Qué son los modelos de negocios por suscripción? - Impulsa Popular - Banco Popular Dominicano : Impulsa Popular – Banco Popular Dominicano," n.d.)

Cobro por uso: Los servicios a medida (también llamados pago por uso) son cualquier tipo de estructura de pago en la que un cliente tiene acceso a recursos potencialmente ilimitados pero solo paga lo que realmente usa. Los servicios a medida son cada vez más comunes en entornos de tecnología de la información (TI) empresarial. Con la informática de servicios públicos, por ejemplo, una empresa puede comprar recursos informáticos para satisfacer las necesidades fluctuantes. Este enfoque se promueve como más rentable para la empresa que el mantenimiento de una gran infraestructura que excede los requisitos de potencia informática promedio de la empresa.

Escalabilidad: Se entiende por escalabilidad a la capacidad de adaptación y respuesta de un sistema con respecto al rendimiento del mismo a medida que aumentan de forma significativa el número de usuarios del mismo. Aunque parezca un concepto claro, la escalabilidad de un sistema es un aspecto complejo e importante del diseño.

La escalabilidad está íntimamente ligada al diseño del sistema. Influye en el rendimiento de forma significativa. Si una aplicación está bien diseñada, la escalabilidad no constituye un problema. Analizando la escalabilidad, se deduce de la implementación y del diseño general del sistema. No es atributo del sistema configurable.

("Conceptos sobre la escalabilidad | Marco de Desarrollo de la Junta de Andalucía," n.d.)

Estrategia de monetización: El uso del verbo *monetizar* con el sentido de 'convertir un activo en dinero' puede considerarse apropiado.

Monetizar aparece en el Diccionario académico con los significados de 'dar curso legal como moneda a billetes de banco u otros signos pecuniarios' y 'hacer moneda' , aunque cada vez es más frecuente verlo en noticias relacionadas con las nuevas tecnologías y las páginas web con el significado de 'convertir un activo en dinero' como en «La compañía tratará de monetizar su web mediante el cobro de una pequeña cantidad por cada descarga».

Este nuevo uso es correcto y la Real Academia Española estudia ya su entrada en próximas ediciones de su diccionario.

Por otra parte, se recuerda que la palabra *rentabilizar* puede emplearse a menudo con este mismo sentido, aunque con un significado más amplio ('hacer que algo sea rentable, productivo o provechoso') que el de *monetizar*, que circunscribe ese beneficio o provecho a lo puramente monetario.

(Fundación BBVA, n.d.)

Experiencia del usuario (User Experience): La experiencia del usuario engloba todos los aspectos de la interacción final del cliente con la compañía, sus servicios y sus productos. (Nielsen Norman Group, n.d.).

Franquicias: La franquicia es un tipo de contrato utilizado en el comercio mediante el cual una parte llamada franquiciador cede a otra llamada franquiciado la licencia de una marca para su explotación comercial así como los métodos, procedimientos y tecnología a cambio de pagos periódicos. ("La franquicia | Gerencie.com.," n.d.)

Grado de novedad: El grado de la innovación debe considerarse como un factor clave de gran relevancia tanto en la determinación de los factores de éxito en el desarrollo de productos innovadores como en un Innovation Strategy adecuado en la práctica operativa.

Modelos para determinar el grado de innovación

Para distinguir entre innovaciones con bajo y alto grado de innovación, existen tantos términos en la literatura como diferentes enfoques de la definición de innovación. Dado que no existe una estandarización de los conceptos, gran parte de la tipología se superpone. Por lo tanto, existen diferentes enfoques para medir el grado de innovación. A continuación se presentan los dos modelos más comunes:

1. Las innovaciones incrementales muestran un bajo grado de innovación. Se trata de pequeños cambios en productos, procesos o modelos de negocio existentes que la empresa opera en un mercado conocido o similar. No implican nuevos conocimientos o nuevas tecnologías. Se están desarrollando tecnologías, productos, servicios, modelos de negocio o procesos conocidos,

- Reducción de costes o mejoras funcionales en productos, servicios o procesos existentes
- Usar el conocimiento existente
- Aumenta la competitividad en los mercados o industrias existentes
- Baja incertidumbre
- Desarrollo y mejora de productos y procesos de productos ya establecidos
- Requisito: contratos de trabajo de larga duración, estructuras de carrera estables y acuerdos de tarifas industriales.

2. Las innovaciones radicales, por otro lado, representan algo fundamentalmente nuevo, que provoca cambios considerables en el producto, proceso o business model. Tienen un alto grado de innovación:

- Nuevos productos, servicios o procesos con propiedades innovadoras
- Basado en nuevos conocimientos
- Realiza cambios significativos que transforman mercados o industrias enteras o crean nuevos mercados.
- Alta incertidumbre
- Requieren una ruptura aguda con las rutinas tradicionales y el conocimiento transmitido
- Prerrequisito: mercados laborales desregulados, acceso rápido al capital de riesgo necesario

El economista alemán Jürgen Hauschildt define la innovación como una nueva combinación de propósito y medios. Por un lado, los medios (principio de solución, tecnología) son una oferta de nueva solución de problemas a través de ideas innovadoras. Por otro lado, se puede seguir un nuevo propósito (necesidad, uso del cliente, aplicación).

