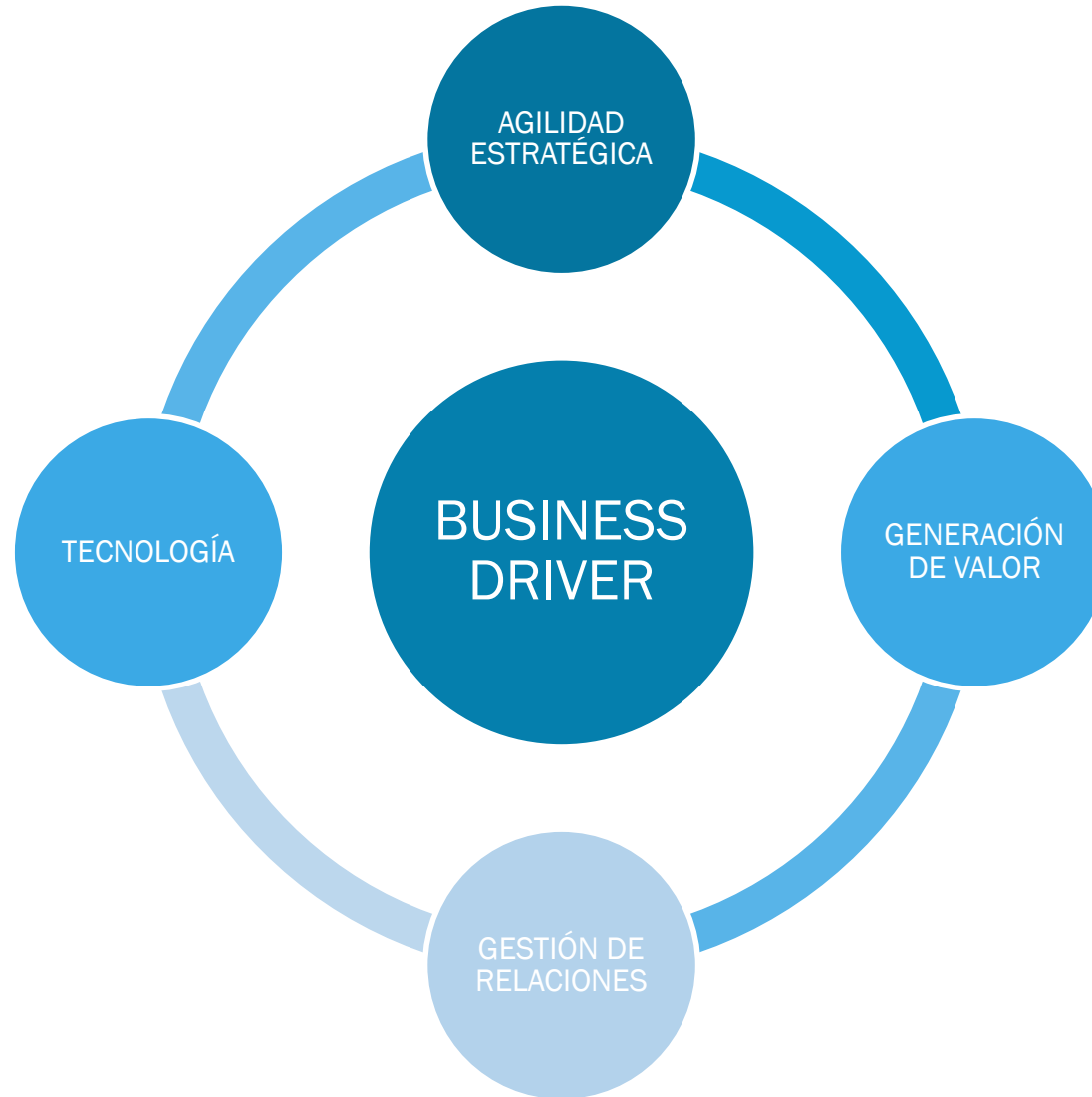


TEMA 1. TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y NEGOCIO ELECTRÓNICO

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE

- Ser capaz de entender el escenario actual que rodea a las organizaciones
- Comprender la transformación digital en la que está inmersa la mayoría de los negocios y poder definirla y afrontarla
- Poder definir un negocio electrónico y comprender su diseño arquitectónico

ESCENARIO ACTUAL



ESCENARIO ACTUAL

AGILIDAD
ESTRATÉGICA

RÁPIDA RESPUESTA
AL MERCADO

EMPRESAS TECNOLÓGICAS

Apple rebaja el sueldo a Tim Cook por no lograr los objetivos

La empresa de la manzana facturó un 7,7% menos en 2016
El consejero delegado cobrará 8,3 millones de euros

EP - NUEVA YORK 06-01-2017 18:34

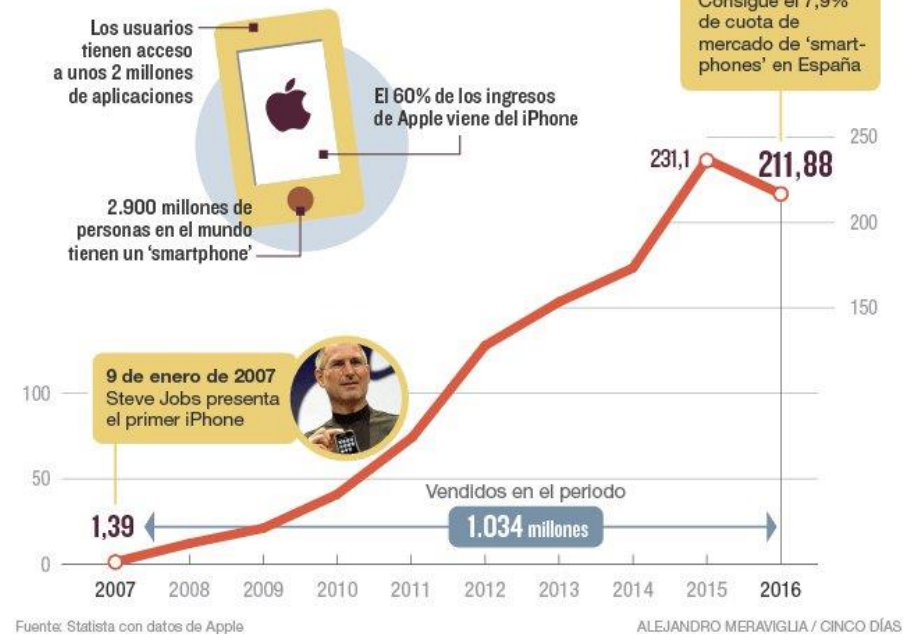


Ver comentarios



Diez años del iPhone

Millones de iPhones vendidos desde 2007 a 2016 en el mundo.
En años fiscales de Apple (de octubre a septiembre)



ESCENARIO ACTUAL

AGILIDAD
ESTRATÉGICA

RÁPIDA RESPUESTA
AL MERCADO

BQ, una proeza local con retos de futuro

+ BQ teme sufrir este año su primera caída en las ventas

MARIMAR JIMÉNEZ - MADRID 19-04-2016 11:15



TEMAS RELACIONADOS:

ZTE LG Electronics Kazam Huawei Xiaomi LG Group Wiko Mobile
BQ Smartphones · Samsung Electronics · Sony Corporation · Apple · Empresas
Telecomunicaciones



Alberto Méndez, uno de los fundadores y consejero delegado de BQ. (i)

Tecnología

La española BQ vende el 51% al fabricante vietnamita Vingroup

- El empresa lleva a cabo la operación tras sufrir la dura competencia de Huawei y Xiaomi
- BQ tenía difícil mantener su independencia tras recortar un 20% sus ingresos en dos años



