

Negocios

El Nuevo Día

Martes, 2 de septiembre de 2014

www.elnuevodia.com

A financiar con la ayuda de los clientes

●●● Académico recoge la historia de cómo lo hizo una empresa local en su libro sobre modelos para levantar capital

Marie Custodio Collazo

mcustodio@elnuevodia.com

Twitter: @MCustodioEND

En medio de las sacudidas que ha recibido la economía local y global, y las limitaciones en el acceso al crédito, hay empresas que han logrado nacer y crecer alrededor del mundo, e incluso en Puerto Rico.

Este es el tema que desarrolló en su más reciente libro el empresario y profesor **John Mullins** quien visitó la Isla recientemente, invitado por Grupo Guayacán, como mentor de su programa de aceleración de negocios y para presentar dicho texto. “The Customer-Funded Business: Start, Finance, or Grow Your Company with Your Customers’ Cash” discute las estrategias que implementaron diferentes empresas, entre ellas la puertorriqueña Rock Solid, para generar el capital partiendo de sus propios clientes, en lugar de recurrir a inversionistas.

“Creo que el mundo de los fondos de inversión de riesgo se apoderó de la agenda de financiamiento en las últimas dos generaciones. Lo han hecho por buenas razones, han creado compañías fabulosas, con valorizaciones fabulosas, pero la realidad es que la mayoría de las compañías de crecimiento rápido no empiezan con dinero de inversionistas, empiezan con dinero de los clientes, y de eso no se habla y hay que hablarlo”, explicó Mullins sobre su motivación para escribir el libro.

CINCO MODELOS. El profesor de London Business School detalló que la estrategia de capitalización a través



John Mullins, profesor de London Business School y autor del libro “The Customer-Funded Business”.

de los clientes se puede dividir en cinco modelos, que no son nuevos y se pueden identificar tanto en empresas viejas como en las más recientes.

El primero, explicó, consiste en un modelo en el que el negocio se encarga de conectar proveedores de productos o servicios con los consumidores, y cobra una comisión. Esto le permite generar ingresos sin tener inventario o una infraestructura compleja, que fue lo que hicieron los fundadores de Airbnb, por ejemplo.

Un segundo modelo es el de pagar por adelantado, en el que los clientes pagan un depósito o el costo total de la mercancía y la compañía, entonces, manufactura el producto. Es bastante conocido, y uno de los

ejemplos más comunes es el de las computadoras Dell, que el cliente las ordenaba y pagaba al momento. Al igual que este, el tercer modelo, el de suscripción, permite que los negocios tengan un flujo de efectivo por adelantado, mientras mantienen el control de los pagos a sus proveedores.

Luego, están las estrategias que utilizan, muchas veces, compañías en la industria de la moda, que crean demanda por sus productos con un modelo que limita la disponibilidad de la mercancía. Aunque, aclaró, que no ha sido muy exitoso a largo plazo, mencionó que empresas como la española Zara, han logrado buenos resultados así.

El último modelo, dijo, es el de transicionar de servicios a productos, que es el caso de la puertorriqueña Rock Solid Technologies. Mullins explicó que al ofrecer servicios, la empresa tiene un cliente que ya está dispuesto a pagar por lo que tienen que ofrecer, y le permite ir desarrollando un producto que puede vender a otros clientes.

EVITAR DISTRACCIONES. Para Mullins, los modelos de negocios capitalizados por los mismos clientes representan menor riesgo para los empresarios porque les permite mantener el enfoque en construir su negocio. Comentó que buscar capital externo se convierte en una distracción porque tiene que dedicar tiempo y energías a enamorar a los inversionistas en vez de estar creando su proyecto.

PASE A LA PÁGINA 41

“No creo mucho en la suerte. Creo que cada uno se construye la suya propia. La clave de nosotros estuvo en encontrar un buen producto y capitalizar en ello”

Richard Christiansen
Presidente de QWS



PASE A LA PÁGINA 39

HOY

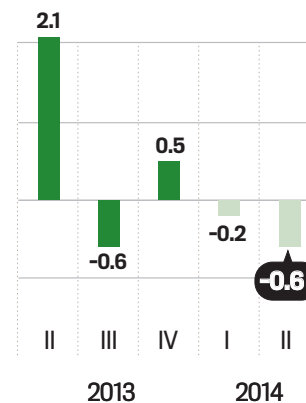
MERCADO LABORAL Vislumbran aumento en la demanda de estadísticos **Página 38**

ECONOMÍA Recomendaciones fragmentadas **Página 40**

EMPRESAS Y EMPRENDEDORES Alianzas para reactivar la economía **Página 43**

PIB DE BRASIL

Evolución trimestral (en %)



FUENTE: IBGE • GRÁFICA: AFP

T-Mobile sigue ampliando su agresiva oferta

La proveedora lanzó un nuevo programa de “rescate”

T-Mobile anunció un nuevo programa en el que sus clientes pueden “rescatar” a sus amigos y colegas que todavía están en otras compañías y a la vez reciben un beneficio por hacerlo.

Desde el viernes pasado, cuando un cliente de T-Mobile en planes Libérate/Simple Choice, “le lance un salvavidas a un cliente de la competencia” y lo rescate para que se libere de las reglas de las otras compañías celulares, ambos pueden recibir un año completo de data LTE ilimitada en la red 4G LTE de T-Mobile, sin costo adicional.

Los clientes de Simple Choice de T-Mobile que ya tienen un plan de data 4G LTE ilimitada recibirán un crédito de \$10 mensuales durante un periodo de 12 meses.

T-Mobile explicó que sus clientes sólo necesitan reportar su obra de rescate a <https://es.referral.t-mobile.com/>. Para hacerlos, necesitarán tener a la mano su número de T-Mobile y el número del amigo que esté transfiriendo su cuenta, según informó la proveedora.

Acude a Brasil Fomento Industrial

La Compañía de Fomento Industrial participará en el Congreso Económico Iberoamericano, a celebrarse en las ciudades de Sao Paulo y Brasilia en Brasil, desde hoy, martes, hasta el jueves 4 de septiembre.

“Este encuentro nos ofrece la plataforma idónea para establecer relaciones de negocio entre Puerto Rico y la economía más grande de Suramérica. A corto y largo plazo, existe el potencial de desarrollar un intercambio comercial efectivo, con énfasis en el sector industrial, entre ambos países”, indicó **Antonio Medina Comas**, director ejecutivo de la Compañía Fomento Industrial.

El Congreso contará con líderes empresariales de los sectores farmacéutico, tecnológico, financiero, energético, entre otros, y estará centrado en promover ante empresarios e inversionistas de la región las ventajas competitivas que ofrece Puerto Rico.