



SOLUCIONES
DISRUPTIVAS
**EN MOMENTOS
DIFÍCILES**

HACKATON **PYMES**

INSTITUTO
PyME
BOLSA DE COMERCIO DE CÓRDOBA



BOLSA DE COMERCIO
DE CORDOBA

El control de la Estructura

Disrupción en los Mercados y las Empresas



Nuevas Tecnologías
y la Omnicanalidad

Neuromarketing

Millennials
(en el mercado
en la empresa)

Disrupción

(desde nuestra experiencia)

Innovación

Desarrollo de
Talentos

El ABC

Revisar mi
Gestión

“Con lo que tenemos
qué más podemos hacer”

1. Revisar los Recursos que Tenemos

Los **límites** de nuestra empresa, están definidos más por nuestra **Capacidad de Gestión** que por Factores Externos.

Con lo que tenemos
cuánto más podemos lograr

¿Por qué 2 empresas que están en una misma región, con iguales recursos y contexto, luego de unos años logran resultados diferentes?

Si hacemos lo mismo de siempre,
obtendremos los mismos resultados



2. ... cómo leemos la situación

“Está duro, se vende poco ...”

Tienes el 1% o el 5% de mercado



Allá afuera hay un **70%** o más de mercado que no te está comprando

Ejemplo: Bicicletas

En Argentina cada año
se vende

1 bici cada 32 habitantes



700 bicis compra una ciudad de

23.000 habitantes

700 bicis vende una fábrica en una zona de

5.000.000 habitantes

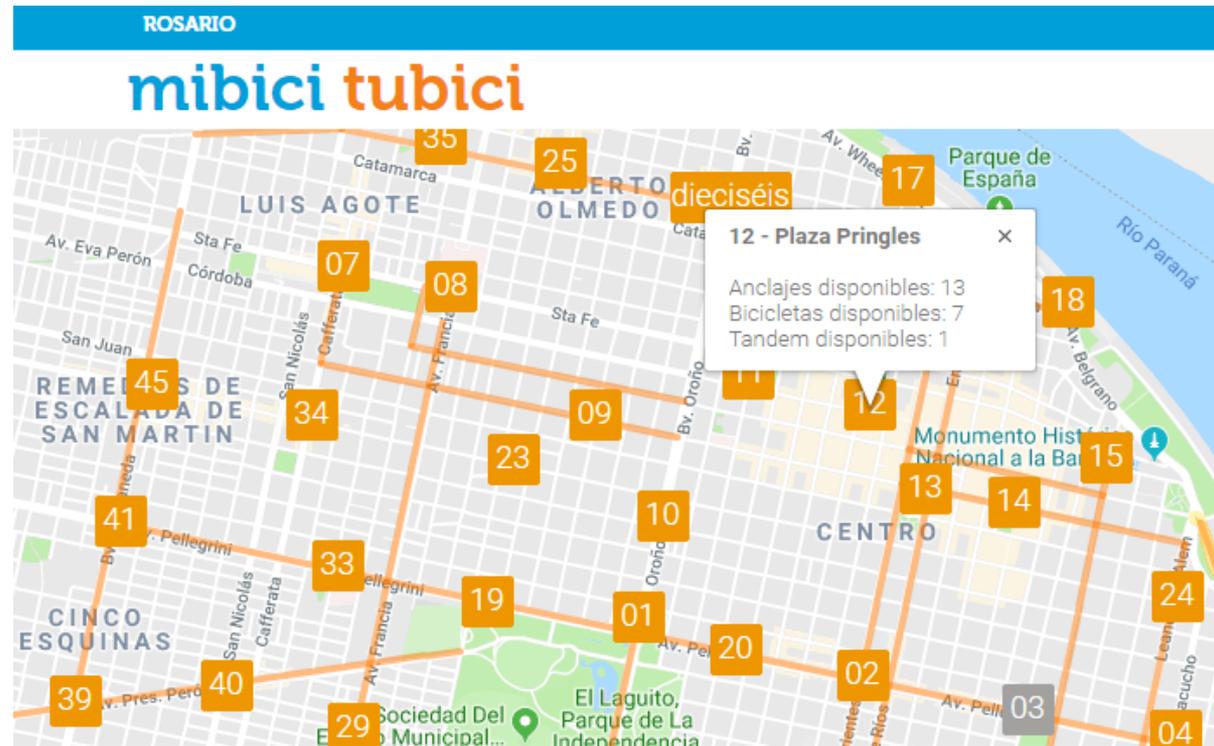


Hay mercado!!

