

La muerte de los modelos de negocio tradicionales

Hace no mucho tiempo me aburría leyendo el blog de **Alfonso Gutiérrez** (CEO de Velneo), pero algo está cambiando en los últimos meses. **Cada día me gusta más el blog de Alfonso, artículos tales como <http://crearsoftware.com/2014/03/26/crear-software-online/>, <http://crearsoftware.com/2014/03/20/crear-software-para-empresas/> apuntan en una dirección mucho más realista de las condiciones de mercado** aunque desde mi punto de vista peca de conservador (respecto a los modelos de venta de software).



La última entrada de Alfonso (<http://crearsoftware.com/2014/04/03/el-software-y-la-muerte-de-las-licencias/>) apunta en una dirección que requiere de un análisis más profundo, por lo que toda la comunidad de desarrollo Velneo V7 debería hacer una cierta reflexión respecto a lo dicho por Alfonso.

Antecedentes

En esta nueva etapa de nuestra vida **nos enfrentamos a cientos de cambios** (provocados por “la tecnología cada vez es más barata y más fácil de usar”) y **hay dos formas posibles de afrontarlos; aceptarlos poco a poco o ser parte** de este proceso.

El problema

Alfonso afirma que **“El precio del software depende de cuantos usuarios lo utilicen”** y es totalmente cierto (mucho más en el escenario actual) **pero esta afirmación tiene consecuencias para los modelos tradicionales de nicho** (que es una de las soluciones que plantea Alfonso en muchos de los artículos de cara a los modelos de negocio que una pequeña empresa de desarrollo puede abordar para ganar dinero con el software).

Para provocar la reflexión todos tendríamos que responder a ciertas preguntas...

Suelto la primera; **¿Cómo hacemos para crecer en clientes, estructura, músculo financiero y producto sin que se disparen los costes?**

Una empresa X decide desarrollar un software para un micro-nicho Z. Si nos ponemos a contar (haciendo un supuesto)... encontramos 400 empresas en España del sector Z y al detalle nos encontramos con que solo 100 son clientes potenciales. Y si apuntamos más al detalle... Siendo optimistas, supongamos que con un buen producto, conocimiento, servicio, estrategia de captación y todo lo necesario consigue una cuota de un 20% de esos 100.

Según la formula de marras (para el supuesto de ganar 100.000 y 300.000 de coste “poco me parece”):

$$\text{Precio} \cdot \text{número de usuarios} = 400.000\text{€}$$

$\text{Precio} = 400.000/20 = 20.000\text{€}$ es lo que le tendrías que cobrar para ganar 100.000€ dando servicio a esos 20 clientes.

Como bien dice Alfonso **“antes podías cobrar 30.000€ a un cliente en un año, hoy día necesitarás 10 años para que el cliente te pague esa cantidad”** vamos... que **como mucho una empresa Z podría pagar 2000€/año durante diez años por el producto adecuado para suplir su necesidad**. A priori, sumando, parece que algo no cuadra. Todos sabemos que las condiciones del mercado no son las de los años 2001-2007 y a x0.000€ no vendes ni una sola licencia en este nicho. Tampoco puedes calcular el ROI a 10 años (ni siquiera en algo tan estático como el software empresarial).

Por lo que **creo que hay algo más que hay que analizar que creo que tiene tanta o más importancia que a lo que apunta Alfonso en el artículo**. En el fondo **el cambio no es solo en la forma de entrega, más bien, el cambio es en todos los aspectos que tienen que ver con los modelos de negocio** asociados al software empresarial.

Soltamos la segunda; **¿Cómo hacemos viable un negocio si el mercado demanda un producto de alta especialización y servicio a bajo precio?**

Por otro lado Alfonso afirma que “**el software es un negocio a largo plazo, NUNCA A CORTO PLAZO**”, también estoy de acuerdo. Pero esto también tiene consecuencias, ya que el tejido empresarial Español está débilmente capitalizado y le es muy difícil abordar inversiones de este calado (300.000 de inversión para una micro-empresa del mundo del software es mucha pasta).

