



CRECIENDO JUNTAS EN LAS AMÉRICAS

CHALLENGE DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL PARA LA
INTERNACIONALIZACIÓN



¡Bienvenidas de vuelta!

El día de hoy iniciamos con un nuevo tema: **Modelo de negocio**

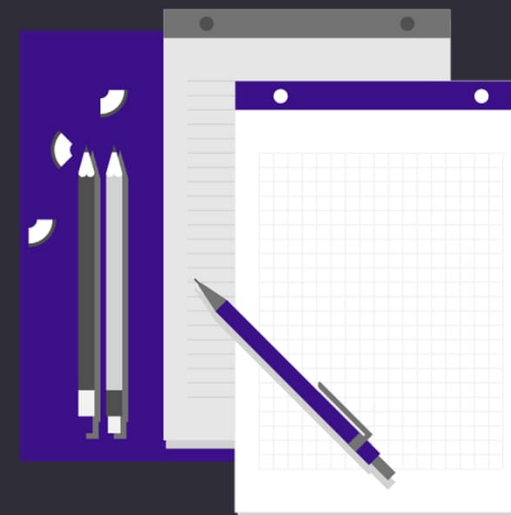
Objetivo: Comprender la importancia de colocar al cliente en el centro de la construcción de productos/servicios y cómo encontrar oportunidades para el negocio a través de la **generación del valor y el desarrollo de relaciones con la competencia.**

Clases:

- 1 **Nivelación:** Propuesta de valor
- 2 **Innovación:** Canvas y modelo de negocios de plataformas
- 3 **Transformación:** Agregación de valor en el modelo operativo
- 4 **Herramienta:** Mapa de modelos de negocio disruptivos



Estamos aquí –
Martes 19 de abril



Agenda

1. **Anuncios importantes**
2. **Propuesta de valor**
3. **Indicadores para cambiar la propuesta de valor**
4. **Adaptar la propuesta de valor**
5. **Q&A**
6. **Retroalimentación reto individual Tema 1**
“Generador de estrategias para redes de clientes”



Anuncios importantes



Se extiende el plazo de entrega del reto grupal hasta el **Viernes 22 de abril**



Aprovecha la sesión de **Q&A (preguntas y respuestas)** para hacer preguntas.



Recuerda que en **la Academia ConnectAmericas** en la sección Tema 3, clase 1 se encuentra disponible este material en Inglés, Español y Portugués.



El **chat** está reservado para los comentarios que quieras compartir. ¡Recuerda que te estamos leyendo!



Si tienes algún problema, ponte en contacto con nosotros en: creciendojuntas@connectamericas.com



Si realizaste la encuesta de diagnóstico del IMD, en la Academia ConnectAmericas en la sección ¡Bienvenida! encontrarás el **informe del IMD y tus resultados individuales**



Este es un entorno de aprendizaje, venimos a aprender, a equivocarnos, a reflexionar, a cambiar de opinión, **y todo es bueno!**

Agenda

1. Anuncios importantes
2. **Propuesta de valor**
3. Indicadores para cambiar la propuesta de valor
4. Adaptar la propuesta de valor
5. Q&A
6. Retroalimentación reto individual Tema 1
“Generador de estrategias para redes de clientes”



Mateo De Los Ríos

Director ejecutivo – Business Consulting

Mateo es Economista y Administrador de empresas con Maestría en Finanzas Aplicadas.

Cuenta con más de 15 años de experiencia en consultoría, estructuración de proyectos, asociaciones público privadas, banca de inversión y riesgos financieros.

Se ha desempeñado en cargos directivos en el sector privado y público.

Se caracteriza por su habilidad comercial, énfasis en el detalle y espíritu empresarial.