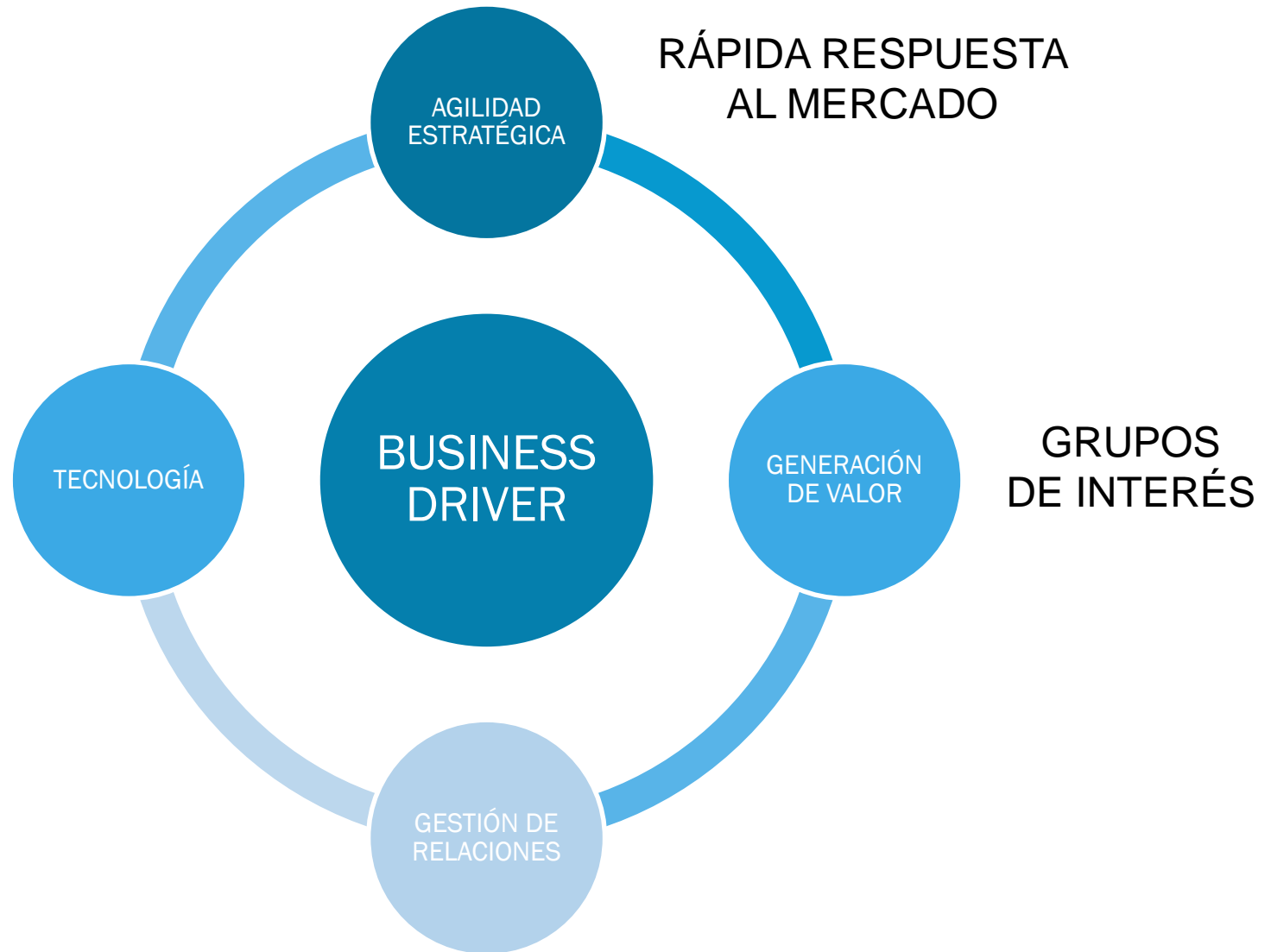
MARIMAR
JIMÉNEZ

BUSIN
DRIV

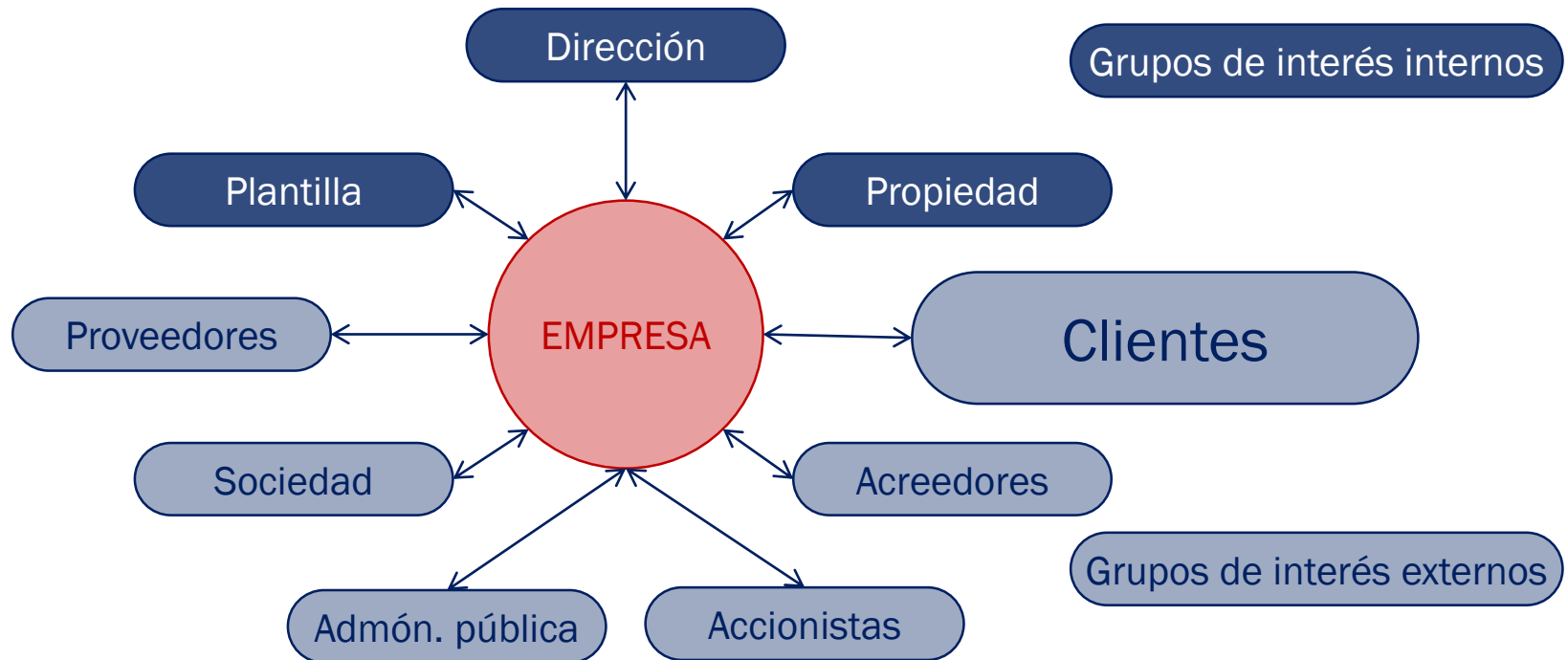
GESTIÓN
RELACIO



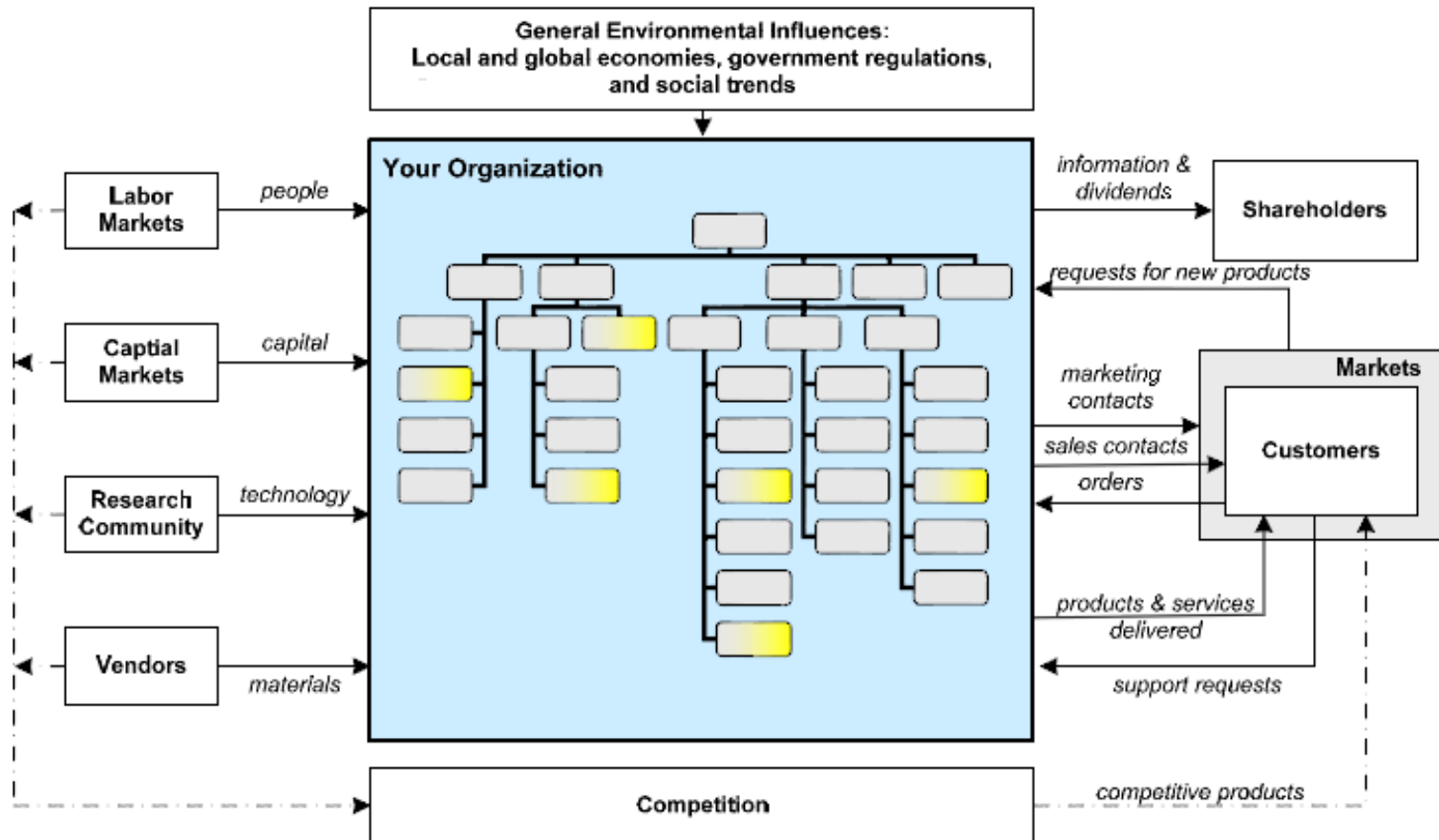
ESCENARIO ACTUAL



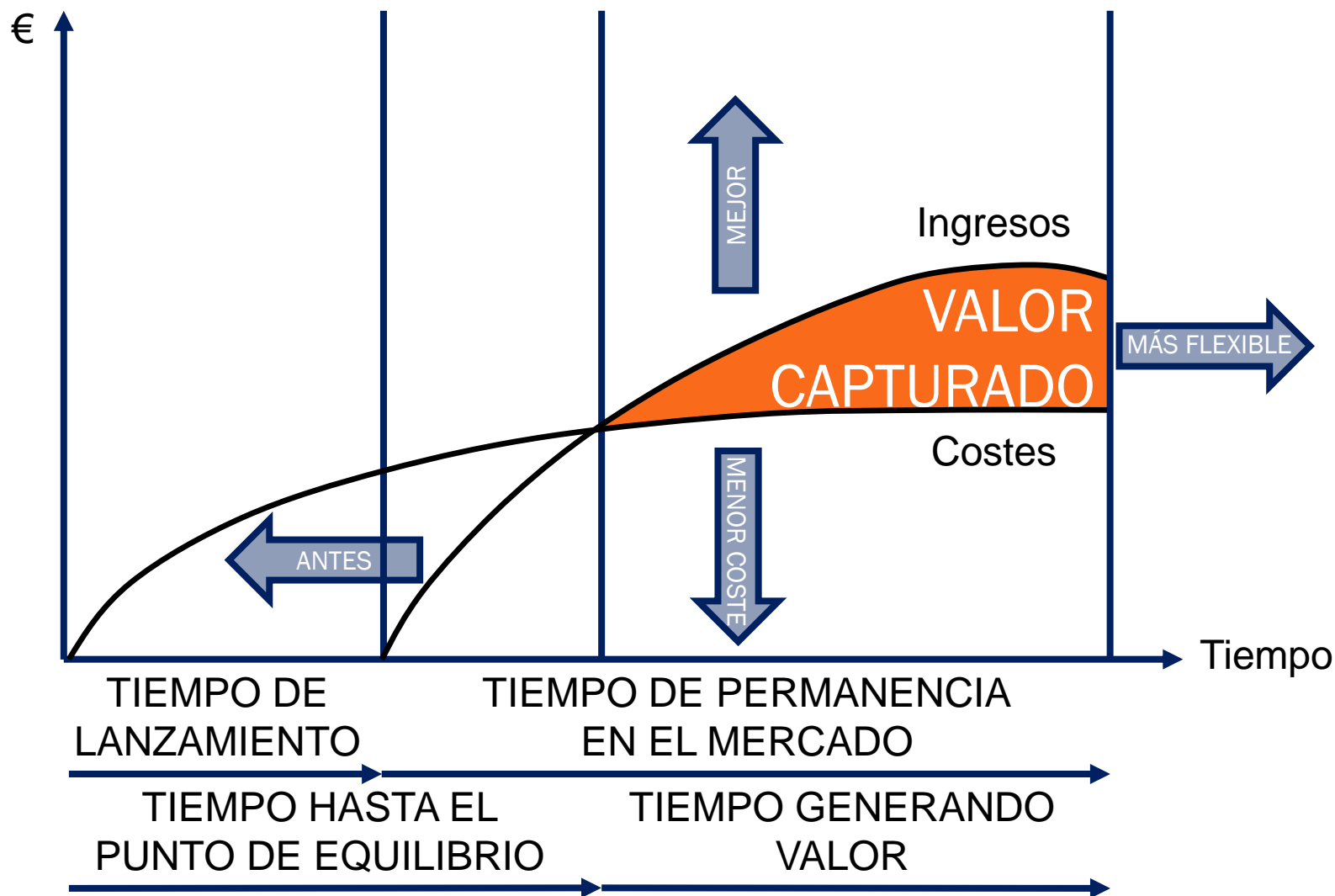
VALOR HACIA LOS GRUPOS DE INTERÉS: MAPA DE GRUPOS DE INTERÉS



VALOR HACIA LOS GRUPOS DE INTERÉS: MAPA DE LA ORGANIZACIÓN



GENERACIÓN Y CAPTURA DE VALOR





Mosiri Cabezas

Biografía | RSS

MÁS LEÍDOS

- » Manifiesto contra la Superficialidad Digital
- » Los libros que me guían...3
- » Los libros que me guían...1
- » Valor, valor y más valor...

Valor, valor y más valor...

28/04/2016 | 22:11

Compartir: [Tweet](#) [f](#) [Compartir](#) 0 [in](#) [Compartir](#)

Cuando hace años, ya demasiados, comenzamos a vivir la desmaterialización, digitalización del contenido, empezando por el entretenimiento, observamos con horror cómo la gente se descargaba contenidos sin pagar por ellos y rápidamente **vaticinamos el fin de la industria de la música, el cine, la televisión...y muchas más que estaría por venir.**

Entonces, en el año 2001, Apple lanzó *Itunes*, logrando no sólo cambiar el contexto competitivo, la cadena de valor, y los modelos de negocio existentes hasta aquel momento, sino en lo que concierne a este post, hacer que la gente pagara de nuevo por el contenido. Aprendimos entonces que la digitalización no es igual a todo gratis, sino que como en otros momentos en la historia, si ofrecemos VALOR, el cliente estará siempre dispuesto a pagar por él.

Apple lo demostró con la música, pero la historia nos volvió a demostrar que había nuevas sorpresas en el futuro. *Spotify* transformaría el consumo de música y hoy todos podemos tener toda la música en nuestro bolsillo a cambio de un poquito de publicidad o pagando una tarifa plana...Pagamos por la música y la música sigue siendo un negocio.