Hay mercado!!

Mendoza: pagarán \$ 800 a los empleados que vayan a trabajar en bicicleta

Más empresas alientan el uso de bicicletas entre empleados



3. Ampliar la Cartera de Productos

Este fabricante de bicicletas puede sumar la venta de accesorios.



Mejora su oferta y negociación

Brinda **solución integral** al cliente

4. ...y a veces también **Menos es Más**

Revisar nuestra línea de productos

10 Modelos (sku)	85% de las ventas
15 Modelos (sku)	92%
50 Modelos (sku)	100%

Hacer 15 modelos en lugar de 50 permitió:

↓ -35% el Stock

↑ +10% la Productividad

↑ +12% la Utilidad Final

5. Mejorar el Ticket Promedio



¿Cómo exhibimos los productos?

No es suficiente con preguntar: “¿Quiere algo más?”

6. Seguir las Oportunidades

Presupuestos 100 \$ 15 millones

Vendedor 1 25 \$ 3 millones sin Gestión de Presupuestos

Vendedor 2 32 \$ 4 millones con Gestión de Presupuestos +15 / 25%



¿Cuántas empresas tienen un CRM y tienen estadísticas de seguimiento?

Muchos vendedores se van de lleno a nuevas oportunidades de venta y “sueltan” las anteriores

7. Cuidar nuestra “Fuerza” de Ventas



Cuando el Gerente Comercial acompañó a sus viajantes, descubrió que

“no vendían los productos nuevos porque **no los conocían**”.

Hacía 3 años que la empresa no los capacitaba.

8. No es lo mismo **Vender que tener Ganancias**

Una empresa que normalmente factura \$ 20 millones por mes recibió una operación especial de \$ 7 millones, la que seguramente debería realizar en horas extras.

En el análisis preliminar los \$ 7 millones eran muy atractivos por las necesidades financieras que tenía la empresa, sin embargo, si se decidía desde la desesperación le iban a proponer 60 días de financiamiento y 15% de descuento.

Lo que no habían visto es que en esas condiciones perderían **\$ 90 mil** pesos, por no considerar todos los costos asociados que tenía esa operación.

Estaban decidiendo desde la DESESPERACION por tener más dinero, y se estaban equivocando.

Se evaluaron otras 2 alternativas que generaban un resultado de \$ 400 mil cualquiera de ellas, y además se negoció con proveedores y un premio productividad con el personal, y finalmente se logró una ganancia de \$ 560 mil.

[En las páginas siguientes mostramos los números.](#)

8. No es lo mismo **Vender que tener Ganancias**

Operación especial que recibe una empresa.

	Propuesta	Alternativa 1	Alternativa 2
Financiación	60 días	60 días	● Contado
Descuento	-15%	● -8%	-15%
Producción	Hs Extras	Hs Extras	● 50% Entrega en 30 días
Facturación	7.000 (en miles)	7.000 (en miles)	7.000 (en miles)
Descuento	- 1.050	● - 560	- 1.050
Costo producto	5.000	5.000	5.000
Comisión Vendedor	} 450	450	450
Fletes			
Ingresos Brutos			
Impuesto al Débito			
	500	990	500
Horas Extras	200	200	● 100
Intereses (Cap.Trabajo)	390	390	● 0
Resultado	(90)	400	400

...¿Cómo terminó este negocio?

