

PROEXCA
para Canarias



Programa de transformación digital

DIGITALSTAR Canarias

ALIANZAS ESTRATÉGICAS EN EL MUNDO DIGITAL-ANTONIO RAMILO



Alianzas Estratégicas en el Mundo Digital

Antonio Ramilo

Founder & CEO Agrigento Consulting

Programa

1. Revolución Digital 4.0. Mundo Digital

2. Alianzas Estratégicas.

- Como se construye ? 5 Pasos
- Riesgos.

3. Estrategia : Frenemies ¿ Amigos o Enemigos?

4. Alianzas Estratégicas / Covid

5. Ejemplos. Caso Visa / BBVA . Caso Telco/ Google. Nuevo Producto

6. Preguntas.

1. Revolución Digital 4.0. Mundo Digital



¿ Donde esta el Valor ?

Tesla ya es la empresa automovilística más valorada del mundo



TECNOLOGÍA

Apple se muestra poderosa y vale más que todo el PIB español

compañía, que cierra un trimestre récord y avanza otro bueno, vale Bolsa 1,305 billones de euros. El PIB español suma 1,25 billones

CNN Tecnología • Clix | Ciencia y Espacio | Guía de regalos

EMPRESAS

Apple ahora vale US\$ 2 billones

Por Paul R. La Monica
11:41 ET (15:41 GMT) 19 Agosto, 2020

EUROPA

Profesional.com

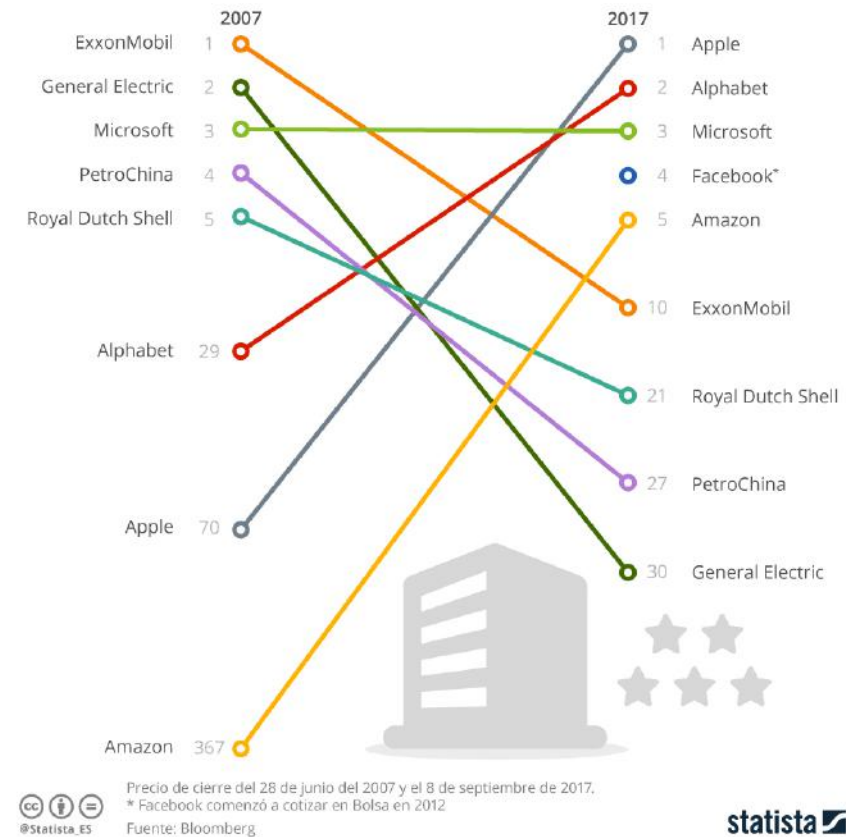


1. Revolución Digital

4.0. Mundo Digital

- Los sectores que tradicionalmente lideraban , han dejado de hacerlo.
- Petróleo
- Farmaceuticas
- Banca y Finanzas
- Distribución
-

Las empresas más grandes del mundo hoy y hace 10 años
Clasificación de empresas por su capitalización bursátil entre 2007 y 2017



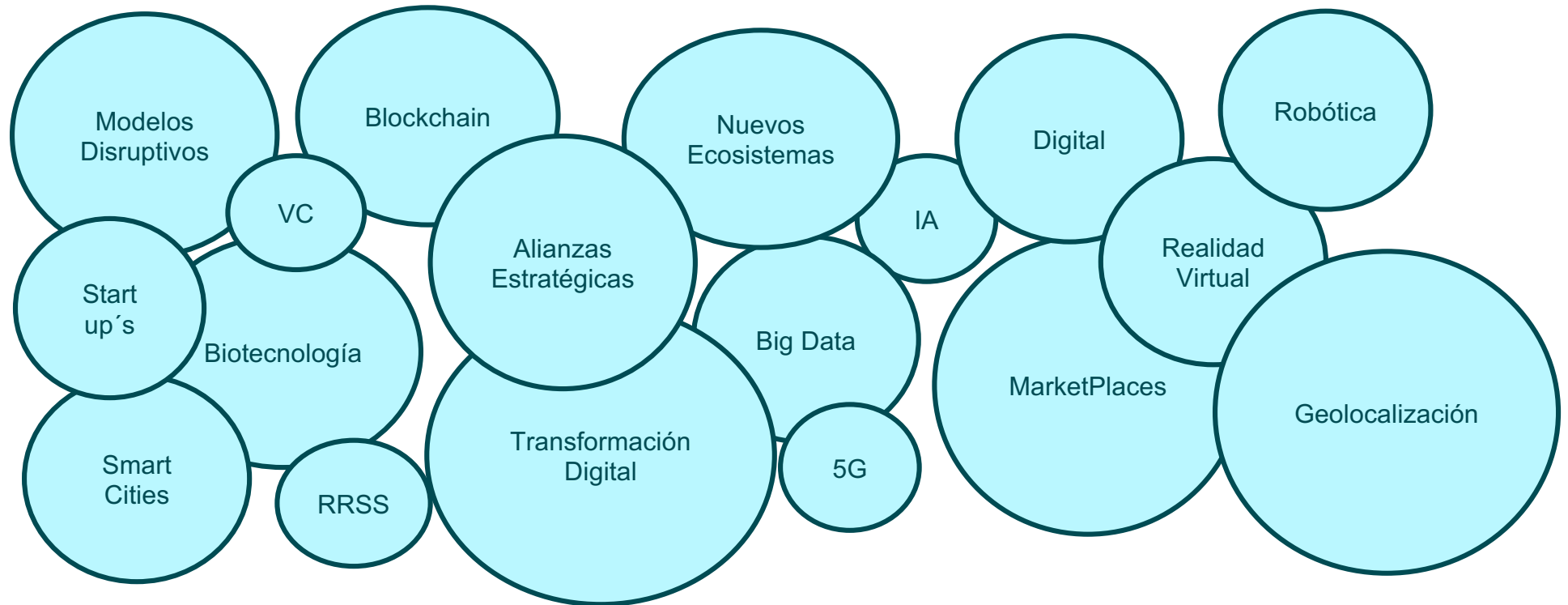
1. Revolución Digital 4.0. Mundo Digital

Empresas Tecnológicas/Digitales han capturado el valor de los mercados a nivel mundial.

Consecuencias :

