

ES EL  
MOMENTO  
DE  
TODOS



**Banco Agrícola**

Reestructuración del nuevo plan de Negocio

- 
- Esta crisis te invita a que reinventes tu negocio buscando un enfoque digital, basado en datos que acelere el desarrollo de nuevos segmentos y que te lleven a crecer y a triunfar en la nueva normalidad.
  - La metodología de estos Webinar estará centrada en darte herramientas que te permitan establecer y concretar tu estrategia para un Nuevo Normal y al final de cada sesión nos acompañará un caso de éxito y expertos, para que puedas implementarlo a tu compañía.

TODOS SOMOS  
**Reinventistas**

Estrategias Digitales para Planificar un Nuevo Normal (Tres Webinar 21, 23 y 28 de julio 4pm)

# Programación Webinar

21 de Julio

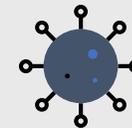
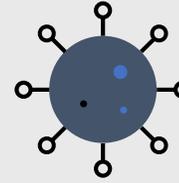
1. Arqueo post Crisis

23 de Julio

1. Reestructuración del nuevo plan de Negocio

28 de Julio

1. Herramientas Digitales en el Nuevo Normal

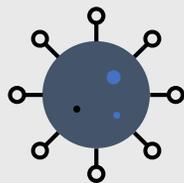




# ESTRATEGIAS Digitales

para planificar un nuevo normal





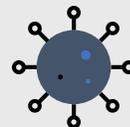
23 de Julio

# Reestructuración del nuevo plan de Negocio

Convierta su negocio en una compañía basada en datos, centrada en el cliente y capaz de triunfar la era Digital

TODOS SOMOS  
**Reinventistas**

*Ejemplo del Model Business Canvas Post Crisis Covid-19*



BUSINESS INTELLIGENCE  
¡Hacemos Crecer tu Negocio!

ES EL MOMENTO DE TODOS  
BancoAgrícola



# Reestructuración del nuevo plan de Negocio y Centrado en el Usuario



1. Mercado Actual
2. Organizaciones en la era Digital
3. Plan de Negocios en el Nuevo Normal
4. Model Business Canvas post covid-19
5. Transformación Digital Canvas
6. Metodologías Agiles & Transformación Digital
7. El ROI en La transformación Digital
8. **Invitados**

