

2022  
**PEDET**

# METODOLOGÍA **DX-EXPRESS**



Proyecto apoyado por



**COLECCIÓN E-BOOKS**

# METODOLOGÍA DX-EXPRESS



## INTRODUCCIÓN

Considerando programa formativo de transformación digital y los talleres metodológicos asociados, se da paso a elaborar e implementar las estrategias de adopción de herramientas digitales mediante planes de trabajo bajo el método “DX-Express”, los cuales en su proceso deben tener el apoyo de mentorías personalizadas y enfocadas en el desarrollo individual de la startup en materia de DX.

Para ello, es necesario crear planes de trabajo basados en el método “DX-Express”, que apunta a la rápida implementación de la transformación digital en proyectos, empresas y startups, y que se realiza entre el mentor asignado por Origo Lab y el equipo emprendedor. Para tales fines, la metodología se sustenta en 5 dimensiones:

**01****ESTADO ACTUAL  
VS ESTADO  
DESEADO****02****PLAN DX  
EXPRESS****03****PLAN DE  
ACCIÓN****04****START NOW****05****MEDICIÓN**

## 01. EA V/S ED



En esta primera fase se analiza el estado actual de la startup vs el estado deseado en caso de que se aplicará el proceso de transformación digital. Para esto, es necesario completar dos diagnósticos que permitirán establecer las brechas deseadas: un diagnóstico dual técnico/comercial y una segunda medición orientada a abordar la brecha de acceso y/o adopción en transformación digital presente en la empresa.

### DIAGNÓSTICO DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL

Para medir el estado de transformación digital en una empresa o proyecto innovador, utilizaremos los llamados cinco estados de arte de madurez, los que se miden con un diagnóstico de 40 preguntas cerradas. Estos 5 niveles son:



## DIAGNÓSTICO DUAL TÉCNICO COMERCIAL

Un segundo diagnóstico estará orientado a definir con claridad el estado técnico y comercial de una empresa o un proyecto, y para ello utilizaremos el método de Umanoz creado por Origo Lab, orientado a startups con potencial de digitalización. En este caso, utilizaremos el primero con foco en transformación digital.

El método de Umanoz funciona con un diagnóstico que clasifica a la startup en uno de los 11 pasos de estado técnico/comercial, definiendo brechas y desafíos por resolver en esta materia. Una vez respondido el diagnóstico de 33 preguntas de Umanoz, que tiene como foco medir el estado/técnico comercial, del proyecto innovador o empresa, quedará dentro de uno de los siguientes niveles:

### 1. PRE NATAL - ESTADO DE IDEA Y ANÁLISIS DE PROBLEMÁTICAS

DESCRIPCIÓN: Es la fase más temprana de un proyecto y se caracteriza por la observación de problemáticas que afecten a la sociedad y oportunidades de mercado. En esta etapa es clave la empatía con el cliente, usuario, segmento, mercado o industria. A partir de esta observación de la es que debes crear una terna de ideas básicas que respondan a ellas.



DESAFÍOS:

- Observar detenidamente la problemática u oportunidad.
- Empatizar con las personas que sufren la problemática.

ACTIVIDADES SUGERIDAS:

- Levantar información estadística de la oportunidad u problemática.
- Respalda con estudios la oportunidad u problemática.
- Crear una terna de eventuales soluciones básicas.

RESULTADOS ESPERADOS:

- Claridad de la oportunidad u problemática.
- Definición de quienes la sufren.
- Terna de ideas y línea base.
- Detección de industria y/o mercado.

INDICADORES:

- Densidad de la Problemática: Es el número de personas que sufren la problemática o justifican la oportunidad, respecto a la población total de la comuna, región o país. Mientras más sean las personas involucradas para atractiva es la oportunidad, y por lo tanto mayor el porcentaje que representa la densidad.
- Cálculo:  $N^{\circ}$  de personas afectadas / Población Total.

## 2. INFANCIA - FORMACIÓN DE EQUIPOS

DESCRIPCIÓN: Etapa en la que los emprendedores se enfocan en formar su equipo de trabajo de forma colaborativa. En algunos casos, existen personas que se encuentran solas al llegar a esta etapa, por lo que se sugiere formar un equipo multidisciplinario. En otros casos los equipos están semiformados, por lo que sólo queda buscar a los integrantes que complementen el team.



### DESAFÍOS:

- Formar un equipo multidisciplinario.
- Establecer roles.

### ACTIVIDADES SUGERIDAS:

- Definir todos los puestos claves para el proyecto e integrar al equipo las personas idóneas.
- Medir el compromiso de cada integrante.
- Realizar una reunión y establecer con claridad las funciones de cada uno.

### RESULTADOS ESPERADOS:

- Equipo multidisciplinario creado.
- Documento de acuerdo de roles firmado por cada integrante.

### INDICADORES:

- Perfil Activo: Antes de elegir a los integrantes de tu equipo define su compromiso. Levanta 10 preguntas claves que hayas identificado como líder de tu proyecto y dale un punto a cada una. Si tu eventual nuevo socio o colaborador responde menos de 8 preguntas de forma correcta, es momento de repensar si es la persona indicada.
- Cálculo:  $N^{\circ}$  de preguntas correctas /  $N^{\circ}$  de preguntas totales.
- Roles Activos: Este indicador es similar al anterior y se caracteriza por garantizar que al menos el 90% de los roles estén cubiertos por el equipo fundador y colaboradores del emprendimiento. Para ello, al momento de levantar la totalidad de roles que requiere el proyecto, debemos buscar personas que los cubran, incluyendo al líder de la iniciativa, esto en caso de que no estén cubiertos. La cantidad de roles será definida por la naturaleza de un proyecto. A modo de explicación, los roles básicos, en emprendimiento e innovación, son tener una persona en el equipo liderando el área comercial y otra la parte técnica. Sin embargo, y dependiendo del tipo de proyecto, puede haber otros roles claves como: marketing, programación, producción, administración, contabilidad y finanzas, entre otros. En la mayoría de los casos, el equipo fundador aborda la totalidad de los roles, sin embargo, con el tiempo van delegando estas funciones en colaboradores, proveedores y aliados.
- Cálculo:  $N^{\circ}$  de roles cubiertos /  $N^{\circ}$  de roles totales del proyecto.