1. Digitalización de la Economía . Transformación Digital
2. Implementar una Cultura de Alianzas.

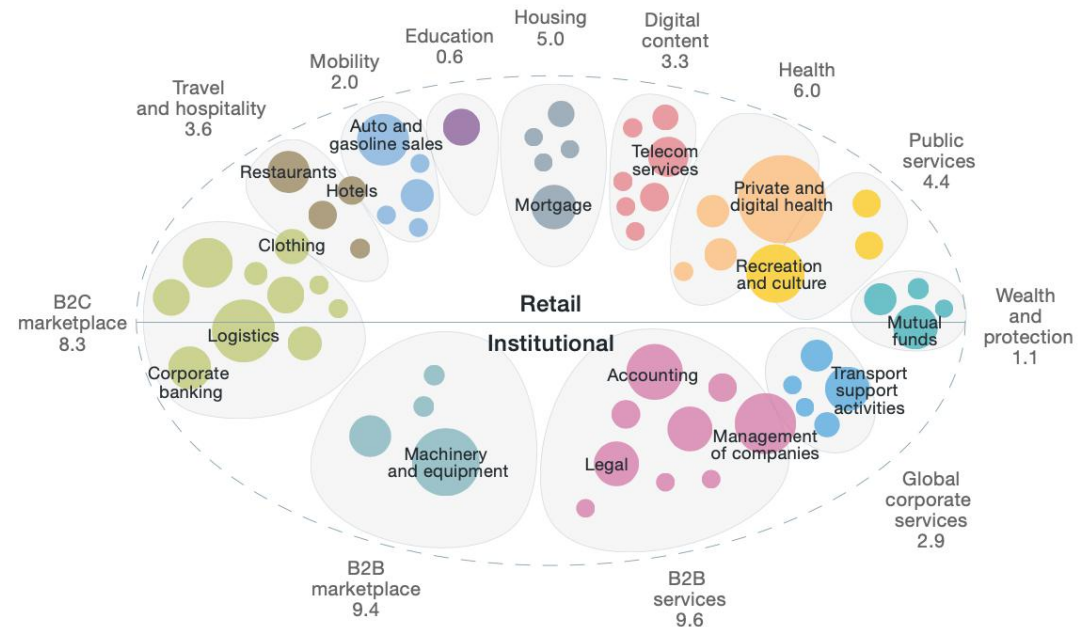
1. Revolución Digital 4.0. Mundo Digital



Competimos en un mundo sin fronteras con nuevos Ecosistemas que aglutinan un potencial alto del mercado.

New ecosystems are likely to emerge in place of many traditional industries by 2025.

Ecosystem illustration, estimated total sales in 2025,¹ \$ trillion



¹Circle sizes show approximate revenue pool sizes. Additional ecosystems are expected to emerge in addition to the those depicted; not all industries or subcategories are shown.

Source: IHS World Industry Service; Panorama by McKinsey; McKinsey analysis

2. Alianzas Estratégicas

Es una asociación entre dos o más empresas que unen recursos y experiencias para desarrollar una actividad específica, crear sinergias de grupo o como una opción estratégica para el crecimiento.

Las Alianzas Estratégicas se establecen normalmente entre empresas competidoras o que producen productos o servicios complementarios.

Los sectores de actividad que han tenido particular relevancia son los sectores de las áreas de Tecnología/ Digital ¿ por qué ?

SINERGIAS ?

2. Alianzas Estratégicas

Es la **CULTURA** . Si , mentalidad abierta

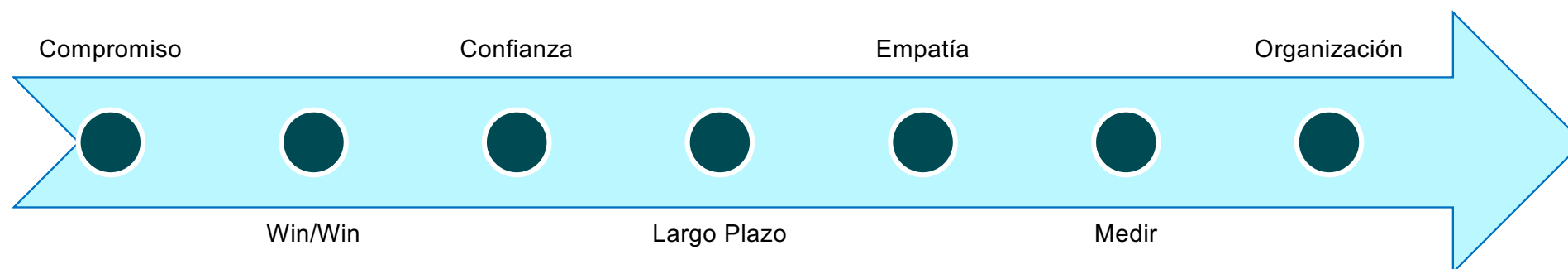
Las alianzas han explotado en el Mundo Digital.

Las nuevas empresas tecnológicas que buscan inversores y capital de riesgo también consideran un tercer camino:

Crear **alianzas estratégicas** con grandes corporaciones que estén dispuestas a realizar inversiones en nuevas tecnologías.

