

Modelos de **Negocio**

Para **autónomos, pymes y
emprendedores**



Borja Pascual



Modelos de negocio

Para autónomos, pymes y emprendedores

Borja Pascual

Sobre el autor



Borja Pascual es presidente de la Asociación Nacional de Nuevas Empresas, *Roamers*, Emprendedores y Autónomos, aNerea. Es fundador y CEO de Gruporum, grupo de empresas dedicadas a ofrecer servicios profesionales.

Dirige “Mundo Emprende”, el portal de comunicación referencia para pymes y autónomos y dirige y presenta desde hace varios años el programa de radio del mismo nombre, líder de audiencia con más de 159 000 oyentes. Colabora habitualmente en diferentes medios de comunicación.

Informático de profesión, pero siempre más interesado en la gestión de proyectos, en la comunicación y el *marketing*, en el desarrollo de nuevos canales, en la gestión de objetivos y en el desarrollo de nuevas ideas y modelos de negocio.

Es autor de *Ahorra o nunca, cómo ahorrar y sacar el máximo partido a tus ahorros; Empresario o Emperdedor, 10 Errores que nunca debe cometer en su negocio; GuíaBurros: Emprendimiento de guerrilla; GuíaBurros: Autónomos; GuíaBurros: El Arte de la Prudencia; GuíaBurros: Las ocho*

disciplinas del Dragón; GuíaBurros: Sociedades limitadas y GuíaBurros: Diccionario de Marketing, todos de la editorial Editatum y de Cómo montar un negocio online de la editorial Almuzara.

Agradecimientos

A Julia que, como este libro, en unos días saldrá de la imprenta y empezará a escribir sus páginas.

Introducción

O la importancia de no tener que inventar la rueda cada vez que fabricamos un coche

Una de las cosas que me ha enseñado el emprendimiento y, claro está el “emperdimiento”, es la necesidad de crear construyendo sobre bloques y estructuras ya creadas por otros: la evolución se basa en eso, en **copiar**, pero copiar **diferente**.

La creatividad absoluta no existe, nadie crea de cero, siempre hay influencias de otros, siempre hay un respaldo de experiencias y conocimientos anteriores que nos permiten cierta ventaja en la partida y no tener que salir de la casilla inicial. Así pues, la creatividad se puede trabajar, se puede entrenar, te lo cuento en una de las “disciplinas del dragón”,¹ y la mejor forma de hacerlo es atesorar ideas, conceptos, desarrollos ya creados para después, intentar unir esas ideas y encajarlas en nuestro problema a resolver. Por eso, cuando hablamos de disrupción, término tan de moda en el ecosistema del emprendedor, estamos hablando de aplicación de ideas y sistemas ya existentes en sectores o negocios donde todavía no se habían implantado o adaptado para ellos.

Debemos entender la creatividad como la capacidad de unir puntos, conceptos, desarrollos y herramientas de manera diferente para resolver un problema o necesidad.

Y claro está, para trabajar esa capacidad creativa, uno de los

factores determinantes es contar con el mayor número de puntos, de ideas que puedan ser unidas y adaptadas para la resolución de problemas.

Así, los modelos de negocio ya definidos son fundamentales para poder definir nuestro propio modelo de negocio, adoptar el modelo que mejor sirva a los intereses de nuestro proyecto de emprendimiento.

En la carrera de la diferenciación, a la hora de contar con una oferta diferente a nuestros competidores, han entrado también los modelos de negocio, pudiéndose convertir en muchos casos en un elemento diferenciador.

La forma de comercializar, de monetizar nuestro negocio y ofrecer el valor necesario al mercado se puede convertir en tu gran aliado para vencer a la competencia y su oferta.

Por todo esto, me he decidido a mostrarte estos modelos de negocio ya definidos utilizados en algunos sectores, pero todavía sin adaptar a muchísimos otros, en los que puedes encontrar los mimbres necesarios para trabajar tu propuesta de valor.

Pero además, como se ha encargado la situación económica actual de recordarnos, la diversificación de líneas de negocio, de modelos de negocio en un mismo proyecto empresarial puede marcar la diferencia, no solo para la rentabilidad del mismo, si no en muchos casos para la propia supervivencia en momentos económicos complicados.

Así, este libro debe ser útil para cualquier emprendedor, para los que inician un negocio, pero también, para los que ya tienen el suyo en marcha y consolidado, no olvidemos que siempre debemos estar evolucionando, creando, uniendo puntos.

Espero que este libro te sirva de inspiración, y que te dé diez nuevos puntos para tu catálogo, y sobre todo, que despierte tu curiosidad para encontrar los cientos de modelos de negocio que existen y que no hemos podido recoger en estas páginas, por ejemplo el *crowdsourcing*, el *peer to peer* o P2P, la franquicia, el modelo B2B, SAAS o *software as a service*, publicidad, *outsourcing*, etc...

Por lo demás, estoy seguro que esta obra te será útil sea cual sea tu proyecto de emprendimiento.

¿Qué es un modelo de negocio?

Cómo monetizaremos nuestro proyecto empresarial

El modelo de negocio principal y los secundarios son fundamentales para cualquier proyecto de emprendimiento. Todos los negocios tienen uno o varios modelos, aunque no los tengamos identificados o aunque no consigan la deseada rentabilidad.

Conocer nuestro modelo, el de la competencia, modelos de negocio en otros sectores, nos ayudara a definir, ampliar y mejorar nuestro sistema de generación de riqueza.

¿Qué es un modelo de negocio?