**Carlos Villalobos (HubSpot)**

**Diego Villalta (Barlleno)**

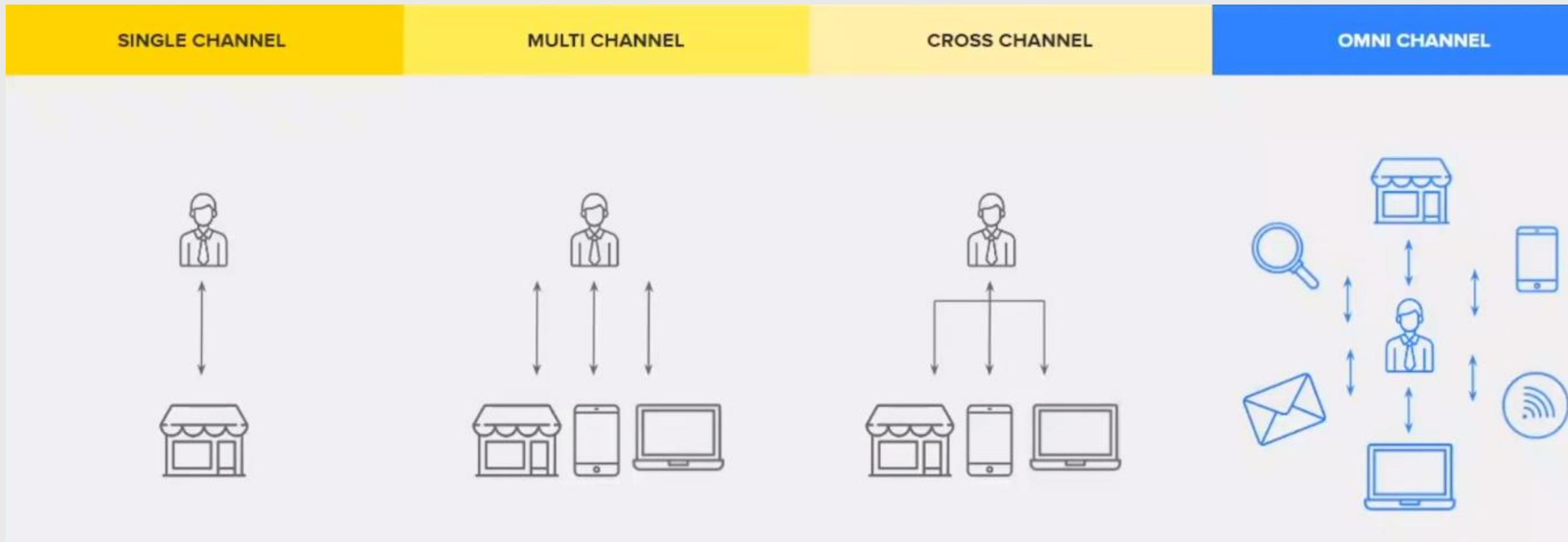
# El reto del nuevo mercado

EL CLIENTE CAMBIO Y LLEGO PARA QUEDARSE

Para entender cuál es el concepto **real** tenemos que aplicar dentro de este nuevo normal un nuevo estudio de lo que es posible y que no pero sobre todo el mercado será mas **austero**, mas **precavido** y menos de visitar los **establecimientos físicos**



# La evolución del comercio



Fuente: Mercado Libre

# El nuevo normal

El nuevo normal estará rodeado de **sobre costos** de sanitización tanto para cuidar a los empleados a los clientes o la distribución como tal y mientras no exista una vacuna será el nuevo normal un consumidor mas

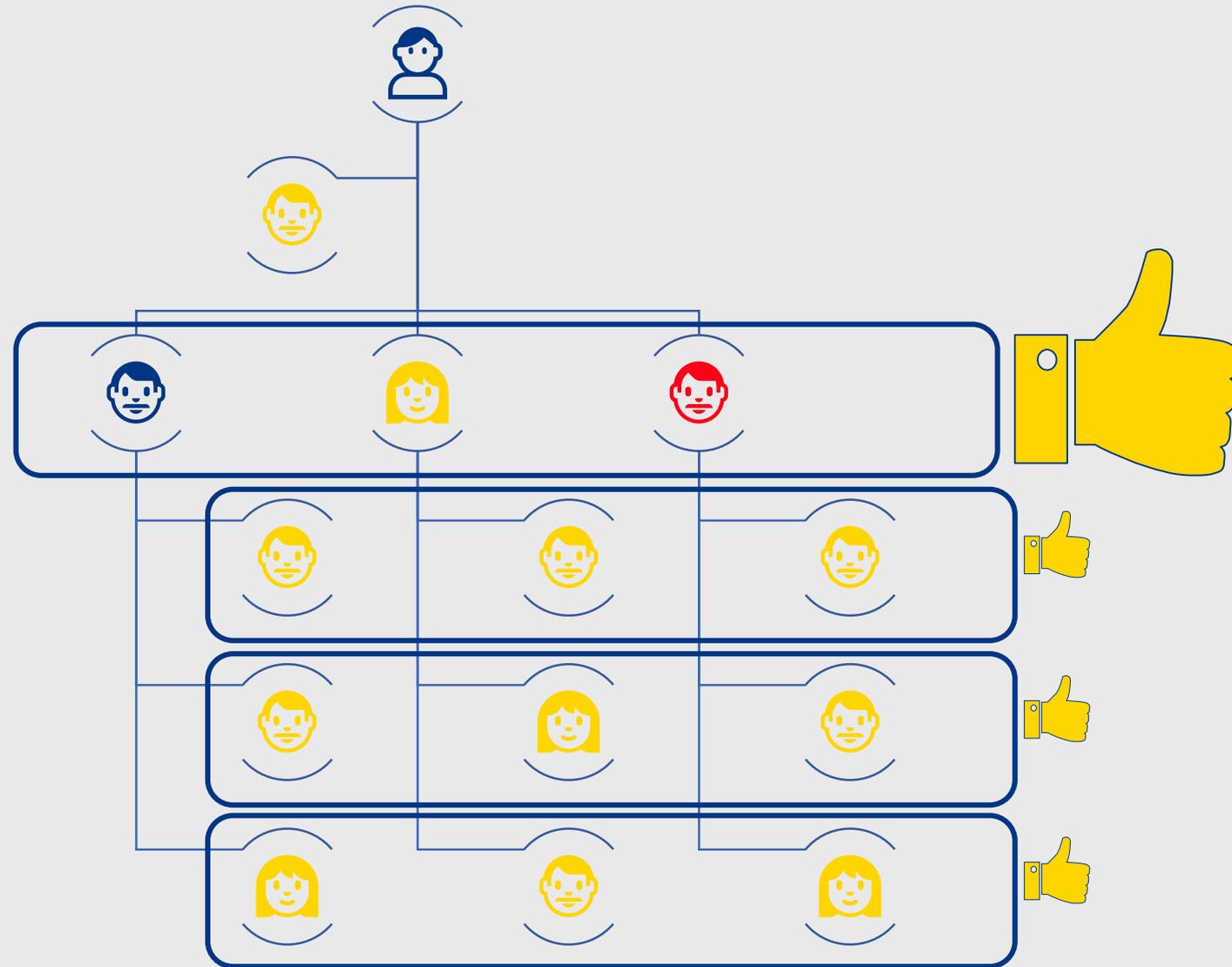


# Organizaciones en la era digital

Según Michael Porter la inclusión de procesos tecnológicos al interior de las organizaciones está cambiando las estructuras funcionales.



# Jerarquías antiguas Vr Actuales





# Carlos Villalobos

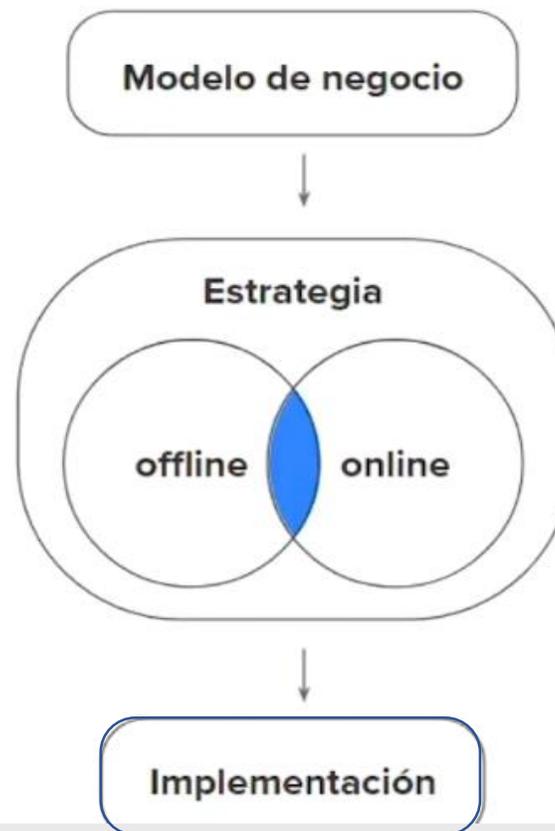
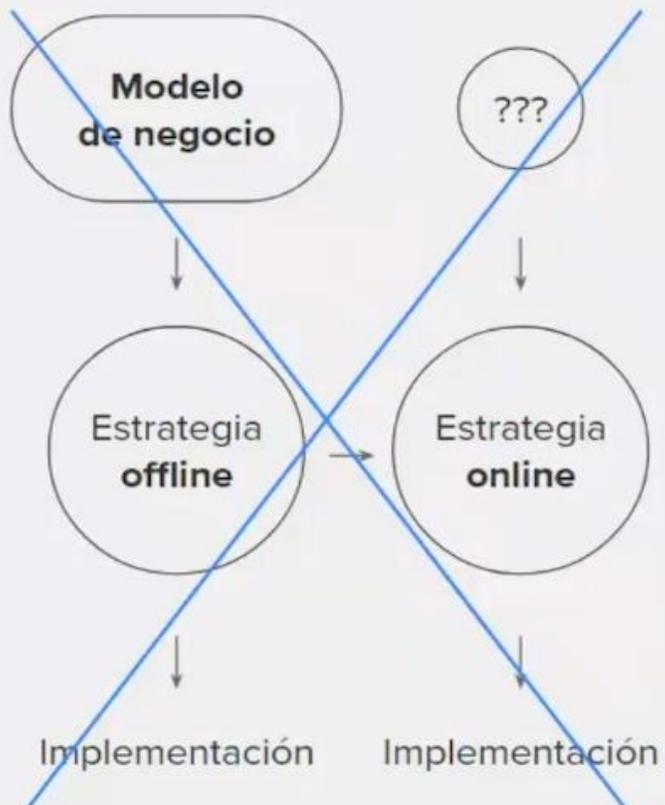
Senior International Partner Manager