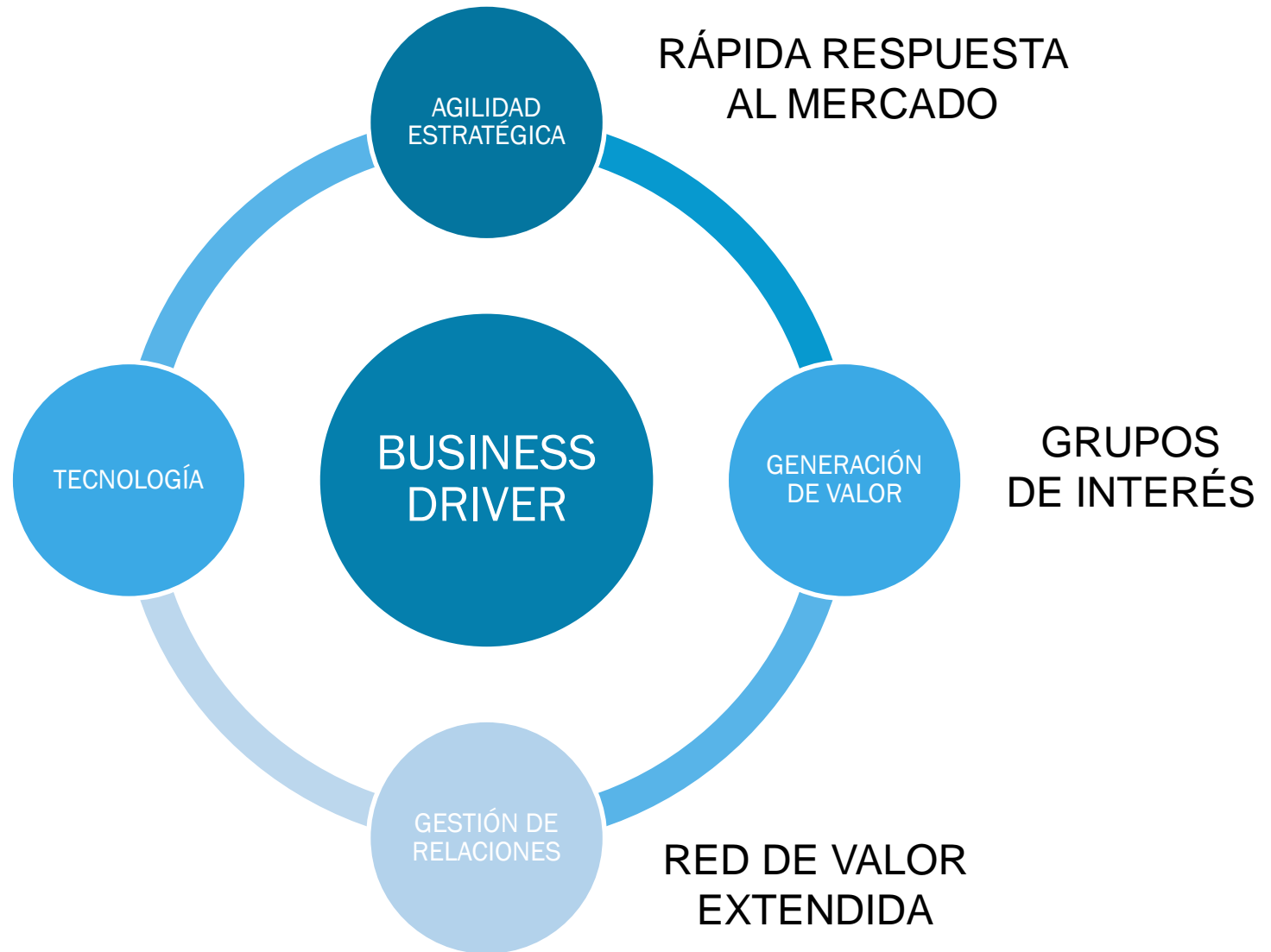
Hace más de 8 años, el video iba a representar el 95% del tráfico de nuestras redes y de nuevo nadie iba a pagar por contenido audiovisual jamás. No sucedió hace 8 años y todavía hoy el video no representa el 95% del tráfico de Internet, pero parece que en 5 años estaremos llegando a esos niveles. Lo que si ha sucedido es que *Netflix*, otro OTT, ha cambiado radicalmente no sólo la manera en que consumimos contenidos audiovisuales sino la manera en que se producen contenidos audiovisuales, reviviendo y reimpulsando una industria por completo. ¿Quién verá la televisión lineal en el futuro próximo si los "*Millenials Minded*" consumimos televisión a la carta, por internet, multi-pantalla, atiborrándonos de los 13 episodios de una serie en un fin de semana...? *Netflix* ha reinventado no solo la distribución, sino la producción de contenidos. Las series, los documentales, son una belleza y los mejores desean trabajar con ellos.

Para mí, los aprendizajes de estas inacabadas historias son varias:

- Siempre que aportamos valor al cliente, éste está dispuesto a pagar. Seguimos pagando por el contenido, aunque no podamos tocarlo y pagamos religiosamente nuestros *iphones* por encima de los 1000 Euros.
- Hay que encontrar entonces productos y servicios relevantes y de VALOR. Buscar solucionar los problemas de nuestros clientes y la belleza sigue siendo algo por lo que todos estamos dispuestos a pagar.
- Siempre se pueden diseñar nuevos modelos de negocio y el partido no acaba jamás...
- No pensemos que un mercado está maduro y que no hay espacio para un "*challenge*" frente al dominante. Las reglas del juego tradicionales, siguen más vivas que nunca.
- La tecnología y la disrupción es una gran oportunidad no sólo para las compañías que denominamos OTT, nativas digitales, es una gran oportunidad para todos.

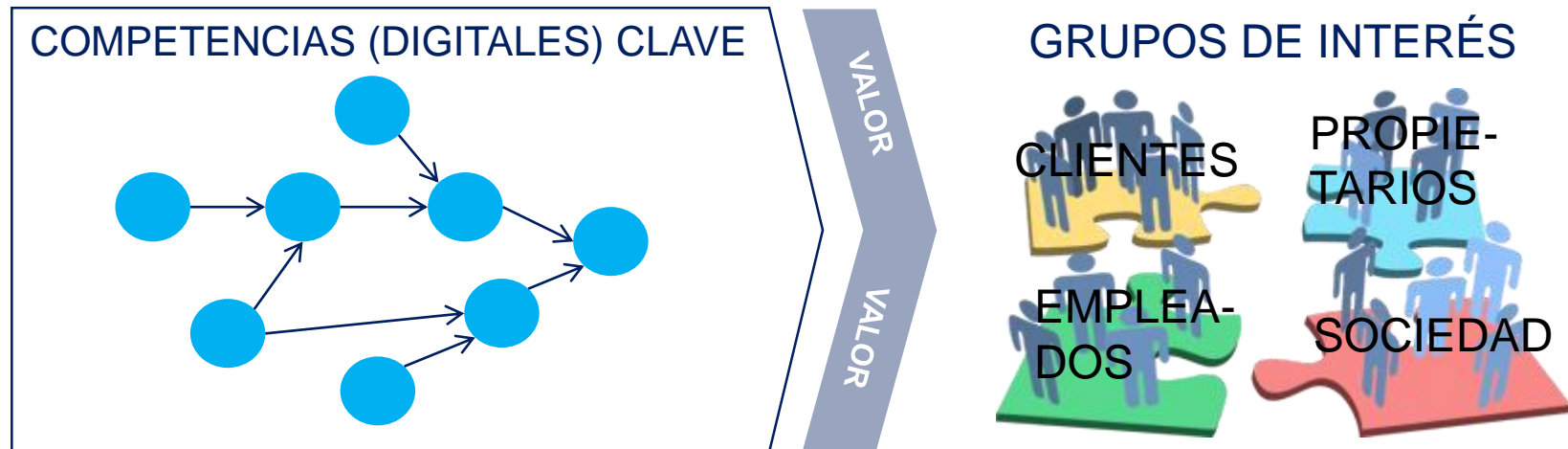
Si podemos aportar VALOR a nuestros clientes, no dudemos ni un segundo, que hay espacio para todos...

ESCENARIO ACTUAL



RED DE VALOR EXTENDIDA (ECOSISTEMAS DINÁMICOS)

- Las redes de creación de valor la componen un conjunto de participantes (o aliados) que desarrollan diferentes actividades, las cuales participan de manera conjunta en la generación de valor hacia los grupos de interés, y entre los cuales se intercambian flujos de materiales, información, recursos financieros o cualquier otro recurso (por ejemplo, influencias)

