

Modelo de negocio tradicional y de la era digital

Modelo de negocio tradicional y de la era digital	1
¿Qué aprenderás?	2
Introducción	2
Modelo de negocio tradicionales	3
Modelo B2C	4
Modelo B2B	5
Modelo B2A	5
Modelo B2E	6
Modelo C2C	6
Modelo C2B	7
Modelos de la era digital	8
Micropagos	8
Pago por consumo - Streaming - Pay per View	9
Suscripción	10
Membresía	11
Freemium - Premium	12
Escalabilidad	13
Ejercicio: Actividad Grupal	13



¡Comencemos!

¿Qué aprenderás?

- Distinguir los principales modelos de negocios tradicionales a fin de conocer los mecanismos de generación de ingresos
- Analizar el concepto de modelo de negocio distinguiendo sus principales elementos que la componen.
- Distinguir los principales modelos de negocios en el ecosistema de productos digitales a fin de conocer los mecanismos de generación de ingresos
- Identificar los mecanismos de generación de ingreso para cada modelo de negocio de productos digitales.

Introducción

No basta con tener una buena idea y estar convencido de que esa idea será exitosa. Tampoco se trata de solo generar ingresos. Un modelo de negocio es la suma de muchas variables que nos ayudarán a tener claridad en qué vamos a ofrecer, cómo lo vamos a hacer, a quién venderemos nuestra solución y cómo generamos ingresos. Gracias a la definición de nuestro modelo de negocio, podremos conocer la esencia de nuestro emprendimiento, cómo está formado y cómo podemos evolucionar.

Armar un proceso de negocios que sea sustentable en el tiempo es mucho más complejo y requiere de varios componentes fundamentales que explicaremos en este capítulo.

Luego de conocer los modelos tradicionales es hora de conocer los modelos que nacen en la era digital. Y es que pese a ser negocios, su modelo de delivery es diferente y por lo mismo los consumidores merecen un modelo que se ajuste a las necesidades. Pagar por lo que se utiliza es hoy uno de los modelos más reconocidos, pero aún así existen variantes y muchas de ellas se combinan con la necesidad de generar ingresos por parte de las empresas.

A continuación veremos algunos de los modelos más representativos de la era digital los cuales probablemente te ayuden a definir el modelo que acompañará tu próximo emprendimiento digital.

¡Vamos con todo!



Modelo de negocio tradicionales

El modelo de negocio es la manera en que una empresa explica cómo va a generar, entregar y capturar valor hacia y desde sus consumidores. En este sentido estaremos declarando lo que damos al cliente, quién lo recibe y que nos entrega a cambio de ello.

- **Generar valor:** Cuando entiendo, cubro y sobrepasó la expectativa y la necesidad de mi cliente.
- **Entregar valor:** Cuando ejecuto la venta de mi producto o servicio.
- **Capturar valor:** Cuando a través de la experiencia conozco y descubro más sobre las necesidades de mi mercado objetivo.

Para comprender los modelos de negocio también es necesario conocer algunos conceptos tales como:

- **Propuesta de Valor:** Elemento fundamental del negocio que lo hace único y útil para los consumidores, logrando su apreciación y generando diferenciación frente a la competencia.
- **Segmento de Mercado:** Es un grupo de consumidores que reúne ciertas características en común y que lo hacen foco de las estrategias de la empresa para entregar y capturar valor.
- **Cadena de Valor:** Corresponde a una serie de actividades clave de la empresa que tienen como objetivo el mayor aporte de valor al cliente.

