



CRECIENDO JUNTAS EN LAS AMÉRICAS

CHALLENGE DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL PARA LA
INTERNACIONALIZACIÓN



Agenda

1. **Anuncios importantes**
2. **Disrupción en el mundo de negocios**
3. **Los dos lados del modelo de negocio**
4. **Herramienta: El mapa de modelos de negocios disruptivos**
5. **Q&A**



Anuncios importantes



Se acerca la fecha de entrega del **reto grupal** "Modelo Operativo" - 19 de mayo



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



Nuestra próxima **masterclass** también es el 19 de mayo, así que no te la pierdas



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



Recuerda que en **la Academia ConnectAmericas** en la sección Tema 3, clase 4 se encuentra disponible este material en Inglés, Español y Portugués.



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

I Reto Individual

 Modelo de negocio




Fecha límite de entrega: **26/may/22**



Descargar en ConnectAmericas Academy



Criterios de ascenso:

Elementos	Peso
Asistencia a clase (en vivo)	15%
Envío de preguntas/contribuciones en el Foro de Preguntas y Respuestas	25%
Formulario de evaluación del curso	10%
 Evaluación del Reto Individual	30%
Evaluación del Reto grupal	20%
Puntos extra	*

*Cada herramienta adicional presentada se calificará sobre 20 puntos



Mundo digital y datos



Experiencia de usuario



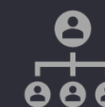
Liderazgo y propósito



Modelo de negocio



Finanzas



Agilismo y nuevas formas de trabajo

Agenda

1. Anuncios importantes
2. **Disrupción en el mundo de negocios**
3. Los dos lados del modelo de negocio
4. Herramienta: El mapa de modelos de negocios disruptivos
5. Q&A



Empezamos este tema trabajando en la propuesta de valor...



Entendimos dónde estamos ahora y hacia dónde queremos ir



Definimos nuestro **modelo de negocio** y descubrimos nuevas formas de crear valor para nuestras redes de clientes en la era digital



Y, por último, echamos un vistazo al interior, evaluando nuestro **modelo operativo**, es decir, nuestra forma de hacer negocios

//

Incluso si tu empresa **absorbe el mejor pensamiento estratégico de la era digital...**
Todavía es posible que acabe enfrentándose a una amenaza verdaderamente disruptiva.

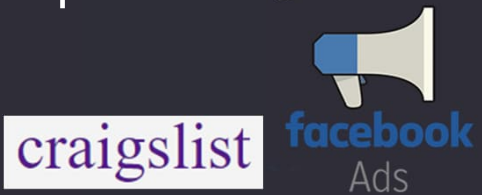
Primero debemos entender qué es la disrupción en los negocios

La **disrupción empresarial** se produce cuando un sector existente se enfrenta a un competidor que **ofrece un valor mucho mayor** al cliente de una manera con la que las empresas existentes no pueden competir directamente.