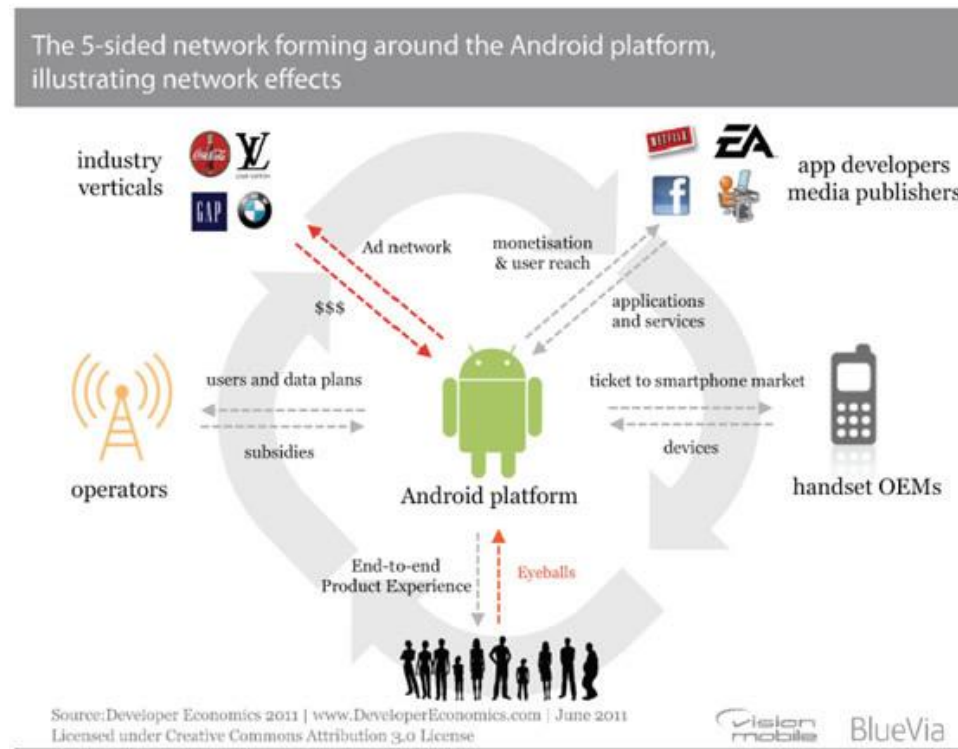


RED DE VALOR EXTENDIDA (ECOSISTEMAS DINÁMICOS)

- Las redes de creación de valor la componen un conjunto de participantes (o aliados) que desarrollan diferentes actividades, las cuales participan de manera conjunta en la generación de valor hacia los grupos de interés, y entre los cuales se intercambian flujos de materiales, información, recursos financieros o cualquier otro recurso (por ejemplo, influencias)
- Los componentes de esta red de valor conectan sus procesos de negocio y sus sistemas de información

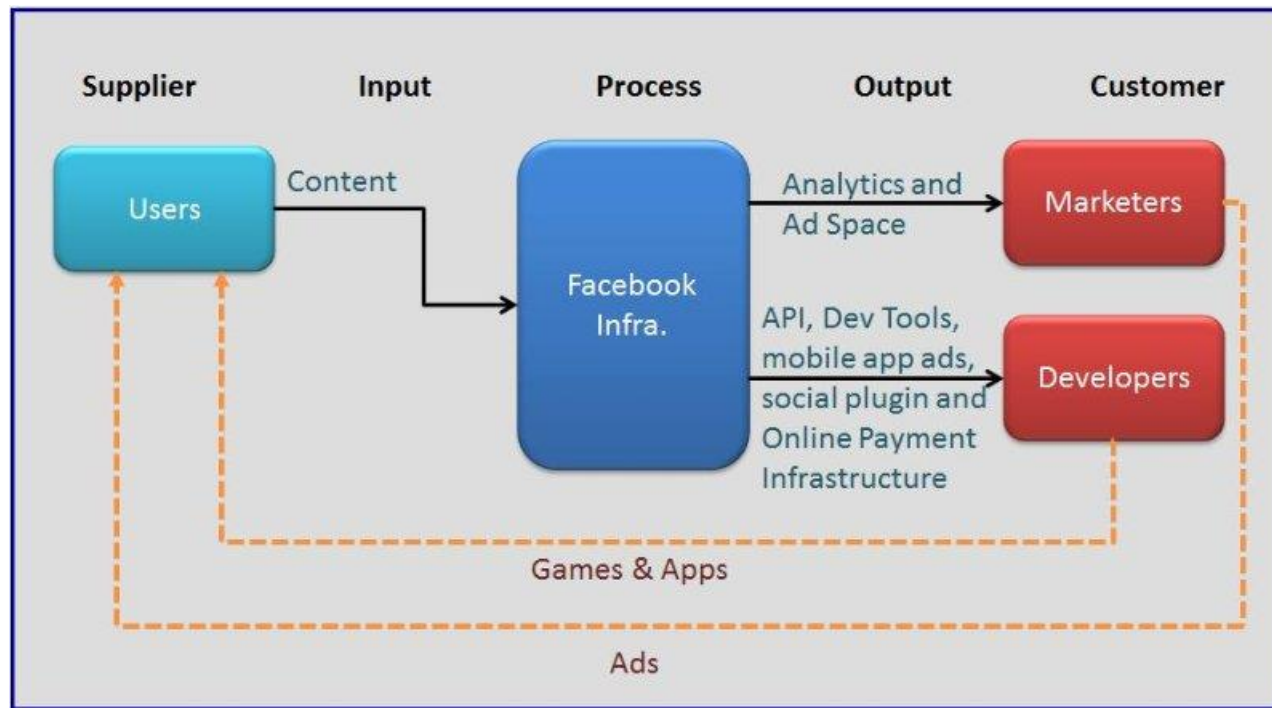
MODELOS DE NEGOCIO DE VARIOS LADOS (MULTI-SIDED BUSINESS MODELS)

- Es una plataforma económica con múltiples usuarios que se proporcionan los unos a los otros beneficios de red



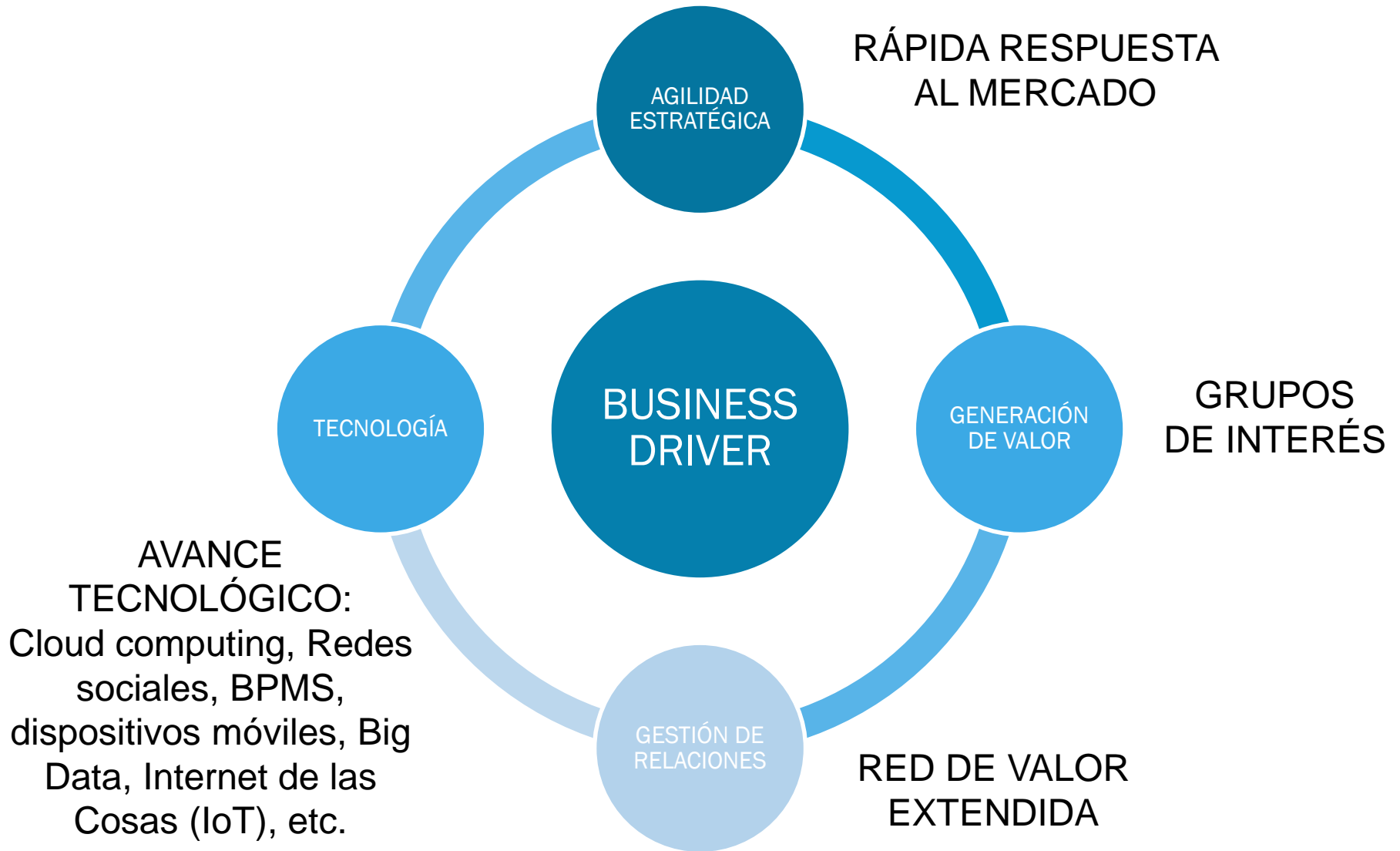
MODELOS DE NEGOCIO DE VARIOS LADOS (MULTI-SIDED BUSINESS MODELS)

