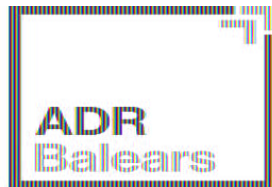


Etapa 3: creació de la empresa



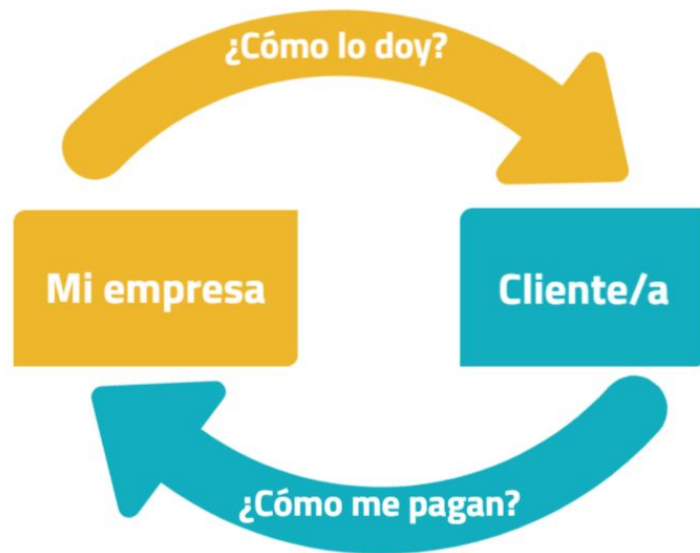
**Govern de les
Illes Balears**

Conselleria d'Empresa,
Ocupació i Energia



ibemp

En este punto debemos plantearnos cómo funciona nuestro “modelo de negocio”, es decir, cómo fluye el valor y los recursos en nuestra rueda de negocio.

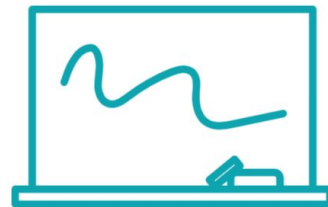


No confundir modelo de negocio con:



No es la propuesta de valor, que atiende más a qué está aportando, es el funcionamiento más completo.

No es un plan de empresa, en el que se detallan, más concretamente, qué pasos se van a seguir en un documento extenso, es el esquema general de cómo funcionan y se relacionan sus partes.



No es el Canvas, el Canvas es una herramienta que usamos para diseñarlo y mostrarlo, además hay Canvas para otros fines.

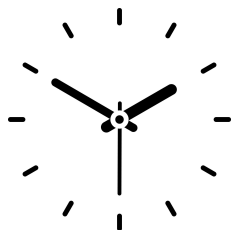
Muchas formas
de enfrentar
esta definición:

- **Buyer persona:** ficha, incluyendo unas cuestiones u otras, que define a un cliente imaginario que sirve de referencia, como si fuera una persona real.
- **Mapa de empatía:** análisis de qué cuestiones pasan por nuestro posible cliente ideal (qué ve, oye, habla, piensa...) y dentro de esto qué le gusta o no le gusta.
- **"Un día en la vida...":** Plantear un día (o varios) en la vida de dicho cliente.
- **Informes e investigaciones:** muchos sectores ya tienen informes o investigaciones sobre sus perfiles de cliente, se pueden buscar.



Consideraciones sobre canales

El canal es la forma en la que hacemos llegar el valor a nuestra clientela (o personas usuarias), solo como lo comunicamos (RRSS, cartelería, llamadas...), sino también cómo llega (venta online y envío, tienda física, a través de comerciales...). Algunas preguntas a hacer son:



Los tiempos ¿Inmediatos?
¿Permanentemente
vendiendo? ¿Solo algunos
momentos? ¿Al principio unos
luego otros?



¿Qué recursos usamos? ¿Qué
necesitamos? ¿A más ventas más
necesidad de canales? ¿Canales
distintos para tipos de clientela?



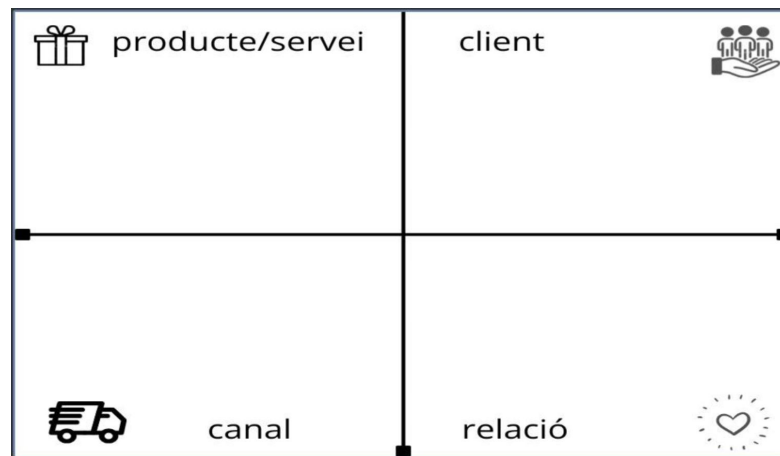
No confundir relación con canal:

La relación es la forma (abstracta) en la que nos relacionamos con nuestra clientela ¿Estamos disponibles 24/7? ¿Qué piensan de nosotros: que somos rápidos, cercanos, accesibles...? Tiene mucho que ver con el enfoque de la comunicación y qué piensan de nuestro proyecto.



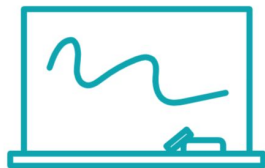
El **Canvas de negocio (*Business Canvas*)**, es una herramienta que usamos para modelar nuestro proyecto, es decir, construir el modelo de negocio. No es la única que hay, pero sí de las más versátiles.

En nuestro caso
usaremos el
"MiniCanvas":





Es importante entender que el Canvas no es una lista de apartados por rellenar de forma independiente, es una herramienta de modelaje, y, por tanto:



El Canvas es una herramienta **visual, cooperativa y dinámica**, la idea no es hacer cada apartado separado y luego juntar, sino cocrear entre todo el equipo de diseño del proyecto (más allá de que se pueda investigar o separar tareas y luego discutir las)

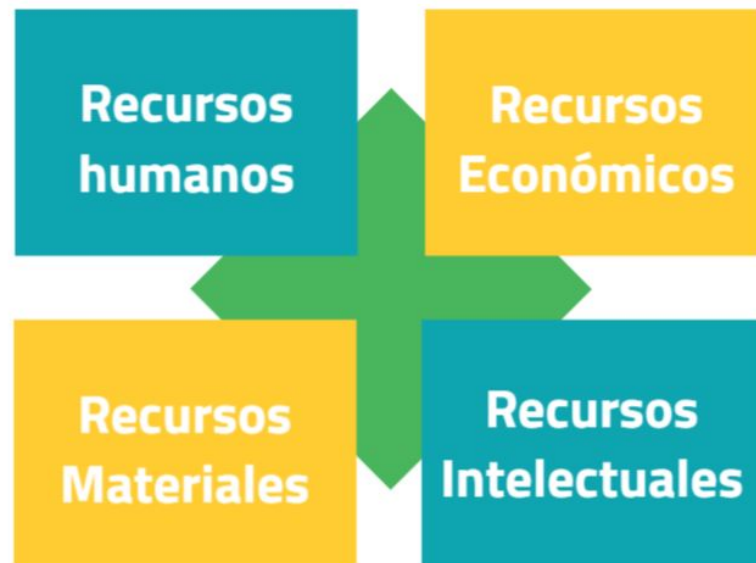
5	3			7			
6			1	9	5		
	9	8				6	
8				6			3
4			8		3		1
7				2			6
	6					2	8
			4	1	9		5
				8		7	9

El Canvas **funciona como un sudoku**, al rellenarlo vamos **reduciendo la incertidumbre**, por lo que empezamos por lo que más claro tenemos, para discutir cómo rellenar el resto (siempre siendo coherentes).



Para el análisis financiero de nuestro proyecto es clave definir muy bien nuestros recursos y su valor.

No debemos olvidar recursos humanos, intelectuales o económicos, y darle el valor que realmente tiene (aunque podamos aportarlo gratuitamente por ya poseerlo).



De forma general (podríamos profundizar más) se pueden plantear los **costes** como:

Costes fijos: los que no varían y que son imprescindible para el funcionamiento del negocio (no podemos dejar de pagarlos). No dependen de la producción.

Costes variables: los que varían en función de la actividad de la empresa. Son costes asociados a la producción y de la cantidad de producto que vendas.

Inversiones: los que “pagamos una vez” y ya lo tenemos disponible (esto no es tan sencillo, hay que hablar de amortización).

Es un error pensar que cada tipo de recurso va asociado a un tipo de coste, por ejemplo, el espacio, puede ser fijo (alquiler), puede ser variable (pagar por horas un espacio), o una inversión (comprar el espacio). Hay mucha innovación posible en cambiar los tipos de costes para cada recurso



Modelo de acta fundacional

MODELO

A , siendo las horas del
 día.....de.....de 20 , compareciendo las personas
 nombradas a continuación, como socios y socias promotores, con el
 objetivo de constituir una cooperativa, con el siguiente objeto
 social:

