

## HERRAMIENTA

### Plan comercial



#### Participantes

Grupo Local.



#### Materiales

Papelógrafo o rotafolio, plumones o marcadores, notas adhesivas (*post-it* o papel lustre con cinta adhesiva).



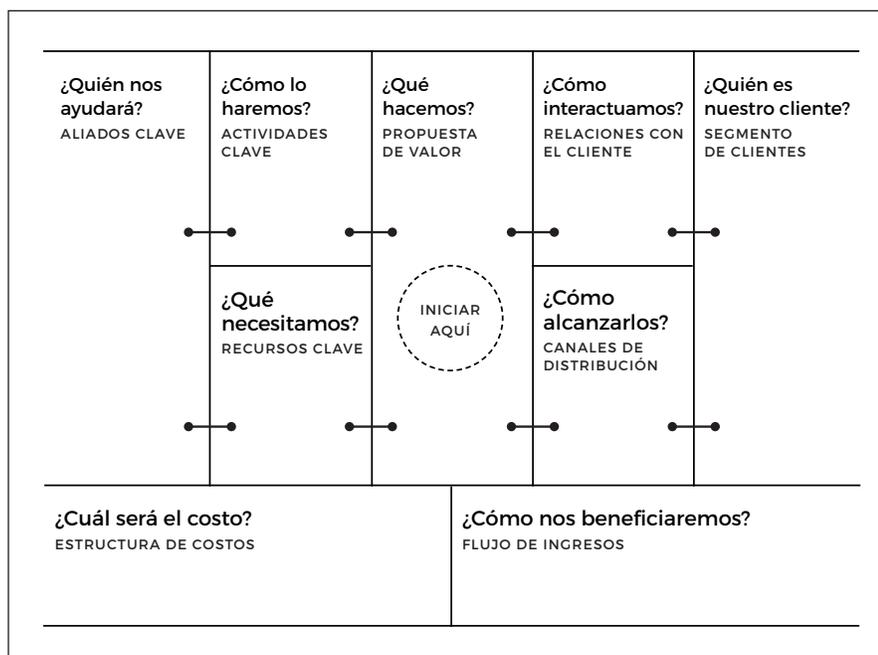
#### Tiempo

60 a 90 minutos.

Esta herramienta ayudará a definir un modelo de negocios para el barrio comercial. El diálogo y la clarificación de los diferentes puntos de vista permitirán generar una propuesta participativa, simple, acotada y cohesionada. Definir con precisión la dirección que se quiere tomar hará posible plasmar la estrategia en actividades y desafíos específicos que consideren cómo se relacionan los distintos componentes del modelo.

#### Antes de partir

Dibujar en el papelógrafo un cuadro como el siguiente:



**1** Comenzar por llenar el cuadro central, que se refiere a la propuesta de valor del modelo de negocios que se quiere proponer. Para esto responder con el grupo las siguientes preguntas: ¿Qué hacemos? ¿Qué queremos hacer? Estas preguntas ayudarán a fijar el objetivo y la meta principal del barrio comercial. Siempre se anotarán las ideas en las notas adhesivas, ya que mientras se vaya avanzando, el grupo puede ir cambiando la idea central.



#### RECOMENDACIÓN

*Siempre escribir textos breves en las notas adhesivas (ojalá no más de cinco palabras) y en letras grandes y claras.*

*No tener miedo de cambiar de recuadro las notas adhesivas, o de deshacerse de alguna idea planteada o reformularla.*

**2** Seguir rellenando con el grupo los distintos cuadros, procurando completar primero todos los de un lado (a la izquierda o a la derecha) y después los del otro.

- › ¿Cómo lo haremos? Se refiere a las actividades clave para lograr el objetivo central.
- › ¿Qué necesitamos? Apunta a esclarecer qué recursos se necesitan para alcanzar el objetivo.
- › ¿Quién nos ayudará? Esta pregunta hará pensar en los aliados clave, tanto en los actuales como en los que se necesitarán.
- › ¿Cómo interactuamos? Lleva a cuestionar cómo será la interacción con los clientes del barrio comercial; es decir, qué tipo de relación esperan los clientes que se establezca con ellos.
- › ¿Cómo alcanzarlos? Se refiere a qué canales de distribución se usarán para comunicarse con los clientes del barrio.
- › ¿Quién es nuestro cliente? Apunta a reflexionar acerca de quién es el público objetivo y qué segmentos de clientes se tiene.

**3** Finalmente, llenar los cuadros inferiores:

- › ¿Cuál será el costo? Se refiere a la estructura de costos; es decir, cuánto habrá que gastar para conseguir el objetivo central.
- › ¿Cómo nos beneficiaremos? Apunta a pensar qué y cuánto ganará el barrio comercial con las estrategias de negocios. Se debe recordar que probablemente los beneficios monetarios individuales se obtengan en un plazo más largo, sin frustrarse por ello, puesto que las acciones y los beneficios grupales son los que permitirán el fortalecimiento del barrio comercial.

El resultado será un esquema completo con todo el modelo de negocio, simplificado y visualmente claro.

#### Fuentes

Nesta (sin fecha). *DIY: Desarrollo e Impacto. Lienzo de modelo de negocio*. Recuperado de: <http://es.diytoolkit.org/tools/business-model-canvas/>

A. Osterwalder e Y. Pigneur (2010). *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. Hoboken, EE.UU.: Wiley.