### 3. NIÑEZ TEMPRANA - IMPULSO CREATIVO

**DEFINICIÓN:** Los emprendedores que están presentes en esta fase comienzan la caracterización de una idea y el plan de desarrollo técnico en conjunto. En este punto el fundador o el equipo fundador, deben presentar las 3 ideas básicas desarrolladas en la etapa 1 de la metodología, con el fin de seleccionar la mejor opción. También se recomienda en esta fase realizar una profundización en la problemática o la oportunidad de mercado en caso de que existan nuevos integrantes del equipo. Esto se debe realizar antes de la presentación de la terna de ideas base, con el fin de mejorar ambos puntos.



#### DESAFÍOS:

- Seleccionar la idea central.
- Aplicar trabajo colaborativo respetando la opinión de cada integrante del equipo de forma empática.
- Profundizar en aspectos técnicos de la problemática u oportunidad.

#### ACTIVIDADES SUGERIDAS:

- Plantear la oportunidad y actualizar información de ella.
- Plantear la terna de ideas y elegir una por votación del equipo. Esta votación debe ser unánime, sino uno o más integrantes pueden no estar conformes y con el tiempo dejarán el team, lo que se transforma en un retroceso para el proyecto. Por ello, es que se debe dedicar el tiempo necesario para lograr la unanimidad.
- Estructurar la base de tu proyecto. (Nombre, Objetivo General, Objetivos Específicos, Actividades, Resultados, Indicadores)

#### RESULTADOS ESPERADOS:

- Una idea consolidada y estructurada.
- Oportunidad y/o problemática profundizada.
- Equipo 100% alineado con la idea.

#### INDICADORES:

- Perfil Activo 2.0: En este caso, al profundizar en la problemática, junto al equipo completo, es necesario aplicar nuevamente este indicador explicitado en la etapa 1 de Umanoz.
- Cálculo: N° de personas afectadas / Población Total.

## 4. NIÑEZ INTERMIENDIA - PROTOTIPADO

DESCRIPCIÓN: Etapa en la que el resultante será un prototipo de baja resolución, pero sometible a pruebas conceptuales o en terreno. La idea central es diseñar el producto, servicio o iniciativa, integrando factores claves propios de la versión final y comprobando una o más hipótesis respecto a la misma.



DESAFÍOS:

- Generar la instancia para elaborar un prototipo junto a tu equipo.
- Alinear la problemática u oportunidad con el prototipo de la solución.

ACTIVIDADES SUGERIDAS:

- Reunión de planificación para la definición del prototipo a construir.
- Establecer un plan con tiempos y fechas de entrega del prototipo.
- Definir claramente los responsables y el método de trabajo.

RESULTADOS ESPERADOS:

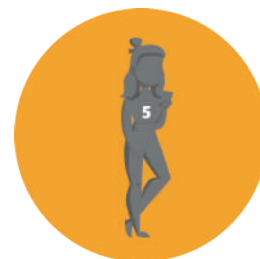
- Prototipo creado.

INDICADORES:

- Porcentaje de Avance: Este indicador debe representar el cumplimiento del plan trazado para la construcción del piloto, por lo que el equipo se debe ajustar a dichos tiempos y actividades.
- Cálculo:  $\text{Días de avance} / \text{Días Trazados}$ . Ejemplo: Si el plan de construcción del prototipo es de 30 días y llevas 10, es porque tu avance es del 33%. Pero ojo, que este indicador se debe interpretar de 2 formas: el avance como lo vimos recién y manera más crítica el nivel de atraso. En ese caso sólo considera la diferencia entre los días trazados para el plan y los días de excedente. Ejemplo: si trazamos 30 días y llevamos 40, tenemos un atraso de 10 días evidentemente. En este caso se recomienda utilizar metodologías ágiles para cumplir con el objetivo y no caer en incumplimiento. Se recomienda para estos fines usar plataformas de seguimientos de proyectos como Asana, que además tiene una versión gratuita.

## 5. ADOLESCENCIA - PILOTAJE

DESCRIPCIÓN: Puesta a prueba del producto o servicio, siendo el aprendizaje un resultante de dicha fase. Para esto el equipo emprendedor debe tener presente el objetivo del piloto, el método en que se realizará y los hitos críticos asociados, al igual que el cliente, empresa o grupo de personas con los que se llevará a cabo dicho piloto.



### DESAFÍOS:

- Medir la efectividad del piloto respecto a la problemática u oportunidad por abordar.
- Actuar con autocrítica independiente del resultado.
- Observar con detención el proceso para obtener un aprendizaje.

### ACTIVIDADES SUGERIDAS:

- Establecer un plan para el piloto.
- Llevar a cabo el piloto.

### RESULTADOS ESPERADOS:

- Plan del piloto desarrollado.
- Piloto ejecutado y medido.

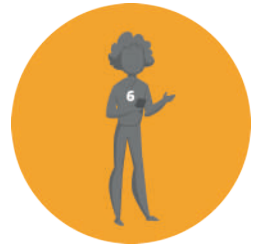
### INDICADORES:

- Porcentaje de cumplimiento: Este indicador debe ser utilizado según parámetros establecidos por el equipo fundador, y depende de la proyección de resultados que se haga del piloto y los obtenidos realmente.
- Cálculo: Cantidad de resultados obtenidos / Cantidad de resultados esperados. Si los resultados esperados son 10 y obtienen menos de 5 el piloto debería ser repetido con otro cliente, empresa o grupo de personas.



## 6. JUVENTUD - PRODUCTO MÍNIMO VIABLE (MVP)

DESCRIPCIÓN: Etapa en la que se obtiene un producto funcional pero aún no definitivo. A esto lo llamamos producto mínimo viable (MVP), el cuál se debe validar exclusivamente con clientes y usuarios, o ambos si son la misma figura, esto dependiendo si el modelo es B2C o B2B, o derivados. Es importante destacar que el MPV es un resultado del aprendizaje del piloto, el cual comprende desde ajustes técnicos hasta funcionales.



### DESAFÍOS:

- Consolidar el aprendizaje obtenido en el piloto y llevar mejoras al MVP.
- Establecer con objetividad el MVP a construir.
- No olvidar que el MVP debe alinearse como solución con la problemática y/u oportunidad.

### ACTIVIDADES SUGERIDAS:

- Diseñar el MVP.
- Desarrollar el MVP.
- Validar el MVP con clientes y usuarios.

### RESULTADOS ESPERADOS:

- MVP construido y puesto a prueba. Es importante considerar que el piloto es la prueba del prototipo, el cuál es de baja resolución. No así el MVP que ya posee componentes del producto o servicio final. El piloto del prototipo siempre es técnico, mientras que el MVP puede abordar eso y también aspectos comerciales.

### INDICADORES:

- MVP+: Indicador que mide la aprobación del MVP por parte de usuarios y clientes. Esta aprobación debe ser superior al 85% para ser considerado representativo para el producto final, mientras que el 15% restante debe ser un activo para el aprendizaje, por lo que deben ser aspectos que realmente se puedan integrar a la solución final.
- Cálculo: Porcentaje de aprobación real del MVP / Porcentaje de aprobación real del MVP.

## 7. MADUREZ – DESARROLLO DE PROPUESTA DE VALOR Y PROPÓSITO

DESCRIPCIÓN: Elaboración de factores diferenciadores y propuesta de valor de la empresa. Es aquí donde se trabaja la creación de lo que será tu factor diferenciador. Para ello, se recomienda considerar Canvas como base de este trabajo, sin embargo, existen otras opciones disponibles en la red en caso de que esta metodología no sea de tu preferencia. Este es el momento de construir también el propósito, considerando la metodología “Propos-It” para estos fines.



### DESAFÍOS:

- Ampliar la empatía del grupo para construir la propuesta de valor.
- Coordinar el trabajo colaborativo como eje central de esta dinámica.

### ACTIVIDADES SUGERIDAS:

- Desarrollo de Canvas de forma colaborativa.
- Elaboración de propósito con metodología “Propos-It”.

### RESULTADOS ESPERADOS:

- Propuesta de valor obtenida.
- Obtención de un propósito representativo de la empresa, aprobado por el 100% del equipo fundador.

### INDICADORES:

- Aprobación Grupal: Indicador porcentual basado en la aprobación del 100% del equipo fundador, tanto para el propósito como la propuesta de valor. De no ser así, ambos factores son poco representativos de los objetivos trazados anteriormente. Es importante señalar que el propósito y la PV nunca son absolutos e inamovibles. Deben ser elementos en constante mejora.

## 8. ADULTEZ MADURA - DEFINICIÓN DE MODELO DE NEGOCIOS Y PRODUCTO Y SERVICIO FINAL

DESCRIPCIÓN: En esta fase se desarrolla a fondo el producto o servicio a comercializar y su respectivo modelo de negocios, teniendo en cuenta si es un producto y servicio. Esta etapa se complementa con los 13 modelos de negocios propuestos por esta metodología para proyectos de impacto.



### DESAFÍOS:

- Crear una solución que genere demanda en un mercado o segmento específico.
- Encontrar el modelo de negocios que más se ajuste a la propuesta.
- Reforzar la unidad del equipo de trabajo.

### ACTIVIDADES SUGERIDAS:

- Diseño final de la solución.
- Desarrollo de la solución.
- Pruebas finales del producto o servicio.
- Aplicar últimas mejoras.
- Definición de red de proveedores final.
- Desarrollo de packaging.
- Levantamiento de imagen corporativa y estructura de marketing.

### RESULTADOS ESPERADOS:

Modelo de negocio final.  
Producto o servicio disponible para el mercado.

### INDICADORES:

- Tiempo de Avance: Este indicador debe ser utilizado según parámetros establecidos por el equipo fundador, y depende de los tiempos proyectados para el desarrollo de la solución final y el modelo de negocios de esta.
- Cálculo:  $\text{Días de avance} / \text{Días Trazados}$ . Ejemplo: Si el plan de desarrollo de ambos desafíos es de 60 días y llevas 20, es porque tu avance es del 33%. Pero al igual que en la etapa de niñez intermedia, este indicador se debe interpretar considerando el nivel de avance y de atraso en caso de existir. Utilicemos el ejemplo ya visto anteriormente, si trazamos 30 días y llevamos 40, tenemos un atraso de 10 días. En este caso se recomienda utilizar metodologías ágiles para cumplir con el objetivo y alguna plataforma de seguimiento de proyectos con uso liberado.

## 9. TERCERA EDAD - PRIMERA VENTA

DESCRIPCIÓN: Fase en que la meta es lograr una primera venta y dar inicio a la fase de comercialización del producto. Para ello, y tal como lo define la etapa previa, se debe contar con el producto/servicio final, el modelo de negocios, la estructura de marketing e imagen corporativa.



### DESAFÍOS:

- Crear alianzas estratégicas.
- Obtener la primera venta.

