

Análisis del modelo de negocio de un hotel

La realidad es tozuda, se suele decir, y su tozudez demuestra que cada vez es más importante disponer de la mejor información posible sobre nuestros mercados, segmentos e incluso empresas. Dice Lisa Gansky en su libro *La Malla* que la materia prima de las empresas, cualquiera que sea su sector, es la información, y si eso es evidente en muchos casos en el sector hotelero es vital. Y no estamos hablando sólo de la información sobre nuestros clientes, que también, sino de la información sobre nuestra propia organización, sobre nuestro modelo estructural y de negocio, sobre nuestra capacidad de dar respuesta a nuevas realidades o de generar fuentes de ingresos alternativos.

Una de las herramientas más interesantes que han aparecido para conseguir este tipo de análisis es el lienzo de modelo de negocios de Alexander Osterwalder.

El lienzo es una herramienta totalmente visual, muy influenciada por el pensamiento de diseño y que ofrece una visión completa de nuestra organización así como de las relaciones que se generan entre los distintos departamentos. El lienzo nos permite descubrir dónde está nuestra fortaleza estructural y de modelo de negocio y dónde podemos encontrar debilidades que perjudiquen nuestra posición en el mercado.

La herramienta pivota sobre la oferta de valor que ofrecemos al mercado. A partir de ahí se divide en tres zonas. A la derecha se muestra cómo trasladamos esa oferta de valor al mercado, a qué segmentos nos dirigimos, qué tipo de relación tenemos con ellos y qué canales de distribución, comercialización y comunicación utilizamos.



A la izquierda definimos nuestras acciones internas para crear esa oferta de valor mostrando cuáles son nuestros recursos y actividades clave para crearla y qué partners son fundamentales para ello, aquellos sin los que esa oferta de valor sería imposible.

Para finalizar sustentamos todo el lienzo sobre dos casillas fundamentales: las fuentes de ingresos y la estructura de costes.

Una vez determinado nuestro modelo de negocio, es decir, una vez rellenas las casillas es interesante observar cómo se relacionan entre ellas y qué nivel de influencia tienen para determinar los puntos fuertes y débiles de nuestra organización.

Una buena utilización del lienzo de modelo de negocios nos va a ofrecer una valiosísima información y nos va a ayudar a mejorar nuestra capacidad de gestión, nuestra oferta de valor y la posibilidad de crear fuentes alternativas y/o complementarias de ingresos para nuestro negocio. Y no olvidemos la posibilidad de analizar a nuestra competencia estudiando hasta qué punto nuestra oferta es diferencial y puede ser vista por nuestros mercados como distinta.

suscripción rápida

con un 'click'

Otros artículos que le pueden interesar:

Suavizar el impacto del COVID en la Gestión de Ventas de un Hotel

[Read More](#)

Los errores mas comunes del Liderazgo

[Read More](#)

Liderazgo en una crisis: respuesta de un buen director de hotel al brote de coronavirus

[Read More](#)

El Branding, o Crear una Marca Hotelera que marque la diferencia

[Read More](#)