


GLOSARIO ESENCIAL: EL ECOSISTEMA EN SIMPLE

Comprendiendo su lenguaje para innovar, emprender e invertir.



Este glosario reúne los conceptos clave del ecosistema de innovación y emprendimiento, explicados en un lenguaje simple. Incluye desde modelos de negocio y métricas, hasta estructuras organizacionales y estrategias de crecimiento. Es una guía práctica para entender cómo funcionan los negocios, cómo se financian y cómo se conectan con su ecosistema.

Gracias a todas las personas, empresas y organizaciones que nos ayudaron con este glosario. Así se construye Ecosistema.



En DREI VENTURES transformamos ideas en resultados, desarrollando y acelerando negocios de forma ágil.

Habilitamos el Corporate Venturing bajo un modelo eficiente, co-creando soluciones para generar resultados que impacten el negocio.

Trabajamos con empresas que buscan nuevas oportunidades de negocio y optimizar procesos internos, ejecutando rápido.



Tesi Del Sante Ross

Diseñadora, Máster en Design Thinking y diploma en Marketing Digital & Social Media UAL.

Creó y lideró una startup tecnológica, Alba, hasta su adquisición por un grupo mexicano. Egresada de MIT Delta V y 500 startups San Francisco.

Experta en desarrollo de producto, escalamiento, optimización de procesos y alianzas estratégicas.

tesi@drei.ventures

Nuestra métrica final, es el EBITDA de tu empresa.



Yazmin Chelech Yarur

Ingeniera Civil Industrial de la UdeC y Máster en Global Management de Regent's University London, UK.

Parte del equipo que llevó a Megamedia al primer lugar, liderando el área comercial y siendo parte del primer Media for Equity en Chile.

Experta en creación de negocios, crecimiento de marca, marketing estratégico y transformación corporativa (telecomunicaciones, medios y retail).

yazmin@drei.ventures



Rocio Fonseca Chamorro

Ingeniera en Biotecnología, Máster en Innovación y Emprendimiento, MSc en Management del MIT.

Directora de Emprende tu Mente (ETM), Seguros SURA Chile y miembro de los Comités de CVC de Carozzi y Caja Los Andes. Lideró Start-Up Chile e InnovaChile CORFO, apoyando a más de 3.500 startups.

Especialista en corporate venturing, conexión startup-empresa, aceleración e internacionalización.

rocio@drei.ventures

ÍNDICE DE CONTENIDOS

06 Conceptos fundamentales

Términos esenciales para entender qué es un emprendimiento y cómo funciona

08 Innovación y ecosistema

El entorno en el que operan las startups y cómo se relacionan con las grandes empresas

12 Métricas y rendimiento

Cómo se mide el éxito y la salud de un emprendimiento

15 Roles y estructura organizacional

Quién es quién y sus funciones

18 Estrategias de mercado y clientes

Cómo los emprendimientos se conectan con usuarios, clientes y crecen

21 Financiamiento general y proceso de inversión

Cómo y dónde obtienen financiamiento los emprendimientos

01.

Conceptos fundamentales

Este capítulo presenta conceptos básicos del ciclo de vida de una startup y de empresas de base científico tecnológicas. Junto con descripciones de algunos actores del ecosistema.

Aceleradora: Programa creado para impulsar el crecimiento de una empresa mediante mentoría, acceso a tecnología, redes y, en algunos casos, capital. Su propósito es acelerar la validación y el desarrollo de nuevas soluciones o modelos de negocio dentro de un entorno guiado, controlado y de alta intensidad.

**En DREI, somos una aceleradora corporativa: Aplicamos este modelo a grandes empresas, ayudándolas a transformar estrategias e ideas en resultados reales.*

Break-even Point: Es el punto en que los ingresos igualan los costos totales, sin generar pérdidas ni ganancias. A partir de ese momento, cada venta adicional comienza a producir beneficios netos para la organización.

Escalabilidad: Es la capacidad de un negocio para aumentar sus ingresos sin que los costos crezcan en la misma proporción, lo que permite expandirse de forma sostenible y rentable.

Exit: Evento que permite a los fundadores e inversionistas de una startup obtener el retorno de su inversión multiplicada X veces. Las formas más comunes de exit incluyen la venta de la startup (acquisition), la fusión con otra empresa (M&A) o la salida a bolsa (IPO – Initial Public Offering). Este es un objetivo clave para los inversionistas de venture capital y para los fundadores que buscan un retorno significativo de su trabajo.

Exit Strategy: es el plan que define cómo los fundadores o inversionistas recuperarán su inversión y obtendrán beneficios al salir de la empresa. Contar con ella demuestra visión estratégica y facilita decisiones de crecimiento a largo plazo.

Incubadora: Organización que apoya a empresas en sus primeras etapas, ofreciendo recursos como espacio de trabajo, mentoría, formación y acceso a redes de contactos para facilitar su desarrollo y validación del modelo de negocio.

Liquidación: Proceso mediante el cual una empresa se disuelve, vendiendo sus activos para pagar deudas y obligaciones pendientes. Una vez completado, la empresa deja de existir legalmente.

