

# Getxo >MEETING<



## **12 de marzo** **Vuelve a plasmar tu modelo de negocio**

Cada cierto tiempo es importante establecer una estrategia y poner foco en nuestro negocio. La realidad es que de manera habitual, a las personas emprendedoras, lo urgente nos va comiendo lo importante. Y esta tarea, se va quedando en la lista “*To Do*” y va moviéndose hacia debajo de manera incontrolada, y otro año más que no nos hemos parado a pensar.

Es por esto que hemos dedicado una sesión de Getxo Meeting a hacer este ejercicio. Empezamos haciendo una recopilación de los logros conseguidos hasta ahora, y lo escribimos. Escribir ayuda mucho a la hora de coger consciencia de las cosas que nos pasan. Probablemente te darás cuenta de que has hecho muchas cosas de las que no eras consciente.

Una vez hecho un pequeño resumen del ejercicio anterior pasamos a reflejar el modelo de negocio que tenemos en este momento. La herramienta *Business Model Canvas* nos ayuda a hacer una foto del esquema general de nuestra empresa y además nos muestra de qué manera los diferentes bloques que tenemos están interrelacionados, y que todo tiene que funcionar para que sea sostenible.

En el Canvas tenemos nueve módulos interrelacionados que dan respuesta a:

- **¿Qué?:** Esto está relacionado con el pilar central del negocio. ¿Qué es lo que haces? En este apartado tendrás que centrar tu propuesta de valor. Explicar qué es lo que

haces, tu actividad y lo que te diferencia. Intentar buscar la manera más fácil de explicar cuál es el servicio o producto que vendes te ayudará a que te entiendan mejor y podrás llegar a más público objetivo. Muchas veces buscamos palabras que están de moda y lo único que conseguimos es dar definiciones que están vacías y no acaban de dar pistas de qué es exactamente lo que haces. Por ejemplo: *“Ofrezco soluciones tecnológicas a las empresas”*. Este concepto es muy amplio y caben infinidad de servicios. En cambio, si digo *“hago formación y consultoría para organizaciones sobre soluciones tecnológicas relacionadas con aplicaciones que nos facilitan la vida para llevar un trabajo en equipo más eficiente”*. Esto se va acercando más a la realidad. Cuanto más foco pongamos en todos los apartados, mejor definido vamos a tener nuestro negocio y más fácil nos va a resultar hacer un plan de acción.

- **¿A quién?** En este apartado hablaremos de la clientela, de los canales que vamos a utilizar para llegar a esas personas u organizaciones, y del tipo de relación que vamos a tener con cada segmento, si es que tenemos más de uno. Para saber más sobre las personas a las que te diriges (aunque sea una organización, también tendrás a una persona detrás) conviene complementarlo con alguna herramienta más. El mapa de empatía o una ficha persona te puede ayudar a desglosar las características comunes y a poder establecer acciones comerciales más efectivas.

- **¿Cómo?** Nos planteamos cómo vamos a hacer todo esto, qué recursos necesitamos para llevar a cabo todo lo anterior descrito, y qué actividades son necesarias para llevarlo a cabo. Importante tener en cuenta las alianzas y colaboraciones que podemos incluir en nuestro modelo de negocio. Cada vez se colabora más que se compite, lo cual es muy interesante.

- **¿Cuánto?** La parte de debajo de la plantilla del Canvas está compuesta por la estructura de ingresos y gastos. En realidad es lo que sostiene toda la parte de arriba. Aunque los primeros años sean difíciles, si esa parte no logra estar equilibrada, si los ingresos no cubren los gastos, sintiéndolo mucho, ese proyecto no será sostenible en el tiempo.

Aquí te dejamos a modo resumen las pautas para llevar a cabo esta reflexión estratégica de tu empresa. Puedes buscar por la red plantillas para descargar o fabricarte una para empezar a construir la primera versión. Ya que aunque no lo hayamos dicho antes, esto es un documento vivo y cambiante, por lo que las versiones de tu negocio irán cambiando a medida que vas avanzando, de ahí la necesidad de hacer este ejercicio de manera anual.

No lo dejes para mañana ;)