Cambio de Mindset

2. Alianzas Estratégicas vs Acuerdo Comercial



2. Alianzas Estratégicas. Objetivos

- Obtener ventajas de escala, alcance y timing
- Aumentar la penetración en un mercado
- Mejorar la competitividad en mercado local / global
- Desarrollo de Productos
- Eficiencia . Reducción de costes

MAXIMIZAR RESULTADOS

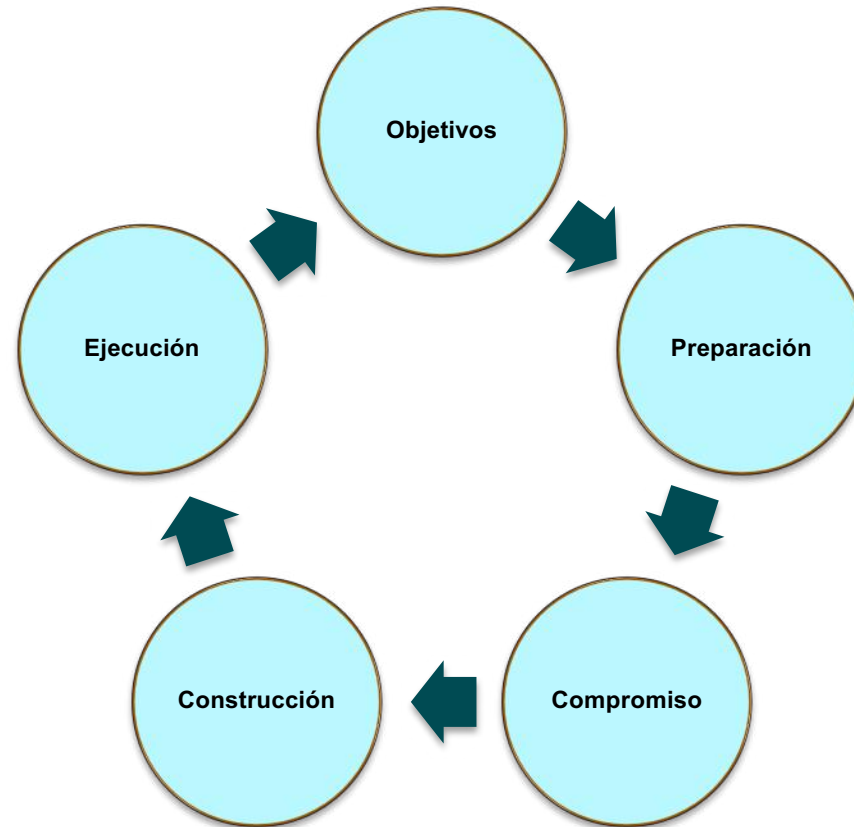
2. Alianzas Estratégicas. Beneficios

- Potencias fortalezas y compensar debilidades
- Capacidad para crear nuevos productos
- Reducción de costes
- Acceso a nuevas tecnologías
- Desplazar competidores
- Supervivencia en mercados competitivos
- Respuesta ante cambios de la demanda

2. Alianzas Estratégicas. Valor Agregado

- Creación de sinergias al combinar lo mejor de varias empresas
- Agilidad y rapidez en Operaciones
- Compartir riesgos.
- Transferencia de conocimientos y tecnología.
- Ventajas de mercado, incrementos en las ventas , conocimiento del mercado, acceso a nuevos mercados, nuevos canales de distribución y contacto más directo con los clientes.
- Aportes de capital conjunto.

2.1- Como Definir una Alianza . 5 pasos



2.1- Alianzas Estratégicas . Paso 1. Objetivos

1.- Filtre candidatos

- según sus factores preseleccionados, así como las relaciones existentes, el tamaño, la **relevancia estratégica o la complejidad.**

2.-Seleccione un socio potencial

- observando el valor estratégico potencial a tener y el ajuste emocional y **cultural entre las organizaciones.**

3.-Defina un caso de negocio

- de un primer paso para probar qué tan probable es que se materialice **el valor esperado** y qué se necesitará para llegar a buen puerto la Alianza.

2.- Alianzas Estratégicas . Paso 2 Preparación

1.- Seleccione Responsable

- **liderará** la asociación naciente y será el punto de contacto en su propia organización y entre su organización y el socio.

2.-Administre el objetivo como un socio estratégico

- para que su organización se entere de la nueva misión conjunta y se comporte de manera sincronizada con el objetivo de la asociación.