El modelo de Hauschildt es una extensión del enfoque anterior. Distingue cuatro niveles de innovación:

1. Innovación incremental: mejorar un propósito existente utilizando los métodos existentes. El grado de innovación es muy bajo, ya que solo se realizan cambios menores en los productos, procesos o modelos de negocio existentes.
2. Innovación media: se ofrecen nuevos medios para el cumplimiento de fines existentes o nuevos. Las innovaciones de innovación media se basan predominantemente en las actividades de I+D de una empresa, que a menudo tienen un mayor grado de innovación en comparación con las innovaciones orientadas a objetivos concretos.
3. Innovación inducida por un propósito: Surge un nuevo propósito, que se cumple con medios inalterados o nuevos. Las innovaciones desencadenadas son a menudo dadas por las necesidades o la demanda de los clientes en el mercado. El grado de innovación se encuentra aquí, en la zona media.
4. Breakthrough innovation: Estas innovaciones se caracterizan sobre todo por el hecho de que medios completamente nuevos o una nueva tecnología satisfacen una necesidad hasta ahora desconocida con un gran beneficio para el cliente. Las innovaciones revolucionarias muestran un grado muy alto de innovación y también se denominan innovaciones disruptivas. A menudo tienen su punto de partida en un nicho apenas reconocido e inicialmente se dirigen a un pequeño número de clientes antes de convertirse en un factor

dominante del mercado y desplazar a las empresas establecidas del mercado.("LEAD innovation," n.d.)

Iterar: Iterar es repetir una y otra vez el proceso siguiente hasta dar con el modelo de negocio óptimo:

- Idear el modelo de negocio con sus hipótesis.
- Testar esas hipótesis para validarlas o desecharlas.
- Rediseñar aquellos puntos en los que las hipótesis iniciales eran erróneas.

Para iterar, y conseguir un buen resultado en nuestros experimentos, así como rediseñar adecuadamente el modelo de negocio que mejor se adapta a nuestros clientes objetivo son necesarias dos acciones anteriores: Conocer el segmento de clientes al que vamos a dirigir nuestro negocio y ofrecer una propuesta de valor sólida que cubra las necesidades de los clientes objetivo.("Definiciones Lean Start -Up: Qué es Iterar. Te lo contamos aquí," n.d.)

Licenciamiento: Un acuerdo comercial en el que una compañía le da permiso a otra compañía para fabricar su producto por un pago específico.

("Licensing Definition - Entrepreneur Small Business Encyclopedia," n.d.)

Mercado objetivo: Se define mercado objetivo como aquel grupo de destinatarios al que va dirigido un producto o servicio concreto. En sus orígenes, los mercados

objetivos eran grupos de individuos que se agruparon por edad, género o perfil social.("Mercado objetivo - Definición, qué es y concepto | Economipedia," n.d.)

Pivotear: Pivotar significa dejar atrás las ideas concebidas originalmente en el modelo de negocio, para lograr la rentabilidad del trabajo. Se trata, por tanto, de modificar y optimizar las actividades claves de tu negocio, con la finalidad de tener un crecimiento más sostenible y eficiente.

El concepto de pivotar en una startup, parte de la idea de que este tipo de organizaciones se diferencian de empresas convencionales porque son capaces de alcanzar un crecimiento asombroso en poco tiempo.

Además tienen la capacidad de asumir cambios de forma ágil y rápida. Algo que se hace posible gracias a que poseen una estructura flexible y de tamaño reducido.

("¿Qué es pivotar en una startup?," n.d.)

Plan de trabajo y cronograma: Un plan de trabajo es una herramienta que permite ordenar y sistematizar información relevante para realizar un trabajo. Esta especie de guía propone una forma de interrelacionar los recursos humanos, financieros, materiales y tecnológicos disponibles.

Como instrumento de planificación, el plan de trabajo establece un cronograma, designa a los responsables y marca metas y objetivos.("Definición de plan de trabajo - Qué es, Significado y Concepto," n.d.)

Escalabilidad: escalabilidad es la acción de incrementar la eficiencia de tu proyecto a medida que creces y reduces el costo por beneficiario. Es decir, dicha estrategia se compara con el esquema de economía de escala, en donde incrementar el número de tus usuarios no representa un aumento de costo por los mismos, al contrario, aumentas tu eficiencia al disminuir el costo unitario por llegar a ellos, esto se convierte en un proceso sistemático en el que a medida que creces es más fácil alcanzar a un mayor número de beneficiarios.

("Escalabilidad y replicabilidad | Centro de Innovación Social de Alto Impacto de Jalisco," n.d.)