### ACTIVIDADES SUGERIDAS:

- Desarrollo de plan de negocios o plan comercial.
- Firmar acuerdos con aliados estratégicos.
- Inicio de reuniones con clientes.

### RESULTADOS ESPERADOS:

- Plan comercial disponible.
- 5 acuerdos con aliados.
- Primera venta.

### INDICADORES:

- N° de Ventas: Indicador que representa el inicio del proceso de ventas. Su naturaleza es sencilla, ya que sólo debes ir sumando tus ventas una a una, y este es el punto de partida. Una eventual modificación de este indicador es considerar la sumatoria de los ingresos en pesos, o la moneda de origen del país en que se contextualice, siendo el punto de partida esta primera venta.

## 10. SABIDURÍA - PUNTO DE EQUILIBRIO Y NUEVOS PRODUCTOS /SERVICIOS

DESCRIPCIÓN: Etapa de sabiduría y desarrollo de nuevos productos y servicios, los cuales, al volverse una unidad independiente, comienzan con su propia ruta desde la etapa pre-natal de Umanoz. En otras palabras, se recomienda partir de la primera etapa al tomar la decisión de crear una nueva solución perteneciente al mismo emprendimiento.



Aquí también se establece como meta lograr el punto de equilibrio, término utilizado en economía para definir el nivel de ventas que cubre los costos totales. Cuando una empresa llega al punto de equilibrio obtiene un beneficio, a pesar de que los ingresos y egresos se neteen en cero. Esto quiere decir que, aunque no haya ganado dinero, tampoco lo ha perdido.

### DESAFÍOS:

- Empatizar con las necesidades de los clientes para el desarrollo de nuevas soluciones.
- Establecer el punto de equilibrio como un eje central de startup.

### ACTIVIDADES SUGERIDAS:

- Proyectar con plazos y objetivos claros cómo se alcanzará el punto de equilibrio.
- Abrir un departamento para el desarrollo de servicios/productos complementarios a la oferta inicial del primero.
- Desarrollar los nuevos productos considerando iniciar desde la etapa 1 de Umanoz.
- Elaboración de nuevas estrategias y planes asociados.

### RESULTADOS ESPERADOS:

- Punto de equilibrio.
- Desarrollo de mejoras al producto/servicio inicial o la creación de soluciones nuevas.
- Reestructuración y mejoras de estrategias.

### INDICADORES:

- Punto de Equilibrio: La fórmula más utilizada para calcular el punto de equilibrio como indicador, es la fórmula de unidad. A partir de esta, se puede calcular la cantidad de unidades que deben venderse para no alcanzar la pérdida, y asimismo la cantidad de dinero en ventas que se necesita para llegar al punto de equilibrio.
- Cálculo:  $\text{Costos Fijos/Precio de Venta por Unidad} - \text{Costo de Venta por Unidad}$ . Ejemplo: Una empresa de venta de motos, que necesita analizar sus valores de punto de equilibrio, analiza que cada moto tiene un valor de \$50, el costo variable por unidad (unitario) es de \$35 y el costo fijo es de \$7500. El cálculo del punto de equilibrio sería el siguiente:  $\$7500 / (\$50 - \$35) = 500$ . Por lo tanto, se necesitan vender 500 unidades a \$50, es decir obtener \$25.000 en ventas, para llegar al punto de equilibrio y no caer en pérdida.

## 11. APRENDIZAJE - EXPANSIÓN

DESCRIPCIÓN: Etapa de consolidación nacional e internacionalización del emprendimiento, y donde el foco es la expansión de las operaciones a otras regiones, abordando cobertura comercial a lo largo de todo el país, o mejor aún, llegando a tranzar los productos o servicios en el extranjero.



### DESAFÍOS:

- Expandir el producto/servicio a otra región o país.
- Integrar el concepto de mejora continua para cada producto.
- Generar ingresos entre 60 y 600 millones anuales de pesos chilenos.

### ACTIVIDADES SUGERIDAS:

- Análisis de mercados por abordar.
- Desarrollo de plan de expansión nacional y/o internacional.
- Ejecución de plan de expansión.

### RESULTADOS ESPERADOS:

- Ventas o beneficios entre 60 y 600 millones anuales de pesos chilenos.
- Expansión a otras regiones o países.

### INDICADORES:

- Rango de Ventas: Considera este indicador para las ventas entre los 60 y 600 millones como eje de superación de esta etapa. Mientras más cercano estés de la meta mayor será tu cumplimiento con ella, y en caso de superarla es porque esta metodología ya quedó pequeña para ti.

## \* DENSIDAD DE IMPACTO SOCIAL

Un último indicador, que funciona de forma transversal a cualquier etapa, es el de “Densidad de Impacto Social”, el cual busca identificar con claridad a cuantas personas hemos impactado realmente respecto a la población total de una zona específica, la que puede ser una comuna, una región o un país. Al ser así, se debe comprender que la densidad entre abordar una comuna y un país evidentemente será distinta, por lo que es normal obtener un impacto menor si medios el país respecto a la comuna misma, por lo que se hace variable tanto la elasticidad como el resultado mismo.

Cálculo:  $\text{Personas Impactadas en la zona} / \text{Población Total de la zona}$ .

\*Este indicador es recomendable sólo para empresas que generen impacto social.

Como resumen de las 11 etapas de Umanoz, podemos sostener que esta metodología depende exclusivamente de la organización, el compromiso y la determinación de las personas que están detrás del emprendimiento, pero que funciona como estructura base para potenciar y acelerar el crecimiento y expansión de la iniciativa.