Un modelo de negocio es la organización y sistematización de los factores necesarios para aportar valor a un segmento de clientes produciendo a su vez, generación de riqueza para el negocio.

Dicho de otra manera, se trata de organizar nuestro proyecto para conseguir fuentes de ingresos que superen los costes y gastos necesarios para poder generarlos.

Alex Osterwalder, el creador del *Canvas Business Model*, una herramienta para la generación de modelos de negocio, deja esta definición:

“Un modelo de negocio es la manera que una empresa o persona, crea, entrega y captura valor para el cliente”.

Características que debe tener un modelo de negocio

Para generar un buen modelo en negocio para nuestro proyecto de emprendimiento deberemos conseguir que tenga las siguientes características:

- **Rentabilidad.** Los negocios son creados para ganar dinero, para ser rentables, para que los ingresos que genera sean superiores a los gastos e inversiones necesarias para que funcionen.
- **Escalabilidad.** El modelo debe permitir un cierto crecimiento, nos debe permitir escalarlo, proyectarlo para un mayor volumen de clientes.
- **Replicabilidad.** Que se pueda replicar en otro lugar, con otro producto, en otro sector.
- **Innovación.** Debe aportar soluciones novedosas a las necesidades de los clientes objetivo.
- **Medible y cuantificable.** Es fundamental poder medir y definir indicadores que contribuyan a la mejora continua de nuestro modelo de negocio.

Características que debe tener los Modelos de negocio

01

Los negocios son puestos en marcha para ganar dinero, para ser rentables, para que los ingresos que genera sean superiores a los gastos e inversiones necesarias para que funcionen.

02

El modelo debe permitir un cierto crecimiento, nos debe permitir escalarlo, proyectarlo para un mayor volumen de clientes.

03

Qué se pueda replicar, en otro lugar, con otro producto, en otro sector.

04

Innovación.- Debe aportar soluciones novedosas a las necesidades de los clientes objetivo.

05

Medible y cuantificable.- es fundamental poder medir, definir indicadores que contribuyan a la mejora continua de nuestro Modelo de Negocio.

Borja Pascual.tv

Preparación de un modelo de negocio

Antes de definir nuestro **modelo de negocio** debemos desarrollar un **trabajo previo** de estudio y preparación que nos permita disponer de los datos necesarios para el momento en el que nos pongamos a diseñarlo o desarrollarlo.

- **Estudia a tus clientes potenciales**, es muy importante conocer a tu *Buyer Persona*, y trabajar siempre centrado en aportar valor y satisfacer las necesidades del segmento de clientes objetivo.

- **Investigación de mercado**, debemos estudiar el mercado en el que desarrollaremos nuestro negocio, conocer la competencia, las barreras de entrada, las ofertas, etc...
- **Conoce tus capacidades**, es fundamental saber las armas con las que contarás en la batalla, conocer tus debilidades y fortalezas.
- **Identifica tu diferencia**, el valor que aportarás y lo que te hará diferente.
- **Ajusta tu idea de negocio**, evoluciona tu idea inicial para adaptarla al mercado, a la competencia y a las circunstancias puntuales del mismo.

Una vez que tengamos la información mínima necesaria deberemos poner en marcha el boceto de modelo de negocio, y comenzar su validación. Un proceso con diferentes iteraciones que irá puliendo, ajustando y matizando el modelo de negocio que finalmente podremos definir.

¿Cómo hacer un buen modelo de negocio? Pasos a seguir

Existen diferentes herramientas para generar un modelo de negocio, desde un **DAFO** hasta el *Canvas Business Model*, pero independientemente de la herramienta que utilicemos para la generación de nuestro modelo, debemos seguir los siguientes pasos:

Paso 1. Que tu idea, además de tuya, sea la de muchos más, suficientes como para hacer rentable nuestro proyecto. Debemos validar que nuestra percepción o nuestra realidad particular no nos esté cegando

a la hora de definir nuestro producto o servicio.

Paso 2. Que tu producto o servicio satisfaga una necesidad o solucione un problema de tus clientes objetivo. No nos podemos quedar en un proyecto innovador, diferencial, novedoso, debemos asegurarnos de que estamos resolviendo necesidades importantes, tan importantes como para justificar convertirse en nuestros clientes.

Paso 3. Que tu propuesta atraerá clientes. Debemos testar que nuestra propuesta de valor es atractiva y suficiente como para poder captar los clientes necesarios.

Paso 4. Expón tu proyecto, tu idea, y tu propuesta de valor a tu entorno personal y profesional. Cuanto mayor sea este testeo previo, mayores mejoras podrás introducir en tu idea inicial.

Paso 5. Los experimentos con “gaseosa”. Prepara tu prueba piloto, la prueba definitiva, en el mercado real. Hasta el momento solo hemos teorizado, ahora la realidad y los posibles clientes darán su opinión.

Paso 6. Con todas las objeciones y problemas genera una nueva solución. Recuerda que trabajarás para tus clientes, para lo que necesitan, para lo que están dispuestos a pagar, para satisfacer sus necesidades. Es el momento de, partiendo de la tela que ya tenemos, hacer un traje a medida para nuestro segmento de clientes objetivo.

Paso 7. Ya tenemos un producto o servicio que funcionará, ahora ¿es rentable? Si lo es, continua, si no, vuelve al paso 5 refinando los costes, buscando alternativas en el mercado, *partners* o aliados que reduzcan tu coste de producto. Haz rentable el producto o servicio que quieren tus