PROPÓSITO:

Comprender como mejorar los procesos de su modelo de negocio, apoyado en la tecnologia.

MOTIVACIÓN:



EXPLICACIÓN:

DESCARGAR MATERIAL APOYO S8

La innovación en modelos de negocio puede tener cuatro objetivos: satisfacer necesidades desatendidas del mercado; comercializar nuevas tecnologías, productos o servicios; mejorar, desbaratar o transformar un mercado existente con un modelo de negocio mejor, y crear un mercado totalmente nuevo.



En las empresas asentadas, los esfuerzos de innovación en modelos de negocio suelen reflejar el modelo y la estructura organizativa existentes. Por lo general, el esfuerzo nace de una de las cuatro iniciativas siguientes: la crisis del modelo de negocio existente (en algunos casos, una experiencia próxima a la muerte); el ajuste, la mejora o la defensa del modelo existente con el fin de adaptarlo a un entorno cambiante; la comercialización de nuevas tecnologías, productos o servicios, o la

preparación para el futuro mediante la búsqueda y la comprobación de modelos de negocio completamente nuevos que podrían reemplazar a los existentes. https://youtu.be/NjC2JRQR_-E

PUNTO DE PARTIDA PARA LA INNOVACIÓN EN MODELOS DE NEGOCIO

Innovación y diseño de modelos de negocio

Satisfacción del mercado: satisfacer una necesidad desatendida del mercado (por ejemplo Tata car, NetJets, GrameenBank, Lulu.com) Comercialización: comercializar una tecnología, producto o servicio nuevo, o explotar una propiedad intelectual existente (por ejemplo Xerox 914, Swatch, Nespresso, Red Hat)

Mejora del mercado: mejorar o desbaratar un mercado existente (por ejemplo Dell, EFG Bank, Wii de Nintendo, IKEA, Bharti Airtel, Skype, Zipcar, Ryanair, amazon.com, better place)

Creación de un mercado: crear un tipo de negocio totalmente nuevo (por ejemplo Diners Club, Google)

RETOS

* Encontrar el modelo adecuado

* Comprobar el modelo antes de su aplicación en el mundo real

* Persuadir al mercado para que adopte el nuevo modelo

* Adaptar el modelo constantemente en función de la respuesta del mercado

* Gestionar los puntos de incertidumbre

Factores específicos de las organizaciones consolidadas

Reactivo: nace a raíz de una crisis con el modelo de negocio existente (por ejemplo IBM en la década de 1990, la Wii de Nintendo, los motores de reacción de Rolls Royce)

Adaptativo: ajuste, mejora o defensa del modelo de negocio existente (por ejemplo el servicio comes with music de Nokia, innovación abierta de P&G, Hilti)

Expansionista: lanzamiento de una tecnología, producto o servicio nuevo (por ejemplo Nespresso, Xerox 914 en la década de 1960, iPod/ iTunes)

Proactivo/exploratorio: preparación para el futuro (por ejemplo car2go de Daimler, Amazon Web Services)

RETOS

* Generar mercado para nuevos modelos

* Coordinar los modelos antiguos y nuevos

* Gestionar los intereses creados

* Centrarse en los resultados a largo plazo



Movilización
Preparación de un proyecto de diseño de modelo de negocio de éxito

Preparación del escenario

Reúne todos los elementos necesarios para diseñar con éxito un modelo de negocio. Informa sobre la necesidad de un modelo de negocio nuevo, describe la motivación que se esconde detrás del proyecto y establece un idioma común para la descripción, el diseño, el análisis y el debate de modelos de negocio.

Comprensión
Investigación y análisis de los elementos necesarios para el diseño del modelo de negocio

Inmersión

Reúnete con el equipo de diseño del modelo de negocio y revisad bien la información pertinente: clientes, tecnología y entorno. Recopila información, entrevista a expertos, estudia a los clientes potenciales e identifica los problemas y necesidades.

Diseño
Adaptación y modificación del modelo de negocio según la respuesta del mercado

Análisis

Convierte la información y las ideas de la fase anterior en prototipos de modelos de negocio que se puedan explorar y comprobar. Después de analizar a fondo el modelo de negocio, selecciona el diseño que mejor cumpla las expectativas.

Aplicación
Aplicación efectiva del prototipo de modelo de negocio

Ejecución

Aplica el diseño de modelo de negocio seleccionado.

Gestión
Adaptación y modificación del modelo de negocio según la reacción del mercado

Evolución

Estructura el sistema de gestión de forma que el modelo de negocio se supervise, evalúe y adapte o transforme continuamente.