Ganancia Proyectada	\$ 400
---------------------	--------

Se acordó con el **proveedor** un mayor plazo, a mayor precio pero con menor tasa a otra alternativa de financiamiento

Ahorro Adicional:	\$ 120
-------------------	--------

Premio por productividad si se produce sólo con el 50% de hs extras

Ahorro Adicional:	\$ 40
-------------------	-------

Ganancia Total: (Contribución Marginal)	\$ 560
--	--------

● Costo producto →

● Horas Extras →

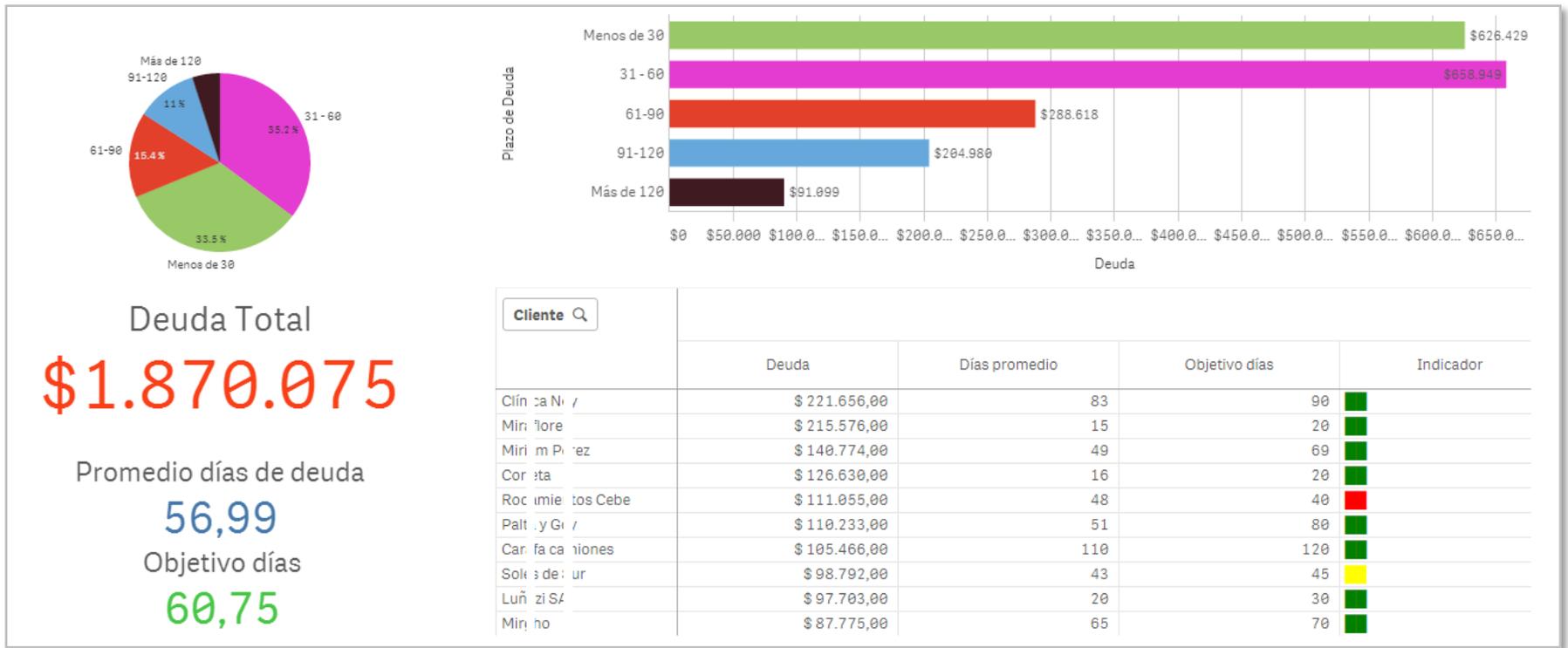
9. ¿Desde qué “Emociones” estamos Decidiendo?

