

2022
PEDET

MODELOS DE NEGOCIOS DIGITALES

210.95

149.16

3.26

1.41%

COLECCIÓN E-BOOKS



Proyecto apoyado por

CORFO



MODELOS DE NEGOCIOS DIGITALES



INTRODUCCIÓN

En el mundo de los negocios y la economía ha comenzado, hace algunos años, una transformación digital, y no todas las empresas, incluyendo los startups, micro, pequeña y mediana empresa, han logrado comprender y completar aún esta transición. Los modelos de los negocios tradicionales han comenzado un proceso de transformación y adaptabilidad a los nuevos tiempos.

No es lo mismo una empresa nativa digital a un negocio tradicional que necesariamente deberá entender como se diferencia su cultura y comportamiento con la primera y comenzar un proceso de creación de valor relacionado a la generación de ingresos.

En este curso se presentan los nuevos y adaptados modelos de negocios digitales expresados en una gran gama de posibilidades con las cuales podemos satisfacer las demandas de los clientes y del mercado actual.

El objetivo de este modulo es identificar nuevas reglas relacionadas a los modelos de negocios digitales, reglas de gestión, como adaptarse y como diseñar estrategias competitivas para avanzar en el camino a una transformación digital exitosa desde el diseño del modelo de negocios.

MODELO DE NEGOCIOS Y SU TRANSFORMACIÓN A LO DIGITAL

Para comenzar, lo primero es preguntarnos ¿qué es un modelo de negocio? y frente a esta pregunta podemos indicar que al hablar de modelo nos referimos a una representación de cómo una empresa crea y entrega valor a sus clientes potenciales. Las escuelas de negocios del mundo han estudiado y descrito estos temas desde hace décadas, pero con los años la innovación se ha hecho presente lo que ha permitido mejorar tanto la producción y la entrega de valor a los clientes.

Por otra parte, la llegada del Internet fue clave y aparecieron conceptos como la globalización y la digitalización de la vida, lo que convirtió la transición del modelo tradicional a un modelo digital en algo inevitable.

Para efectos del curso, cuando nos refiramos a un modelo de negocio digital lo definiremos como las diferentes formas de negocio aplicadas al mundo digital aprovechando la tecnología para mejorar la propuesta de valor y su posterior monetización. Existen varias formas de poder plasmar un modelo, en el mundo del emprendimiento y la innovación la mejor forma de representar nuestro modelo es a través del Business Model Canvas.

Entonces, comprendiendo que el mundo está cada vez más digitalizado, toda empresa necesitará reinventarse, creando nuevas propuestas de valor y operando de manera más colaborativa.

Es en este contexto que el Center for Information Systems Research (CISR) del MIT ha realizado una serie de estudios, introduciendo en el año 2013 su matriz 2x2 con los tipos de modelos digitales, que describen las cuatro maneras en que las organizaciones pueden rentabilizar sus negocios en la era digital y la conclusión es que las empresas están transformándose en 2 dimensiones. El primero relacionado al entendimiento del comportamiento del cliente digital y el segundo orientado al diseño del negocio basados en la cadena de valor a algo más ecosistémico.

MODELO DE NEGOCIOS DIGITAL



Diseño del negocio

Quién controla las decisiones clave como marca, contratos, precios, calidad, participantes, IP y propiedad de los datos, regulaciones.

Peter Weill² del CISR describe las empresas de estos cuatro cuadrantes resultantes como sigue:

- **Proveedores:** Empresas que generalmente pertenecen a la cadena de valor de otra organización más poderosa.
- **Omnicanales:** Organizaciones que proporcionan acceso a sus productos y servicios a través de múltiples canales, combinando tanto experiencias físicas como digitales.
- **Productores Modulares:** Compañías que proveen de productos y servicios plug-and-play o listos-para-conectarse a una gran variedad de ecosistemas.
- **Ecosistema guiado:** Organizaciones que crecientemente se han convertido en “el” destino para que los clientes finales solucionen sus necesidades, ofreciendo productos y servicios complementarios, muchas veces de la competencia.

