

## CASO PRÁCTICO DE MODELO DE NEGOCIO

Este caso de Modelo de Negocio se plantea la historia real de un emprendedor que monta una empresa de alquiler de castillos hinchables para fiestas infantiles, como una forma de autoempleo. En el [Caso de Modelo de Negocio](#) se utiliza el Modelo Canvas que es una herramienta sencilla y muy práctica para analizar la viabilidad y factores que afectan a nuevos negocios. Además, se plantean cuestiones como las limitaciones al crecimiento del nuevo de negocio y las alternativas de expansión.

---

### MODELO DE NEGOCIO DE UNA EMPRESA

Zoe Alcalá siempre había querido emprender. De carácter inquieto, muy activo y sociable, su primer emprendimiento, a la edad de diecisiete años, fue montar fiestas para jóvenes. A través de un familiar que tenía muchos contactos en discotecas y pubs y moviendo su gran red de amigos empezó a organizar fiestas en diferentes locales de Madrid. Le gustaba más la acción que la reflexión y era un negocio que controlaba a la perfección. Quizá su principal característica como emprendedor era poner en práctica rápidamente todas las ideas que tenía.

Su mayor éxito en esta etapa adolescente fue organizar una gran fiesta para 3.000 jóvenes en la mayor discoteca de Madrid, Teatro Kapital. La fiesta llamada *Kapiend* se celebró a final de junio coincidiendo con el fin de los exámenes. Patrocinada por la marca de whisky Cutty Sark, acudieron 3.000 jóvenes con el reclamo de ¡4 copas por 15€!

Pero no todo iba a ser éxitos. Ya se sabe que una de las características de los emprendedores es superar el fracaso y éste le llegó a Zoe en su siguiente proyecto empresarial.

Conjuntamente con su pareja de entonces se hizo cargo de una guardería ubicada en un chalet de una zona residencial de Madrid. Pero a pesar de sus esfuerzos el negocio no fue bien. Quizá eran demasiado jóvenes y no sabía tratar adecuadamente a los niños, ¡ni a los padres! De este fracaso se llevó una enseñanza y un objeto que serían claves en el éxito de su siguiente negocio; la enseñanza fue que la atención al cliente es esencial en cualquier negocio, especialmente si se trata de un negocio de servicios; el producto: un castillo hinchable que habían comprado para instalar en el jardín de la guardería y que fue el único objeto que se llevó cuando desmantelaron la guardería ya que era lo único que cabía en la habitación de casa de sus padres a la que tuvo que volver a vivir.

Con veintipocos años Zoe se encontraba en una situación difícil: no había completado sus estudios, ni contaba con experiencia profesional que le permitiera encontrar un buen trabajo por cuenta ajena. Además, tenía pendiente una deuda por el traspaso de la guardería.

Pensó en retomar los estudios, pero lo primero era conseguir ingresos, así que buscó trabajo de camarero y también empezó a ofrecerse para poner los equipos de música y actuar de DJ en fiestas y eventos familiares; era un mundo que conocía muy bien de su época de adolescente - Esta actitud positiva ante el fracaso (lo que se denomina “resiliencia”) es una de las características propias de los emprendedores de éxito -.

En unas de esas fiestas conoció a Ana Nieto, experta en marketing digital y autora del libro *La web de empresa 2.0*. Ana, viendo su profesionalidad y disponibilidad, le aconsejó que promocionara en Internet su negocio de “música para fiestas” y le regaló su libro.

Zoe, pensó que para el negocio de música ya tenía clientes que le recomendaban unos a otros y quizá no fuera necesario apoyarse en Internet, así que pensó en otro negocio; además quería dejar de trabajar de noche y trabajar de día; en ese momento le vino a la mente el colchón hinchable que tenía en su habitación.

Una vez más salió a relucir su capacidad de acción: detectó que en Internet había muy poca competencia de empresas que alquilaran castillos hinchables, así que se puso manos a la obra: siguiendo al pie de la letra la metodología para crear un web de éxito que se explicaba en el libro *La web de empresa 2.0*., con sus escasos conocimientos de programación HTML y Dreamweaver y, eso sí, mucha voluntad, en apenas unas semanas tuvo lista su web ([www.castilloshinchablesalquiler.es](http://www.castilloshinchablesalquiler.es)). Para su sorpresa se situó en el primer lugar de Google por las palabras clave de búsqueda (castillos, hinchables, alquiler) que formaban el nombre del dominio de su web, tal y como se aconsejaba en el libro *La web de empresa 2.0*. Fue el primero en posicionarse por esos conceptos y eso Google lo premia especialmente; hoy en día su web sigue apareciendo en las primeras posiciones de Google, aunque precedida por varios anuncios de Google Adwords.



[www.castilloshinchablesalquiler.es](http://www.castilloshinchablesalquiler.es)

El posicionamiento en Google supuso una lluvia inmediata de pedidos. Zoe se vio desbordado ya que el gestionaba todo el proceso, si bien era muy sencillo: recogida del pedido (sobre todo vía telefónica), instalación del castillo en el domicilio del cliente y recogida ese mismo fin de semana o el lunes. Era un negocio, sobre todo, de fin de semana que es cuando se celebran casi todas las fiestas infantiles. Ante esta avalancha de trabajo Zoe no se arredró.

Durante los primeros seis meses, asumió un riesgo económico y todos los ingresos que obtenía por el alquiler de los castillos los invertía en la compra de más castillos, hasta llegar a cuarenta – el coste de un castillo hinchable (incluyendo la bomba de hinchado) es de 500 euros y sirve para unos 40 usos ya que a partir de entonces se deterioran las costuras. Por tanto, el margen bruto (precio de alquiler - coste del producto por uso) era muy alto, en torno al 75%.

A partir de su experiencia fracasada con la guardería, Zoe tenía claro que un factor decisivo de su nuevo negocio era el servicio, máximo cuando sus clientes eran particulares; es lo que Zoe llama “decir SI a todo”, desde una perfecta atención telefónica, hasta un horario muy amplio para la entrega y recogida del castillo, y todo ello con un trato exquisito. La finalidad es que el cliente perciba que está recibiendo mucho por lo que está pagando. El carácter abierto y sociable de Zoe favoreció mucho la relación con los clientes.

Un elemento esencial para no perder el cliente era la atención inmediata a los pedidos, que se podía hacer de distintas formas: formulario de reserva en la web, mail o teléfono/whatsapp. Con gran diferencia la mayoría de los padres utilizaban el whatsapp, por lo que Zoe tenía que estar permanentemente en línea.

#### *Servicio al cliente de Castillos Hinchables*

Respuesta inmediata (teléfono, whatsapp o mail) a los pedidos.  
SI a la entrega del castillo en el domicilio del cliente en un horario muy amplio.  
Si a la entrega del castillo en almacén en un horario muy amplio.  
Si a ampliar el plazo de entrega hasta el próximo fin de semana.  
Si a la solución inmediata a cualquier problema que pueda surgir.  
.....  
Y todo ello, con la máxima amabilidad en el trato.

El otro factor esencial para atraer clientes era el precio. Zoe analizó los precios de los competidores y se posicionó algo por debajo. El hecho de que él asumiera todo el trabajo de gestión del negocio le permitía ser muy competitivo al no tener empleados. Decidió poner un precio de 50€ por el alquiler del castillo hinchable, tanto el sábado como el domingo. En la web el mensaje promocional era “Alquiler de Castillos Hinchables en Madrid por 50€ todo el fin de semana”.

Los clientes eran muy mayoritariamente familias (90%) y en menor medida comunidades de propietarios o empresas de piscinas. Con la difusión de este tipo de diversión infantil, cada vez eran más los padres que se acercaban al local propio que la familia de Zoe tenía en el centro de Madrid, para recoger los castillos (80%) y hacían ellos mismos la devolución el domingo o el lunes. El sistema de hinchado del castillo era muy sencillo: bastaba con conectar la bomba a la red eléctrica, embocar y el castillo se hinchaba en menos de un minuto. Esto facilitó mucho el trabajo de Zoe porque no tenía que desplazarse a la vivienda del cliente para entregar, instalar y recoger el castillo.

Curiosamente, a pesar de que su página web seguía en las primeras posiciones de Google, la mayor parte de los clientes (70%) le venían por el “boca a boca” (padres satisfechos que recomendaba a otros padres la web de Zoe) y clientes repetitivos que alquilaban el castillo hinchable varias veces al año.

En cuanto a la forma de pago, aunque había pensado en varias ocasiones establecer el pago a través de la web en el momento de hacer la reserva del castillo, lo había desestimado ya que podría causar algún problema por cancelaciones y consiguientes devoluciones. El pago del alquiler se realizaba al contado, en el momento de la entrega del castillo. Así no asumía ningún riesgo de cobro y, además, facilitaba el alquiler al usuario que no se comprometía realmente hasta que no se le entregaba el castillo. Salvo en los fines de semana de lluvia, casi no había cancelaciones y, por supuesto, no tenía ningún impagado.

Por lo que se refiere a los proveedores, sólo tenía dos importantes: una empresa de Granada a la que compraba los castillos hinchables que los importaba de Chi, y la agencia de marketing digital que le mantenía las webs optimizadas y el posicionamiento en Google. Aunque estaba presente en dos redes sociales (Twitter y Facebook) apenas le generaban negocio ya que no había hecho el esfuerzo necesario para captar seguidores; e Instagram era una asignatura pendiente.

Una vez que el negocio de los castillos hinchables estaba consolidado, el espíritu emprendedor de Zoe le llevó a montar otro negocio: con los conocimientos adquiridos en su primer negocio de organización de fiestas juveniles y la experiencia de Castillos Hinchables creó Fiestas Zoe. La idea era completar el alquiler de los castillos hinchables con otros servicios para fiestas como la Fiesta de la Espuma, la Discoteca Móvil o el Fotomatón para Eventos. La ventaja de este nuevo negocio era que, al igual que los castillos hinchables, lo podía gestionar el mismo; además los márgenes brutos también eran bastante elevados.



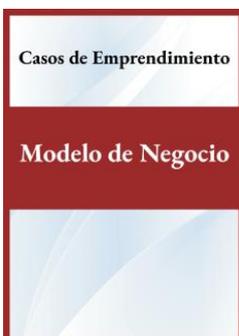
[www.organizaciondeeventosmadrid.com](http://www.organizaciondeeventosmadrid.com)

En diez años de emprendimiento Zoe había conseguido crear un negocio rentable y de cierta estabilidad. Por el momento el negocio de Castillos Hinchables representaba el 80% de las ventas y Fiestas Zoe el 20% restante. De los servicios que prestaba en Fiestas Zoe el que tenía más éxito era el Fotomatón para Fiestas (40%). Aunque trabajaba muchas horas, sobre todo los fines de semana, podía organizar su tiempo para hacer deporte, una de sus aficiones favoritas, y relacionarse con sus amigos. Pero Zoe sabía también que los negocios que no mejoran constantemente y crecen, tarde o temprano, tendrán dificultades y están condenados a desaparecer. En este sentido, estaba haciendo una reflexión del modelo de negocio de Castillos Hinchables. Para ello iba a utilizar el Modelo Canvas que es una herramienta muy útil para analizar los factores que afectan a la viabilidad y crecimiento de una empresa (Anexo 1).

*Modelo Canvas*



Fuente: <https://innokabi.com>



Esta es una muestra de 5 páginas del Caso de Modelo de Negocio. Para obtener más información sobre el Caso clic en:

**[Caso de Modelo de Negocio](#)**

El espíritu emprendedor

Perfil del emprendedor de éxito

La idea de negocio

El modelo de negocio

Análisis del entorno empresarial

Elección de la forma jurídica

Comunicación de la idea de negocio

Las cuentas anuales en las Pymes

Fiscalidad en las Pymes

El Plan de Empresa: estructura y contenido

## Pack 10 Casos Prácticos de Emprendimiento

### **Solicitud de Licencias de Uso de los Casos de Emprendimiento**

Los centros de formación, institutos, universidades, escuelas de negocio, etc. que deseen solicitar licencias de uso de los Casos, pueden solicitarlo por mail ([info@startuplegal.es](mailto:info@startuplegal.es)) o en el teléfono 915782667.

El coste unitario de cada licencia está en función de las licencias que se soliciten de acuerdo a la siguiente escala:

- 1 – 10: 2,00€ / licencia
- 11 – 25: 1,20€ / licencia
- 26 – 50: 0,80€ / licencia
- 50 – 100: 0,60€ / licencia
- > 100: 0,50€ / licencia

**Compra online**  
[www.startuplegal.es](http://www.startuplegal.es)  
[info@startuplegal.es](mailto:info@startuplegal.es)

## CONTRATOS MERCANTILES

- Contrato de Compraventa Mercantil
- Contrato de Distribución Comercial
- Contrato de Agente Comercial
- Contrato de Comisión Ventas
- Contrato de Prestación Servicios
- Contrato de Consultoría Empresas
- Contrato de Suministro de Productos
- Contrato de Fabricación de Productos
- Contrato de Franquicia Individual
- Contrato de Máster Franquicia
- Contrato de Alianza Estratégica

## CONTRATOS TECNOLÓGICOS

- Contrato de Licencia de Patente
- Contrato de Licencia de Marca
- Contrato de Transferencia de Tecnología
- Contrato de Know How
- Contrato de Licencia de Software
- Contrato de Distribución de Software
- Contrato de Desarrollo de Software
- Contrato de Desarrollo de Página Web
- Contrato de Investigación y Desarrollo
- Contrato de Compraventa de Dominio .com
- Contrato de Compraventa de Dominio .es

## CONTRATOS LABORABLES

- Contrato de Alta Dirección
- Contrato de Trabajo Indefinido
- Contrato de Trabajo Temporal
- Contrato de Trabajador Autónomo

## CONTRATOS DE CONFIDENCIALIDAD

- Confidencialidad entre Empresas
- Confidencialidad de Producto o Idea
- Confidencialidad para Empleados
- Confidencialidad para Consultores

## CONSTITUCIÓN DE EMPRESAS

- Sociedad Anónima
- Sociedad Limitada
- Sociedad Limitada Unipersonal
- Sociedad Limitada Profesional
- Unión Temporal de Empresas (UTE)
- Agrupación de Interés Económico (AIE)
- Fundación de Ámbito Estatal

## DOCUMENTOS PARA EMPRESAS

- Pacto de Socios para Crear Empresa
- Pacto de Socios con Inversor
- Plan de Negocio para Inversores
- Propuesta de Negocio para Inversores
- Memorándum de Entendimiento
- Cartas de Intenciones para Empresas
- Poderes Mercantiles para Empresas

## CONTRATOS EN INGLÉS

- Export Contract
- Import Contract
- Distribution Contract
- Agency Contract
- Service Provider Contract
- Strategic Alliance Contract

## DOCUMENTOS EN INGLÉS

- Shareholders Agreement
- Investors Agreement
- Business Plan for Investors
- Business Proposal for Investors

Compra online  
[www.startuplegal.es](http://www.startuplegal.es)  
[info@startuplegal.es](mailto:info@startuplegal.es)