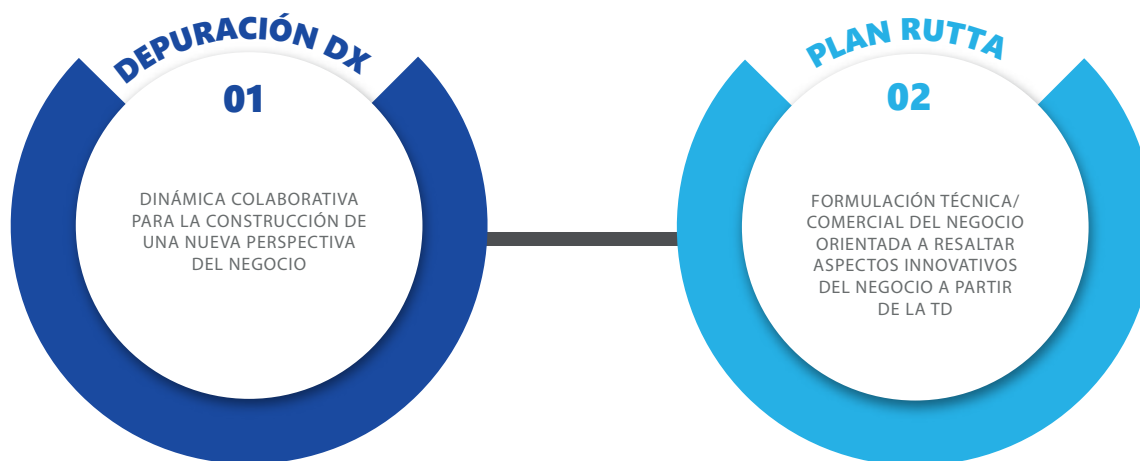
### EL CONTRASTE

Una vez obtenido ambos diagnósticos es momento de contrastar dichos resultados con el estado óptimo del proyecto, esto se desarrolla en una primera sesión con los mentores de “DX-Express”, que guiarán al equipo emprendedor a definir su estado deseado en caso de aplicar transformación digital en la empresa.

## 02. PLAN DX EXPRESS (PLAN DE TRABAJO)



En el presente bloque el equipo deberá desarrollar un plan de trabajo denominado "Plan Dx-Express", utilizando los conocimientos aprendidos en el curso formativo y los talleres asociados. Para lo anterior, se deberá completar en 2 bloques el desafío:



### 1) DEPURACIÓN DX

Depuración DX es una dinámica que debe ser aplicada por el equipo de trabajo de forma colaborativa, utilizando un panel de 10 bloques donde la creatividad y la organización son claves. Para ello, deben seguir el orden según los números asociados a cada bloque.

Respecto al panel, se trabaja en orden numérico mediante respuestas breves que puedan ser puestas con post-it en el panel impreso.

Deben considerar útiles los datos obtenidos a partir de los diagnósticos, conocimientos útiles aprendidos en el programa formativo, nuevas ideas o verticales del negocio que esté considerando el equipo de trabajo y aspectos críticos que consideren los fundadores.

A continuación, se presenta el panel "Depuración DX."



# PANEL DX EXPRESS



## 10. VENTA EXPRESS

Explique 3 oportunidades de negocios a las cuales podría acceder con su empresa transformada digitalmente.



## 3. REORIENTACIÓN DE CLIENTES

En este bloque vuelva a definir su(s) cliente(s) considerando la transformación digital en su negocio.



## 9. TRACCIÓN

¿Cómo hará para que sus clientes y/o usuarios adquiera su producto o servicio?



## 1. SALTO DIGITAL

Defina su estado actual en materia de transformación digital, su estado deseado y cómo llegará a alcanzarlo.



## 2. OBJETIVOS

A continuación, defina uno o más objetivos de su empresa o proyecto a partir de la transformación digital de su negocio.



## 4. FOCO

Defina claramente el pilar estratégico donde apoyará su negocio. Puede ser un segmento, un nuevo producto, una campaña, recursos humanos, lograr inversión, etc.



## 8. ESENCIA

Defina claramente cómo quiere ser visto por parte de sus clientes. Además, defina sus 5 mejores fortalezas.



## 5. REVIEW DEL PRODUCTO / SERVICIO

En este módulo vuelva a definir su(s) producto(s) y/o sus servicios considerando el proceso de transformación digital.



## 7. CANALES

¿Cómo hará llegar mi producto/servicio al consumidor final?



## 6. MODELO DE NEGOCIOS

Defina su modelo de negocios. ¿Le vendo a empresas y/o personas? ¿Cuánto cobro por mi producto/servicio considerando la digitalización de mi negocio?

A continuación, se detallan los 10 bloques del panel “Depuración DX”:

## 1. SALTO DIGITAL:

Defina su estado actual en materia de transformación digital, su estado deseado y cómo llegará a alcanzarlo.

1. SALTO DIGITAL  
Defina su estado actual en materia de transformación digital, su estado deseado y cómo llegará a alcanzarlo.

## 2. OBJETIVOS:

A continuación, defina uno o más objetivos de su empresa o proyecto a partir de la transformación digital de su negocio.

2. OBJETIVOS  
A continuación, defina uno o más objetivos de su empresa o proyecto a partir de la transformación digital de su negocio.


### 3. REORIENTACIÓN DE CLIENTES:

En este bloque vuelva a definir su(s) cliente(s) considerando la transformación digital en su negocio.

  
**3. REORIENTACIÓN DE CLIENTES**  
En este bloque vuelva a definir su(s) cliente(s) considerando la transformación digital en su negocio.

### 4. FOCO:

Defina claramente el pilar estratégico donde apoyará su negocio. Puede ser un segmento, un nuevo producto, una campaña, recursos humanos, lograr inversión, etc.

**4. FOCO**   
Defina claramente el pilar estratégico donde apoyará su negocio. Puede ser un segmento, un nuevo producto, una campaña, recursos humanos, lograr inversión, etc.