Los resultados de estos estudios indican que, si más del 50% de sus ingresos provienen de ecosistemas digitales y entienden a sus clientes finales más que el promedio de sus competidores, tienen un 32% más de crecimiento en sus ventas y un 27% más en margen que el promedio de la industria donde se desenvuelven, es decir, pertenecen a las empresas ecosistema guiadas.

CATEGORÍAS DE MODELOS DE NEGOCIOS DIGITALES

Entendiendo que podemos transformar un modelo de negocio tradicional a uno digital, es importante que conozcamos a la vez que categorías de modelos de negocios digitales podemos optar sobre todo si estamos pensando en crear un emprendimiento, nuevas líneas de negocios o adaptarnos y comenzar un proceso de transición.

Las categorías que podemos encontrar son:

1. Enterprise
2. SaaS o Software como servicio (Software as a service)
3. Suscripción
4. Transaccional
5. Marketplace
6. Comercio electrónico o e-commerce
7. Modelo basado en Anuncios y monetización de datos de clientes
8. Venta de hardware
9. Open Source
10. Freemium

Ahora analizaremos cada uno de los modelos.

1) MODELO LICENCIA DE USO ÚNICO (ENTERPRISE)

Este modelo se caracteriza porque la empresa vende servicios o software para otras empresas o negocios generalmente mediante una licencia de uso único y no por suscripción. Los contratos por lo general serán fijos y temporales. En este tipo de modelo los clientes llegarán una vez hemos entregado el producto o servicio.

Algunos ejemplos de empresas que aplican este modelo de negocio son:

- Oracle
- Grandes consultoras como McKinsey o KPMG
- FireEye

The Oracle logo is displayed in a bold, red, sans-serif font.

2) SUSCRIPCIONES

Desde la llegada de Internet el modelo por suscripciones es uno de los que más se ha desarrollado. Ejemplos como Netflix, Amazon, Spotify son claros ejemplos de estos modelos. Cuando nos referimos a un modelo por suscripción consiste en vender un producto o servicio a los clientes por el que han de pagar de forma recurrente (generalmente mensual) para poder acceder al mismo. Si dejan de pagar dejan de tener acceso al servicio. Los beneficios de estos modelos son en primer lugar poder contar con una base de clientes fijos y a la vez un flujo continuo de ingresos, por lo mismo las empresas que desarrollan estos modelos de negocio necesitan fidelizar a sus clientes y buscar ampliar la cantidad de usuarios cuanto mayor base de usuarios de pago tengamos, mayores serán los ingresos recurrentes mensuales de nuestro producto.

The Netflix logo is displayed in a bold, red, sans-serif font.The Amazon logo is displayed in a black, sans-serif font with a curved orange arrow underneath.The Spotify logo is displayed in a green, sans-serif font with a green circular icon containing three white curved lines to the left.

3) MODELO SAAS /PAGAR POR EL USO

El modelo SaaS es uno de los modelos de negocio más frecuentes si pensamos en empresas o startups digitales de hoy en día. Es una variación de un modelo de suscripción en el que el cliente tiene que pagar una cuota mensual/anual para poder acceder al servicio que ofrece la empresa y la naturaleza del mismo es de ingresos recurrentes de base mensual o anual.

Ejemplo de esos modelos son empresas como Zoom, Asana, Talkdesk.



4) NEGOCIOS TRANSACCIONALES

Una empresa con un modelo de negocio transaccional es aquella que genera ingresos a través de la facturación de comisiones por permitir operar a través de su plataforma. Generalmente suelen ser empresas asociadas a las finanzas o la banca y el modelo es de retener una comisión por cada operación que se realiza. Se trata de un modelo de negocio relativamente nuevo que se ha desarrollado mucho durante los últimos 10 años con el surgimiento de las empresas de Fintech o tecnología financiera. Por ejemplo, PayPal, Stripe o Skrill. Para tener un modelo exitoso es fundamental el volumen total de transacciones que la compañía se queda por la prestación de los servicios.



5) MARKETPLACE

En el mercado, los modelos de negocio tipo Marketplace o Peer To Peer (p2p) se diferencian por poner en contacto a dos partes que son las que participan en una transacción, ya sea de productos o de servicios. En este modelo de negocio tenemos a Uber, Airbnb o eBay. Es importantes que las 2 partes participen porque una de esas partes no se puede dar sin la otra. Es decir, ninguno de estos tres ejemplos que te damos podrían darse si no tuvieran el contacto de sus clientes. Además, el mercado necesita que ambas partes interactúen.