Nuevo servicio



Anuncios publicitarios en periódicos



Website de anuncios publicitarios

Intermediación

Domicilios de restaurantes



App de domicilios



Sustitución



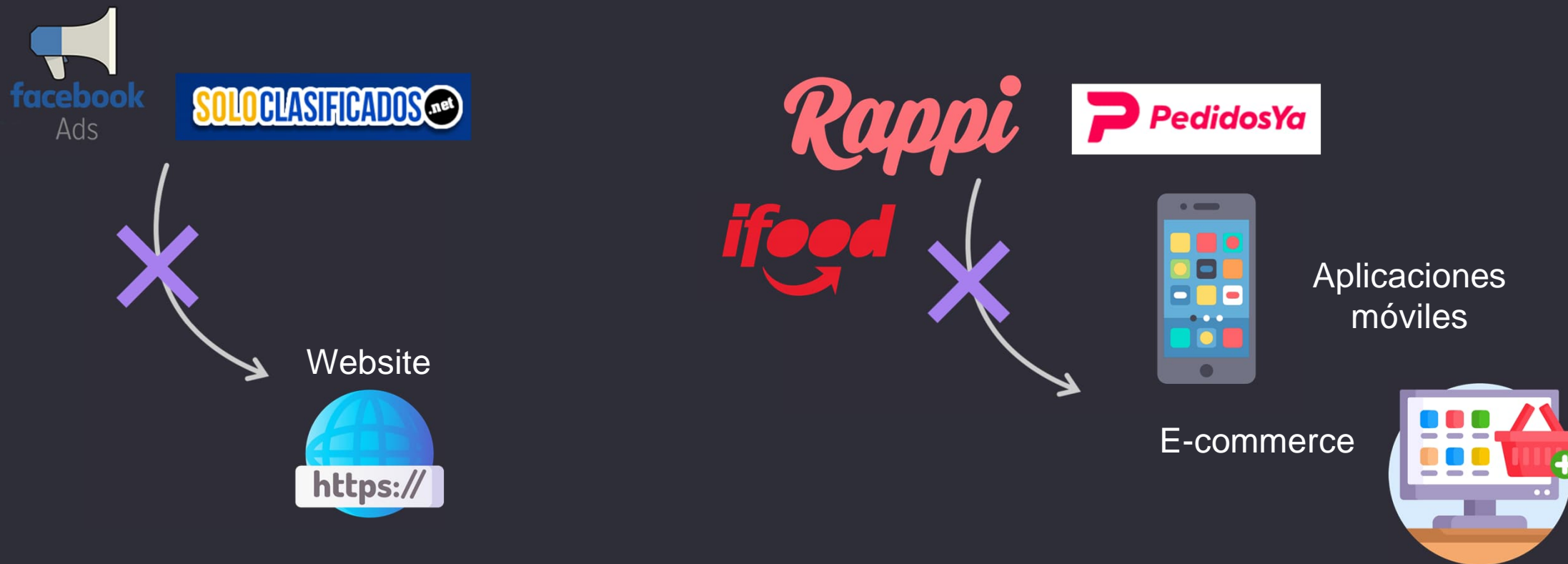
Industria hotelera



Mercado online de alojamientos

Muchos de los mayores disruptores actuales no están introduciendo una nueva tecnología en el mercado...

Están **aplicando la tecnología establecida al diseño de un nuevo modelo de negocio.**

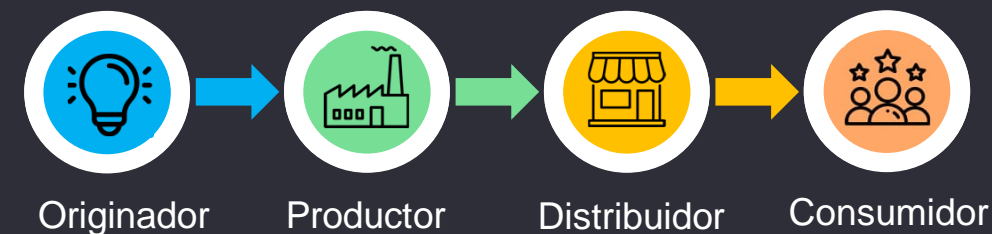


Antes de hablar de las formas de disrumpir mercados, hay que tener en cuenta algunos conceptos

El modelo de negocio y el diamante



El tren de valor competitivo



Incumbentes: empresas que ya están bien establecidas en el mercado, tienen una gran parte de la cuota de mercado o hacen negocios de forma tradicional.



Desafiantes: nuevas empresas que buscan disrumpir el mercado a través de la innovación, un modelo de negocio único y diferente y nuevas formas de trabajar.



Los dos lados del modelo de negocio

Propuesta de valor: el valor que una empresa ofrece al cliente.



- Casos de estudio y mejores prácticas
- Experticia del mercado
- Relación con las participantes
- Acceso a la comunidad ConnectAmericas

Red de valor: habilita la propuesta de valor. Personas, socios, activos, procesos.



Originador

Productor

Distribuidor

Consumidor

- Plataforma en línea
- Coordinadores del programa
- Red de mujeres de negocios
- Marca y reputación de ConnectAmericas
- Socios
- Cámaras de comercio

Para poder disrumpir un negocio existente, un desafiante debe poseer un **diferencial significativo** en cada lado del modelo de negocio

Todo disruptor tiene una diferencia en la **propuesta de valor** que desplaza drásticamente el valor proporcionado por el incumbente



Precio

- Precio de envío de diferentes lugares v. pago mensual
- Compra de música (CDs, iTunes) v. suscripción a Spotify
- Suscripción mensual a alimentos, ropa, etc.