3.-Acuerde internamente en la estrategia

- articulando la historia de por qué las organizaciones deberían asociarse, el valor potencial que se extraerá de la alianza, el plan de cooperación y los hitos clave de navegación para la asociación.

2.- Alianzas Estratégicas . Paso 3 Compromiso

1.-Compromiso

- **Involucrarse** con el Partner/Socio ahora que todo su trabajo de fondo está hecho. Puede tener confianza en el futuro porque ha aprendido mucho sobre ellos, comprende y cree en el valor mutuo que generará y sabe en gran medida cómo procederá

2.-Atracción

- **Profundice** su comprensión de los aspectos o procesos que esta asociación son más atractivos para su socio potencial.

3.-Definición.

- **Definir y acordar conjuntamente** un marco de cooperación estratégica, el paso cuando ambas organizaciones declararán ser socios estratégicos.

2.- Alianzas Estratégicas . Paso 4 Construcción

1.- Construcción

- **Sindique la cooperación** formalizando el acuerdo e informando ampliamente interna y externamente

2.-Comunicación

- **Comunique al equipo** para que la alianza estratégica tenga niveles adecuados de capacidad humana y recursos.

3.-Acuerde internamente la estrategia

- **Establecer las líneas de trabajo conjuntas** con la participación activa de las áreas de negocio más cruciales para el equipo de la Alianza.

2.- Alianzas Estratégicas . Paso 5 Ejecución.

1.- Ejecución

- **Ejecutar juntos**, con los equipos de ambas organizaciones trabajando estrechamente en los flujos de trabajo establecidos anteriormente.

2.-Generar Valor

- **Generar un valor transformador**, el destino original de las Alianzas. Escala y vanguardia. Una Alianza estratégica bien administrada brindará un valor mucho más consistente de lo esperado.

3.-Expansión

- **Expanda a nuevas áreas** a medida que surjan nuevas posibilidades y ambiciones de la Alianza establecida, la confianza mutua y el histórico de relación.

2.2 Cuales son los Riesgos.

Cultura

- Existe una cultura de Alianzas en la empresa.
- Alianzas vs Acuerdos. Desconfianza.

Medir

- Lo que no se mide no se hace. Imposible Gestionar.
- Establecer variables de medición.