- Es una plataforma económica con múltiples usuarios que se proporcionan los unos a los otros beneficios de red



SICOP de facebook

ESCENARIO ACTUAL



TRANSFORMACIÓN DEL NEGOCIO DIGITAL

- Los negocios actuales son cada vez más digitales debido a una interconexión creciente de productos, procesos y servicios
- Las tecnologías digitales (combinaciones de tecnologías de la información, comunicación y conectividad) están transformando las organizacionales actuales, esto es, las estrategias de negocio, los procesos de negocio, las capacidades de las compañías, los productos y servicios y las relaciones clave entre partners en las redes de negocio
- El ámbito de aplicación de las tecnologías digitales puede abarcar cuatro áreas: productos, procesos, experiencia del cliente y modelos de negocio
- En la transformación digital, la tecnología es sólo una parte de la ecuación; donde reside realmente el reto es en la gestión del cambio y en aprovechar las oportunidades que se derivan de esa transformación



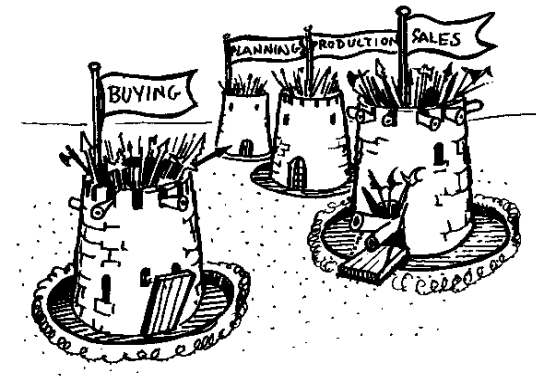
TRANSFORMACIÓN DEL NEGOCIO DIGITAL

- Es el cambio organizativo producido por la combinación de tecnologías digitales y modelos de negocio y que tiene por finalidad mejorar los niveles de desarrollo organizativo (mayores ingresos, mayor productividad y menores costes, innovación más ágil y exitosa, una gestión del conocimiento organizativo más efectiva, una mejor relación con el cliente y un mejor servicio al cliente, y una mayor protección contra la disrupción digital)



- ✓ Demoler los silos organizativos

FACTORES CLAVE
DEL ÉXITO



TRANSFORMACIÓN DEL NEGOCIO DIGITAL

- Es el cambio organizativo producido por la combinación de tecnologías digitales y modelos de negocio y que tiene por finalidad mejorar los niveles de desarrollo organizativo (mayores ingresos, mayor productividad y menores costes, innovación más ágil y exitosa, una gestión del conocimiento organizativo más efectiva, una mejor relación con el cliente y un mejor servicio al cliente, y una mayor protección contra la disrupción digital)



FACTORES CLAVE DEL ÉXITO

- ✓ Demoler los silos organizativos
- ✓ Medir lo que importa a los clientes (analítica)
- ✓ Creación de valor desde la óptica de procesos de negocio
- ✓ Énfasis en la experiencia del cliente, los procesos operativos y la innovación de modelos de negocio

TRANSFORMACIÓN DEL NEGOCIO DIGITAL

- Es el cambio organizativo producido por la combinación de tecnologías digitales y modelos de negocio y que tiene por finalidad mejorar los niveles de desarrollo organizativo (mayores ingresos, mayor productividad y menores costes, innovación más ágil y exitosa, una gestión del conocimiento organizativo más efectiva, una mejor relación con el cliente y un mejor servicio al cliente, y una mayor protección contra la disrupción digital)



The Digital Business Transformation Journey

¿Por qué transformar?

RAZONES ESTRATÉGICAS

- **GENERACIÓN DE VALOR A LOS CLIENTES Y MEJORA DE SU EXPERIENCIA COMO CLIENTE**, que demandan mejores servicios, a menores precios o con mayores niveles de calidad
- **RESPUESTA A LOS COMPETIDORES**, los cuales ofrecen mejores ofertas de productos-servicios, mejores modelos de relación con los clientes o productos a menores precios
- **TECNOLOGÍAS EMERGENTES QUE POSIBILITAN NUEVAS CAPACIDADES ESTRATÉGICAS**, como por ejemplo herramientas analíticas como el Big Data, herramientas y aplicaciones móviles, soluciones en la nube, medios sociales, el internet de las cosas, etc.

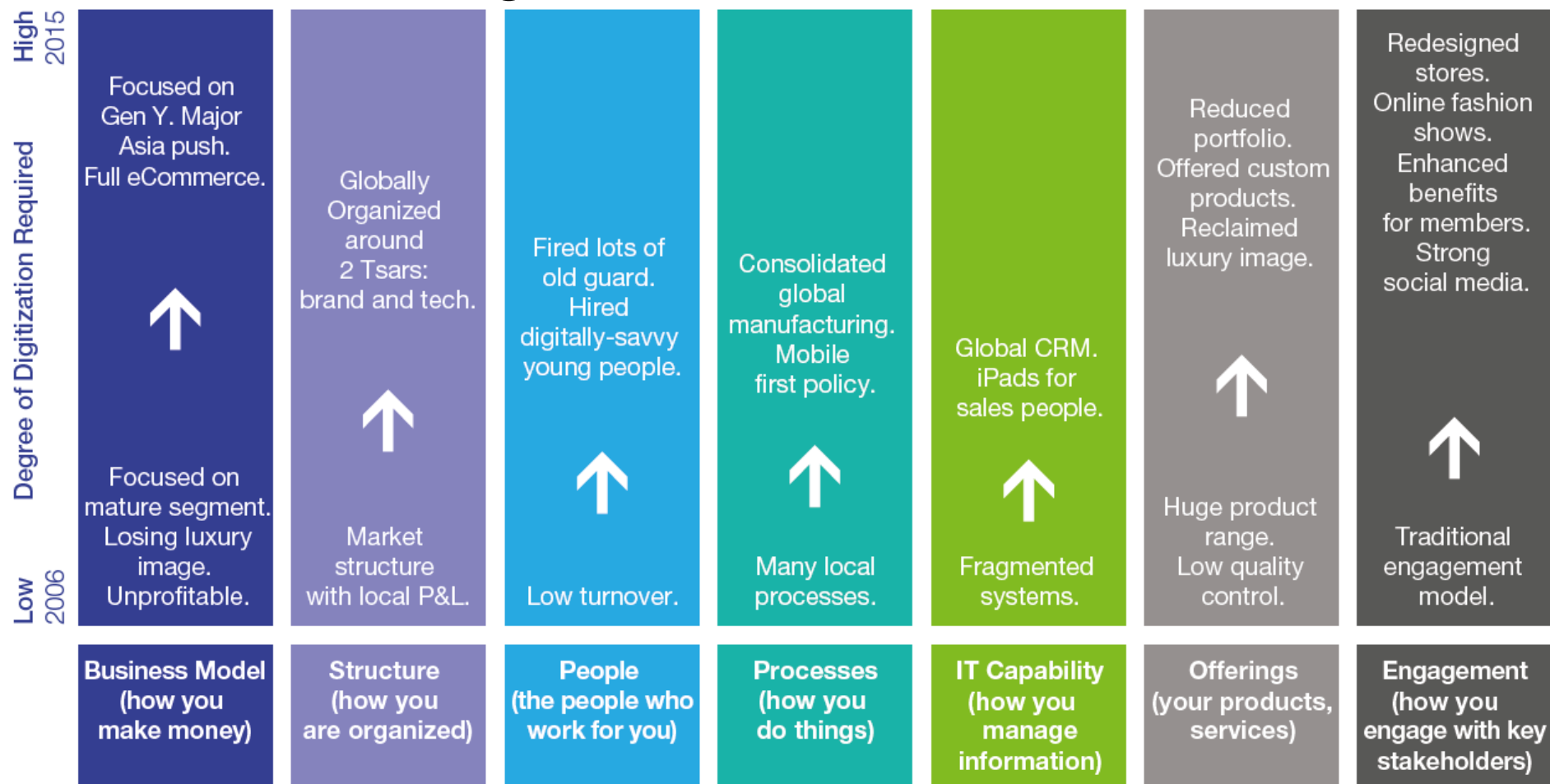
¿Qué transformar?