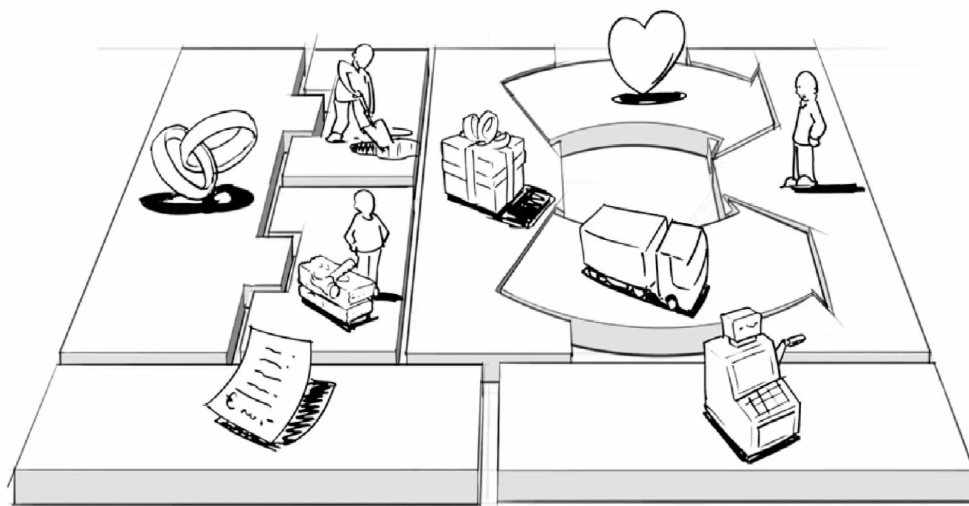


Imagen 1. Modelo de Negocio
Fuente. Emprenderalia.

En los últimos años hemos visto cómo internet ha transformado los modelos de negocios y las organizaciones de las empresas de muchos sectores. El escenario actual nos lleva a pensar que las relaciones entre las empresas y sus usuarios (B2C) será de mayor importancia que el actual modelo entre empresa-empresa (B2B).

Comenzaremos definiendo modelos típicos y genéricos, luego presentaremos modelos de negocios mixtos que mezclan diferentes experiencias y son más complejos de encapsular en una sola categoría, pero se adaptan mucho mejor al mundo real.

Un modelo de negocios es mucho más que la forma que tiene una empresa de generar dinero, ya que también incluye quiénes son los clientes, cómo se llegará a ellos, qué acciones se deben realizar para entregarles la propuesta de valor, entre muchos otros aspectos que se profundizará más adelante.

Dentro de los modelos tradicionales existentes podemos mencionar algunos como los siguientes:

1. Modelo B2C

Son siglas que significan Business to Consumer. Es decir, empresas que tienen como cliente final a personas. Una empresa como Desafío Latam cuando vende cursos que son pagados por las personas que lo tomarán, se están comportando como una empresa B2C. Le está vendiendo un servicio al cliente final.



Imagen 2. Modelo de Negocio B2C

Fuente: globenetcorp.com

2. Modelo B2B

Son siglas que significan Business to Business. Es decir, empresas que tienen como cliente final a otras empresas. El objetivo fundamental de las empresas B2B es ayudar a otras empresas a ganar más dinero. Por ejemplo, la empresa Salesforce vende a otras empresas servicios de CRM (Customer Relationship Management) para gestionar sus ventas y relación con clientes que les permiten vender más.



Imagen 3. Modelo de Negocio B2B

Fuente: <https://www.4webs.es/blog/que-es-un-b2b>

3. Modelo B2A

Son siglas que significan Business-To-Administration. Es un modelo de negocio para las entidades de administración pública o privada. Por ejemplo, empresas que brindan programas de gestión al Estado.