Segmentación de los usuarios: La segmentación de mercado divide el mercado en grupos con características y necesidades semejantes para poder ofrecer una oferta diferenciada y adaptada a cada uno de los grupos objetivo. Esto permite optimizar recursos y utilizar eficazmente nuestros esfuerzos de marketing.

Existen diferentes variables para segmentar el mercado, dependiendo de cada empresa se utilizará una combinación diferente. Las variables de segmentación de mercado se encuentran agrupadas en variables geográficas, demográficas, psicográficas y de conducta.("SEGMENTACIÓN DE MERCADO , CONCEPTO Y ENFOQUE | Roberto Espinosa," n.d.)

SNCTEI : Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación SNCTel: comunidad científica e investigativa del país en todas las áreas, académicos, universidades,

instituciones de formación técnica y tecnológica, estudiantes de maestría y doctorado en todas las áreas del conocimiento, Centros de Investigación o Desarrollo Tecnológico, profesionales y empresas con sensibilidad por la Ciencia, la Tecnología y la Innovación CT+I, tomadores de decisión (alcaldes, gobernadores, diputados, etc.), entidades del sector público con relación o injerencia en asuntos relacionados con CT+I, etc., entidades del sector social o solidario con interés o capacidades para la investigación o el desarrollo tecnológico, principalmente.("Consulta comunidad SNCTel | Colciencias," n.d.)

Usabilidad: la usabilidad es un atributo de calidad que evalúa la facilidad de uso de las interfaces. La palabra "usabilidad" también se refiere a métodos para mejorar la facilidad de uso durante el proceso de diseño.

La usabilidad se define en 5 componentes de calidad:

Capacidad de aprendizaje: ¿qué tan fácil es para los usuarios aprender las tareas la primera vez que se enfrentan a un diseño?

Eficiencia: Una vez los usuarios han estudiado el diseño, ¿qué tan rápido pueden realizar tareas?

cuando los usuarios regresan al diseño luego de un periodo de no utilizarlo, ¿qué tan rápido reestablecen las competencias de uso?

¿Cúantos errores cometen los usuarios?, ¿qué tan severos son? ¿Qué tan rápido se recuperan de estos errores?

<https://legadoweb.minciencias.gov.co/blog/consulta-comunidad-snctei>

Definición de plan de trabajo - Qué es, Significado y Concepto. (n.d.). Retrieved

February 17, 2020, from <https://definicion.de/plan-de-trabajo/>

Definiciones Lean Start -Up: Qué es Iterar. Te lo contamos aquí. (n.d.). Retrieved

February 18, 2020, from <https://innokabi.com/definiciones-lean-start-up-que-es-iterar/>

Escalabilidad y replicabilidad | Centro de Innovación Social de Alto Impacto de

Jalisco. (n.d.). Retrieved February 18, 2020, from <https://cisai.iteso.mx/escalabilidad-y-replicabilidad/>

Fundación BBVA. (n.d.). «monetizar», verbo que amplía su significado | Fundéu

BBVA. Retrieved February 17, 2020, from <https://www.fundeu.es/recomendacion/monetizarun-verbo-que-amplia-su-significado-1542/>

La franquicia | Gerencie.com. (n.d.). Retrieved February 17, 2020, from

<https://www.gerencie.com/la-franquicia.html>

La importancia de la validación de mercado. (n.d.). Retrieved February 18, 2020,

from <http://www.empresariafeliz.com/portfolio-view/la-importancia-de-la-validacion-de-mercado/>

LEAD innovation. (n.d.). Retrieved February 13, 2020, from <https://www.lead->

innovation.com/es/blog/grado-de-innovación

Licensing Definition - Entrepreneur Small Business Encyclopedia. (n.d.). Retrieved February 17, 2020, from <https://www.entrepreneur.com/encyclopedia/licensing>

Mercado objetivo - Definición, qué es y concepto | Economipedia. (n.d.). Retrieved February 13, 2020, from <https://economipedia.com/definiciones/mercado-objetivo.html>

Nielsen Norman Group. (n.d.). The Definition of User Experience (UX). Retrieved February 13, 2020, from <https://www.nngroup.com/articles/definition-user-experience/>

Objetivos de Desarrollo del Milenio | UNDP. (n.d.). Retrieved February 18, 2020, from https://www.undp.org/content/undp/es/home/sdgoverview/mdg_goals.html

SEGMENTACIÓN DE MERCADO , CONCEPTO Y ENFOQUE | Roberto Espinosa. (n.d.). Retrieved February 13, 2020, from <https://robertoespinosa.es/2013/09/17/segmentacion-de-mercado-concepto-y-enfoque>

The Measurement of Scientific, Technological and Innovation Activities Oslo Manual 2018 GUIDELINES FOR COLLECTING, REPORTING AND USING DATA ON INNOVATION 4TH EDITION. (n.d.).

<https://doi.org/10.1787/9789264304604-en>