Las ventajas que nos proporciona este modelo hacen referencia a que la inversión en activos fijos no la hace el propietario de la plataforma o marketplace; la hace el proveedor de oferta.

Es un gran actor en pro de la economía circular ya que en vez de producir los bienes necesario para el préstamo del servicio al usuario; se encarga de optimizar los que ya hay en el mercado (ejemplo las casas de Airbnb). Permite generar ingresos extra a los dueños de los servicios o productos.

El demandante del servicio no tiene que comprar el producto, sino que puede adquirirlo temporalmente a partir del marketplace.

Uber



6) ECOMMERCE O COMERCIO ELECTRÓNICO

Los modelos de ecommerce se basan en realizar ventas online de productos y servicios; es decir, son como una tienda virtual. Un método de compraventa que utiliza Internet como medio para realizar transacciones y contactar con sus consumidores.

No sólo mediante una página web, sino también a través de las redes sociales. Estas suponen una fuente informativa con mucho impacto, y permiten acercarte y conocer más a tu público objetivo.

Este modelo de negocio ha sido clave para que pequeñas empresas puedan crecer y acceder a otros mercados, algo muy difícil de conseguir por la vía tradicional. No necesitar grandes infraestructuras y poder prescindir de limitaciones como el tiempo, el espacio o la logística ha sido una de las principales causas que han propiciado su expansión.



7) MODELO BASADO EN ANUNCIOS O MONETIZACIÓN DE DATOS DE CLIENTES

Estas empresas se basan en ofrecer productos o servicios de forma gratuita a los clientes y obtener sus beneficios a través de la publicación de anuncios en sus productos o bien la venta de los datos de los usuarios a terceros.

Dentro de estos modelos de negocio encontramos las redes sociales y otras plataformas de contenido. Facebook, Instagram, Twitter venden datos de los usuarios como localización, movimientos habituales y/o páginas web que frecuentan.

Esto significa que estas empresas han de enfocarse únicamente en adquirir, activar y retener a los usuarios ya que son requisito indispensable para su beneficio. Es por ello que estas grandes plataformas están constantemente mejorando su producto, usabilidad o contenido.

The Facebook logo, consisting of the word "facebook" in a blue, lowercase, sans-serif font.The Twitter logo, consisting of the word "twitter" in a blue, lowercase, sans-serif font followed by a blue bird icon.

8) OPEN SOURCE O CÓDIGO ABIERTO

El modelo de código abierto se caracteriza por utilizar softwares de libre acceso, lo que da capacidad a una comunidad de programadores para que contribuyan. Compañías como Red Hat, por ejemplo, ganan dinero al cobrar suscripciones Premium y servicios asociados con su software de código abierto.

El año pasado, la compañía generó más de 2 mil millones y medio de dólares en ingresos de los cuáles, más de 2 millones eran procedentes de las suscripciones y unos 345 millones venían de capacitación y servicios. Pero todas estas cantidades no se traducen en ingresos directos para la compañía, estos modelos de negocio también implican gastos, como en venta y marketing, para distribuir sus servicios.



9) FREEMIUM

Este término, acuñado por el empresario estadounidense Fred Wilson, es una combinación de las palabras «Gratis» y «Premium». La idea detrás de este modelo es ofrecer un producto o contenido de forma gratuita mientras se reserva el buen contenido para que sea de pago.

El contenido de pago para los usuarios es conocido como Premium. A veces, el contenido de Freemium incluye publicidad o marketing integrado, aunque la esperanza de los negocios digitales sea que los ingresos por publicidad y las ganancias gracias a los usuarios Premium sean suficientes.

El caso más representativo es el de Spotify; en el que en la capa gratuita puedes escuchar de forma ilimitada música, pero con anuncios cada cierto tiempo y sin poder elegir canciones dentro de un álbum (se eligen de forma aleatoria). A aquellos usuarios a los que esto les estropee tanto la experiencia de uso de Spotify como para que les compense pagar la cuota mensual serán los usuarios de pago. Los demás, seguirán en la capa gratuita.