HubSpot



2020-07-23 07:03:31

## Mi estrategia con el e-commerce

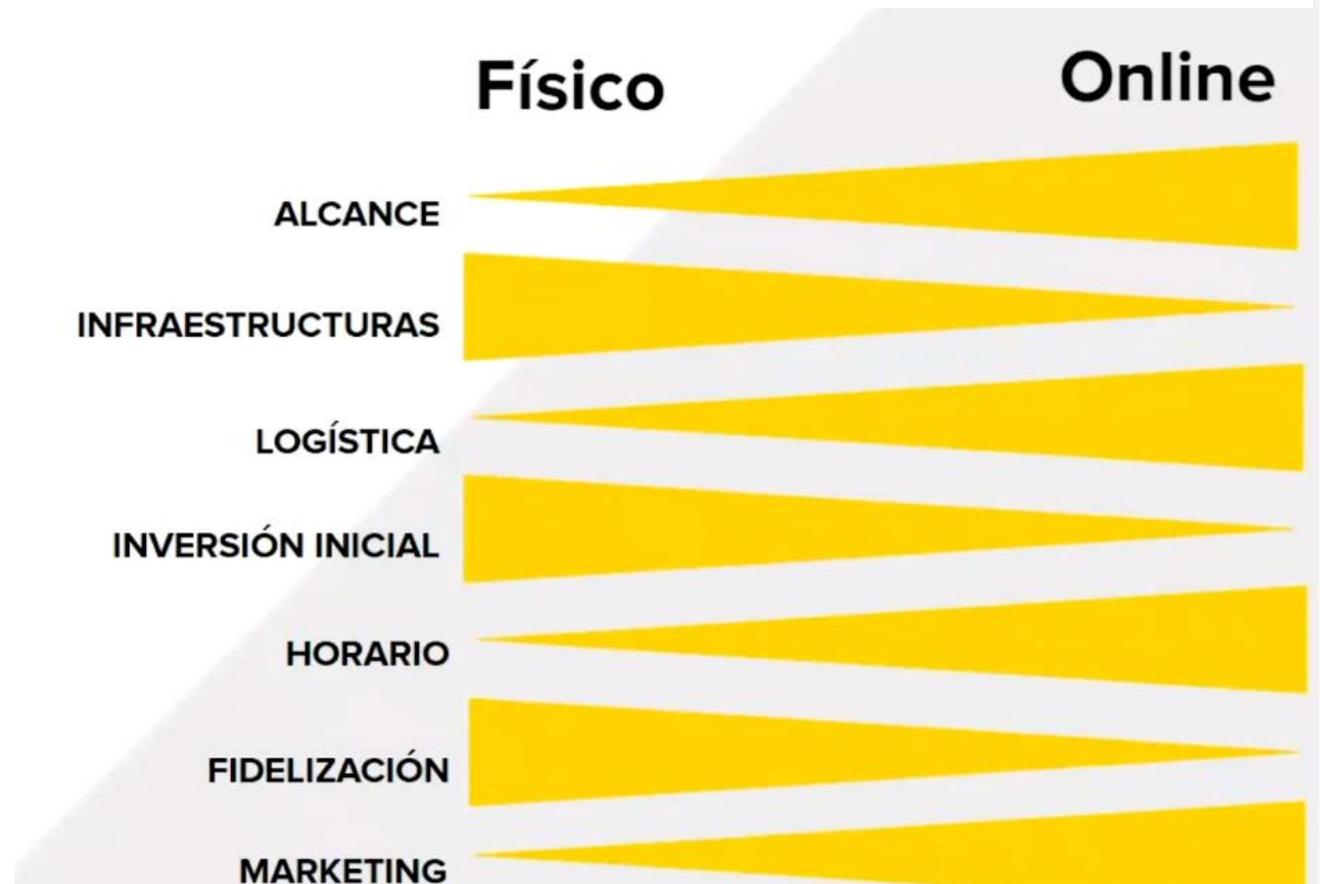


¿POR QUÉ  
APOSTARLE A LA

# Transformación Digital

## Tres pilares plan de digitalización

- Mejora de ventas,
- Mejora de productividad
- Mayor ahorro y control.