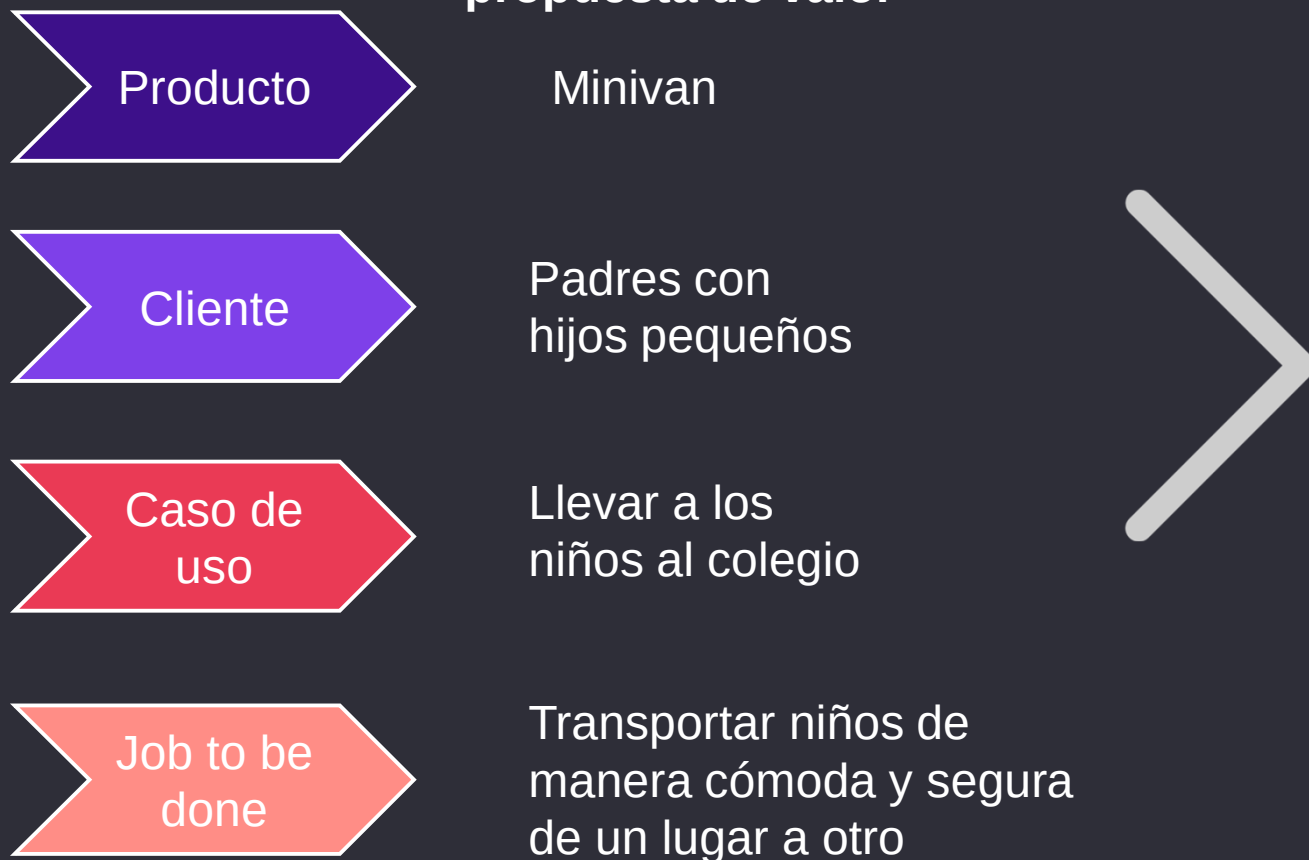


Para poder sacar provecho de nuestras relaciones con los coompetidores **primero debemos definir claramente cual es nuestra propuesta de valor**

| ¿Qué es la propuesta de valor?