MVP (Producto Mínimo Viable): Es la versión más simple y funcional de un producto o servicio que permite validar su propuesta de valor con usuarios y clientes reales. Su objetivo es aprender rápidamente del mercado antes de invertir más recursos.

Pivote: Cambio clave en el enfoque de un proyecto, startup o empresa, que implica modificar el producto, el mercado o el modelo de negocio a partir del aprendizaje obtenido con usuarios y clientes. No es un fracaso, sino una adaptación ágil para aumentar las posibilidades de éxito.

Product-Market Fit (PMF): Es el momento en que una startup logra validar que su producto satisface de manera clara, concreta y deseada una necesidad del mercado. Significa que existe un encaje real entre el producto ofrecido y un segmento específico de clientes, quienes lo usan, lo valoran y estarían decepcionados si desapareciera.

Scaleup: Startup que ha superado la etapa inicial y crece de forma acelerada y sostenida. Ya genera ingresos constantes y busca expandirse, necesitando más estructura, financiamiento y gestión para escalar sin perder agilidad.

Spin-off: Empresa nueva que nace desde otra organización para comercializar desarrollos, tecnologías o proyectos internos de forma independiente.

Startup DeepTech o EBCT: Empresa de Base Científico-Tecnológica centrada en investigación y desarrollo (I+D), con alto potencial de impacto. Se basa en tecnologías avanzadas como inteligencia artificial, biotecnología, nuevos materiales o energía limpia, buscando resolver problemas complejos del mundo real.

Unicornio: Startups que han sido valorizadas en más de mil millones de dólares.

Zombie Startup: Empresa que sigue operando, pero no muestra signos de crecimiento significativo ni avances en su negocio, quedando estancada sin atraer nuevos clientes o inversiones. Evitar modelos que se estancan sin crecimiento.

02.

Innovación y ecosistema

Este capítulo explora el entorno donde nacen y crecen los emprendimientos, y como interactúan con corporativos, instituciones y actores clave del ecosistema. También muestra como los principios de innovación abierta y el corporate venturing permiten a las grandes empresas colaborar para crear y escalar nuevas oportunidades.

API (Application Programming Interface): Conjunto de reglas para que dos sistemas se comuniquen. Es fundamental para la interoperabilidad entre diferentes plataformas tecnológicas, permitiendo que las startups y las empresas compartan datos y funcionalidades de manera segura.

Arquetipos de cliente: Representación semificticia del cliente ideal de una startup, basada en investigación y datos. Permite comprender profundamente al público objetivo para diseñar productos y servicios más relevantes.

Bootcamp: Es un programa intensivo diseñado para desarrollar habilidades tecnológicas en poco tiempo, como programación, análisis de datos o innovación. Se aplica tanto a startups como a corporaciones que buscan acelerar su transformación o capacidades digitales.

Business Case: Documento que justifica una inversión o proyecto con base en beneficios esperados, costos y riesgos. Es una herramienta clave para evaluar la viabilidad de iniciativas de innovación y emprendimiento.

Costo Oportunidad: Beneficio que se deja de obtener al elegir una alternativa frente a otra. Es un concepto importante en la toma de decisiones estratégicas, donde se evalúan las ventajas y desventajas de distintas opciones.

Corporate Venturing: Estrategia mediante la cual grandes empresas colaboran con startups para acelerar innovación y crear nuevos negocios. Puede incluir inversión directa, programas de aceleración corporativa, pilotos comerciales, coinversión, adquisiciones y alianzas estratégicas orientadas a generar valor para ambas partes.

Crowdsourcing: Práctica que consiste en aprovechar el conocimiento, las ideas o el trabajo de una comunidad o grupo amplio de personas, generalmente a través de plataformas digitales, para resolver problemas, generar innovación o desarrollar productos y servicios.

Cultura de la Experimentación: Enfoque que promueve la prueba rápida de nuevas ideas, con tolerancia al error y aprendizaje continuo. Es una característica fundamental de las startups y una aspiración para las grandes empresas que buscan innovar.

Customer Success: Proceso que asegura que el cliente adopte el producto, obtenga valor real y mantenga una buena experiencia a lo largo del tiempo.

Data Enrichment: Uso de fuentes externas para complementar la información de clientes y mejorar decisiones. Permite a las empresas entender mejor a sus usuarios y optimizar sus estrategias.

Ecosistema de Innovación: Conjunto de actores (startups, corporativos, universidades, fondos, gobierno) que colaboran en la creación de valor, a través de innovación. Es el entorno propicio para el surgimiento y crecimiento de nuevas empresas.

Efecto Red: Situación en la que un producto o servicio se vuelve más valioso a medida que más personas lo usan. Es un impulsor clave del crecimiento para muchas startups, especialmente las basadas en plataformas.

Early Adopters: Primeros usuarios que prueban un producto o servicio. Su retroalimentación es crucial para el desarrollo y la validación en etapas tempranas.

Estrategia de Ambidiestría: Enfoque que permite a una empresa operar su negocio core mientras explora nuevas oportunidades e innova en paralelo, sin descuidar su operación principal.

Go-to-market: Estrategia que define cómo una organización lanzará y posicionará su producto o servicio en el mercado. Incluye la propuesta de valor, los canales de venta, el público objetivo y las acciones necesarias para alcanzar una adopción efectiva.

Growth Marketing: Estrategias de marketing basadas en datos para optimizar cada etapa del embudo de conversión. Es un enfoque ágil y centrado en resultados, común en el mundo startup.

Innovación Corporativa: Conjunto de prácticas que permiten a una empresa crear, probar y lanzar nuevas soluciones. Puede incluir equipos internos, alianzas, o trabajo con startups para impulsar su evolución.

Innovación Disruptiva:

Transformaciones profundas que modifican por completo un mercado. Generalmente nacen de startups que ofrecen soluciones nuevas y accesibles, poniendo en jaque a las empresas consolidadas.

Innovación Incremental:

Mejoras progresivas que agregan valor a productos o procesos existentes. No busca transformar el mercado, sino fortalecer y actualizar lo que ya funciona, manteniendo la competitividad de la empresa.

Intraemprendimiento:

Emprendimiento desde dentro de una organización establecida. Fomenta una cultura innovadora en grandes empresas, aprovechando el talento interno para desarrollar nuevas ideas.

Modelo de Cobranding: Alianza entre empresas para crear y lanzar productos con ambas marcas. Estrategia de colaboración que entrega visibilidad, confianza y acceso a nuevos mercados para startups y corporativos.

Modelo de Madurez: Herramienta que permite evaluar el estado actual de una organización en áreas como innovación, digitalización o sostenibilidad. Útil para que las empresas y el ecosistema identifiquen fortalezas y áreas de mejora.

Open Innovation (Innovación

Abierta): Colaboración con actores externos (startups, universidades, empresas, etc.) para resolver desafíos de negocio. Un modelo que reconoce que la innovación no siempre reside dentro de una sola organización.

PMO (Project Management

Office): Oficina que estandariza y coordina la gestión de proyectos. Esencial para la ejecución eficiente de iniciativas, tanto en startups a medida que crecen como en grandes corporaciones.

Prueba de Concepto (PoC): Test controlado para verificar la viabilidad técnica de una solución. Una etapa crucial en el ciclo de desarrollo de productos, común en el ecosistema de innovación.

PropTech / AgriTech / HealthTech

/ ClimateTech: Representan verticales de startups que aplican tecnología para innovar en sectores específicos, resolviendo desafíos concretos de cada industria. Ejemplos: Prop = propiedades, Agri = agricultura, Health = salud, Climate = medio ambiente con Tech (tecnología).

Scouting de Startups: Búsqueda estructurada de startups que pueden aportar valor. Una actividad esencial para corporaciones que buscan innovar a través de la colaboración con el ecosistema.

Sandbox Corporativo: Espacio estructurado para experimentar con nuevas soluciones sin afectar las operaciones centrales. Permite testear pilotos con startups y ajustar antes de escalar, minimizando riesgos para las grandes empresas.

***En DREI desarrollamos una metodología basada en la implementación de un sandbox como pilotaje del Corporate Venturing en empresas.*

Stakeholders: Personas o grupos que tienen interés o impacto en un proyecto (clientes, reguladores, proveedores, etc.). Identificar y gestionar a los stakeholders es crucial en cualquier iniciativa de innovación o emprendimiento.

Timeboxing: Técnica de gestión del tiempo que asigna bloques fijos para tareas o decisiones. Es una práctica común en metodologías ágiles, adoptada por startups y cada vez más por grandes empresas para mejorar la eficiencia.

Transformación Digital: Transformación de procesos y canales hacia lo digital. Es un objetivo transversal en el ecosistema, impulsado tanto por startups como por grandes empresas en su proceso de modernización.

Venture Builder: Organización que crea y financia startups propias, combinando capacidades internas (equipo, tecnología, capital) con coinversión externa. Funciona como un mini fondo de innovación que lanza varios negocios en paralelo, gestionándolos como un portafolio de riesgo y retorno.

Venture Client: Modelo en el que una gran empresa contrata a una startup como proveedor para resolver un desafío específico. El corporativo usa su producto o servicio, aún cuando esté en etapas iniciales o en desarrollo, y actúa como “cliente pionero”.



03.

Métricas y rendimiento

Este capítulo reúne las principales métricas para medir la salud, el crecimiento y la eficiencia de una organización. Aunque muchas nacieron en el entorno startup, hoy las empresas también las adoptan para evaluar tracción, impacto y rentabilidad con mayor precisión, impulsando decisiones más ágiles y basadas en datos.

Annual Contract Value (CV):

Métrica que representa el ingreso promedio anual generado por un contrato o cliente. Se utiliza para evaluar el rendimiento de cuentas en modelos de negocio con contratos recurrentes, como SaaS o servicios corporativos, y permite estimar crecimiento y previsibilidad de ingresos.

ARPU (Average Revenue Per User):

Métrica que indica el ingreso promedio generado por cada usuario o cliente en un período determinado. Permite evaluar la rentabilidad y el desempeño comercial de una empresa.