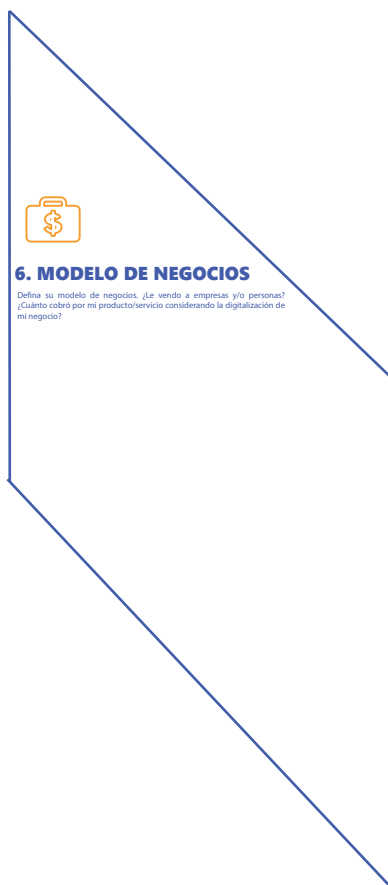
## 5. REVIEW DEL PRODUCTO / SERVICIO:

En este módulo vuelva a definir su(s) producto(s) y/o su(s) servicios considerando el proceso de transformación digital.



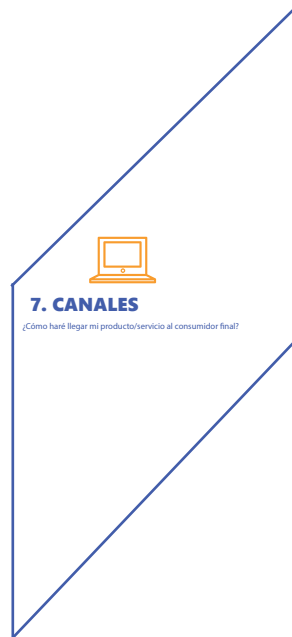
## 6. MODELO DE NEGOCIOS:

Defina su modelo de negocios. ¿Le vendo a empresas y/o personas? ¿Cuánto cobró por mi producto/-servicio considerando la digitalización de mi negocio?



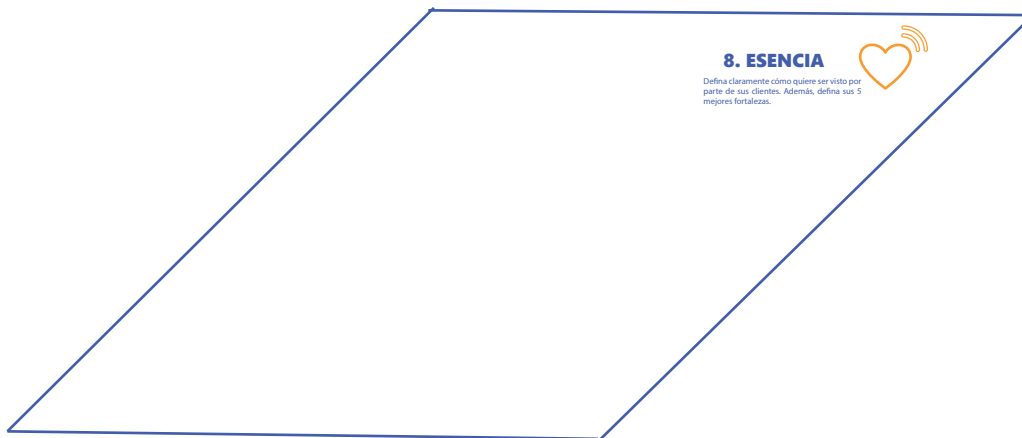
## 7. CANALES:

¿Cómo haré llegar mi producto/servicio al consumidor final?




## 8. ESENCIA:

Defina claramente cómo quiere ser visto por parte de sus clientes. Además, defina sus 5 mejores fortalezas.




## 9. TRACCIÓN:

¿Como hará para que sus clientes y/o usuarios adquiera su producto o servicio?