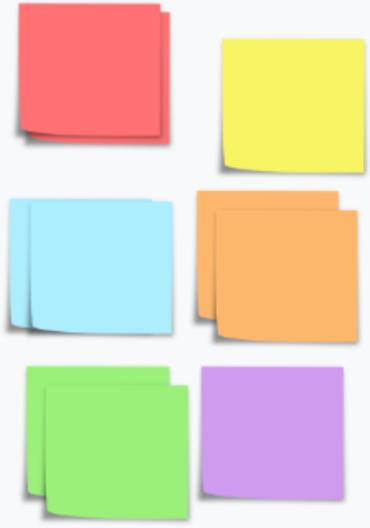
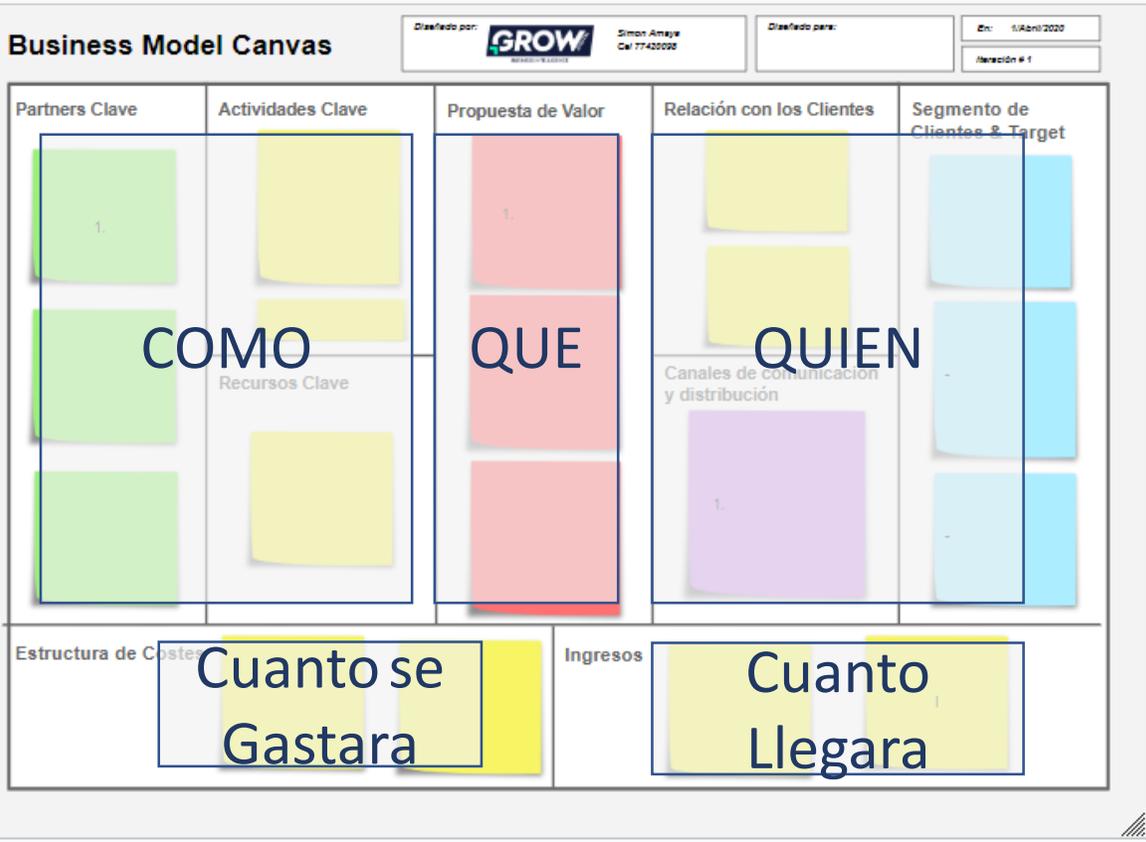
Fuente: Mercado Libre

# Mundo físico Vs Online

# Plan de Negocios en el Nuevo Normal

Reestructuremos el plan Nuevo de negocios y mucho énfasis en:

1. Soluciones y Servicios a un nuevo Mercado
2. Nueva promesa de Valor
3. Nuevos socios estratégicos
4. Nuevas formas de interacción con clientes
5. Actividades claves enfocadas ala Digitalización