ARR (Annual Recurring

Revenue): Ingresos recurrentes anuales. Mide los ingresos que una startup genera de manera predecible y repetida, usualmente en modelos de suscripción o software como servicio (SaaS). Por ejemplo, si una startup cobra US \$500 al mes por un servicio, y tiene 100 clientes activos, su ARR es de US \$600.000. Es un indicador fundamental para evaluar tracción y escalabilidad.

Benchmark: Meta o estándar que se utiliza para medir el éxito de la empresa en comparación con otras empresas similares en su industria. Ayuda a identificar áreas de mejora, establecer objetivos realistas y evaluar el progreso en el mercado competitivo.

Burn Multiple: Métrica que mide cuánta caja quema una startup por cada dólar que incrementa sus ingresos, permitiendo evaluar su eficiencia en el uso del capital y la sostenibilidad de su crecimiento.

Burn Rate: Velocidad a la que una startup consume su capital disponible cada mes, utilizada para calcular el tiempo de vida restante sin nueva inversión.

CAC (Costo de Adquisición de Cliente): Es el costo promedio al que una empresa incurre para adquirir un nuevo cliente. Incluye gastos de marketing, ventas y otros recursos invertidos en el proceso de captación. Por ejemplo, si una startup gasta US \$10.000 en marketing en un mes y adquiere 100 nuevos clientes, su CAC es de US \$100. Este indicador es clave para entender la eficiencia comercial del negocio.

CAGR (Tasa de Crecimiento Anual Compuesta/ Compound Annual Growth Rate): Es un ratio que mide el crecimiento promedio de una startup o corporación en un periodo de tiempo determinado, considerando la reinversión de sus beneficios. Refleja el ritmo sostenido al que la organización aumenta su valor a lo largo del tiempo.

Churn Rate: Es el porcentaje de clientes o usuarios que dejan de utilizar un producto o servicio en un período determinado. Es un indicador clave de retención y satisfacción, especialmente en modelos de ingresos recurrentes.

CPC (Cost Per Click): Es una métrica de marketing digital que indica cuánto paga una empresa cada vez que un usuario hace clic en su anuncio. Se utiliza para medir la eficiencia y el costo de adquisición en campañas publicitarias en línea.

EBITDA: Una métrica financiera que mide las ganancias de una empresa antes de intereses, impuestos, depreciación y amortización. Proporciona una visión clara de la rentabilidad operativa de la compañía, excluyendo factores no operativos y decisiones de financiamiento.

****En DREI, nuestra métrica final es impactar en el EBITDA de nuestros clientes.*

KPI (Key Performance Indicator):

Indicadores clave de desempeño para medir el avance hacia objetivos.

LTV (Lifetime Value): Valor total estimado que un cliente genera para una empresa durante toda su relación comercial. Permite entender la rentabilidad a largo plazo y orientar estrategias de adquisición y retención. Por ejemplo, si un cliente paga US \$50 al mes y se mantiene por 24 meses, el LTV será de US \$1.200. Se utiliza para evaluar la rentabilidad futura de la base de clientes.

MRR (Monthly Recurring Revenue): Es el ingreso recurrente mensual generado por clientes activos. Es una métrica clave para negocios con modelos de suscripción, ya que refleja estabilidad y previsibilidad en los ingresos.

03. Métricas y rendimiento

NPS (Net Promoter Score): Índice que mide la lealtad y satisfacción del cliente, basado en la probabilidad de que recomiende la empresa o su producto.

Net Revenue Retention (NRR): Mide cuánto crecen (o decrecen) los ingresos con los mismos clientes a lo largo del tiempo. Si es mayor a 100%, implica que los clientes actuales están expandiendo su uso o pagando más.

Payback Period: Tiempo que tarda una empresa en recuperar una inversión inicial —ya sea en clientes, marketing, tecnología o proyectos— mediante los ingresos generados.

PMF Score (Product-Market Fit Score): Indicador cualitativo-cuantitativo que mide qué tan bien resuelve un producto una necesidad real y urgente en su mercado objetivo. Es una herramienta que las startups (y los inversionistas) usan para evaluar si ya alcanzaron el “product-market fit” (PMF), uno de los hitos más importantes en el camino al crecimiento.

PoV financiero: Prueba de valor centrada en rentabilidad y retorno de la inversión.

Retention Rate: Es el porcentaje de clientes que una empresa logra mantener durante un período determinado. Refleja la capacidad de una organización para fidelizar usuarios y sostener relaciones comerciales a largo plazo.

ROI (Retorno de la Inversión): Es un indicador que mide la rentabilidad de una inversión al comparar las ganancias obtenidas con el costo invertido. Permite evaluar la eficiencia y el impacto económico de una acción o proyecto. Se calcula tomando la ganancia neta de la inversión y dividiéndola por el costo original.

Runway: Es el tiempo (en meses) que una startup puede continuar operando antes de quedarse sin dinero, al ritmo actual de gasto. Se calcula dividiendo el efectivo disponible entre el burn rate mensual. Por ejemplo, si una startup tiene US \$300.000 en caja y “quema” US \$30.000 al mes, su runway es de 10 meses.