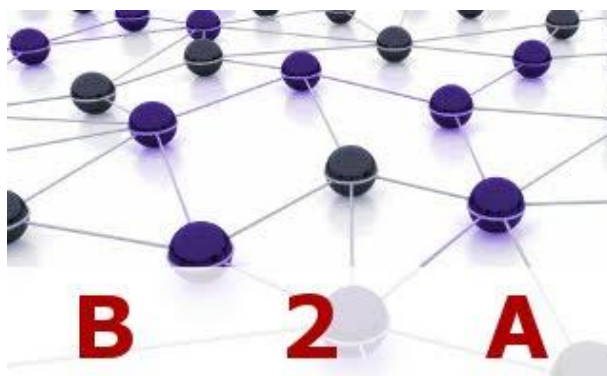


Imagen 4. Modelo de Negocio B2A

Fuente: comercioelectron1co.blogspot.com

4. Modelo B2E

Son siglas que significan Business-to-Employee. Es un modelo donde los empleados tienen descuentos o beneficios al momento de adquirir algún producto o servicio y las empresas aprovechan un mercado fidelizado con un costo de adquisición bajo. Por ejemplo, los seguros complementarios de salud que se entregan como beneficio en las empresas.



Imagen 5. Modelo de Negocio B2E

Fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=qZ0XzXU1XFI>

5. Modelo C2C

Son siglas que significan Consumer-to-Consumer, el cual es un modelo participativo donde dos consumidores intercambian productos o servicios. Por ejemplo, la red social TikTok donde la producción y consumo de contenidos es por parte de sus usuarios.



Imagen 6. Modelo de Negocio C2C

Fuente: paullambi.com

6. Modelo C2B

Son siglas que significan Consumer-to-Business y es un modelo donde la empresa le paga a sus consumidores. Consiste en recibir una comisión por parte de una empresa cuando ésta vende un producto gracias a una recomendación.

Ejemplo de esto son los “Influencer” que hoy promueven determinadas marcas a través de redes sociales.



Imagen 7. Modelo de Negocio C2B

Fuente: ebussinespathy

Existen otras variantes más, que podrían interpretarse con las siglas del siguiente cuadro:

	Consumer (C)	Business (B)	Administration (A)	Employee (E)	Investor (I)
Business (B)	B2C	B2B	B2A	B2E	B2I
Consumer (C)	C2C	C2B			
Administration (A)	A2C	A2B			

Imagen 8. Variantes modelos de negocio

Fuente: <https://www.empresaactual.com>

Modelos de la era digital

En cuanto a modelos propios de la era digital, destacan los que mencionamos a continuación:

1. Micropagos

Los micropagos nacen con internet. Tienen relación con la entrega de contenidos o servicios fraccionados y con el consumo por contenido. Un micropago es una transacción entre 1 a 5 dólares (PayPal define que puede llegar incluso a los 20 dólares), que nos permite acceder a algún tipo de contenido: un artículo, una canción, una nueva arma en un videojuego, etc. Este modelo de negocio se hizo popular gracias a la tienda iTunes de Apple, donde ya no era necesario comprar un disco completo. El beneficio para el consumidor es la flexibilidad frente al comprar “todo o nada”.



Imagen 9. Esquema micropago

Fuente:www.androidsis.com

Este modelo se centra en capitalizar el uso de la app más que el número de descargas. Te ofrecen una app de descarga (generalmente gratuita) - aquí se mezcla con el modelo freemium que veremos más adelante - donde el contenido o características a las que puedes acceder, se encuentra fragmentado.

La principal ventaja del micropago y los contenidos fragmentados es que los usuarios pagan sólo por lo que realmente les interesa, sin tener que adquirir a un costo mayor una cantidad de información o servicios que realmente no ocupan.

2. Pago por consumo - Streaming - Pay per View

El Pay per View es un modelo de negocio que nace en la industria televisiva. Como dice su nombre, el usuario sólo paga por lo que ve. Fuera del mundo audiovisual se le podría denominar “pago por consumo”.