# Zona de Ideas

## Business Model Canvas

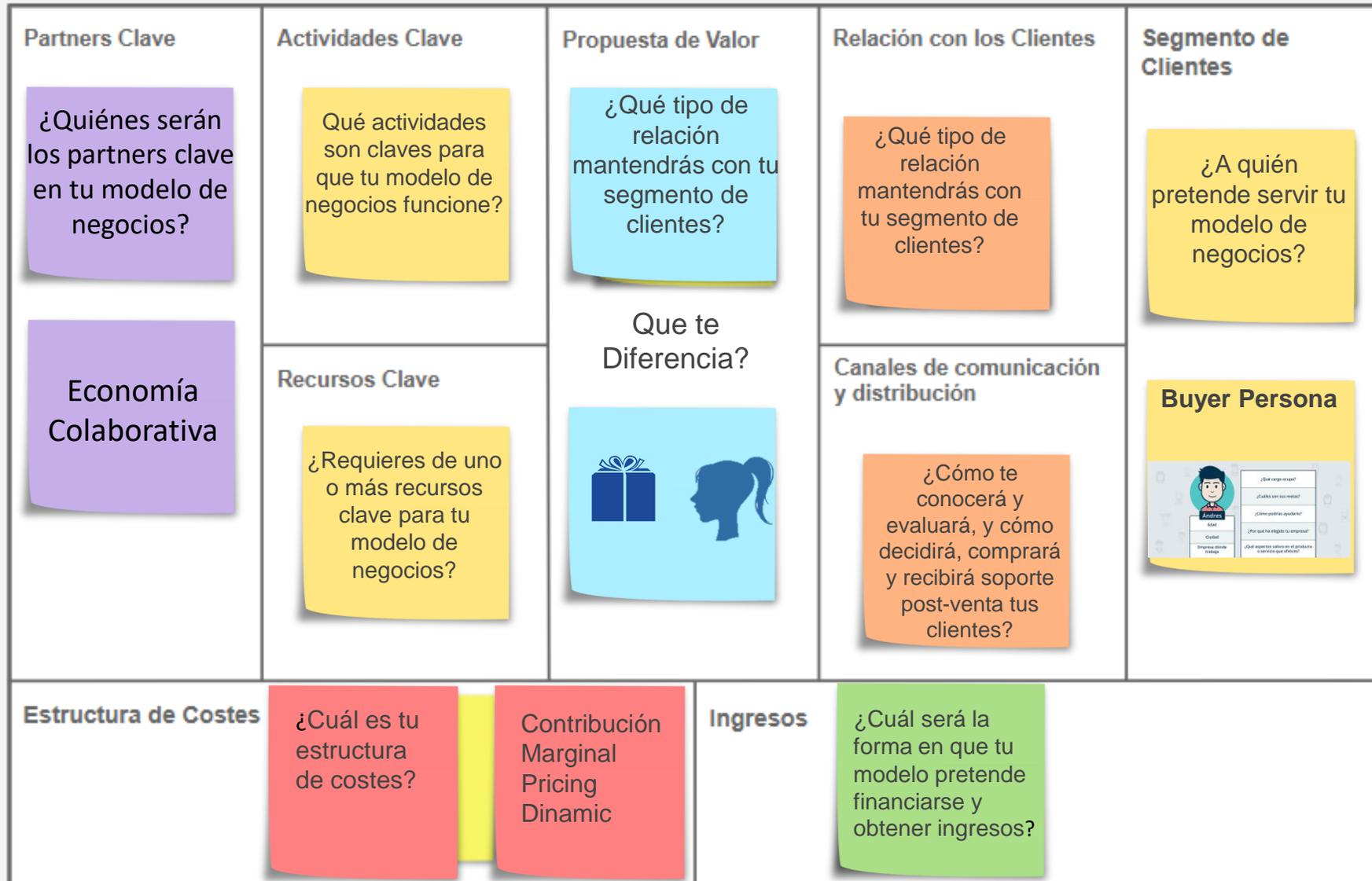
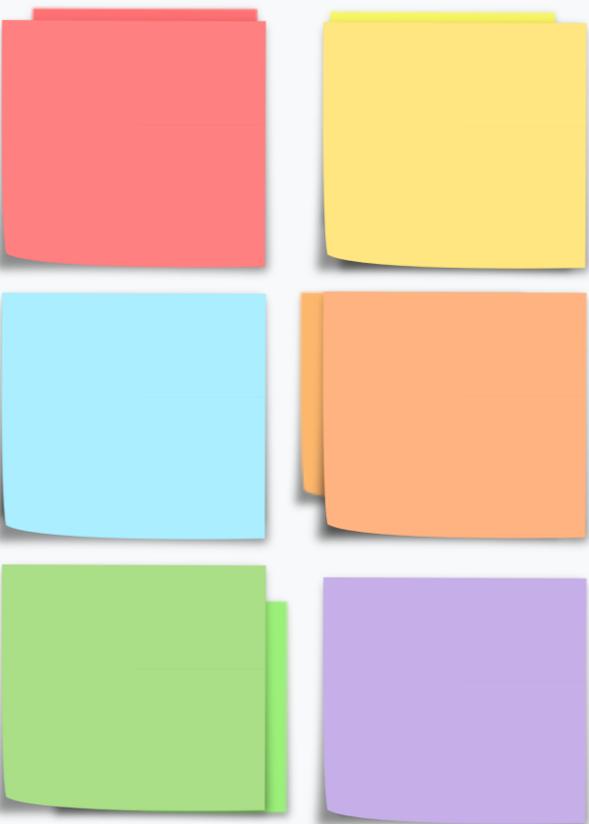
Diseñado por:



Diseñado para:

En: 15/Mayo/2019

Iteración # 1



# Ejemplo del Model Business Canvas

Versión post Crisis Covid-19

**Socios clave**

Juntos  
#Pero no revueltos

**Actividades claves**

TRASFOMACION  
DIGITAL

**Propuestas de valor**

Nueva para clientes  
"nuevos" y productos  
mínimos viables

**Relaciones con clientes**

DIGITAL  
#DistanciadosPeroUnidos

**Segmentos de clientes**

Mercados mas Objetivos  
MICRO segmentados  
Y el Cliente en el centro  
de la Estrategia