Transformation Category	Guiding questions to ask of each organizational transformation category
Business Model (how you make money)	What are your routes to market? How relevant is digitally-enabled commerce, i.e. e-commerce, m-commerce? Where does most of your revenue and profit come from? What are your main customer segments? Do these need to change? How are you differentiated from your competition? How relevant is this for the future?
Structure (how you are organized)	What type of organizational structure do you have? What is the balance between local and global decision making? Does this make sense for the future? Where do different aspects of 'digital' sit in your organization? Are they effective?
People (the people who work for you)	How digitally savvy are your employees across different parts of your organization? How digitally savvy are your leaders? What new capabilities are required? How will you acquire them?
Processes (how you do things)	To what extent are your processes automated and digitized? To what extent are your processes consistent across your organization? To what extent are your processes adaptable to change?
IT Capability (how you collect and manage information)	How effective is your IT infrastructure: core systems, networks, databases. Is it able to support your digital ambitions? How effective is your forward facing IT: websites, mobile sites, social media? How effective is your customer relationship management system? Do you have a clear IT strategy linked to your corporate strategy? Are your "dark assets" connected so you have all the data you need? Are you deriving value from your data?

Transformation Category	Guiding questions to ask of each organizational transformation category
Offerings (your products and services)	How digitally enabled are your products? How digitally enabled are your services?
Engagement Model (how you engage with customers, suppliers, etc.)	How strong is your relationship with customers? How many customer touch-points do you have, i.e. web, mobile, mail, face to face? How often do you engage with them? How loyal are your customers?

Table 1: Guiding questions for each category of digital business transformation

¿Qué transformar?



Categories of Organizational Transformation

Figure 2: The Digitization Piano Applied to Burberry



¿Cómo hacer la transformación?

- Es una cuestión muy importante, puesto que condiciona el éxito del viaje
- Debe existir una sinergia entre Negocio, Organización y Tecnología
- La estrategia de TI y la estrategia del negocio deben fusionarse dando lugar a una verdadera estrategia del negocio digital

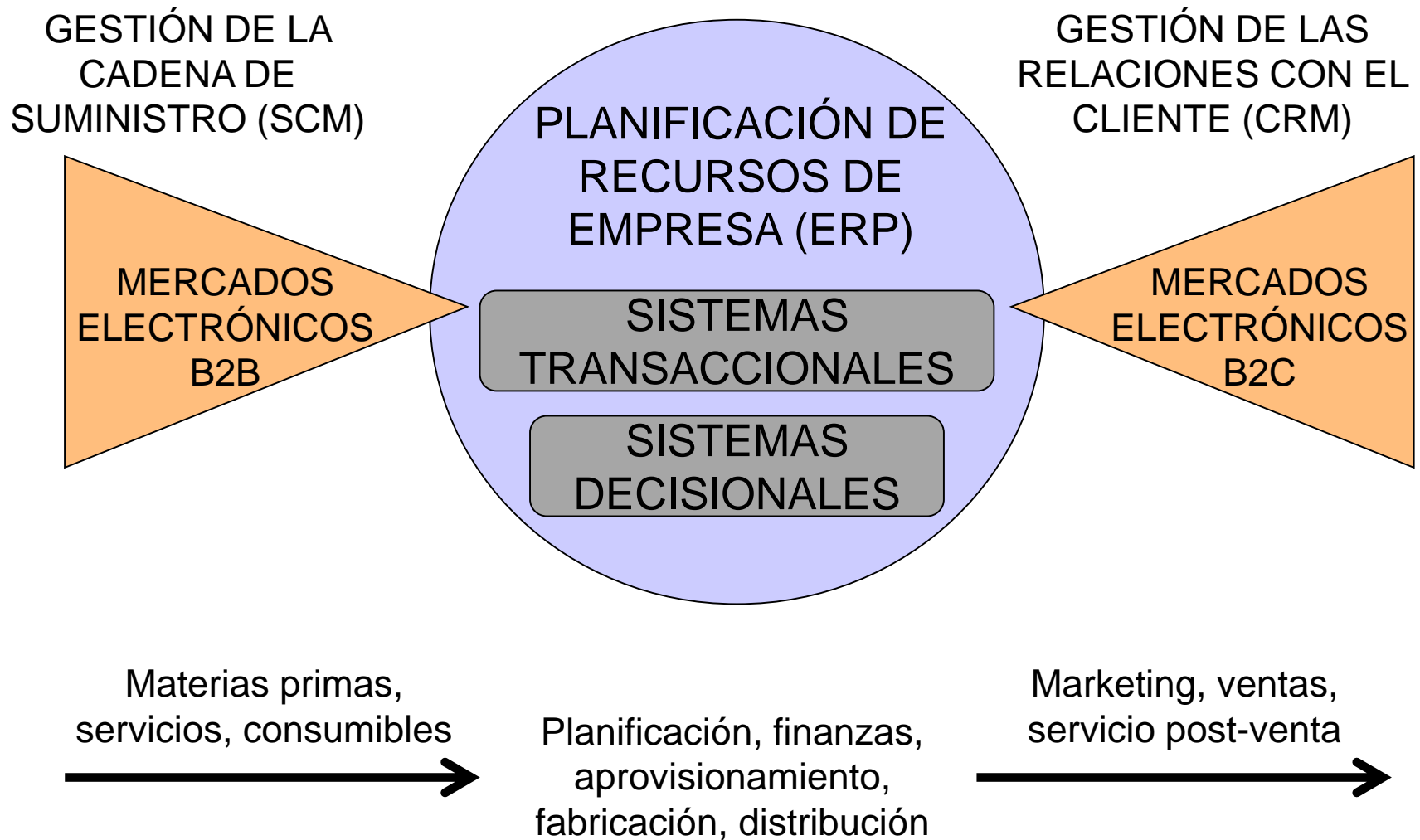


NEGOCIO ELECTRÓNICO – e-BUSINESS

- Negocios gestionados y ejecutados por medios electrónicos, principalmente apoyados en internet
- Las tecnologías digitales están actuando como elemento facilitador de la innovación, a veces disruptiva, de los modelos de negocio
- e-Business requiere el diseño y la gestión de los procesos de negocio de una organización para generar valor a los clientes internos y externos a través de la aplicación de las TIC



ELEMENTOS DE UN NEGOCIO ELECTRÓNICO



... negocio electrónico (e-business) no sólo es comercio electrónico (e-commerce), esto es, realizar transacciones comerciales a través de canales electrónicos...



IKEA ESTRENA TIENDA ON-LINE EN ESPAÑA

Damos la bienvenida a nuestro nuevo servicio de compra online versión 1.0

Sé de los primeros en probar nuestra **Compra online versión 1.0**. Descubre las posibilidades que te ofrece nuestro nuevo servicio que irá evolucionando y creciendo al ritmo de tus necesidades... ¡Esto solo acaba de empezar!



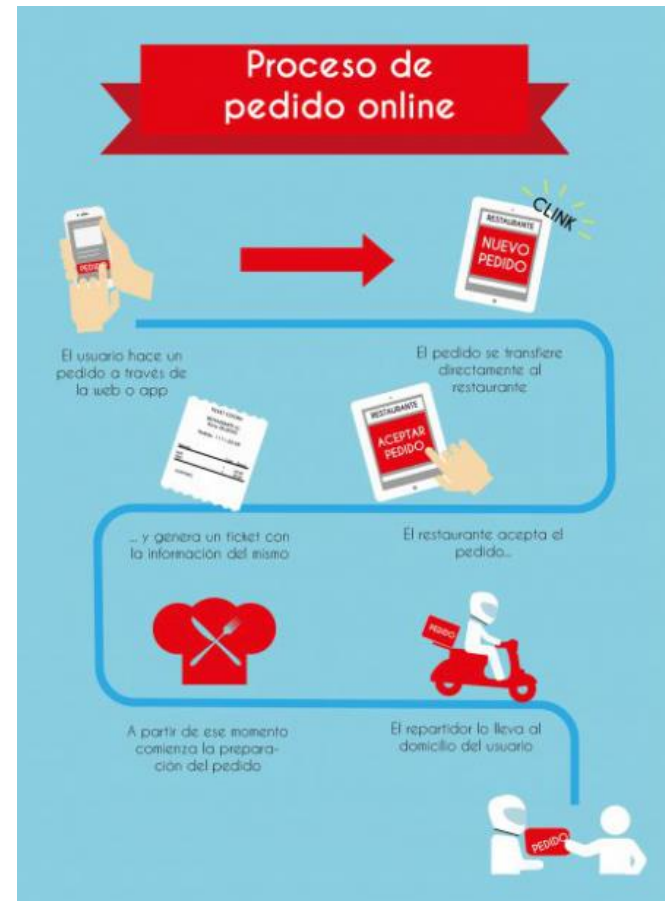
Este servicio operará en cualquier punto geográfico de España (excepto las islas, Ceuta y Melilla). También es posible de hacer la compra desde el extranjero para su recogida o entrega en cualquier punto del territorio nacional.