También otras compañías como Adobe (con su lector de Acrobat PDF) o Skype son ejemplos de este modelo. En el caso de Adobe, los usuarios pueden usar su versión gratuita de Acrobat para leer archivos PDF, pero si quieren modificar o editar el contenido de estos archivos, deben pagar por la versión actualizada.



CONSEJOS PARA LA TRANSICIÓN DIGITAL EN LOS MODELOS DE NEGOCIOS

Como hemos revisado hasta ahora el mundo digital nos ha traído muchas sorpresas, tantas que los negocios no han podido esperar ni un sólo momento a implantar las innovaciones fruto de la Transformación Digital. Cada vez se oye más hablar del Digital Business, un sector que está en constante crecimiento y cuyos datos traen buenas expectativas.

Con el fin de desarrollarnos mejor en los negocios digitales revisaremos los siguientes tips:

- TENER PRESENCIA DIGITAL ES IMPRESCINDIBLE

La creación de tiendas online, las redes sociales, los blogs o las páginas corporativas son los rasgos más destacados de una empresa que tiene visibilidad en la web. Esto, por supuesto, multiplica la visibilidad de la empresa y sus canales de venta. ¿Cómo podría competir una empresa no digital con aquellas que sí lo son? Una empresa que no tenga presencia en Internet ni tenga pensado incluir las últimas tecnologías, tiene los días contados.

- MEJORAR LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE DIGITAL

La experiencia del cliente se ha vuelto una de las cosas más importantes en el mundo empresarial. Las redes sociales y la constante comunicación en la red son factores que llevan al consumidor a buscar respuestas y soluciones más rápidas a sus problemas. Por esta razón, el enfoque principal de la transformación digital es utilizar la última tecnología para mejorar la experiencia del cliente.

- MEJORAR LA PRODUCTIVIDAD

De las cosas positivas que trae la digitalización, posiblemente una de las más destacadas es el ahorro en tiempo y costes. La automatización es uno de los beneficios del Digital Business que ha revolucionado varios sectores de la empresa como, por ejemplo, el marketing. Por estas razones necesitan estar al tanto de las últimas tecnologías que puedan ayudar a mejorar la productividad.

- INNOVAR

La Transformación Digital nos obliga a actuar, por eso los negocios digitales están inmersos en la dinámica de la innovación, donde están al tanto de las tendencias y aprovechan las posibilidades que ofrecen las nuevas tecnologías como el Mobile, el Machine Learning o el Internet of Things. Además, también puede ayudar a fomentar la innovación entre los miembros del equipo, donde incorporar la innovación, la tecnología y la automatización en la cadena de valor son valores imprescindibles.

- FOCALIZAR EN LA CULTURA DIGITAL

Una parte esencial de los negocios digitales es la cultura que los define. ¿Las empresas de hoy promueven una cultura digital o están estancadas en el pasado? Para que un negocio digital tenga éxito debe tener una cultura empresarial orientada al cambio.

- DESARROLLAR NUEVAS HABILIDADES

Cuando aparecen nuevas tecnologías, surgen nuevas habilidades y los negocios digitales necesitan tener personas capaces de adaptarse al cambio. Algunas novedades que nos ha traído la tecnología son:

- Inteligencia artificial
- Realidad aumentada
- Computación en la nube
- Machine Learning
- Exploración de datos / análisis
- Growth Hacking

CONCLUSIÓN

Los modelos de negocio digitales nacen como resultado de las empresas que implementan la Transformación Digital en sus estrategias (tanto negocios que parten de una base digital como aquellos más tradicionales). Como se pudo revisar los modelos de negocios digitales nos permiten adaptarnos y crear nuevas estrategias.

El término Digital Business define a todas aquellas empresas que no sólo deciden tener presencia en Internet sino implementar la innovación en sus procesos. La tecnología es dinámica y por eso cada año surgen nuevas oportunidades de negocio que los hacen diferenciarse de la competencia.

2022 PEDET

Otra más de Origo Lab!



WWW.PEDET.CL

Proyecto apoyado por