Un ejemplo de “pago por consumo” fuera del sector audiovisual, es el caso de la startup chilena Awto, donde las personas pueden arrendar autos y pagar solo por el tiempo real que lo han estado usando.

awto	Frecuente \$4.990 al mes	Cero \$0 al mes
citycar cargo	\$145 minuto recorrido \$39.990 día completo	\$199 minuto recorrido \$50.990 día completo
cargo super	\$285 minuto recorrido \$74.990 día completo	\$335 minuto recorrido \$85.990 día completo
SUV	\$160 minuto recorrido \$56.990 día completo	\$215 minuto recorrido \$62.990 día completo
moto	\$95 minuto recorrido	\$130 minuto recorrido
premium híbrido	\$185 minuto recorrido \$68.990 día completo	No disponible para este plan

Imagen 10. Esquema Pago por Consumo Awto

Fuente: www.awto.cl

Notemos que Awto tiene modelos B2B, B2C, suscripción y pago por consumo. Todo al mismo tiempo. Esto no es casualidad, el modelo de pago por consumo está íntimamente relacionado con el modelo por suscripción.

Recientemente Apple ha lanzado Apple TV + donde su modelo de negocios mezcla la suscripción a canales de televisión exclusivos con micropagos por películas y series de televisión.

En el mundo de la “televisión a la carta” o “Música a la carta” vía modelo streaming tenemos a YouTube, Spotify, Netflix y Amazon Prime como los ejemplos más famosos. Las conferencias online, plataformas de educación online son ejemplos también del uso del streaming como distribución de contenidos. A todos los caracteriza que los usuarios consumidores nunca son dueños del contenido y solo pueden acceder a estos por tiempo limitado mientras tengan la suscripción activa.

3. Suscripción

Una de las ventajas de las suscripciones es la posibilidad de trabajar con una base de clientes fija en un tiempo específico (semanal, mensual, anual) y, por lo mismo, contar con un flujo de ingresos fijos, positivos, ya que los suscriptores pagan por adelantado.

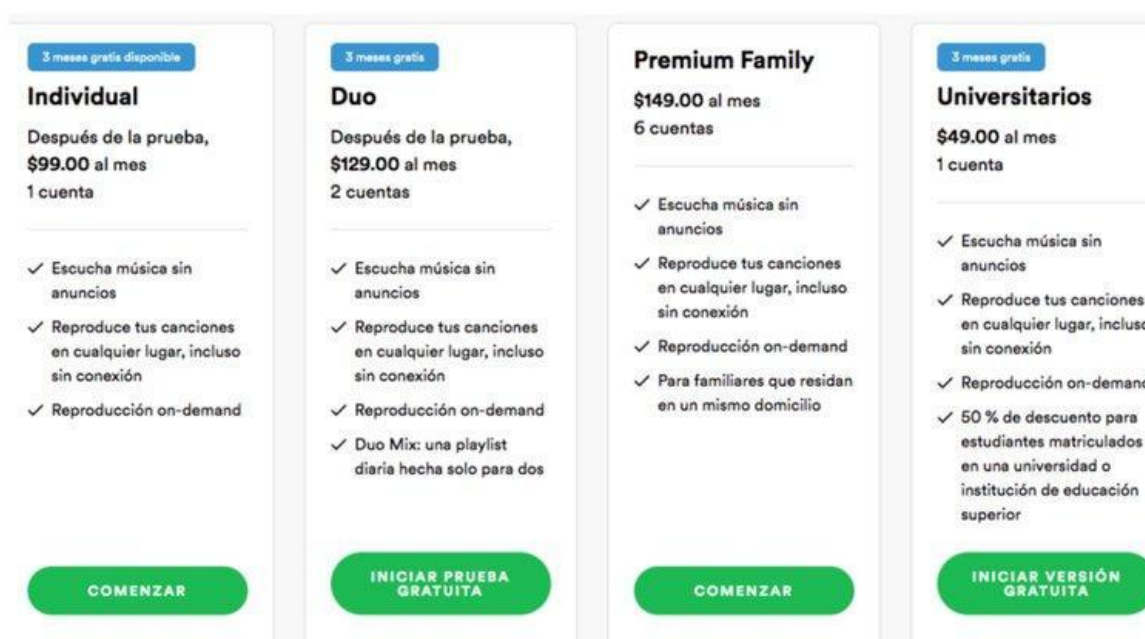


Imagen 11. Suscripciones Spotify

Fuente: www.infobae.com

En la industria de la música tenemos el caso de Spotify que partió bajo el paradigma freemium/premium en el año 2008. A la fecha cuentan con más de 207 millones de usuarios totales, de los cuales 100 millones son suscriptores de pago.