 **9. TRACCIÓN**  
¿Como hará para que sus clientes y/o usuarios adquiera su producto o servicio?

## 10. VENTA EXPRESS:

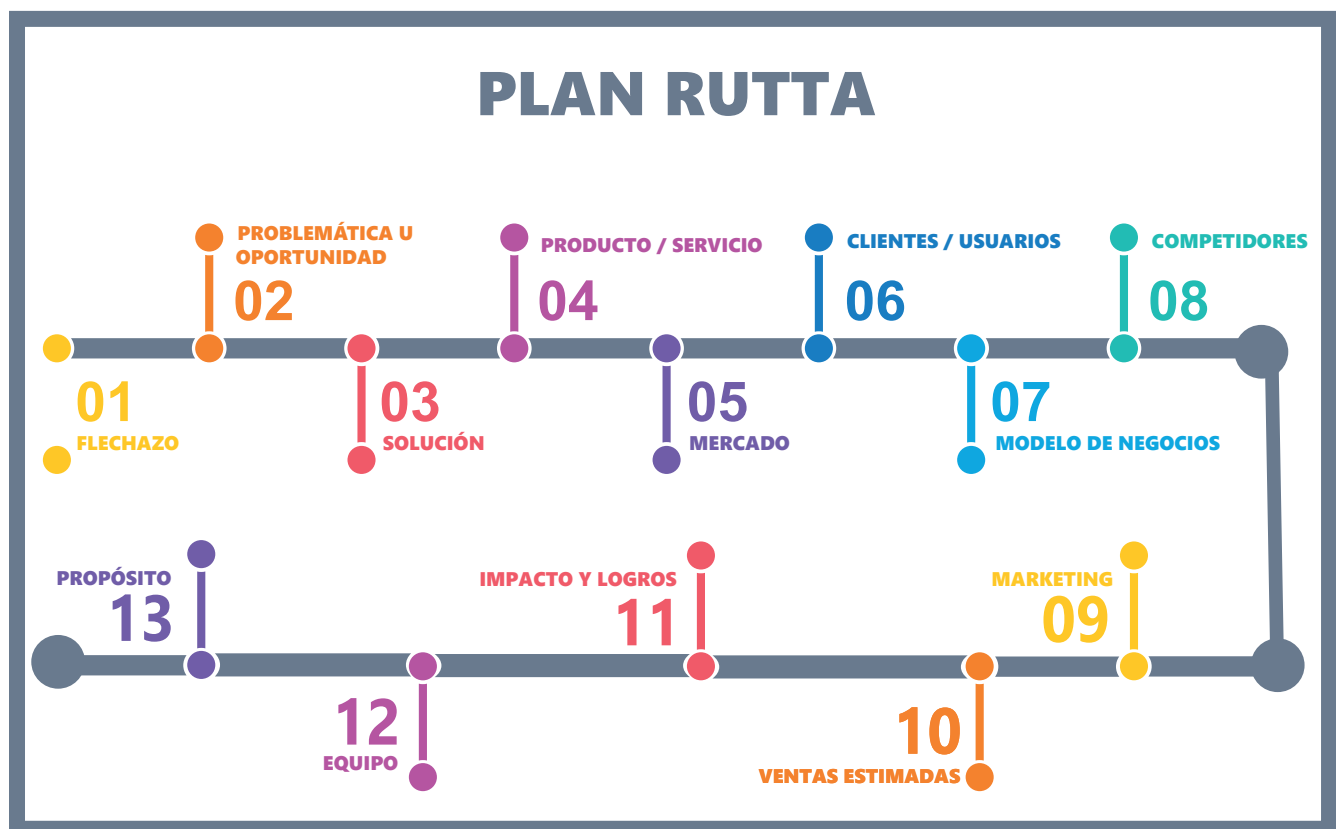
Explícite 3 oportunidades de negocios a las cuales podría acceder con su empresa transformada digitalmente.

 **10. VENTA EXPRESS**  
Explícite 3 oportunidades de negocios a las cuales podría acceder con su empresa transformada digitalmente.

## 2) PLAN RUTTA

A continuación, se presentará el modelo RUTTA, enfocado en el desarrollo de planes y de pitch, sin embargo, en esta ocasión estará centrado en lo primero. Es importante recordar que la metodología RUTTA fue creada por Origo Lab para establecer un pitch eficiente, pero con el tiempo se ha creado una segunda vertical dirigida a desarrollar planes de trabajo bajo bloques similares. En el caso del trabajo de pitch el modelo considera 15 bloques mientras que en el desarrollo de planes sólo 13.

Para partir, es necesario considerar el estado deseado de su empresa (ED), a nivel de transformación digital, y nuevos ajustes en las verticales críticas del negocio que sean pertinentes según el equipo de trabajo mediante las 13 fases de "Plan RUTTA".



Las 13 fases de Plan RUTTA son:

1. FLECHAZO: Defina como llamaría la atención de su cliente con un mensaje conciso, eficiente y eficaz.
2. PROBLEMÁTICA U OPORTUNIDAD: Detalle la oportunidad de mercado que aborda o la problemática que tienen sus clientes/usuarios.
3. SOLUCIÓN: Explique cómo su solución resuelve el problema u oportunidad explicitada.
4. PRODUCTO / SERVICIO: Describa su producto o servicio, explicando claramente qué es y cómo funciona.
5. MERCADO: Detalle el mercado y/o industria en la cual se desenvuelve su empresa. Detalle cifras del mercado y principales actores.
6. CLIENTES / USUARIOS: Defina su cliente y su usuario. Recuerde que pueden ser el mismo perfil o diferentes.
7. MODELO DE NEGOCIOS: Explique cómo comercializará su producto/servicio. Detalle precio y aspectos críticos del negocio.
8. COMPETIDORES: ¿Cuáles son sus 3 principales competidores?
9. MARKETING: Detalle su estrategia de marketing y posicionamiento en el mercado identificado.
10. VENTAS ESTIMADAS: Explique de forma sencilla cuánto estima vender en los próximos 5 años.
11. IMPACTO Y LOGROS: Nombre sus principales logros y si ha generado impacto en la sociedad, las personas y/o el medioambiente.
12. EQUIPO: Presente su equipo, con respectivos nombres, cargos y roles.
13. PROPÓSITO: Nombre el propósito de su empresa. En caso de no tenerlo proponga uno utilizando el método "Propos-It".



### 03. PLAN DE ACCIÓN



Una vez diseñado el plan de transformación digital se da inicio a su aplicación con tiempo, acciones, resultados, indicadores e impacto estimado.

Hasta esta fase ya has realizado, junto a tu equipo, el "Plan DX-Express" (Plan de Trabajo), y ahora es momento de desarrollar el plan de acciones con tiempo, acciones, resultados, indicadores e impacto estimado, esto con el fin de dar inicio al aceleramiento de adopción de transformación digital.

A continuación, debes establecer las principales acciones que desarrollarás en tu empresa para integrar la transformación digital. Para ello, utiliza la información desarrollada en el plan de trabajo como base.

Te recomendamos desarrollar no más de 8 acciones, enlazando cada una de ellas con un resultado y un indicador. Para ello debes completar la siguiente planilla, considerando lo siguiente:

- Acciones: Detalles las actividades de tu plan, siendo breve, claro y directo en su redacción.
- Resultados: Asocia un resultado a cada acción explicitada.
- Indicadores: Asocia un indicador a cada resultado. Este puede ser numérico, porcentual, etc.
- Tiempo Estimado: Asigna el mes de inicio y mes de término de la actividad.
- Impacto Estimado: Explica el impacto que generará esta acción, puede ser económico, social y/o medioambiental.