Tasa de Conversión: Mide el porcentaje de usuarios que realizan una acción específica respecto al total de visitantes. Refleja la efectividad de una estrategia para transformar interés en resultados.

TCV (Total Contract Value): Representa el monto total que una empresa obtendrá de un cliente durante toda la duración de un contrato. Incluye ingresos recurrentes, pagos únicos y cualquier costo adicional acordado en el período.

Tiempo al Mercado (Time to Market): Tiempo que demora una idea en llegar al mercado con un producto funcional.

Tracción: Evidencia de crecimiento sostenido y validación en el mercado. Muestra que hay clientes reales y oportunidades. Se mide con ventas, usuarios activos, retención u otros indicadores clave.

TRL (Technology Readiness Level): Escala del 1 al 9 que mide la madurez de una tecnología de punta. Va desde principios básicos (TRL 1), validación en laboratorio (TRL 3–4), pilotos en entornos reales (TRL 6–7), hasta uso comercial (TRL 9). Muy usada para evaluar riesgo en innovación tecnológica.

04.

Roles y estructura organizacional

Las startups operan con estructuras ágiles y equipos multifuncionales. Este capítulo define a los actores clave —fundadores, mentores, asesores e inversionistas— y su papel en el crecimiento, la innovación y en la gobernanza del negocio.

Asesores: Expertos en áreas específicas que brindan consultoría estratégica a una empresa, aportando perspectivas valiosas y soluciones a problemas complejos sin estar directamente involucrados en la operación diaria.

CCO (Chief Commercial Officer): Es el responsable de liderar la estrategia comercial de una organización. Supervisa las áreas de ventas, marketing y desarrollo de negocio para impulsar el crecimiento y maximizar los ingresos.

CEO (Chief Executive Officer): Es el responsable máximo de una organización. Dirige la visión estratégica, toma las principales decisiones y garantiza que todas las áreas trabajen alineadas con los objetivos del negocio.

CFO (Chief Financial Officer): Es el responsable de gestionar las finanzas de una organización. Supervisa la planificación financiera, el control de gastos, las inversiones y la estrategia económica para asegurar la sostenibilidad del negocio.

CIO (Chief Innovation Officer): Lidera la búsqueda constante de nuevas ideas y tecnologías. El CIO impulsa la cultura de innovación dentro de la empresa o startup, explorando oportunidades de mercado y desarrollando soluciones creativas que la mantengan a la vanguardia de su sector

CMO (Chief Marketing Officer): El estratega de la marca, el CMO es responsable de construir y proyectar la imagen de empresa en el mercado. Define las campañas de marketing, la comunicación con el cliente y las estrategias de crecimiento de la audiencia, siendo esencial para el posicionamiento y la visibilidad de la empresa.

COO (Chief Operating Officer): El arquitecto de la eficiencia, el COO optimiza los procesos internos y la operatividad diaria de la empresa o startup. Se asegura de que los recursos se utilicen de la manera más efectiva posible, coordinando equipos y departamentos para alcanzar los objetivos de producción y servicio al cliente.

CTO (Chief Technology Officer): El cerebro tecnológico, el CTO lidera el desarrollo y la implementación de la plataforma o producto principal de la startup. Está al tanto de las últimas tendencias tecnológicas y toma decisiones clave sobre la arquitectura, seguridad y escalabilidad de la solución, siendo indispensable para las empresas de base tecnológica.

CVC (Corporate Venture Capital): Inversión realizada por corporativos, en startups estratégicas para su industria, a cambio de propiedad de la empresa.

CXO (Chief Experience Officer): Se enfoca en la experiencia integral del cliente y del empleado. El CXO diseña e implementa estrategias para asegurar interacciones positivas en todos los puntos de contacto, promoviendo la lealtad del cliente y un ambiente de trabajo óptimo.

Directorio / Junta Directiva / Board: Órgano de gobierno compuesto por expertos y representantes de los inversionistas, encargado de supervisar la gestión del CEO y tomar decisiones estratégicas clave para el futuro de la empresa o startup.

Equipo Fundador: El grupo inicial de personas que crean y ponen en marcha una startup. Su complementariedad de habilidades y visión compartida son determinantes para el éxito temprano del proyecto. En startups pequeñas, es común que una misma persona asuma múltiples roles directivos (C-level) inicialmente.

Founder / Fundador(a) / Co-founder / Co-fundador(a): La chispa inicial, el fundador o co-fundador es quien concibe la idea de la empresa o startup y da los primeros pasos para hacerla realidad. Su visión, pasión y determinación son cruciales en las etapas iniciales, atrayendo talento e inversión para poner en marcha el proyecto.

Head of Growth / Growth

Manager: Perfil híbrido entre marketing, data y producto. Se encarga de hacer crecer usuarios/ clientes de forma acelerada, con foco en métricas como CAC, LTV y conversión.

Mentores: Profesionales experimentados que ofrecen guía y consejo a los emprendedores, compartiendo sus conocimientos y redes para ayudar a superar desafíos y acelerar el crecimiento de la startup o empresa.