Gratis u oferta "freemium"

- Plan básico - gratuito
Funciones adicionales - premium
- Prueba un producto gratis, devuélvelo si no te gusta o cómpralo



Integración (o reagrupación)

- Libretas de direcciones, cámara, mapas, calendario, correo electrónico, llamadas telefónicas y mensajes de texto v. smartphone
- Café y tazas
- Paquetes de vacaciones (vuelos, transporte, hoteles, turismo)



Desagregación

- Dividir los grupos de productos / servicios tradicionales

Todo disruptor tiene también una diferencia en la **red de valor** que crea una barrera a la imitación por parte del incumbente



Canales



Socios



Redes



Modelo de
ingresos



Datos



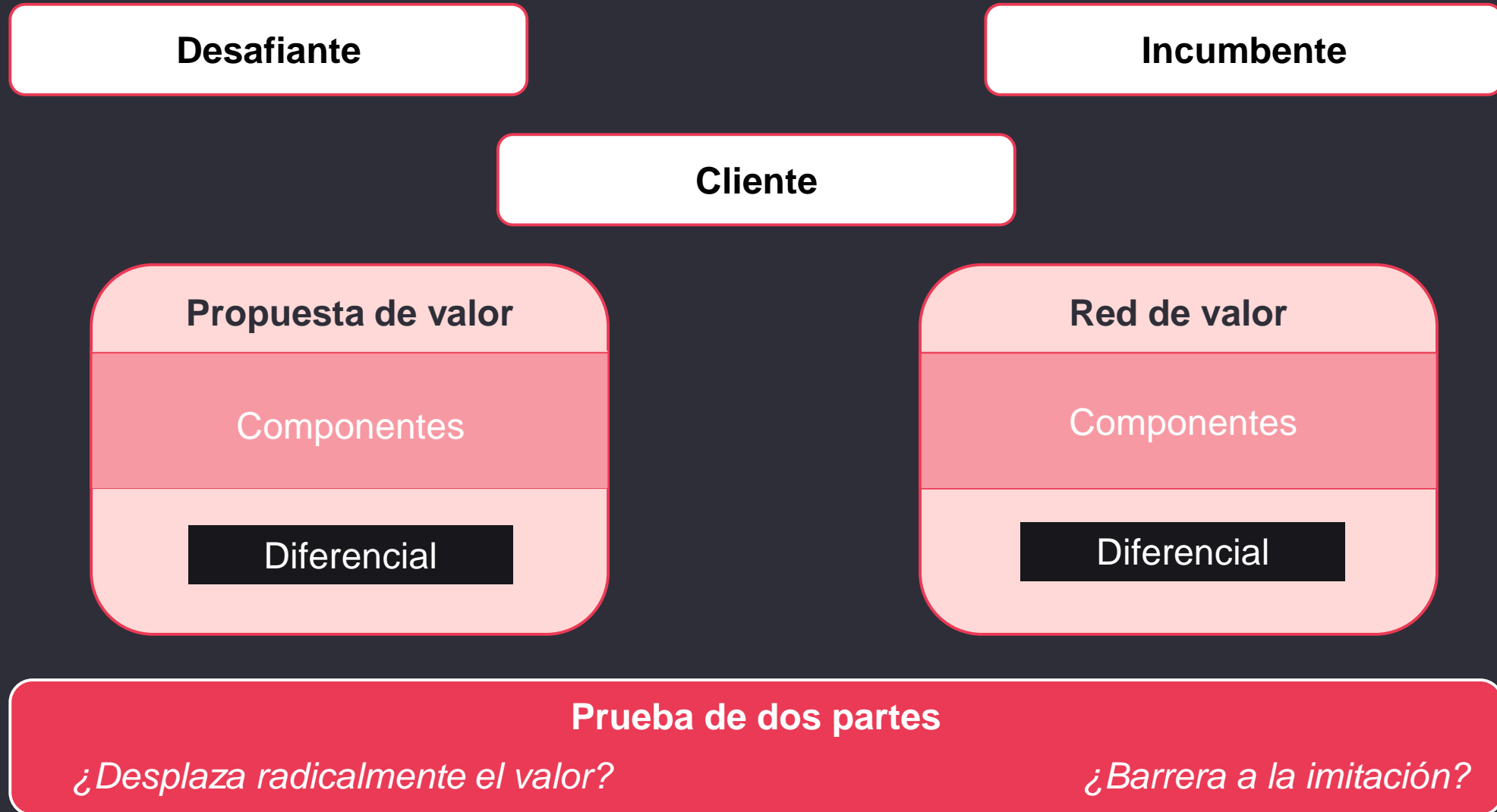
Habilidades y
procesos

Agenda

1. Anuncios importantes
2. Disrupción en el mundo de negocios
3. Los dos lados del modelo de negocio
4. Herramienta: El mapa de modelos de negocios disruptivos
5. Q&A



Herramienta: El mapa del modelo de negocio disruptivo



Herramienta: El mapa del modelo de negocio disruptivo

Desafiante

¿Cuál es el negocio potencialmente disruptivo?

El desafiante que identificas aquí puede ser:

- Un nuevo competidor
- Tu propia empresa emergente, que intenta disrumpir un sector existente.
- Una nueva empresa o iniciativa potencial dentro de tu organización cuyo potencial disruptivo quieres poner a prueba.

