

Definición de modelo de negocio

La definición de modelo de negocio es complicada y tiene muchísimas variantes. La definición clásica dice que es **“el plan previo al plan de negocio que define qué vas a ofrecer al mercado, cómo lo vas a hacer, quién va a ser tu público objetivo, cómo vas a vender tu producto o servicio y cuál será tu método para generar ingresos”**.

En definitiva, es plasmar en un documento cómo vas a crear, desarrollar y capturar valor. Una pequeña visión de todo lo que puede ser tu startu en un futuro y los diferentes aspectos sobre los que se va a construir toda tu empresa. Sería como los pilares de un edificio, siendo el edificio tu negocio y esos pilares el propio modelo.

Hay que destacar que el modelo de negocio **es algo más que saber de dónde vienen los ingresos**, tal y como habéis podido ver en la primera definición. Ganar dinero será una consecuencia de todo ese proceso de saber qué ofreces, cómo lo haces, cuál es tu público y demás.

Modelo de negocio Canvas

El **Business Model Canvas** es la “plantilla” de modelo de negocio más popular del mundo. Desde que sus creadores, Alexander Osterwalder e Yves Pigneur, publicaron el libro que dio nombre a este “lienzo”, se ha convertido en un modelo de negocio utilizado para casi todas las nuevas startups y popularizado en concursos como los Startup Weekends.

Es una herramienta que tiene distintos apartados que se encargan de cubrir todos los aspectos básicos de un negocio, desde los segmentos de clientes hasta incluso los socios claves y la estructura de costes. En general, sigue la definición de modelo de negocio y busca plasmar en un solo lugar cómo se crea, entrega y captura ese valor de tu startup.

The Business Model Canvas

Designed for:

Designed by:

Date:

Iteration:

<h2>Key Partners</h2> <p>Who are our Key Partners? Who are our key suppliers? What Key Resources are we acquiring from partners? What Key Activities do partners perform?</p>	<h2>Key Activities</h2> <p>What Key Activities do our Value Propositions require? Our Distribution Channels? Customer Relationships? Revenue Streams?</p>	<h2>Value Propositions</h2> <p>What value do we deliver to the customer? Which one of our customer problems are we helping to solve? Which bundles of products and services are we offering to each Customer Segment? Which customer needs are we satisfying?</p>	<h2>Customer Relationships</h2> <p>What type of relationship does each of our Customer Segments expect us to establish and maintain with them? Which types have we established? How are they integrated with the rest of our business model? How costly are they?</p>	<h2>Customer Segments</h2> <p>For whom are we creating value? Who are our most important customers?</p>
<h2>Key Resources</h2> <p>What Key Resources do our Value Propositions require? Our Distribution Channels? Customer Relationships? Revenue Streams?</p>		<h2>Channels</h2> <p>Through which Channels do our Customer Segments want to be reached? How are we reaching them now? How do our Channels integrate? Which ones work best? Which ones are most cost-efficient? How are we integrating them with customer routines?</p>		
<h2>Cost Structure</h2> <p>What are the most important costs inherent in our business model? Which Key Resources are most expensive? Which Key Activities are most expensive?</p>			<h2>Revenue Streams</h2> <p>For what value are our customers really willing to pay? For what do they currently pay? How are they currently paying? How would they prefer to pay? How much does each Revenue Stream contribute to overall revenues?</p>	

www.businessmodelgeneration.com

¿Y en qué consiste cada uno de los 9 apartados del Business Model Canvas? Tranquilo, ahora mismo te lo cuento:

- **Segmentos de clientes:** segmentación de mercado o grupo de personas a los que vamos a venderles nuestro producto o servicio. Puedes agrupar los públicos por las necesidades, canales, relaciones u ofertas. Algunos ejemplos de segmentos serían el mercado de masas (muy amplios), los nichos de mercado (muy específicos), los diversificados (distintos públicos muy distintos) o los multi-segmentos (que dependen de varios clientes a la vez).
- **Propuesta de valor:** características y beneficios que se encargan de crear valor para cada uno de esos segmentos. En esta parte debes explicar qué es lo que ofreces a tus clientes y por qué van a comprarlo. Algunas características de esta propuesta podrían ser la novedad, el rendimiento, la personalización, el diseño o el precio.
- **Canales:** medios a través de los que te vas a comunicar y vas a hacer llegar tu propuesta de valor al cliente. Pueden ser canales propios (de los socios) o externos y directos o indirectos y están divididos en 5 fases (notoriedad, evaluación, compra, entrega y postventa).
- **Relación con el cliente:** tipo de relación entre la startup y el cliente. Puede ser asistencia personal, self-service o automatizado (mezcla de ambas).
- **Fuente de ingresos:** ¿de dónde va a llegar el dinero a la empresa? ¿Cómo se va a generar el beneficio? Algunos modelos de fuente de ingreso podrían ser la venta directa en un único pago, el pago por uso o la suscripción.

- **Recursos clave:** los recursos más importantes para que todo lo anterior funcione. Pueden ser físicos (vehículos, edificios, ...), intelectuales (patentes, copyrights, ...), humanos (expertos clave, empleados muy valorados, ...) o financieros (efectivo, crédito, ...).
- **Actividades clave:** si hay recursos clave, también tiene que haber actividades claves. ¿Cuáles son las actividades sin las que tu negocio moriría? ¿Son de producción? ¿De solución a problemas individuales? ¿De una plataforma a través de la que funciona toda la startup?
- **Socios clave:** colaboradores y personas que son claves para que el negocio arranque y funcione. ¿Y por qué se buscan estos socios clave? Porque se busca optimizar los recursos (contratar proveedores), reducir riesgos con alianzas estratégicas y adquirir recursos y actividades que no tienes en tu propia startup.
- **Estructura de costes:** el clásico desglose de los gastos que va a tener tu modelo de negocio. Se incluyen los costes fijos, variables, las economías de escala para reducir costes y todo lo relacionado con el gasto.

Si eres capaz de rellenar todos esos apartados, tienes una idea muy, muy clara de cómo es tu negocio. Y eso no es ninguna tontería, porque tenerlo claro desde el principio te hará no tener que estar dando vueltas, cambiando por el camino y descubriendo desagradables sorpresas.

Ejemplos de modelo de negocio

La teoría es muy bonita, pero los ejemplos de modelos de negocio lo son mucho más. ¿Quieres ver cómo genera valor Google, Facebook, Amazon o una empresa de éxito española tan distinta como Wallapop? Sigue leyendo.

Freemium

Separo el modelo freemium del resto y lo utilizo como ejemplo porque con el mundo de las aplicaciones se está volviendo extrapopular. ¿Cuántas aplicaciones de móviles has visto que sean freemium? ¿Cuántos juegos son gratis pero luego tienen micropagos dentro? ¿Cuántas aplicaciones tienen un plan gratuito limitado? Miles y miles.

La definición de freemium es un **producto o servicio que ofrece de manera gratuita un servicio básico y que después ofrece todo tipo de añadidos y variables con micropagos o suscripciones para acceder al contenido más avanzado.**

El modelo freemium es atractivo porque consigue “enganchar” al usuario a usar una aplicación o juego y después, cuando esa persona ya está acostumbrada a usar esa aplicación, le pide micropagos o una suscripción para poder llegar más lejos. Como ya estás acostumbrado y no te ves usando otra aplicación, acabas pagando.