Venture Capitalist (VC):

Profesionales que gestionan fondos de capital de riesgo, invirtiendo en startups con alto potencial de crecimiento a cambio de una participación significativa y un asiento en la junta directiva. Su experiencia y red de contactos son a menudo tan valiosas como el capital que aportan.



05.

Estrategias de mercado y clientes

Este capítulo indica los términos de cómo las empresas definen su mercado, conectan con sus usuarios y escalan. Desde modelos como B2B o B2C, hasta herramientas clave como buyer persona, canales de adquisición y marketing digital. Todo lo necesario para crecer con foco y diferenciarse.

B2B (Business to Business):

Es un modelo de negocio en el que una empresa ofrece productos o servicios a otras empresas. Se centra en relaciones comerciales de largo plazo y en generar valor a través de soluciones que mejoren la eficiencia o competitividad del cliente.

B2B2C (Business to Business to Consumer):

Es un modelo en el que una empresa ofrece productos o servicios a otra empresa que, a su vez, los distribuye o comercializa al consumidor final. Combina estrategias B2B y B2C para ampliar el alcance y optimizar la experiencia del usuario final.

B2C (Business to Consumer):

Es un modelo de negocio en el que una empresa vende productos o servicios directamente al consumidor final. Se enfoca en la experiencia del usuario, la marca y las estrategias de marketing masivo.

B2G (Business to Government):

Modelo de negocio en el que una empresa ofrece productos y servicios al Estado.

Bottom-up: Metodología de análisis que empieza en lo más detallado para construir una visión global, especialmente útil para calcular el tamaño de mercado a partir de datos granulares. Es una estrategia clave para startups que buscan entender profundamente su mercado objetivo desde la base.

Buyer Persona: Representación semificticia de tu cliente ideal, basada en investigación y datos sobre tus clientes existentes. Ayuda a comprender mejor a tu audiencia y a adaptar tus estrategias de marketing y ventas.

Canales de Adquisición: Las diferentes vías que utiliza una empresa para atraer nuevos clientes, como marketing digital, ventas directas, referencias, etc. Optimizar estos canales es fundamental para un crecimiento sostenible.

Canales de Distribución: Los métodos por los que una empresa o startup entrega su producto o servicio a los clientes, ya sean online, tiendas físicas, distribuidores, etc. La elección correcta impacta directamente en el alcance y la eficiencia.

Comunidad: Grupo de personas con intereses comunes alrededor de la startup, sus productos o servicios. Construir y fomentar una comunidad fuerte puede generar lealtad, retroalimentación valiosa y promoción orgánica.

Crecimiento Orgánico:

Crecimiento que se produce de forma natural, sin la necesidad de invertir grandes sumas en publicidad o marketing. Se basa en la satisfacción del cliente, las recomendaciones y la calidad del producto o servicio.

Customer Journey: El recorrido que un cliente realiza desde el primer contacto con la empresa hasta convertirse en un cliente fiel. Comprender este viaje permite identificar puntos de dolor y oportunidades para mejorar la experiencia del cliente.

Embajadores de Marca: Clientes o personas que tienen una conexión fuerte y positiva con la empresa y están dispuestos a promocionar sus productos o servicios de forma auténtica.

Estrategia Go-to-Market (GTM):

Plan que detalla cómo una empresa o startup lanzará un nuevo producto o servicio al mercado, incluyendo la definición del público objetivo, los canales de distribución, la estrategia de precios y las tácticas de marketing.

Evangelizador: Persona que cree apasionadamente en un producto o servicio y lo promueve activamente dentro de su red.

Growth Hacking: Conjunto de técnicas de marketing experimental y analítico utilizadas para lograr un crecimiento rápido y escalable. Se enfoca en identificar las tácticas más efectivas para adquirir y retener clientes.

Marketing de Contenido:

Creación y distribución de contenido valioso, relevante y coherente para atraer y retener una audiencia definida, con el objetivo de impulsar una acción rentable del cliente.

Marketing Digital: Uso de canales digitales (sitios web, redes sociales, email, SEO, SEM, etc.) para promocionar productos o servicios y conectar con clientes potenciales.

Mercado Objetivo: El segmento específico de clientes al que una empresa dirige sus productos o servicios, basado en características demográficas, psicográficas, geográficas, etc.

Modelo de Negocio: Descripción de cómo una empresa crea, entrega y captura valor. Incluye la propuesta de valor, el mercado objetivo, los canales de distribución, la estructura de costos, los flujos de ingresos, etc.

Networking: Estrategia para crear y mantener una red de contactos profesionales que faciliten oportunidades de negocio, financiamiento o mentoría.

Posicionamiento: La forma en que una empresa o startup quiere ser percibida por su mercado objetivo en relación con la competencia. Se basa en la propuesta de valor y se comunica a través de la estrategia de marketing.

Propuesta de Valor: Declaración que explica por qué un producto o servicio es único y valioso para los clientes, destacando los beneficios clave y cómo satisface sus necesidades mejor que la competencia.

Segmentación de Clientes: División del mercado objetivo en grupos más pequeños y homogéneos de clientes con características y necesidades similares. Permite adaptar las estrategias de marketing y ventas de manera más eficiente.

