

5 estrategias de egresado Tec para monetizar en nuevos emprendimientos



El EXATEC Rolando De la Peña visitó el [Tec Guadalajara](#) para compartir su experiencia en **finanzas y estrategias de monetización de negocios**, como parte del ciclo de charlas **Fintech Lab**, creado por el [FAIR Center](#) del Tec.

Detalló que las estrategias de **monetización de negocios** deben plantear desde la planeación del emprendimiento preguntas como:

- ¿Cuál es el objetivo del negocio?
- ¿Qué necesidad del mercado satisface?
- ¿Qué es lo que queremos generar?
- ¿Cuánto vamos a ganar?
- ¿Cuál va a ser el ingreso a futuro? y
- ¿Cuánto cobraremos por el servicio?

De la Peña ha sido parte de empresas de clase mundial como [Nike](#), [Shopify](#) o [Cisco](#), y trabajó en finanzas en México en compañías como [CNBV](#) y [HR Raitings](#). Ha colaborado en áreas como **innovación y estrategia, mercadotecnia y creación de producto**.

Actualmente, el egresado de la Licenciatura en Administración Financiera (LAF) lidera el equipo de **estrategias de monetización y creación de nuevos modelos de negocio** para el [Marketplace de Microsoft](#) a nivel global.

“Participo en el área que genera aproximadamente el 80% de las ganancias de la compañía Microsoft”, subrayó.



/> width="900" loading="lazy">

Monetizar emprendimientos

En su ponencia De la Peña compartió con los estudiantes de la Escuela de Negocios del Tec **5 estrategias de monetización para nuevos emprendimientos:**

1. Entender necesidades del cliente

*“En todas las empresas en las que he trabajado el mandamiento principal es **entender qué quiere el cliente y cuáles son sus necesidades**”, afirmó.*

De acuerdo con el ponente, es posible tomar como referencia **casos de éxito de empresas internacionales**. Sin embargo, el reto principal es **aplicarlo a un mercado local** previamente analizado.

“Recomiendo que en sus proyectos de emprendimiento o en un corporativo siempre piensen **qué es lo que el cliente necesita, cuáles son sus puntos de dolor, porque ahí es donde está el negocio**”, expresó.



/> width="900" loading="lazy">

2. Determinar el valor del producto

“En las empresas de tecnología, incluidas las [FinTech](#) (empresas financieras con base tecnológica), antes de sacar un producto a la venta siempre tenemos una **etapa de prueba**.”

“Porque lo que se espera es **aprender y entender sobre tus consumidores** y su relación con el producto”, aclaró.

Aseguró que el **valor de un producto** se determina al conocer **3 factores**:

- ¿Cuál es el valor agregado?
- ¿Qué tan escaso es? y
- ¿Qué tanto lo quiere la audiencia?

“Los Marketplace o mercados digitales son una oportunidad para nuevos negocios”.- Verónica Salcedo.

3. Pricing and Packaging

El especialista en finanzas aseguró que reconocer cuál es el valor agregado del producto y qué se vende ayuda a fortalecer el **pricing and packaging**.

Comentó que **pricing** se refiere a **determinar el costo de un producto**, mientras que **packaging** se entiende como la **segmentación de costos con respecto a las posibilidades económicas de los consumidores**.

“El producto lo voy a vender en diferentes versiones y a cada una le tengo que potenciar qué es lo que quiere el cliente y con ello cuánto están dispuestos a pagar”, aseguró.

De esta estrategia, subrayó, se deriva que un producto tenga distintas versiones, ediciones especiales, limitadas o de lujo, etcétera.

"Antes de sacar un producto a la venta siempre tenemos una etapa de prueba".- Rolando De la Peña.

4. Comparación con la competencia

De acuerdo con De la Peña, la **monetización** también se muestra en relación con la **comparación de precio con la competencia**.

Agregó que la competencia está presente; sin embargo, el **precio puede aumentar si el producto tiene un valor agregado**, de la misma forma que puede disminuir si se busca consolidar clientes.

*“Traten de **entrar a sectores donde no haya competidores**. Tu producto debe ser suficientemente **diferenciado y original** para resolver los puntos de dolor de los clientes que otras empresas no hayan podido”, declaró.*



/> width="900" loading="lazy">

5. Establecer balance entre producto y mercadotecnia

“El producto es muy importante; pero es igual de importante tener un buen equipo de ventas”, agregó.

Actualmente, puntualizó, los productos no son suficiente para conseguir clientes; debe existir un **equilibrio** entre las habilidades del equipo de **ventas y mercadotecnia**.



/> width="900" loading="lazy">

Aprovechar los ciclos económicos

De la Peña aseguró que los **ciclos económicos en las finanzas son clave** para el desarrollo empresarial. No obstante, dicha temporalidad no se puede predecir.

Añadió que los **mejores emprendedores y negocios son los que aprenden a administrar mejor su capital** en momentos de crisis.

Por último, comentó que “*los estudiantes están en un **punto único y muy favorable para emprender** y para colaborar con las empresas*”, debido al surgimiento de nuevas tendencias y tecnologías.

En especial, señaló que estamos al inicio de un **nuevo ciclo marcado por tecnologías disruptivas** como la inteligencia artificial y la nube, lo que generará que los negocios produzcan más empleos.

Además, este nuevo escenario económico global generará nuevas empresas y nuevos modelos de negocio y requerirá estrategias que consideren los puntos antes mencionados, concluyó.



/> width="900" loading="lazy">

Mercados digitales

El encuentro fue parte del ciclo de charlas [FinTech Lab](#), un proyecto del [FAIR Center](#) del Tec, que respalda el emprendimiento no sólo de estudiantes, sino de egresados y emprendedores de la comunidad en general.

Verónica Salcedo, profesora de la Escuela de Negocios del Tec y organizadora de las charlas **FinTech Lab**, opinó que "*los **Marketplace o mercados digitales** son una oportunidad para nuevos negocios*".

*"Les permite acceder a mercados globales de forma más eficiente y segura. Además, pueden **probar ideas innovadoras**.*

*"De esa forma, **confirman que satisfacen las necesidades específicas** de los clientes o usuarios potenciales; sólo así se logra una **mejora y permanencia a largo plazo**", afirmó.*

Salcedo destacó que este diálogo conectó a **200 estudiantes** de la Escuela de Negocios del Tec con ejemplos de éxito, como el de Rolando.

LEE TAMBIÉN:

LEE TAMBIÉN: