- Modelos actuales de negocio en Internet
  - Los usuarios, nuestros clientes
    - Los usuarios tienen poder
      - Incremento cuantitativo: somos más
      - Incremento cualitativo: somos más maduros, más avanzados
    - Los ingresos pueden no provenir de los usuarios
    - Modelo de adopción tecnológica de Moore
      - Innovadores
      - Primeros seguidores
      - Pragmáticos
      - Conservadores
      - Escépticos
    - Cómo son?
      - Dimensión tecnológica
        - activos e independientes
        - Multiconsumidores tecnológicos
      - Dimensión social
        - Forman parte de una comunidad
        - Se sienten identificados con el producto/servicio: son fans
        - Utilizan la red para relacionarse
      - Estilo de usuarios AdProSumers
        - Advicers
        - Producers
        - Consumers
    - Identidad digital
  - Evolución de la tecnología
    - Crea oportunidades de negocio
      - Ejemplo: vídeos en Internet
    - AJAX
      - Aplicaciones más ricas e interactivas
      - Sistemas de reservas
    - Nuevas necesidades
      - Nuevas aplicaciones
        - Aplicaciones en línea
          - Ejemplo: GMail
          - Ejemplo: Picasa
    - Redes P2P
  - Adopción de la tecnología por parte de nuevos colectivos
    - Crea oportunidades de negocio
      - Ejemplo: Reserva de restaurantes
  - Internet en modelos de negocio no-electrónico
    - Venta de productos
      - Todo se puede vender por Internet?
      - Factores
        - Precio
        - Transporte
        - Medios de pago
        - Caducidad
      - Competencia y ventaja competitiva
        - Precio
        - Especialización
          - "La larga cola"
        - Servicios complementarios
    - Prestación de servicios
      - Complementar servicios o productos
        - Ejemplo: Mapas para navegador GPS
  - Modelos de negocio ligeros
    - Equipos pequeños
    - Objetivos, presupuestos y planes abarcables
    - Formas de ingresos directas y fáciles de comprender
  - Alternativas de generación de ingresos
    - Venta
      - Pagos
      - Micropagos
    - Publicidad
      - Textual
      - Banners
      - Embebida
        - Ejemplo: en video u audio
    - Patrocinio
    - Afiliaciones
    - Donaciones (comunidad de usuarios)
    - Suscripciones
  - DÍA DEL EMPRENDEDOR 2008
    - 22 de mayo de 2008
    - Mallorca
    - Menorca
    - Eivissa
    - Formentera
  - PONENTES
    - Julio García Ramis de Ayreflor
      - at4.net internet y comunicación, SL
        - www.at4.net
        - 971 228870
        - jgarcia@at4.net
    - Miguel Ángel Gorrías
  - El mito de la tecnología barata
    - Con el tiempo, la tecnología tiende a abaratarse para el consumidor
    - La tecnología siempre es costosa para el emprendedor tecnológico en un entorno competitivo
    - Tecnología implica I+D+i
      - I+D+i = talento = €
      - I+D+i tiene la capacidad de generar un ROI muy elevado
    - Open Source
  - Claves
    - Modelo de negocio sencillo, claro y sólido
    - Tecnología al servicio del modelo de negocio
    - Atractivo, usable, interactivo y eficiente
  - Puede exhibir alguna o todas las características de la web 2.0
    - El software como servicio
    - La larga cola
    - El contenido, los datos marcan la diferencia
    - El aprovechamiento de la inteligencia colectiva
      - Recomendaciones
      - Conversaciones: La blogosfera
    - Los usuarios añaden valor (implícita y explícitamente)
      - Efecto de red
      - Usuarios como productores
    - Auge de modelos de programación ligeros
    - Diseño basado en estándares, usabilidad, interacción e interfaces de usuario ricas
    - El paradigma multidispositivo y el siempre conectado
  - Pero...
    - Centrado en el usuario (visto como cliente-socio)
    - Preparado para aprovechar la dimensión social
    - Predispuesto a la interoperabilidad y la extensibilidad
  - Modelos de negocio pasajeros (modas)
    - Pueden ser una oportunidad de negocio, aunque tengan fecha de caducidad
      - Ejemplo: La página de un millón de pixels
  - Modelos de negocio basados en copiar "adaptando"
    - Diferentes zonas geográficas
    - Diferentes idiomas
    - Diferentes perfiles de usuarios
    - Ejemplo: Menéame (digg)
  - Modelos de negocio basados en comunidades de usuarios
    - Ejemplo: MySpace
    - Ejemplo: Last.fm
    - La mayoría de los servicios en Internet lo son
    - Redes sociales
      - Ejemplo: Facebook
      - Ejemplo: Orkut
    - Redes profesionales
      - Ejemplo: Xing
      - Ejemplo: Linked In
    - Redes personales y de contacto
      - Ejemplo: Meetic
      - Ejemplo: Badoo
  - Modelos de negocio basados en "mashups"
    - Ejemplo: Last.fm
      - Servicios web
        - Interoperabilidad y extensibilidad
    - RSS
      - Agregación-sindicación
    - Ejemplo: Google Maps + Fotos = Panoramio
      - Combinando productos se crea valor
    - Metabuscadores y comparadores
      - Ejemplo: skyscanner.net
      - Ejemplo: Kelkoo
  - Promoción online
    - Posicionamiento orgánico
      - Maquetación web basada en estándares
    - Marketing en buscadores
  - Conceptos a tener en cuenta
    - Personalización
    - Geoposicionamiento
    - Movilidad
    - Aspectos sociales
    - Interoperabilidad
    - Web semántica