

## Módulo 2

### CASOS DE EMPRENDIMIENTO: “OUTBARRIERS”

Por **José Manuel Robles Hermoso**

Cofundador de Outbarriers

¡Hola a todos! Somos Chema y Adrián, cofundadores de Outbarriers, una *app* con impacto social. Su objetivo: mejorar la autonomía de las personas ciegas.

A pesar de la gran innovación tecnológica que supone un proyecto como Outbarriers, la mayor innovación, sin duda, está en el modelo de negocio.

Si ya de por sí un modelo de negocio es complicado de validar, así como conseguir demostrar que funciona, cuando tu proyecto es social o tiene impacto social... se hace aún más difícil.

Nuestro proyecto nació en 2014 en un concurso de ideas y prototipos para sociedades inteligentes. En aquel momento, nuestra idea era señalar las barreras arquitectónicas y obras de la ciudad para facilitar la movilidad por la ciudad a las personas ciegas.

*¿Modelo de negocio?... ¿Qué modelo de negocio?* En aquel momento dimos por hecho que las administraciones públicas y empresas que ejercerían como donantes se encargarían de pagar la “fiesta”.

**¡Error!** Las administraciones públicas estaban con las arcas vacías y las empresas medianas o grandes obvian lo social si no ven un rendimiento económico.

**¡Tocaba pivotar!** Comprobamos que en el tema de señalización y accesibilidad estaba todo por hacer. En concreto, vimos que podíamos señalar los comercios y hacerlos “visibles” para las personas ciegas colocando el dispositivo que habíamos ideado en la puerta. Esa era nuestra propuesta de valor. La gran ventaja de este modelo de negocio era que solo necesitábamos convencer al gerente del establecimiento. Es un camino que no depende de terceros. El gran inconveniente, en cambio, es que necesita cierta fuerza comercial si quieres convertir a la señalización a muchos comercios, y además rápido. Ahí pudimos identificar una actividad clave, la actividad comercial.

En la calle, validando, comprobamos que hacer el comercio visible para personas ciegas no era suficiente, no al menos para conseguir la velocidad de adquisición que necesitábamos.

Entonces hicimos otro pequeño viraje y abrimos la plataforma a otras *apps*, para que puedan reutilizar la tecnología mediante una API/SDK. Además, mejoramos nuestra oferta añadiendo dos *apps* más cuyo objetivo es atraer nuevos clientes y mejorar la fidelización de los clientes.

Con esto conseguimos una mayor conversión, pero aun así lastra un poco los números. Necesitamos ser escalables para alcanzar el *break-even* o umbral de rentabilidad.

Justo ahora estamos en otro pequeño pivotaje de nuestro modelo de negocio, orientado a permitirnos una alta escalabilidad. Para ello, lo primero es dejar de vender Outbarriers como una solución para personas ciegas con herramientas de marketing. Ahora lo vamos a vender bajo la marca de “Comercio Visible”: herramientas de marketing para los comercios que incluyen accesibilidad. Hemos cambiado, pues, nuestro público objetivo o segmento de mercado. El motivo es que muchos comercios asocian accesibilidad con obligación por ley, y



# EMPRENDE: Convierte tu idea en un modelo de negocio



aunque en el futuro es probable que sea obligatorio tener una baliza en la puerta del comercio, a día de hoy no lo es. El comercio lo sigue asociando con algo impuesto (y a nadie le gusta las imposiciones).

Esperamos que este nuevo pequeño ajuste del modelo sea válido para al menos los dos años siguientes, siendo conscientes de que en el mundo *startup*, el modelo de negocio se debate constantemente.

***¡Os iremos informando!***



UNIVERSIDAD  
DE GRANADA

**abiertaugr**  
la formación abierta de la UGR