*“Describe los **beneficios**, que los clientes **esperan** sobre los productos y servicios que la empresa ofrece” Alex Osterwalder & Yves Pigneur*

Conceptos de mercado que ayudan a construir la propuesta de valor



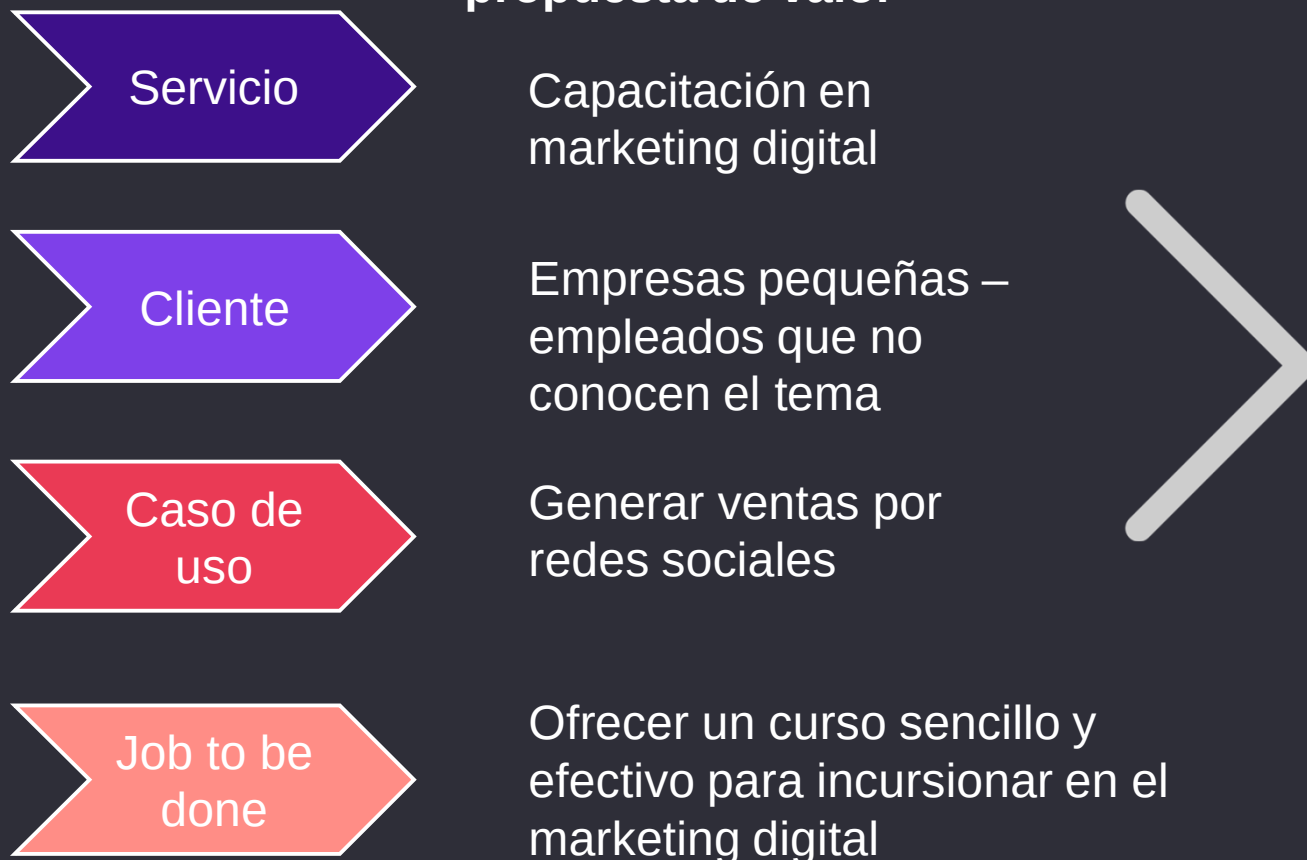
Propuesta de valor

- Transporte confiable
- Acomoda múltiples pasajeros
- Alta seguridad en caso de accidentes
- Personalización (ej. Clima, audio)
- Entretenimiento para los pasajeros (ej. Video o wifi)

| ¿Qué es la propuesta de valor?

*“Describe los **beneficios**, que los clientes **esperan** sobre los productos y servicios que la empresa ofrece” Alex Osterwalder & Yves Pigneur*

Conceptos de mercado que ayudan a construir la propuesta de valor



Propuesta de valor

- Personalizado
- Corto y fácil de entender
- Presenta herramientas gratuitas
- Énfasis en redes sociales

| ¿Qué es la propuesta de valor?