SEO (Search Engine Optimization): Proceso de optimizar un sitio web para mejorar su visibilidad en los resultados de búsqueda orgánica de motores como Google. Es clave para atraer tráfico calificado de forma gratuita.

SEM (Search Engine Marketing): Estrategias de marketing que buscan aumentar la visibilidad de un sitio web en los resultados de búsqueda, tanto a través de publicidad pagada (como Google Ads) como de optimización orgánica (SEO).

Social Media Marketing: Uso de plataformas de redes sociales (Facebook, Instagram, X, LinkedIn, etc.) para conectar con la audiencia, construir marca, promocionar productos o servicios y generar tráfico hacia el sitio web.

Top-down: Metodología de análisis que empieza en lo más general para llegar a lo más detallado, especialmente útil para calcular el tamaño de mercado a partir de datos macroeconómicos o de la industria.

Viralidad: La capacidad de un producto o servicio para ser compartido y difundido rápidamente por los usuarios a través de sus redes, generando un crecimiento exponencial sin un costo de adquisición significativo.

06.

Financiamiento general y proceso de inversión

Este capítulo explica cómo se financian las startups y EBCT, cómo se relacionan con inversionistas, instituciones financieras y socios estratégicos para impulsar su crecimiento. También aborda los principales términos y acuerdos legales que regulan estas inversiones, esenciales para entender el riesgo, el retorno y el tipo de acompañamiento que cada etapa del proceso requiere.

Allocation: Estrategia que define cómo se reparte el capital de un portafolio entre diferentes activos para equilibrar riesgo y retorno.

Ángel/Inversionista ángel:

Individuo que invierte su capital en startups y EBCT en etapas tempranas, usualmente mediante mecanismos flexibles como SAFE o notas convertibles, a cambio de participación futura. Adicionalmente, suele ofrecer experiencia y redes de contacto para apoyar el crecimiento del negocio.

Bootstrapping: Financiamiento de una startup utilizando exclusivamente recursos propios (ahorros, ingresos por ventas tempranas), sin depender de inversión externa.

Capital Call: Es una solicitud que realiza un fondo de inversión a sus socios o inversionistas para que aporten el capital comprometido. Se utiliza cuando el fondo necesita recursos para realizar nuevas inversiones o cubrir gastos operativos.

Cap Table (Tabla de

Capitalización): Es una tabla que muestra la propiedad de una empresa según el número de acciones de cada socio. Va cambiando con el tiempo a medida que se levanta capital y ajusta su estructura de propiedad.

Cliff y Vesting: Condiciones en stock options o equity que definen cuándo se activan y cómo se distribuye la propiedad:

- **Cliff:** Periodo inicial durante el cual no se adquieren derechos sobre las acciones.

- **Vesting:** Plan en el cual los empleados o fundadores adquieren gradualmente derechos sobre beneficios, como acciones de la empresa, a lo largo del tiempo.

Convertible Note (Nota

Convertible): Es un instrumento de deuda con plazo e intereses, pero que puede convertirse en participación accionaria (equity) en el futuro.

Créditos estructurados grandes:

Préstamos de alto monto y condiciones específicas adaptadas a las necesidades de startups en etapas avanzadas de consolidación. Se utilizan para financiar grandes proyectos como adquisiciones, expansiones significativas o el lanzamiento de nuevas unidades de negocio.

Créditos de capital de trabajo:

Préstamos a corto plazo para cubrir los gastos operativos de una startup (nóminas, proveedores, inventario, logística), entregando la liquidez necesaria para el día a día.

Crowdfunding: Método de financiamiento colectivo donde muchas personas contribuyen con pequeñas cantidades de dinero, generalmente, a través de plataformas digitales.

Data Room: Repositorio digital con documentos clave (financieros, legales, operativos) para inversionistas o compradores en procesos de due diligence.

Deal Flow: Es el flujo de oportunidades de inversión que recibe un fondo. Permite elegir y diversificar para construir un portafolio sólido.

Demo Day: Es una instancia donde las startups exhiben frente a inversionistas y actores clave del ecosistema. Tiene como objetivo atraer inversión o colaboración estratégica.

Dilución: Disminución del porcentaje de propiedad de un accionista cuando se modifica el cap table al emitir nuevas acciones para inversionistas o para el equipo.

Down Round: Ronda de inversión con una valoración inferior a la de rondas anteriores. Puede impactar la dilución de los socios y la percepción del mercado.

Drag Along: Otorga a los accionistas mayoritarios el derecho de obligar a los minoritarios a vender sus participaciones si se acepta una oferta de venta de la empresa. Busca facilitar operaciones de adquisición o salida sin bloqueos internos.

Due Diligence: Es como hacerle un chequeo médico completo a una empresa antes de invertir en ella. Los inversionistas revisan a fondo su salud financiera, legal y operativa para asegurarse de que todo esté en orden y que valga la pena apostar por ella.

Equity: Porcentaje de propiedad de una empresa. Representa la participación accionaria que un socio o inversionista recibe a cambio de aportar capital.