Incumbente

¿Quién es el incumbente?

Puedes elegir entre:

- Una categoría de empresas relacionadas (por ejemplo, cadenas de alquiler de vídeos)
- O un ejemplo líder de la categoría (por ejemplo, Blockbuster)

Si tu eres el desafiante, puede identificar varios incumbentes que puedan verse amenazados por tu nuevo modelo de negocio, pero para el propósito de este ejercicio debes centrarte en UNO.

Herramienta: El mapa del modelo de negocio disruptivo

Cliente

¿Quién es el cliente objetivo?

Este es el cliente al que sirve el desafiante. En algunos casos, puede ser un cliente directo del incumbente, pero también podría ser otro grupo clave (por ejemplo, un desafiante podría disrumpir al incumbente robándole todos sus empleados).

Una vez más, es posible que un desafiante intente usurpar la relación del incumbente con más de un tipo de cliente. Elije UNO para este ejercicio.

Propuesta de valor

¿Cuál es el valor que ofrece el desafiante al cliente objetivo?

- Es muy importante responder a esta pregunta desde el punto de vista del cliente: ¿Qué beneficios puede obtener?
- Describe el producto o servicio que ofrece el desafiante, centrándote en el beneficio para el cliente: ¿Qué valor puede obtener de la oferta del desafiante?
- Puedes consultar la lista de componentes diferenciales de propuestas de valor mencionada en clase: precio, oferta freemium, agrupación, desagregación.

Diferencial de la propuesta de valor

¿En qué se diferencia la propuesta de valor del desafiante de la del incumbente?

- Se trata de identificar los elementos de la propuesta de valor del competidor que son **únicos y diferentes**.
- El diferencial de la propuesta de valor puede incluir beneficios, pero también déficits, que deben indicarse como tales; por ejemplo, en el caso de los libros electrónicos, como contrincante de los impresos, podría indicarse “más difícil de leer con luz solar directa”.

Red de valor

¿Qué permite al desafiante crear, entregar y obtener valor de su oferta al cliente?

- Tu objetivo es identificar todo (**personas, socios, activos y procesos**) lo que permita al desafiante ofrecer su propuesta de valor.
- Si el desafiante es nuevo, este paso debería ayudar a identificar las preguntas sin respuesta sobre su modelo de negocio y si realmente será capaz de ofrecer la propuesta de valor que promete al mercado.

Diferencial de la red de valor

¿En qué se diferencia la red de valor del desafiante de la del incumbente?

- Identifica los elementos de la red de valor del desafiante que son **únicos y diferentes**.
- ¿La oferta del desafiante se basa en un **activo de datos único** o en **habilidades específicas**? ¿Llega al mercado a través de **canales diferentes** a los que utiliza el incumbente? ¿Tiene el desafiante un **modelo de precios** diferente o una **estructura de costos** distinta (por ejemplo, menos gastos generales de espacio o personal)? ¿El desafiante se lanza al mercado centrándose en un **segmento de mercado** diferente?

Prueba de dos partes

¿Supone el desafiante una amenaza disruptiva para el incumbente?

Parte 1: ¿La propuesta de valor del desafiante desplaza drásticamente la propuesta de valor proporcionada por el incumbente?

Si la respuesta es no, el incumbente debe ser capaz de responder igualando, o siendo muy competitivo, el valor que el desafiante ofrece al cliente.

Si la respuesta es sí, hazte la siguiente pregunta:

Parte 2: ¿Alguna de las diferencias en las redes de valor crea una barrera que impida al incumbente imitar al desafiante?

Si la respuesta es no, el incumbente posiblemente tendrá que sacrificar parte de sus márgenes de beneficio actuales, al igual que lo haría en una guerra de precios con un competidor tradicional.

Si la respuesta es sí, el desafiante ha superado las dos pruebas de la disrupción del modelo de negocio. El valor que ofrece al cliente superará drásticamente el valor aportado por el incumbente, y éste se enfrentará a barreras estructurales intrínsecas que le impedirán responder directamente.

RETO INDIVIDUAL "El mapa del modelo de negocio disruptivo"



Fecha de entrega: **Jueves, 26 de mayo**

Consulta la Academia ConnectAmericas para obtener instrucciones detalladas.

Q & A

¡Gracias!

Nos vemos el próximo martes



Por favor, accede al siguiente enlace y danos tu opinión sobre la clase de hoy:

<https://forms.office.com/r/R6hE8JH3q4>

Su opinión es muy importante para nosotros.