Características

- Definida para un segmento del mercado específico – **centrada en el cliente**
- Genera **valor agregado**, beneficios y ganancias al cliente
- Permite evaluar **amenazas** e idear **innovaciones**



Al final del día la propuesta de valor debe ser tratada como una estrategia de marketing que tiene como objetivos:

- Transmitir de manera objetiva y directa como mi producto o servicio agrega valor para un segmento específico del mercado
- Generar un valor diferenciador entre mis productos y servicios con respecto a la competencia

Agenda

1. Anuncios importantes
2. Propuesta de valor
3. Indicadores para cambiar la propuesta de valor
4. Adaptar la propuesta de valor
5. Q&A
6. Retroalimentación reto individual Tema 1
“Generador de estrategias para redes de clientes”



Indicadores para cambiar la propuesta de valor



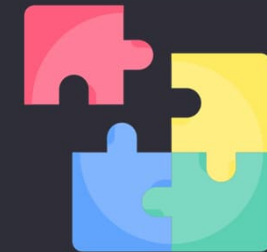
Nuevas
tecnologías



Cambios en las
necesidades de los
clientes

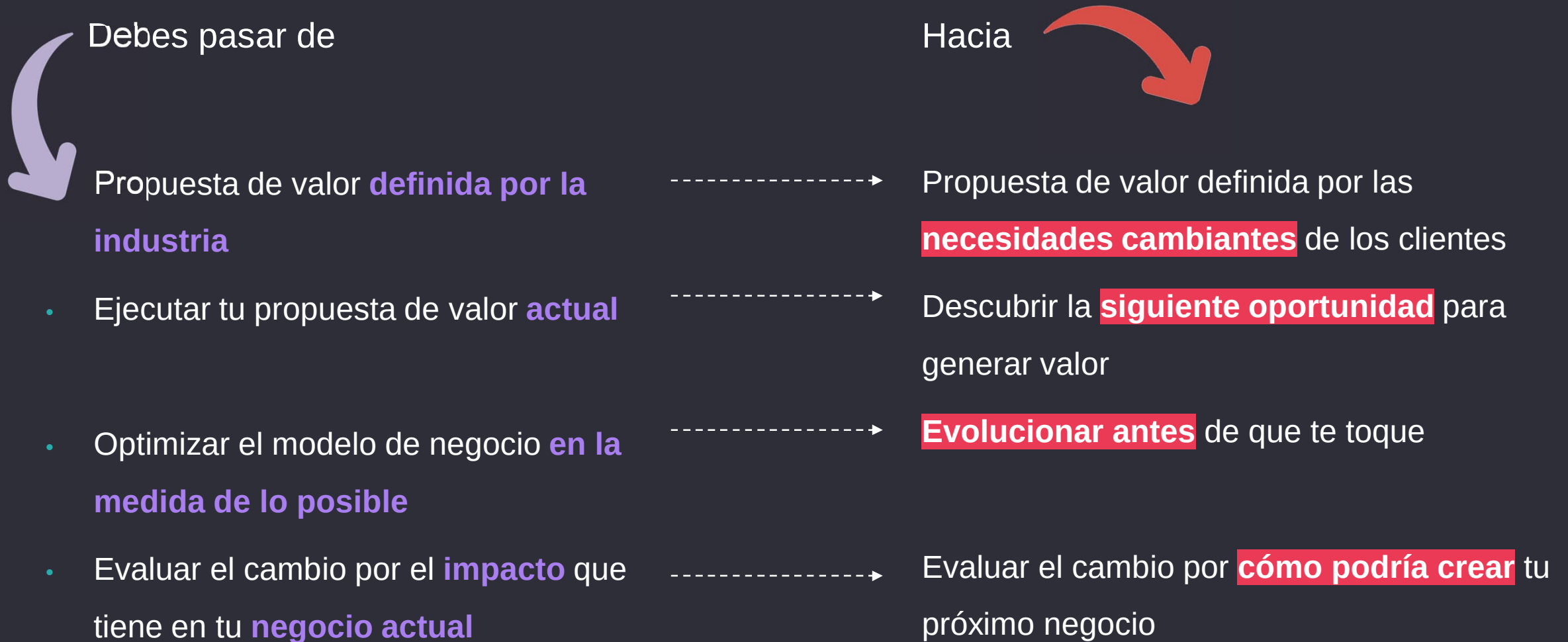


Aparición de
substitutos



Declive de la relevancia del
producto o servicio

Repensar el negocio... es repensar la propuesta de valor



Ejemplos

Hay muchas empresas pequeñas y medianas que han identificado necesidades del cliente y del mercado que las han llevado a **cambiar su propuesta de valor** y abrir las fronteras de sus negocios.

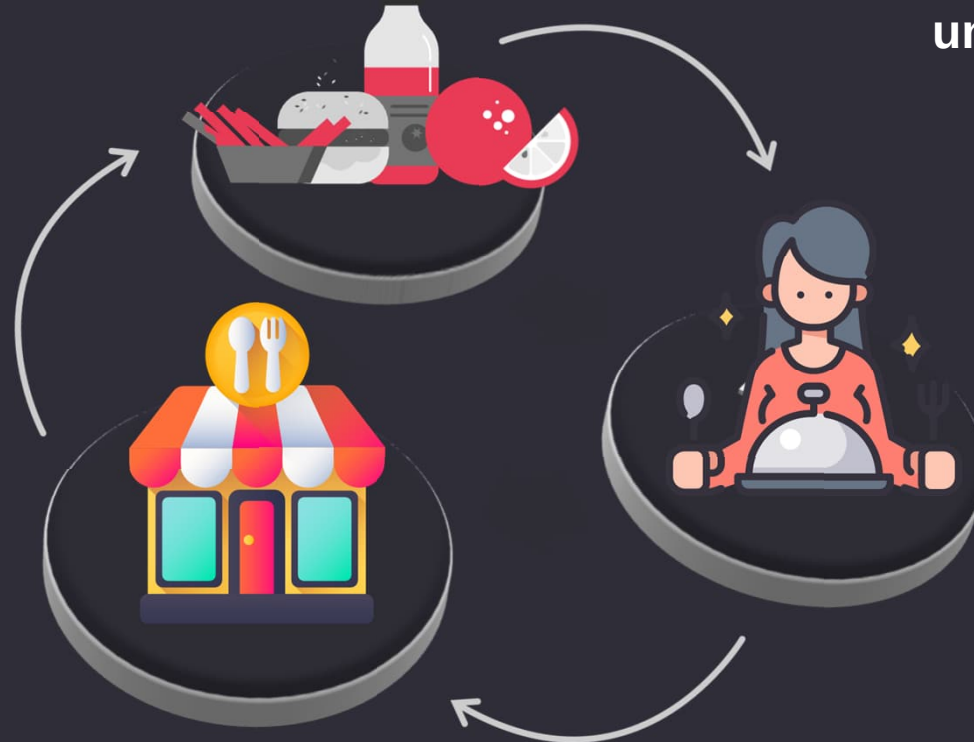
¿Quién habría pensado que hasta el negocio de los corrientazos (restaurantes de comida casera) se tendría que adaptar?





¿Cómo funciona?