Toma de Decisión

- ¿Decidimos desde el **miedo**, la **desesperación**, desde la confianza, el entusiasmo, la ambición?
- ¿Decidimos **solos** o en equipo?
- ¿A quienes escuchamos?
- ¿Qué estamos viendo? ¿Decidimos mirando para atrás (por qué) o para adelante (para qué)



10. ¿Con qué información estamos decidiendo?



- ¿Podemos identificar la rentabilidad por producto, por vendedor, por cliente?
- ¿La promoción que hicimos nos aportó más rentabilidad que si no la hacíamos?
- ¿Accedemos a información haciendo un “klik” o son horas de armado de excel?

11. Buscar Nuevas Oportunidades

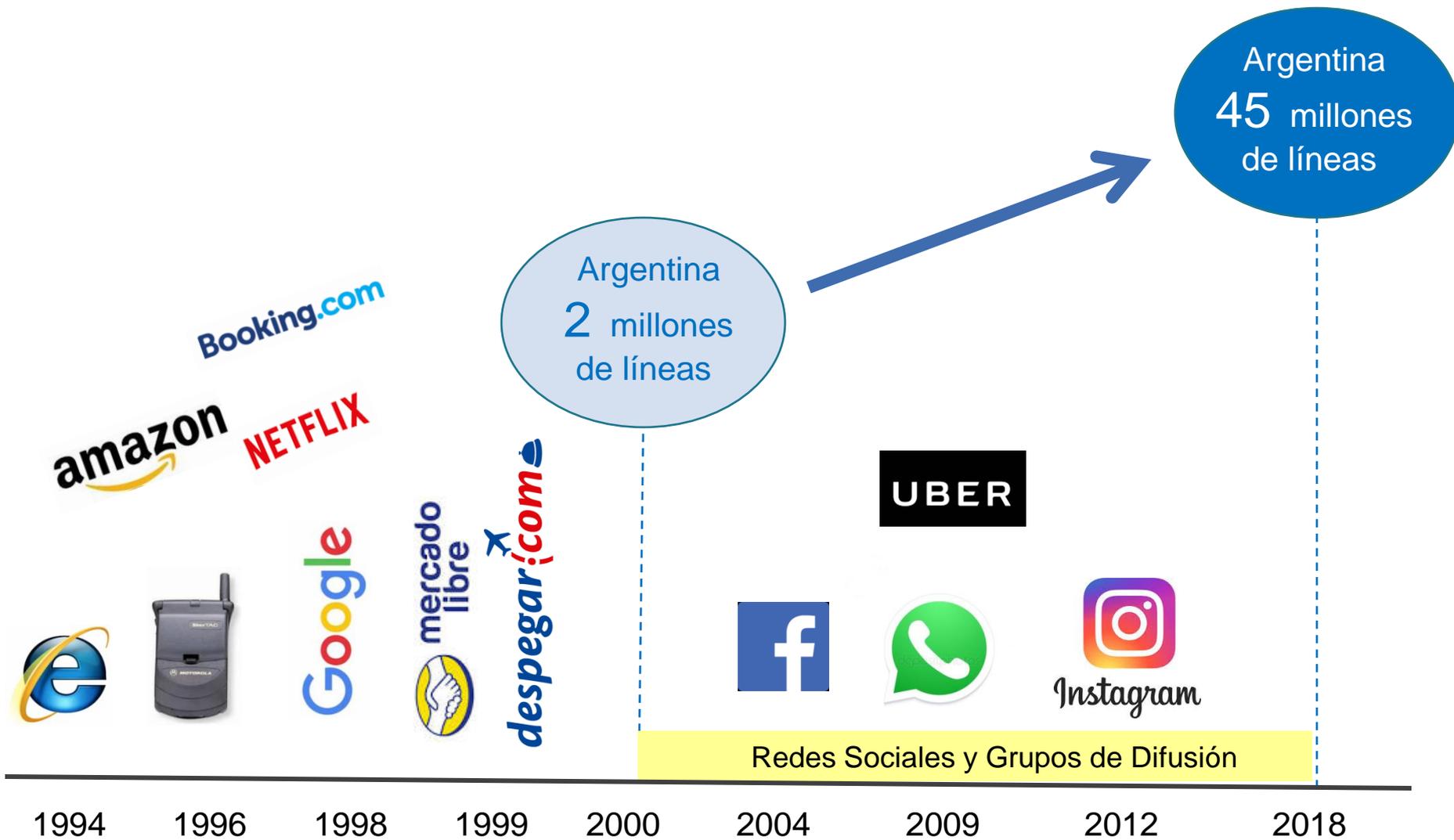
ProCórdoba		CALENDARIO FERIAS Y MISIONES COMERCIALES 2018								
FECHA INICIO	FECHA FINAL	CATEGORÍA	EVENTO	PAÍS	ESTADO/CIUDAD	NOMBRE DEL SECTOR	CÓD. MOA NOR	CO-ORGANIZADA	SOLICITA	CLASE
16/01/2018	18/01/2018	MISIONES COMERCIALES SECTORIALES	MISIÓN A CASUAL CONNECT USA 2018	Estados Unidos	Anaheim	Video Juegos	514			A
17/01/2018	22/01/2018	FERIAS INTERNACIONALES	FITUR 2018	España	Madrid	Servicios Turísticos	511			A
12/02/2018	22/02/2018	FERIAS INTERNACIONALES	GULFOOD DUBAI 2018	Emiratos Árabes Unidos	Dubái	Supermercado, Alimentos y tecnología	601	CFI/AAICI		A
12/02/2018	22/02/2018	MISIONES COMERCIALES SECTORIALES	MISIÓN VISITA GULFOOD DUBAI 2018	Emiratos Árabes Unidos	Dubái	Supermercado, Alimentos y tecnología	601			A
20/02/2018	22/02/2018	VISITAS A FERIAS INTERNACIONALES	MISIÓN VISITA LINEAPELLE Y SIMAC 2018	Italia	Milán	Calzado y Marroquinería	308			C2