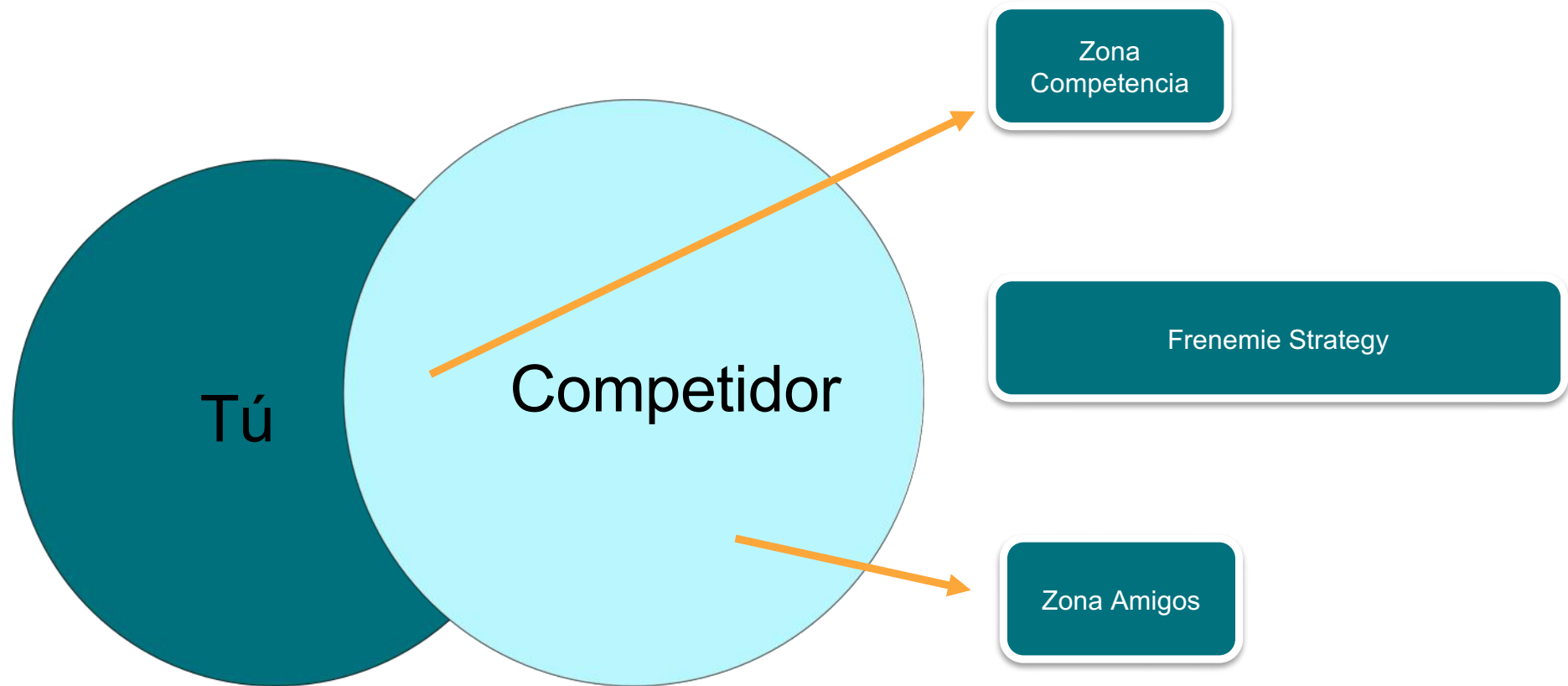
Resiliencia

- La personas y su resiliencia.
- Adaptación al cambio.

Comunicación

- Involucración de la Alta Dirección. Comunicar.
- No es un test.

3. Estrategia : ¿ Amigos o Enemigos?



4.- Alianzas Estratégicas . Frente Covid

El covid añade una nueva variable a una crisis económica , la crisis sanitaria.

- Genera gran incertidumbre
- Global
- Impacto sectorial diverso
- Modo defensivo
- Foco en defender cuota actual / Nivel ventas / Estructura / Recursos / Plantillas etc etc

Crisis provocan cambios en los mercados.

- Mayor profundidad crisis implica mayores cambios

Momento adecuado ?

4.- Alianzas Estratégicas . Frente Covid

No hay una respuesta rotunda a esa pregunta , solo se puede responder **al modo Gallego DEPENDE**, y efectivamente así es depende de factores propios , sectoriales , objetivos que han de ser analizados caso a caso y Alianza a Alianza.

Mientras tanto el mercado financiero responde así:

“ Apple ha duplicado su valor desde final de marzo, superando los dos billones de dólares de capitalización bursátil, siendo también intensas las revalorizaciones de Amazon, Microsoft, Alphabet (matriz de Google) y Facebook, que le siguen en el ranking de las empresas de mayor capitalización mundial”

Impulsado principalmente por la funcionalidad de sus actividades con las restricciones a la movilidad, pues el confinamiento ha traído consigo un aumento notable del tiempo frente a las pantallas de los dispositivos digitales, tanto para entretenimiento como para teletrabajo, con el consiguiente aumento del gasto en comercio y entretenimiento *on line* y en dispositivos electrónicos.

5. Un ejemplo . Caso Financiero



BBVA



Mostrar Imagen Tecnológica
Acceso a base clientes
Ganar cuota de Mercado
E commerce
Incrementar Ingresos
Generar Confianza

Capturar parte del valor
Referente e commerce
Generar Confianza
Incrementar trafico

5. Un ejemplo . Caso TELCO

Google



Telefonica

Capturar parte del valor
Acceso a base clientes
Generar Marca
Posicionamiento
Incrementar Ingresos

Capturar parte del valor
Competidor
Aprender
Transición a Modelo Digital
Ser pioneros

5. Un ejemplo . Nuevo Servicio B2C



Telefonica

Generar Barreras de entrada
Acceso a base clientes
Capacidad de Distribución
Posicionamiento
Incrementar Ingresos

Fidelizar cliente
Nuevo Servicio
Aprender
Portfolio Servicios
Incrementar el ARPU

Muchas Gracias.

Antonio Ramilo

antonio.ramilo@gmail.com

650414548