3. Cuando estés listo,
devuelve el Reusabol en
cualquier restaurante de
nuestra red



1. En el restaurante pide
tu comida para llevar en
un Reusabol

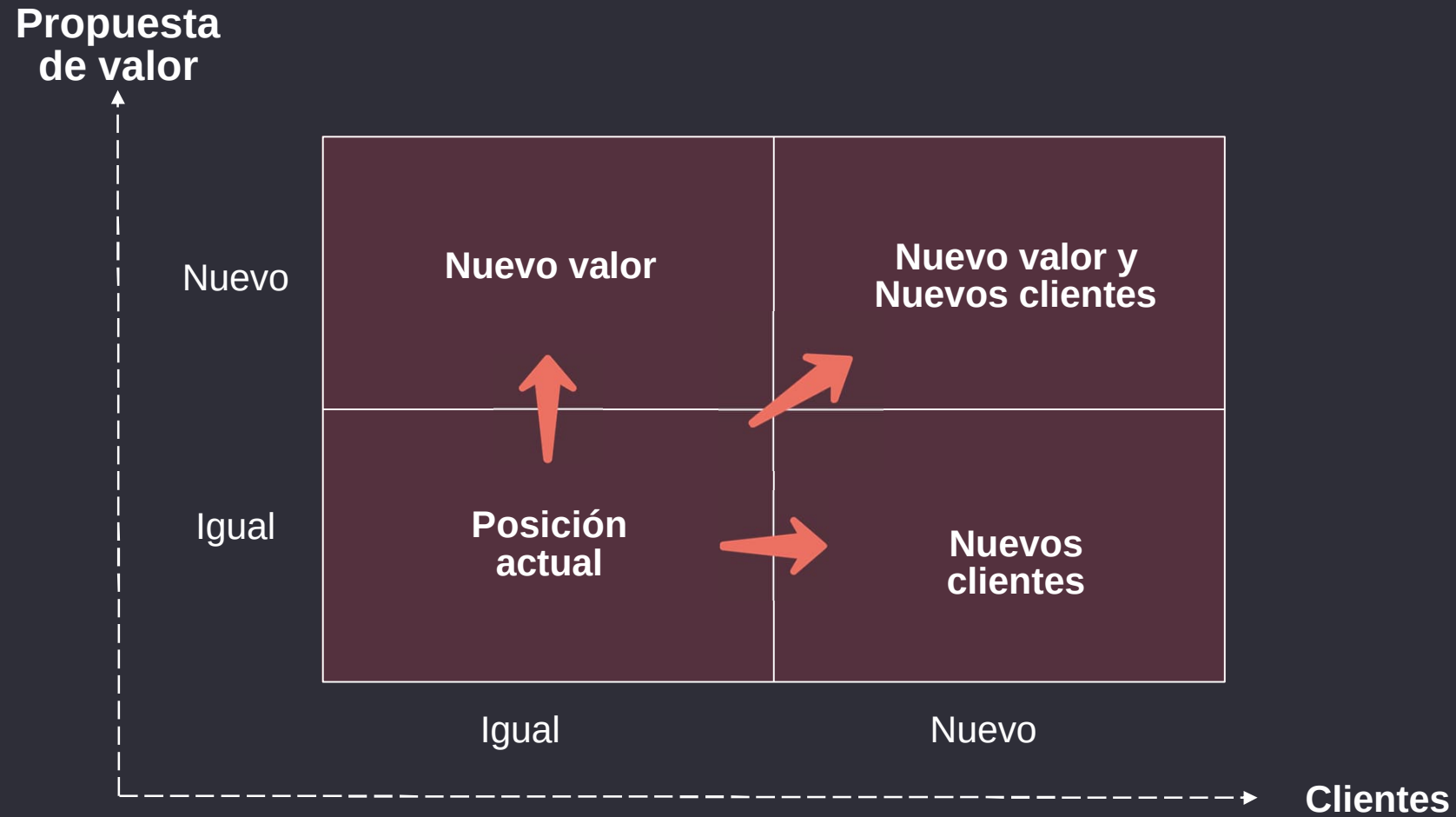
2. Disfruta tu comida
donde y cuando quieras

Agenda

1. Anuncios importantes
2. Propuesta de valor
3. Indicadores para cambiar la propuesta de valor
4. Adaptar la propuesta de valor
5. Q&A
6. Retroalimentación reto individual Tema 1
“Generador de estrategias para redes de clientes”



Adaptar la propuesta de valor



Adaptar la propuesta de valor

Nuevos clientes

El pensamiento creativo puede **identificar un nuevo cliente o caso de uso** para el mismo valor que tu empresa está ofreciendo actualmente.