PLAN DE ACCIÓN UPGRADE DIGITAL					
	ACCIONES	RESULTADO	INDICADORES	TIEMPO ESTIMADO	IMPACTO ESTIMADO
N°	Detalles las actividades de tu plan, siendo breve, claro y directo en su redacción.	Asocia un resultado a cada acción explicitada.	Asocia un indicador a cada resultado. Este puede ser numérico, porcentual, etc.	Asigna el mes de inicio y mes de término de la actividad.	Explica el impacto que generará esta acción, puede ser económico, social y/o medioambiental.
1					
2					
3					
4					
5					
6					
7					
8					

## 04. START NOW



Esta fase, que representa el punto de acompañamiento de un mentor puede aplicar con un mentor designado por Origo Lab, en caso de que el programa se ejecute bajo su alero, o tu mentor asignado por otras iniciativas o concursos, y que esté dispuesto al uso de la metodología. A continuación detallaremos como lo operamos desde Origo.

En un plazo acotado de dos meses el mentor guía al equipo emprendedor mediante 3 acciones constantes que velan por el éxito del plan de acciones recién creado:



**Acompañamiento:** Establecer un vínculo entre el mentor y el equipo de trabajo, que permita identificar en conjunto oportunidades y estrategias, ya sean a nivel técnico/comercial como así mismo a nivel de TD.



**Monitoreo:** El mentor será un observador de la aplicación del plan, y asesorará al equipo de trabajo para la fluidez de su ejecución.



**Acciones Correctivas:** Los mentores de DX-Express no son pasivos. Estarán a cargo también de proponer acciones correctivas al equipo de trabajo para ampliar el rango de eficiencia. Sin embargo, el mentor no actúa como un miembro del equipo, propone pero no seleccionará ni votará ideas, por lo que el equipo debe comprender su rol con claridad.

Para iniciar este desafío Origo Lab asigna un mentor para el proyecto, siendo este seleccionado por compatibilidad a la naturaleza comercial y/o técnica del proyecto. Ella o el mentor, tendrá a disposición los resultados de los diagnósticos de Transformación Digital y el técnico/comercial, además del panel de depuración, el Plan DX-Express y el Plan de Acción, siendo información acaba que será previamente revisada antes de la primera sesión.

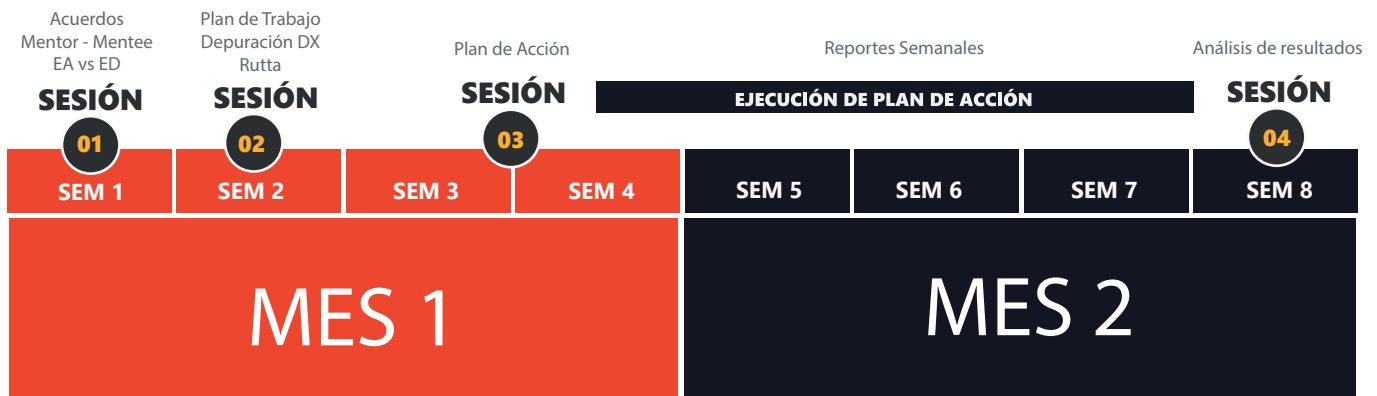
De acuerdo con esto, se consideran 4 sesiones de 45 minutos para el proceso completo:

**Sesión 1:** La primera sesión estará enfocada en establecer el acuerdo de mentor/mentee y la claridad de los roles, además de abordar el EA vs ED, con el fin de levantar las brechas por superar. El mentor se guiará según pauta técnico/comercial con la clasificación de Umanoz y el informe de transformación digital.

**Sesión 2:** La segunda sesión estará enfocada en revisar en revisar el Panel de Depuración y el Plan DX-Express, definiendo con claridad últimos ajustes con el mentor.

**Sesión 3:** En una tercera sesión se revisará el Plan de Acción visualizando oportunidades a nivel técnico, comercial y estratégico.

**Sesión 4:** Finalmente, y luego de la ejecución del Plan de Acción, el mentor analiza los resultados y entrega los últimos alcances.



## 05. MEDICIÓN



En una última etapa de la aplicación del modelo, de DX-Express, se ejecuta el diagnóstico de salida, que mide el avance por brechas técnicas/comerciales y de transformación digital. En él se presentarán los resultados del proyecto, el porcentaje de cumplimiento del plan, indicadores de desempeño y disminución por brecha.

Finalmente, el equipo recibe un informe detallado, además de un reporte final del mentor con sugerencias y alcances finales de los planes de DX-Express.

# 2022 PEDET

*Otra más de Origo Lab!*

Proyecto apoyado por



[WWW.PEDET.CL](http://WWW.PEDET.CL)