4. Membresía

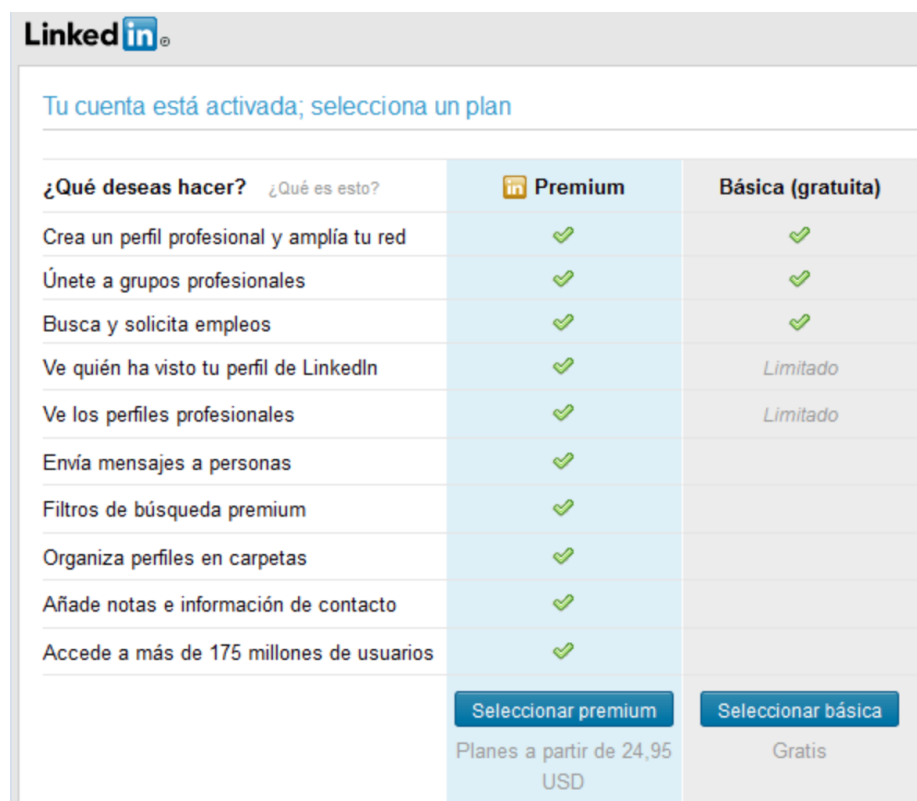
Es similar al modelo de suscripción. Se diferencia en establecer una relación más directa y de filiación, un interés de permanencia que no se basa solamente en el intercambio monetario por un servicio. Ejemplos de este modelo son los “círculos de beneficios” donde por el solo hecho de ser miembro, se puede acceder a beneficios exclusivos.



Imagen 12. Membresia Netflix
Fuente: atencionalcliente.movistar.cl

5. Freemium - Premium

Freemium es un término acuñado por Fred Wilson. Viene de mezclar las palabras “free” y “premium”. Desde el español no tiene mucho sentido hablar de “gratis-pago”. Este modelo consiste en ofrecer algún producto, servicio o contenido de forma gratuita, mientras que para acceder al contenido o característica especial “premium” hay que pagar.