**Recursos claves**

Prevención de uso  
pero si disponible

**Canales**

DIGITAL  
DIGITAL  
DIGITAL  
FISICO

**Estructura de costes**

Mínimo al punto  
de equilibrio

**Fuentes de ingresos**

Mercado  
reducido  
Flujo de caja

F7

✕ ✓ fx

A B C D E F G H

1

2



## PLAN DE TRABAJO 2020 Q3-Q4



3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

13

ACTIVIDAD

FECHA INICIO

FECHA FIN

RESPONSABLE

OBJETIVO

ESTADO

1 Digitalizar las fotos de los PRODUCTOS

25/5/2020

4/6/2020

Daniel

Mercadeo

On going

2 Mesa de trabajo PRECIOS

5/6/2020

6/6/2020

Javier + Daniel + Andres

Comercial

Done

3 Pedir asesoria/cotizacion Banco Agricola WOMPI

29/7/2020

3/8/2020

Pending

6

On going

7

On going

8

On going

9

On going

10

On going

11

On going

Datos

Gráfico

Validaciones



# Herramienta Digital para Plan de Trabajo

The screenshot displays the Asana web interface. At the top, the Asana logo is on the left, followed by navigation links: '¿Por qué usar Asana?', 'Soluciones', 'Recursos', and 'Precio'. On the right, there are links for 'Contactar a ventas', 'Iniciar sesión', and a purple 'Prueba gratis' button. The main content area shows a project titled 'Solicitudes de diseño' with tabs for 'Lista', 'Tablero' (selected), 'Cronograma', 'Calendario', 'Progreso', 'Formularios', and 'Más...'. The Kanban board is organized into four columns: 'Nuevas solicitudes', 'En progreso', 'Terminar', and 'Referencia'. Each column contains task cards with progress bars, titles, dates, and communication icons. A tooltip is visible over the 'Diseños de caso de uso' card in the 'En progreso' column.

# Actividad Clave

## Transformación Digital

ENTENDER LA OPORTUNIDAD / Contexto

FASE 1.1



1

### Contexto

¿Qué vas a encontrar en el mercado? ¿Cuáles son las tendencias de tu industria? ¿Cuáles son las tendencias de tu organización?

Describir aquéllas **tendencias** de índole económica, social, política, tecnológica, etc que estén transformando tu empresa u organización.

2

### Insights

¿Qué personas o grupos de personas están afectados por estas tendencias? ¿Cuáles son sus necesidades? ¿Cuáles son sus oportunidades?

Analizar a **quién o quiénes (personas)** están afectando (o pueden afectar) todas y cada una de esas tendencias en tu organización.

3

### Ideas

¿Cuáles son las ideas que se están generando? ¿Cuáles son las ideas que se están generando? ¿Cuáles son las ideas que se están generando?

En esta fase realizarás un brainstorming de **ideas o posibles soluciones** para atender a la nueva situación que se ha dado en tu empresa.

4

### Prototipo

¿Cómo puedo probar algunas de esas ideas? ¿Cuáles son los recursos que necesito? ¿Cuáles son los recursos que necesito?

Aquí debes preguntarte, ¿cómo puedo **prototipar** algunas de esas ideas?, ¿cómo puedo realizar **pruebas piloto** con los mínimos recursos posibles?

5

### Recursos

¿Qué recursos necesito para llevar a cabo las pruebas piloto? ¿Cuáles son los recursos que necesito?

Listar todo lo que necesitas para llevar a cabo las prácticas esos prototipos: Recursos tecnológicos, humanos, materiales, físicos locales, Instalaciones Etc.

6

### Inversión

¿Cuánto vas a emplear, a gastarte en realizar esa prueba piloto? ¿Cuáles son los recursos que vas a necesitar?

Cuánto vas a emplear, a gastarte en realizar esa prueba piloto. Es decir, los costes de todos los recursos que vas a necesitar.

7

### Impacto

¿Qué impacto esperas obtener de las inversiones y pruebas realizadas? ¿Cuáles son las métricas que son relevantes?