CINCO FASES



Movilización

ACTIVIDADES

- Definición de los objetivos del proyecto
- Comprobación de las ideas preliminares para el negocio
- Planificación
- Formación de un equipo

FACTORES CLAVE PARA EL ÉXITO

- Personas, experiencia y conocimientos adecuados

PRINCIPALES PELIGROS

- Sobrevaloración de las ideas iniciales

Comprensión

ACTIVIDADES

- Análisis del entorno
- Estudio de los clientes potenciales
- Entrevistas con expertos
- Estudio de los intentos anteriores (ejemplos de fracasos y sus motivos)
- Recopilación de ideas y opiniones

FACTORES CLAVE PARA EL ÉXITO

- Conocimiento exhaustivo de los posibles mercados
- Superación de las barreras tradicionales que definen los mercados objetivo

PRINCIPALES PELIGROS

- Alejamiento de los objetivos a causa de una investigación excesiva
- Investigación sesgada debido a un vínculo previo con una idea de negocio

Diseño

ACTIVIDADES

- Sesión de *brainstorming*
- Creación de prototipos
- Pruebas
- Selección

FACTORES CLAVE PARA EL ÉXITO

- Colaboración con personas de toda la empresa
- Capacidad para ver más allá del statu quo
- Exploración de varias ideas de modelo de negocio

PRINCIPALES PELIGROS

- Atenuación o rechazo de las ideas atrevidas
- Enamorarse de las ideas demasiado rápido

Aplicación

ACTIVIDADES

- Comunicación e implicación
- Ejecución

FACTORES CLAVE PARA EL ÉXITO

- Aplicación de las buenas prácticas en gestión de proyectos
- Capacidad y voluntad para adaptar el modelo de negocio con rapidez
- Organización de los modelos de negocio antiguos y nuevos

PRINCIPALES PELIGROS

- Aceleración débil o ausente

Gestión

ACTIVIDADES

- Análisis del entorno
- Evaluación constante del modelo de negocio
- Rejuvenecimiento o replanteamiento del modelo
- Coordinación de los modelos de negocio dentro de la empresa
- Gestión de las sinergias o conflictos entre modelos

FACTORES CLAVE PARA EL ÉXITO

- Perspectiva a largo plazo
- Proactividad
- Control de modelos de negocio

PRINCIPALES PELIGROS

- Convertirse en una víctima del éxito, no adaptarse

ALINEACIÓN DE TI CON LA EMPRESA

Para que una empresa tenga éxito, es esencial que los sistemas de información y los objetivos empresariales estén en consonancia. Los presidentes ejecutivos plantean a los directores de tecnologías de la información (CIO) las siguientes preguntas: ¿tenemos la infraestructura de TI adecuada? ¿Cómo lo sabemos? ¿Cómo podemos acompasar la actividad empresarial con los sistemas tecnológicos?

Gartner, una empresa de asesoramiento e investigación en tecnologías de la información, enfatiza este aspecto en un informe titulado «Getting the Right IT: Using Business Models» [«Cómo conseguir la infraestructura de TI adecuada: uso de modelos de negocio»]. Gartner afirma que el lienzo de

modelo de negocio es una potente herramienta que ayuda a los CIO a entender rápidamente el funcionamiento de una empresa sin entrar en los detalles operativos. Gartner recomienda a los CIO el uso del lienzo de modelo de negocio para alinear la infraestructura de TI con los procesos empresariales clave. De esta manera, podrán aunar las decisiones empresariales y de TI sin profundizar demasiado en las cuestiones tácticas. Creemos que la combinación del lienzo con un método de arquitectura empresarial puede resultar útil. Muchos de los conceptos de arquitectura empresarial describen la empresa desde tres perspectivas: la perspectiva empresarial, la perspectiva de aplicaciones y la perspectiva tecnológica. Recomendamos el uso del lienzo como base de la perspectiva empresarial, que después se alineará con las perspectivas de aplicaciones y tecnológica.

En la perspectiva de aplicaciones, se describe la cartera de aplicaciones que aprovechan diferentes aspectos del modelo de negocio (por ejemplo, sistemas de recomendaciones, aplicaciones de gestión de la cadena de suministros, etc.) y todos los requisitos de información del modelo de negocio (perfiles de cliente, almacenamiento, etc.). En la perspectiva tecnológica se describe la infraestructura tecnológica que sustenta el modelo de negocio (parques de servidores, sistemas de almacenamiento de datos, etc.). Los autores Weill y Vitale proponen otra forma interesante de explorar la consonancia de TI: vinculan categorías de infraestructura de TI con modelos de negocio. Weill y Vitale proponen alinear los modelos de negocio con la infraestructura de aplicaciones, gestión de comunicaciones, gestión de datos, gestión de TI, seguridad, arquitectura de TI, gestión de canales, investigación y desarrollo de TI y formación en TI.

EJERCICIOS:

¿Qué puede aportar la tecnología de la información a los procesos y flujos de trabajo que requieren mis modelos de negocio?

¿Qué información necesito recabar, almacenar, compartir y gestionar para mejorar mi modelo de negocio?

¿Cómo mejora mi cartera de aplicaciones la dinámica específica de mi modelo de negocio?

¿Cómo limitarán o mejorarán mi modelo de negocio la arquitectura, los estándares y la interfaz de TI?

¿Qué infraestructura tecnológica se necesita, y es clave, para el éxito de mi modelo de negocio (por ejemplo, parques de servidores, comunicaciones, etc.)?

¿En qué punto del modelo de negocio desempeña un papel importante la seguridad y cómo afecta a mi infraestructura de TI?

¿Debo invertir en formación de TI para sacar el máximo partido a mi modelo de negocio?

¿La inversión en investigación y desarrollo de TI podría mejorar mi modelo de negocio en el futuro?

EVALUACIÓN:

Realiza un mentefacto conceptual de la siguiente lectura

https://cio.com.mx/armar-una-verdadera-arquitectura-tecnologica/

BIBLIOGRAFÍA:

Alexander Osterwalder, Yves Pigneur- Generación de modelos de negocio. 2011