¿Qué deseas hacer? ¿Qué es esto?	 Premium	Básica (gratuita)
Crea un perfil profesional y amplía tu red	✓	✓
Únete a grupos profesionales	✓	✓
Busca y solicita empleos	✓	✓
Ve quién ha visto tu perfil de LinkedIn	✓	Limitado
Ve los perfiles profesionales	✓	Limitado
Envía mensajes a personas	✓	
Filtros de búsqueda premium	✓	
Organiza perfiles en carpetas	✓	
Añade notas e información de contacto	✓	
Accede a más de 175 millones de usuarios	✓	
	Seleccionar premium Planes a partir de 24,95 USD	Seleccionar básica Gratis

Imagen 13. Modelo Freemium LinkedIn

Fuente: www.aulapc.es

Es habitual encontrar en este modelo que los contenidos o servicios “free” tienen publicidad o marketing que sostienen económicamente a los usuarios que no pagan. El objetivo es convencer a los consumidores para que se conviertan en Premium.

Si estás pensando en un modelo de negocios freemium para tu proyecto, debes tener en cuenta que la captación de anunciantes es muy relevante. La publicidad es la mayor vía de ingresos, dado que entre el 5% al 15% de los usuarios estará dispuesto a pagar por acceder al servicio Premium.

Escalabilidad

La escalabilidad es un aspecto fundamental de una startup. Se relaciona con la capacidad potencial que tiene un negocio de multiplicar sus ingresos sin que los costos para lograrlo aumenten en la misma proporción. Dicho de otro modo, una startup tiene el potencial de escalabilidad si el esfuerzo económico para hacerla crecer es mucho menor que los potenciales beneficios monetarios.

Para saber si una startup es escalable, primero se debe haber probado el producto, su modelo de negocios debe estar validado, para luego pasar a la siguiente etapa de expansión hacia nuevos mercados.

Si a futuro piensas buscar inversores, entonces debes comenzar tu idea de negocios con foco en ser escalable. Las incubadoras de negocios contemplan esta característica del negocio como crucial a la hora de elegir a las startups de su portafolio, incluso si el proyecto no está terminado o tienen pocas ventas, si hay escalabilidad hay una oportunidad de negocios atractiva.

Ejercicio: Actividad Grupal

Analice el Business Model Canvas de UBER y defina, en base a los conocimientos adquiridos, qué tipo de modelo de negocio tiene.

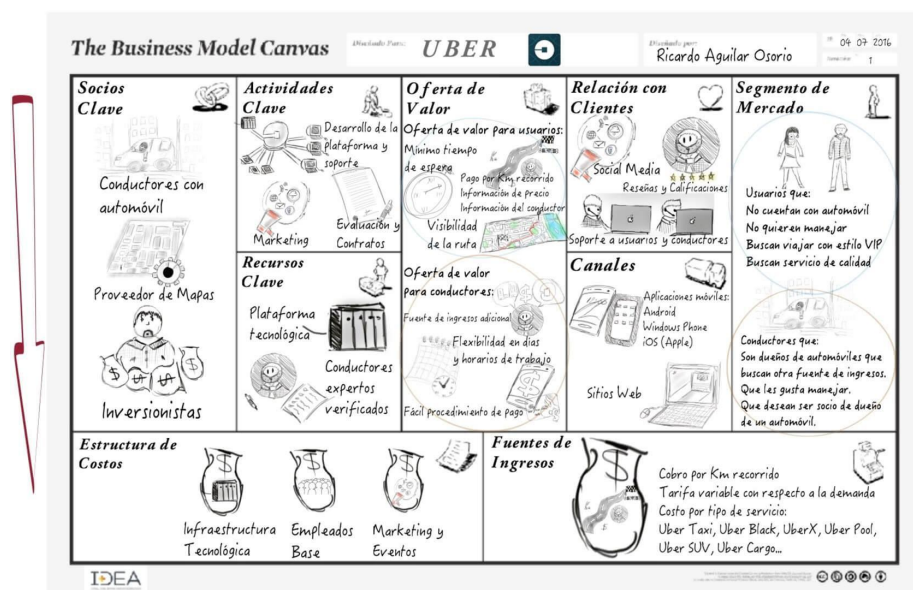


Imagen 14. Business Model Canvas UBER.

Fuente: <http://ciudademprende.com>