01/03/2018	01/03/2018	MISIONES COMERCIALES SECTORIALES	MISIÓN COMERCIAL FERROVIARIA A BOLIVIA	Bolivia	Santa Cruz de la Sierra	Ferrovial	313A			C1
06/03/2018	08/03/2018	VISITAS A FERIAS INTERNACIONALES	MISIÓN VISITA FIMEC 2018	Brasil	Novo Hamburgo	Calzado y Marroquinería	308			C1
19/03/2018	21/03/2018	VISITAS A FERIAS INTERNACIONALES	MISIÓN VISIA COSMOBEAUTY	Bolivia	Santa Cruz de la Sierra	Estética	399A			A
19/03/2018	23/03/2018	FERIAS INTERNACIONALES	GAME DEVELOPERS CONFERENCE	Estados Unidos	San Francisco	Video Juegos	514			A
19/03/2018	24/03/2018	VISITAS A FERIAS INTERNACIONALES	MISIÓN VISITA FERIA IPEX 2018	Reino Unido	Londres	Sector Gráfico/Impresiones	306			C2
01/04/2018	01/04/2018	MISIONES INVERSAS / RONDAS DE NEGOCIOS	MISIÓN INVERSA EFICIENCIA ENERGÉTICA	Argentina	Córdoba	Energía - Petróleo y Gas	405			C2
01/04/2018	01/04/2018	MISIONES COMERCIALES MULTISECTORIALES	MISIÓN REGIÓN CENTRO A MÉXICO - DF	México	DF	Multisectorial	519			A
01/04/2018	01/04/2018	MISIONES COMERCIALES SECTORIALES	2ª MISIÓN SECTOR MOLINERÍA AL SUR DE BRASIL	Brasil	Curitiba (PR) y P.Aloje (RS)	Supermercado, Alimentos y tecnología	601			A
03/04/2018	08/04/2018	MISIONES COMERCIALES SECTORIALES	MISIÓN A RIO CONTENT MARKET	Brasil	Río de Janeiro	Servicios Audiovisuales	514	AAICI		A
03/04/2018	08/04/2018	FERIAS INTERNACIONALES	FERIA FIDAE 2018	Chile	Santiago	Aeronáutico	314A			B
11/04/2018	13/04/2018	FERIAS INTERNACIONALES	INTERNATIONAL PEANUT CONFERENCE	Grecia	Atenas	Supermercado, Alimentos y tecnología	601			A

Negocios

31 de Octubre 2018

La china Alibaba busca proveedores de alimentos frescos en la Argentina

¿Y lo Digital?