Soltamos la tercera; **¿Cómo hacemos para que nuestras empresas capten el capital necesario para poder financiar estas inversiones en un mercado donde el crédito empresarial está bajo mínimos?**

Vamos que el planteamiento **nicho único** que plantea Alfonso como modelo para las empresas del mundo del software está en un **no mercado** como una casa “<http://tipesoft.com/estudio-de-mercado/>”.

Otra afirmación que Alfonso realiza es que “**La gente pagará por servicio, conocimiento o diferenciación, no por la tecnología**” y también estoy de acuerdo, pero también tiene consecuencias importantes que valorar. Si un cliente me paga por servicio, conocimiento o diferenciación y el número de clientes a los que tengo que entregar estos servicios es mayor (ya no me vale con tener cinco clientes grandes) necesitaré replantearme toda le estructura.

Soltamos la cuarta; **¿Cómo hacemos para que la entrega de todo ello sea posible en volumen y coste?**

La solución

Para poder ganar dinero en este nuevo escenario hay que cambiar completamente todo el modelo de negocio. Esto implica, entre otras muchas cosas, pensar desde cero que cosas tienes que cambiar en la empresa para poder vender lo suficiente en volumen para que tu modelo sea exitoso. El resultado de ese análisis implica un cambio drástico en la mayoría de empresas del mundo del software. **En TipeSoft aceptamos gustosamente este cambio**, a día de hoy nuestras estructuras, servicios, formas de entrega, etc... están alineadas y preparadas en la única dirección que vemos viable para el nuevo escenario empresarial (cada día más palpable). Esta posición nos permite abordar los nuevos retos con enfoques distintos, abriendo un abanico de posibilidades que en los modelos “antiguos” no estaban disponibles.

La solución está en entender el fondo del magnífico artículo de Alfonso sin caer en la tentación de quedarse en el barniz. Después de entender el fondo del cambio que se está produciendo, todos tenemos que remodelar nuestras empresas para trabajar en la nueva dirección que nos permita competir en el nuevo mercado.

La comunidad de desarrollo **Velneo**, que es parte de nuestro proyecto, sabe los cambios que en TipeSoft hemos realizado para llegar a este punto. Sabe que es lo que tenemos, lo que no, en lo que estamos trabajando, nuestros fracasos y nuestros aciertos. También sabe que los cambios en las empresas cuestan tiempo y dinero. Y por último, tiene claro que no siempre se llega al objetivo último (adaptarse a las nuevas condiciones del mercado).

En TipeSoft, hace unos días consolidamos un punto importante a nivel empresarial, formalizamos oficialmente el trabajo que en los últimos cinco años hemos realizado en el apartado tecnológico, comercial y empresarial de cara a esta nueva etapa. A día de hoy solo podemos agradecer la confianza, que todos los días, mostráis hacia nuestro proyecto, esperemos que pronto todo este esfuerzo se pueda materializar en mejoras para vuestros negocios. Cada día hay más empresas que creen en nuestro modelo empresarial y lo demuestran apostando por nuestros modelos empresariales colaborativos. Gracias.

Todos tenemos que ser realistas ante el nuevo escenario empresarial (sin excepciones), estamos obligados a no mirarnos el ombligo (los nuevos modelos de negocio exigen de colaboración empresarial para hacer viables los negocios en volumen) y a enfocar correctamente con quien vamos a invertir nuestro tiempo y dinero en el LARGO PLAZO. Nosotros trabajamos en esta dirección desde el principio pero muchos días me pregunto porque la mayoría de las empresas no lo hicieron cuando fue necesario (2 Millones de empresas cerradas desde que empezó la crisis). A día de hoy esta distancia entre las que lo hicieron y las que no se pusieron las pilas creemos que es insalvable, pero como buena empresa que busca socios empresariales continuamente nunca perdemos la esperanza de que las empresas pivoten en la dirección que creemos acertada.

Por último, no quiero despedirme sin dejar claro que estoy de acuerdo con el artículo en las líneas maestras. Pero, para nada estoy de acuerdo en la solución planteada ante los retos a los que hace mención. El artículo parece sesgado respecto a la intención de convencernos de que elegir un único nicho rentable es suficiente para hacer dinero con el software (yo creo que esto ya no es posible en el nuevo escenario).