



## Propuesta de modelo de negocio. Módulo 4. Sesión 7. Modelo de negocio: ¿Cómo definir mi producto o servicio?

---

Hola, soy Raúl. Tengo 17 años y estoy grabando este vídeo para la asignatura de economía,

¿Os cuento cómo empezó todo? Hace tres meses, en clase nos dijeron que intentásemos localizar un problema y pensásemos en distintas alternativas para solucionarlo. Y así, dándole vueltas a la cabeza, fue como me vinieron a la mente los kilos y kilos de naranjas que año tras año se echan a perder en nuestro campo porque ya nadie de la familia puede ni quiere recogerlos.

Este es mi abuelo Vicente.

Él es el artífice de que se me ocurriera esta idea. Su esfuerzo, y sus más de sesenta años de experiencia en el campo, han hecho que su sueño —intentar recuperar la vitalidad de aquellos días en la huerta— se convierta también en el mío.

¿Qué podíamos hacer con el campo de naranjas que teníamos y que ya nadie trabajaba?  
¿Había alguna posibilidad de aprovechar el terreno? Empecé a darle vueltas al tema y a buscar respuestas.

Naranja y tecnología, tecnología y naranja... No sabía muy bien qué buscaba. Naranja y tecnología eran dos ideas de partida. Ya tenía suficiente motivación como para seguir avanzando. Quería exprimir mi espíritu emprendedor, de modo que a veces soñaba con triunfar... y otras, simplemente, me desmotivaba.

Pasó el primer mes y, entonces, entendí la importancia de sistematizar la información. Debía revisar mis criterios, y para ello concreté primero mi idea.

Propuesta... Motivación... Mi producto...

Poco a poco me fui familiarizando con el vocabulario propio de la realización de cualquier propuesta de negocio, y así fue como descubrí el MiniCanvas.

Sí, la primera lección al emprender es que tienes que concretar tu idea. Cuando tuve claro que quería distribuir el producto naranja a pequeños comerciantes, en forma de fruta, zumo artesanal, vinagres y jabones, me puse a trabajar. Podía hacerlo con los recursos y contactos que tenía a mi alcance. Ahora bien, tenía que responder también a otras cuestiones.

Raúl, ¿qué haces?

¡Mamá, estoy grabando un vídeo para el instituto! Me queda un rato y ya salgo.

Antes de seguir, ¿sabéis lo que es el MiniCanvas? Es una herramienta de gestión y planificación usada para describir los distintos elementos que componen una propuesta empresarial.

Prestad atención:

Una vez definida la idea de negocio, Raúl tuvo que responder a estas cuatro preguntas básicas:

«Producto»: Qué quería hacer.

«Cliente»: A quién quería dirigir su producto.



«Canal»: Cómo iba a trasladar su producto hasta los clientes.  
“Relación»: Y la relación que quería entablar con sus clientes.

Estas preguntas, que se resumen en cuatro elementos, dan significado a lo que hoy en día entendemos como *modelo de negocio*.

Cuando hablamos de producto, estamos intentando responder a la pregunta de qué producto o servicio constituye nuestra oferta: cuáles son sus principales características, qué necesidades cubre o qué valor diferencial aporta respecto a la competencia. Resolver estas cuestiones fue lo que más le costó inicialmente a nuestro protagonista.

Quería aprovechar los productos derivados de la naranja con un sello de calidad artesanal. Quería acercar el producto obtenido a comerciantes y vecinos del barrio. Y en ese ejercicio entendió que un producto o servicio no es un negocio en sí mismo.

Después Raúl tuvo que hacer frente a una segunda cuestión: a qué segmento de la población iba dirigida su oferta, a qué tipo de clientes. Conocer las características demográficas y socioeconómicas, así como los perfiles culturales de sus potenciales clientes fue su segundo reto.

En el sector de la naranja, existen gigantes del mercado que se dedican a su distribución, pero nuestro joven apostaba por algo distinto que estuviese marcado por el tipo de canal que quería usar para llegar a los clientes.

Es decir, a través de qué medios llegamos a los clientes, cómo distribuimos nuestros productos, qué puntos de contacto utilizamos para ofrecer nuestros servicios.

Ofreceremos nuestro producto a través de una web y lo distribuiremos con el envío a domicilio o a través de pequeños comercios locales que actuarán como puntos de entrega y recogida.

Y la relación. Nos referimos al tipo de trato y atención que establecemos con nuestros clientes, y a través de qué medios. En definitiva, cómo les comunicamos nuestra propuesta, cómo intentamos captar nuevos clientes o fidelizar a los ya existentes.

Nos relacionaremos con el cliente a través de boletines de información y correos electrónicos personalizados y además ofreceremos experiencias en el campo. Cualquier persona podrá alquilar su propio naranjo y recibir clases sobre sus cuidados con el abuelo Vicente.

Cuando empiezas a familiarizarte con estos conceptos te das cuenta de la importancia de los clientes en todo este proceso. Saber resolver sus necesidades, conocer cómo perciben el producto o servicio... es crucial para que un negocio sea viable.

Aquí Raúl lo tenía muy claro. Quería apostar por un servicio próximo, donde los clientes tuvieran la oportunidad de participar activamente en todo el proceso de creación del producto final. Por ello, inicialmente realizó entrevistas en persona para conocer, de primera mano, la opinión de sus potenciales clientes.

En resumen, mi idea responde al siguiente modelo de negocio:

Crear cuatro líneas de producto: naranjas, vinagre de naranja, zumo y jabones con aroma.

Comercios locales y habitantes de la localidad que consuman productos naturales.

Crear una web donde vender nuestros productos.

Mejorar la experiencia de los clientes con formación y boletines online.



Raúl se ha dado cuenta de que este es el proyecto en el que le gustaría trabajar en un futuro. Ha descubierto que le gustaría ser ingeniero agrónomo y que, sobre todo, quiere seguir trabajando y hacer crecer el negocio familiar. ¿Cuál sería la conclusión de este trabajo? Todo es posible si sabes cómo hacerlo.