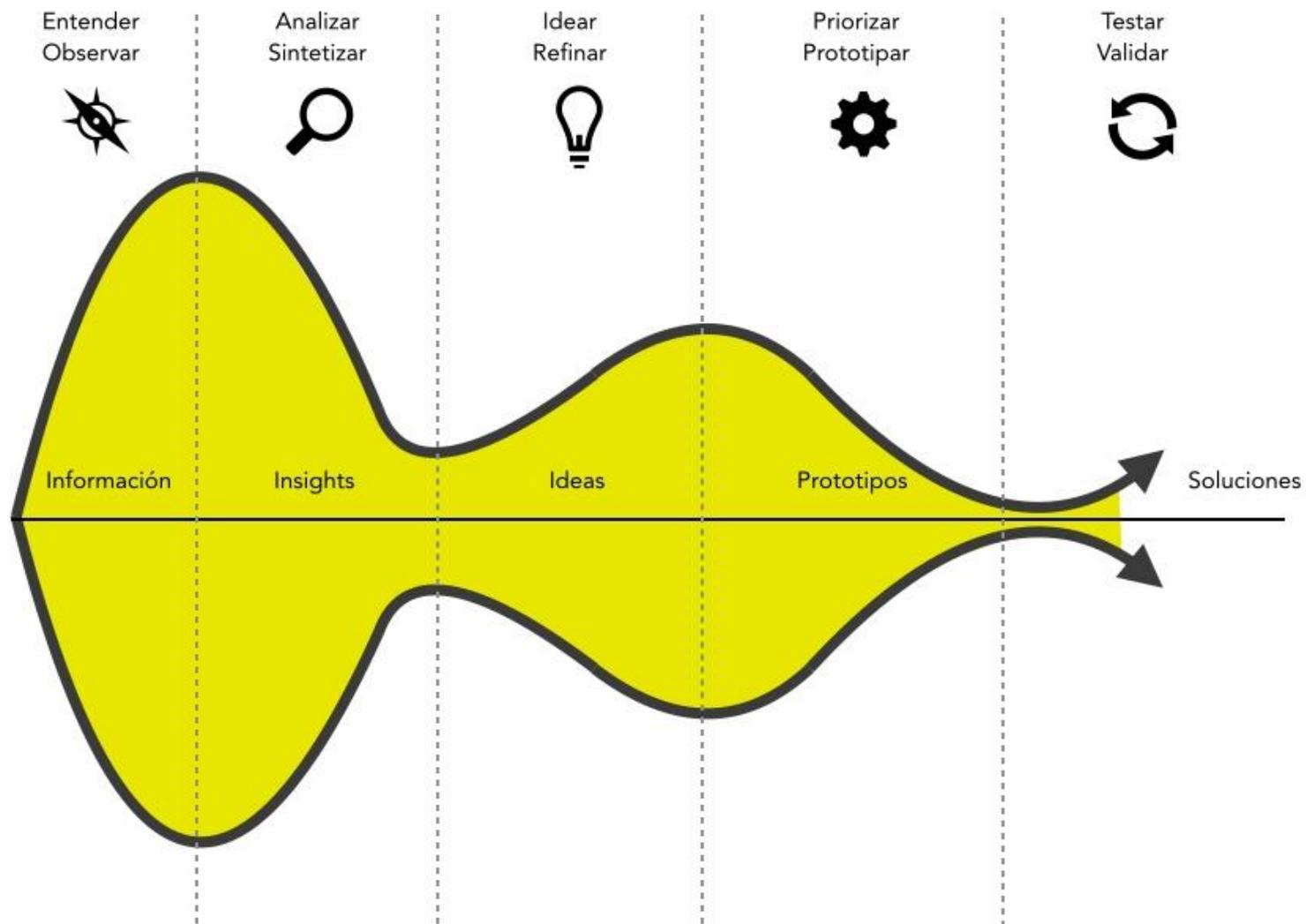
¿Qué impacto esperas obtener de las inversiones y pruebas realizadas?, ¿qué **métricas** son relevantes?

# METODOLOGÍAS AGILES & TRANSFORMACION DIGITAL

- ▶ CONTEXTO
- ▶ INSIGHTS
- ▶ IDEAS
- ▶ PROTOTIPO
- ▶ RECURSOS
- ▶ INVERSION
- ▶ IMPACTO
- ▶ DIGITALIZACION ACTIVA
  - ▶ PERSONAL
  - ▶ PROCESOS
  - ▶ PRODUCTOS
- ▶ LIDERAZGO TRANSVERSAL DE LA EMPRESA
- ▶ ONMI CANALIDAD
- ▶ FORMAS DE PAGO

DT

Idea



Fuente: Advenio. Adaptación de Design Thinking for Educators. IDEO.

DESIGN THINKING

L  
a  
n  
z  
a  
m  
i  
e  
n  
t  
o

# El ROI en La transformación Digital

$$\text{ROI} = \frac{\text{INGRESOS} - \text{INVERSIÓN}}{\text{INVERSIÓN}}$$

## Ejemplos

Captación de clientes

Eficiencia en los procesos

Lanzamientos

Eventos



ROI (Retorno de Inversion)