

## 7. Estrategias y Modelos de Negocio Cloud

### 7.5.2. Casos de Éxito (II).

Apoyándose en soluciones tanto IaaS como PaaS o SaaS, se han creado modelos de negocio totalmente nuevos, como los siguientes:

- Prensa online.
- Tiendas online.
- Portales de subastas.
- Portales de venta de cupones.
- Portales de contacto entre ofertantes y demandantes, como Idealista, Infojobs, etc.
- Negocios basados en la intermediación, como distribuidores, comparadores, agregadores, etc.
- Redes sociales.
- Outlets.
- Proveedores de servicio base. Son aquellos que transforman plataforma e infraestructura en servicios.
- Proveedores de software como servicio. Desarrollando un software a ser distribuido como servicio que descansa sobre los proveedores de servicio base.
- Proveedores de servicios de datos. En este apartado caben proveedores de servicios de seguridad, cifrado, archivo.
- Big Data.
- Servicios jurídicos asociados a la nube, al efecto de adecuar la legislación de cada país a los servicios concretos.
- Servicios de marketplace, basados en entorno multi o monomarca.

En todos ellos, se trabaja en modelos de comisión o suscripción, transformando el pago por producto en el pago por uso o la cuota por servicio específico, como una comisión.

Pensemos por un segundo nuevos modelos de negocio creados en torno a redes sociales, como por ejemplo Facebook. La movilidad ha permitido la geolocalización, y esto a su vez habilita nuevas posibilidades para el negocio tradicional, como por ejemplo un restaurante de menús del día, que puede realizar una oferta para todos los usuarios que se encuentren en un radio de 5km del restaurante en tiempo real a través de Facebook si llevan un código bidi promocional enviado desde la propia aplicación, o potenciándolo a través de aplicaciones que

interactúan transversalmente sobre Facebook como Foursquare, específicamente diseñada para alternativas de ocio en nuestra zona.

En general los casos de éxito los encontramos en aquellas empresas que a nivel corporativo adoptan procesos de adaptación a unos nuevos modelos que tienen unas características muy significativas que deben asumir y adaptarse, como son estos:

- El time-to-market es crítico, y debe ser lo más reducido posible, ya que cada vez más los usuarios demandan servicios que desean recibir en tiempo real. Debemos aprovechar este reducido time-to-market para crear modelos de negocio innovador, normalmente basados en entornos B2B y B2P.
- El usuario ha cambiado la forma de interactuar con el entorno: ahora utiliza smartphones conectados a redes sociales, aplicaciones de localización geográfica, aplicaciones de comunicación por chat, etc. Esto abre nuevos canales que deben ser explotados por todas las organizaciones.
- La necesidad intensiva de recursos ya no es un problema. Cualquiera puede montar un negocio online en un plazo de tiempo corto y competir en igualdad de condiciones aprovechando la tecnología como factor de competitividad.
- El acceso a la información es más barato, y la información en sí misma ya no es un negocio sino va soportada por conocimiento.
- La inversión en cloud facilita el acceso a tecnologías capaces de facilitar la generación de negocio. Al ser cloud una tecnología de pago por uso, esto permite que las inversiones sean acordes al tamaño del negocio, colocando a las pequeñas empresas en condiciones de competir con grandes organizaciones. El tamaño no es ya una garantía.

#### Referencias:

- [Cómo desarrollar el modelo de negocio del Cloud Computing. Págs. 58-70](#)