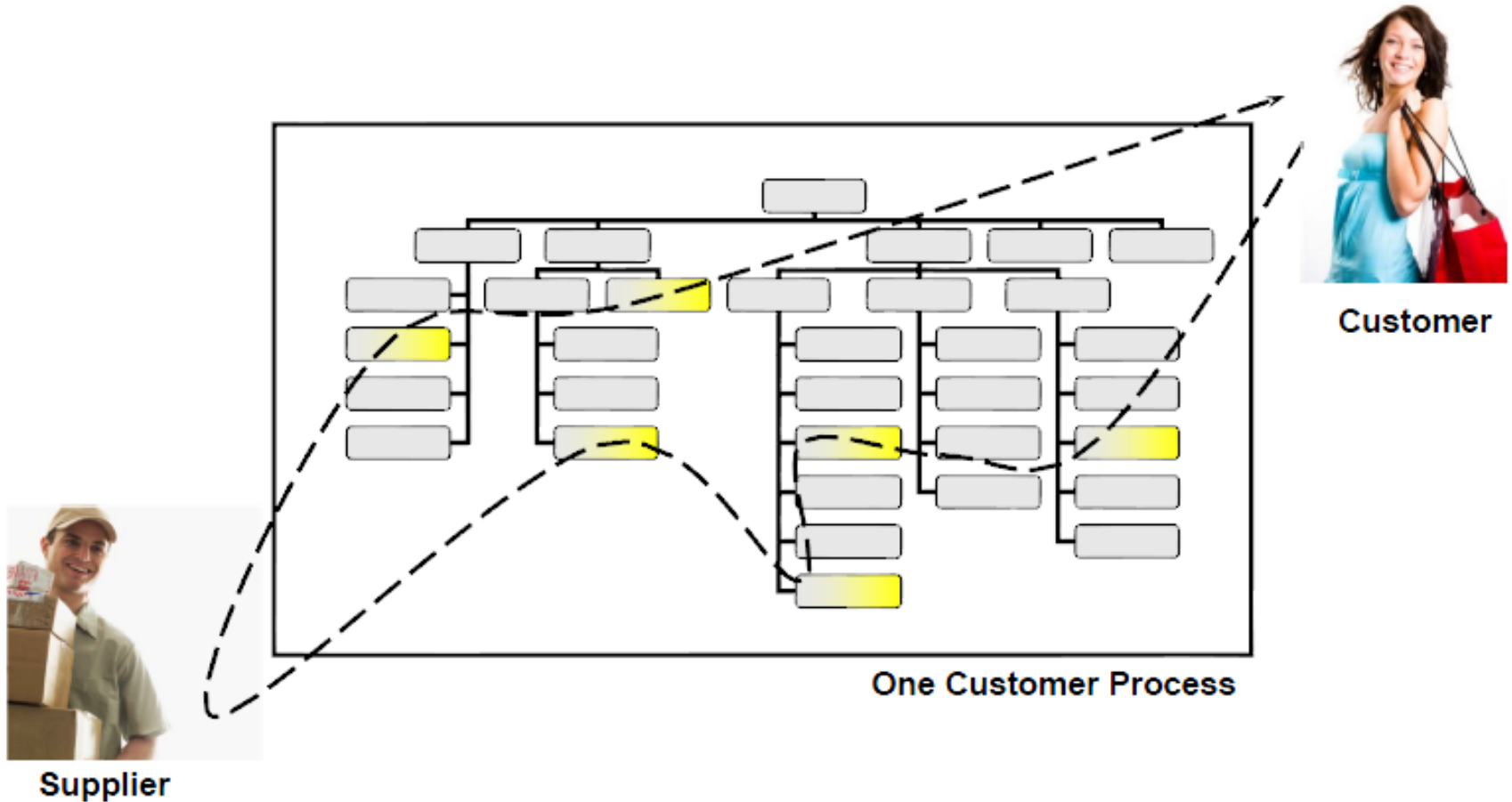
Estrenamos
Compra online
versión 1.0

... negocio electrónico (e-business) significa repensar tu organización y la manera de hacer negocios para ver dónde las tecnologías digitales generan diferencias competitivas...

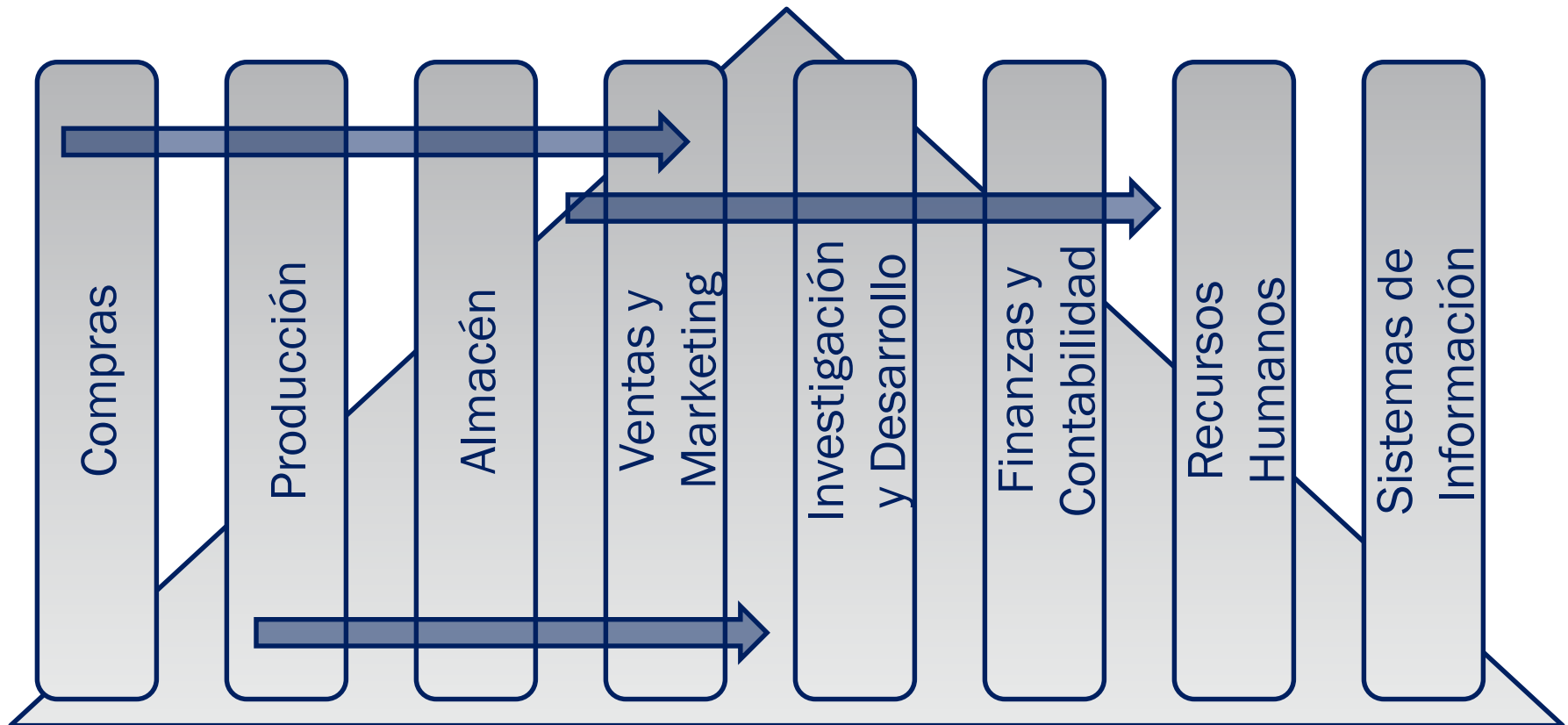
PROCESO DE PEDIDO ONLINE EN JUST-EAT



... Los grupos de interés sólo esperan ver satisfechas sus necesidades y no sufrir las disfunciones internas (despilfarros) de la organización



ORGANIZACIÓN QUE PIENSA EN PROCESOS DE NEGOCIO



ARQUITECTURA DE UN NEGOCIO ELECTRÓNICO