Family Office: Entidad que administra el patrimonio financiero de una o varias familias, incluyendo inversiones, planificación fiscal y gestión patrimonial.

Fintech: Empresa que une finanzas y tecnología, para ofrecer servicios financieros de forma rápida, sencilla y digital.

Fintech-as-a-Partner: Modelo en que una institución financiera se integra con fintechs, a través de APIs para expandir su oferta de servicios financieros.

Fondos de Garantía CORFO (Fogain, Fogape, etc.):

Instrumentos que respaldan parte del riesgo de los créditos otorgados por bancos u otras instituciones financieras a startups y pymes. En caso de no pago, CORFO cubre un porcentaje del capital, facilitando el acceso al financiamiento.

IPO (Initial Public Offering / Oferta Pública Inicial): Proceso mediante el cual una empresa privada vende sus acciones por primera vez al público general, en la bolsa de valores, convirtiéndose en una empresa pública.

Leasing Financiero: Contrato a largo plazo donde el arrendatario (startup) utiliza un activo (ej. equipo, maquinaria) a cambio de pagos periódicos, con la opción de adquirirlo al final del contrato. El bien se registra como activo en los libros de la empresa.

LP (Limited Partner): Inversionista que aporta capital a un fondo, pero no participa en su gestión. Su responsabilidad y riesgo se limitan al monto que invierte.

Milestone-Based Financing: Modelo de financiamiento donde los recursos se entregan por etapas, según se cumplan hitos técnicos, comerciales o regulatorios.

NDA (Acuerdo de No Divulgación / Non-Disclosure Agreement): Contrato legal que prohíbe a las partes compartir información confidencial.

Pitch: Es como un anzuelo bien lanzado. Una presentación breve y persuasiva donde una startup cuenta su historia de forma clara y atractiva para captar la atención de inversionistas, socios o clientes.

Pitch Deck: Documento que resume de forma visual y estructurada la esencia del negocio: propuesta de valor, mercado, modelo, equipo, resultados y proyecciones. Es la base para conversar con inversionistas y socios estratégicos.

Post-Money Valuation: Valor de una empresa justo después de recibir una inversión. Se calcula sumando la inversión recibida a la valoración previa (pre-money).

Pre-Money Valuation: Valor de una empresa justo antes de recibir una nueva inversión.

Ronda Puente (Bridge Round): Financiamiento temporal que recibe una startup para mantenerse operativa mientras prepara una ronda de capital más grande.

SAFE (Simple Agreement for Future Equity): Acuerdo que otorga a los inversionistas derecho a recibir acciones en una futura ronda de inversión por Equity. No tienen plazo, ni interés, y la obligación principal es convertir en acciones.

Sale & Leaseback: Operación donde una empresa vende un activo y lo arrienda de inmediato, liberando capital sin perder el uso del activo.

Seed Funding: Primera ronda de inversión que una startup recibe para desarrollar su idea y dar los primeros pasos del negocio.

Serie A / B / C (Rondas de Inversión): Rondas sucesivas de financiamiento que acompañan el crecimiento y madurez de una startup, aumentando en monto, alcance y exigencias a medida que la empresa avanza:

- **Serie A:** Primera gran ronda de inversión después de pre-seed y seed. En esta etapa, la startup ya mostró tracción y comienza a negociar con fondos de venture capital montos relevantes a cambio de participación accionaria (equity).

- **Serie B, C, etc.:** Rondas siguientes para startups que ya están creciendo de forma significativa y requieren más capital para escalar.

Smart Money: Inversión que incluye capital más valor agregado como mentoría, redes de contacto o apoyo estratégico.

Stock Option: Programa mediante el cual una empresa ofrece a sus colaboradores el derecho a comprar acciones a un precio fijo y dentro de un plazo determinado. Sirve para recompensar el desempeño y alinear a los equipos con el crecimiento y éxito de la compañía.

Tag Along: Protege a los accionistas minoritarios permitiéndoles vender sus participaciones en las mismas condiciones que los mayoritarios si estos deciden vender su parte. Permite igualdad de oportunidades en una operación de salida.

Term Sheet: Documento preliminar y no vinculante, que describe los términos y condiciones clave de una posible inversión o adquisición, estableciendo las bases para las negociaciones formales.

Valuation: Estimación del valor de una empresa en un momento determinado. Se utiliza para analizar oportunidades de inversión, negociar condiciones y evaluar el potencial del negocio. Su cálculo considera ventas, crecimiento, proyecciones, nivel de riesgo y comparables de mercado (empresas similares por etapa, industria y modelo).

Venture Debt: Modalidad de deuda dirigida a startups en crecimiento que ya han levantado capital de Venture Capital (VC). Se utiliza para escalar operaciones, financiar adquisiciones o extender el “runway” sin diluir la propiedad de los fundadores y accionistas.

VC (Venture Capital): Fondos de inversión especializados que proporcionan capital a startups con alto potencial de crecimiento a cambio de equity, tomando altos riesgos pero también buscando grandes retornos.

DREI

VENTURES

GLOSARIO ESENCIAL: EL ECOSISTEMA EN SIMPLE
Comprendiendo su lenguaje para innovar, emprender e invertir.