Omnicanalidad / Información al instante

12. Digital = Velocidad / Inmediatez



“Las redes sociales las maneja mi sobrino unas horas por día”

Inmediatez

Experiencia de **Ecommerce** en una empresa.

El **80%** de las consultas son Viernes >18 hs + Sab y Dom



Si responde el lunes **4%** cierre de ventas



Si responde 60 minutos **32%** cierre de ventas

Atención 24/7

13. Cambia el Modelo de Negocio



No pudo competir con la fotografía digital



No pudo con **NETFLIX**

UBER

Es la flota más grande de taxis y no es dueño de ningún taxi



No tiene tiendas físicas de venta

Booking.com

No tiene ningún hotel, pero se queda con el 15% de cada venta

Google



Cambiaron el negocio de la publicidad

UNIVERSIDAD
SIGLO 21

51 mil alumnos, universidad privada más grande de Argentina (sólo 21 años de vida vs 400 años de otras universidades)

¿Por qué muchas **innovaciones** son realizadas por “nuevos” jugadores (outsider)?

Por que no están comprometidos con una “manera” de hacer las cosas. No hay “censuras” a lo nuevo.

No hay jefes ni neuronas diciendo: “así se hacen las cosas aquí”

No hay “miedo” al fracaso, hay “desafío”, espacios a “conquistar”.

No son “reconocidos” por la sociedad y sentirán el “ridículo” si fracasan.

No tienen “memoria” de “lo que proporciona el éxito”.

... Cómo **Innovan** algunas Empresas

14. Escuchan al Cliente

Trabajan co-diseñando (**Innovación Abierta**)



45% de su innovación proviene de ideas de sus clientes

15. Forman **Equipos Heterogéneos** (generación X + Millennials)

16. **Dedican tiempo** a pensar en el futuro (>5 años)

17. La calidad de nuestra Gente

“¿Cómo haces para que tu gente sonría?”

Le preguntó un empresario a otro.

Muy simple, respondió el otro:

“Contrato personas que sonrían”.



¿Cómo es nuestro proceso de selección?

¿Cómo es nuestra gestión de talentos dentro de la empresa?

18. ¿Tienes un buen Equipo?



¿El equipo que tienes es para jugar en la liga A o es para la B?

¿Cuál es el equipo que te va a acompañar al futuro?

¿Qué talentos deben tener?

¿Lo tienes?

Esta es quizás la 1ª decisión que debes tomar.

Con lo que tenemos ...

¿Cuánto podemos mejorar?



1. Revisar los Recursos que Tenemos (Gestión)
2. Qué % de mercado tenemos
3. Ampliar la Cartera de Productos
4. A veces menos es más
5. Mejorar el Ticket Promedio
6. Seguir las Oportunidades (Presupuesto)
7. Cuidar nuestra Fuerza de Ventas
8. No es lo mismo Facturar que Ganar Dinero
9. ¿Desde qué Emociones Tomamos Decisiones?
10. ¿Con qué Información estamos decidiendo?
11. Buscar Nuevas Oportunidades
12. Lo Digital: Inmediatez. Estar Preparados
13. Cambia el Modelo de Negocio
14. Escuchar al Cliente: Innovación Abierta
15. Formar Equipos Heterogéneos
16. Dedicar Tiempo a Pensar en el Futuro
17. La Calidad de nuestra Gente
18. ¿Que Equipo necesitamos para Crecer?

Gracias