Fábrica de
papel



Estudios de
fotografía

Adaptar la propuesta de valor

Nuevo valor

Adaptar su propuesta de valor requiere que una empresa esté dispuesta a apartarse de lo que le ha dado éxito en el pasado. Cuando se enfrenta a una disminución de la relevancia y la demanda de sus ofertas, una empresa debe preguntarse **¿Cómo puedo ser tan valioso para mis clientes como antes, o más?**



Tienda de
ropa



Libros



Kindle

Adaptar la propuesta de valor

Nuevo valor + Nuevos clientes

Normalmente, esto puede ocurrir cuando un **cambio drástico en la propuesta de valor** logra **atraer a un nuevo mercado de clientes**.



Comics



Películas

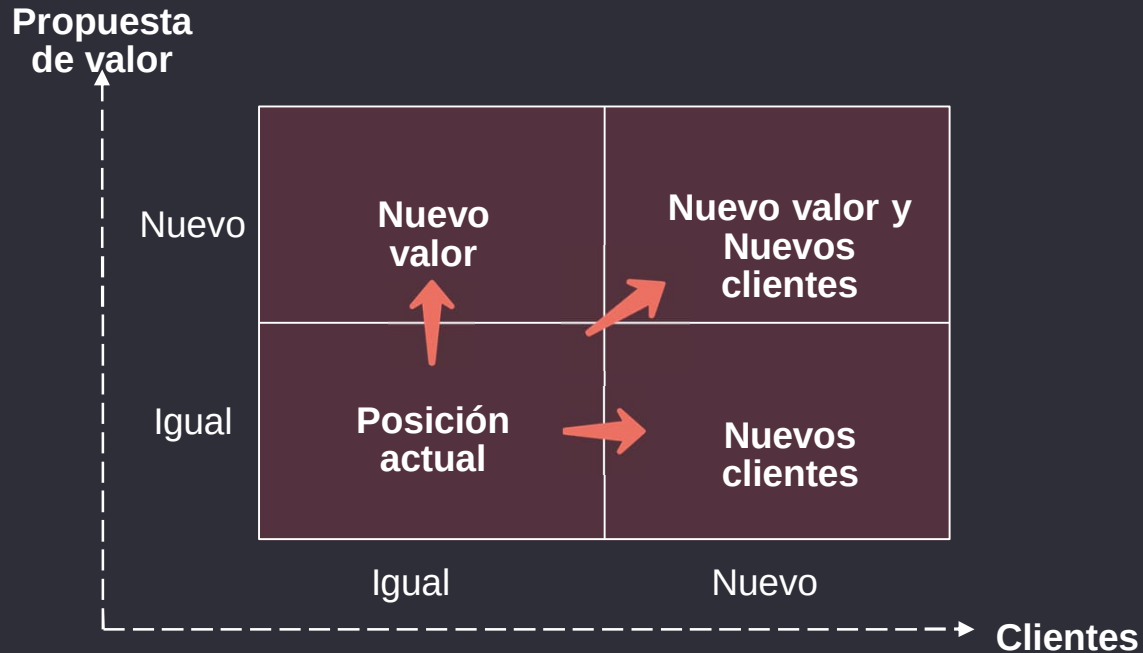


Arcade



Casinos –
maquinas
tragamonedas

Adaptar la propuesta de valor



!Manos a la obra!



Tiempo de trabajo: 15 min
Presentación voluntaria: 10 min

Considerando lo que viste en el Tema 2. Experiencia de usuario y lo aprendido en la clase de hoy define:

1. **Segmento de cliente** para el cual deseas cambiar tu propuesta de valor
2. **Propuesta de valor actual** para ese segmento de cliente
3. Estrategia para **adaptar** tu propuesta de valor (Nuevos clientes, nuevo valor o ambos)

Q & A

¡Vamos a compartir!

En este espacio buscamos resaltar los mejores retos individuales del Tema 1.
Inmersión Digital

Tiempo: 10 minutos



¡GRACIAS!

Nos vemos el próximo martes



Por favor ingresa a este link y completa la encuesta de retroalimentación de la clase:

<https://forms.office.com/r/6Z8HPki2x9>

Tu opinión es muy importante para nosotros.