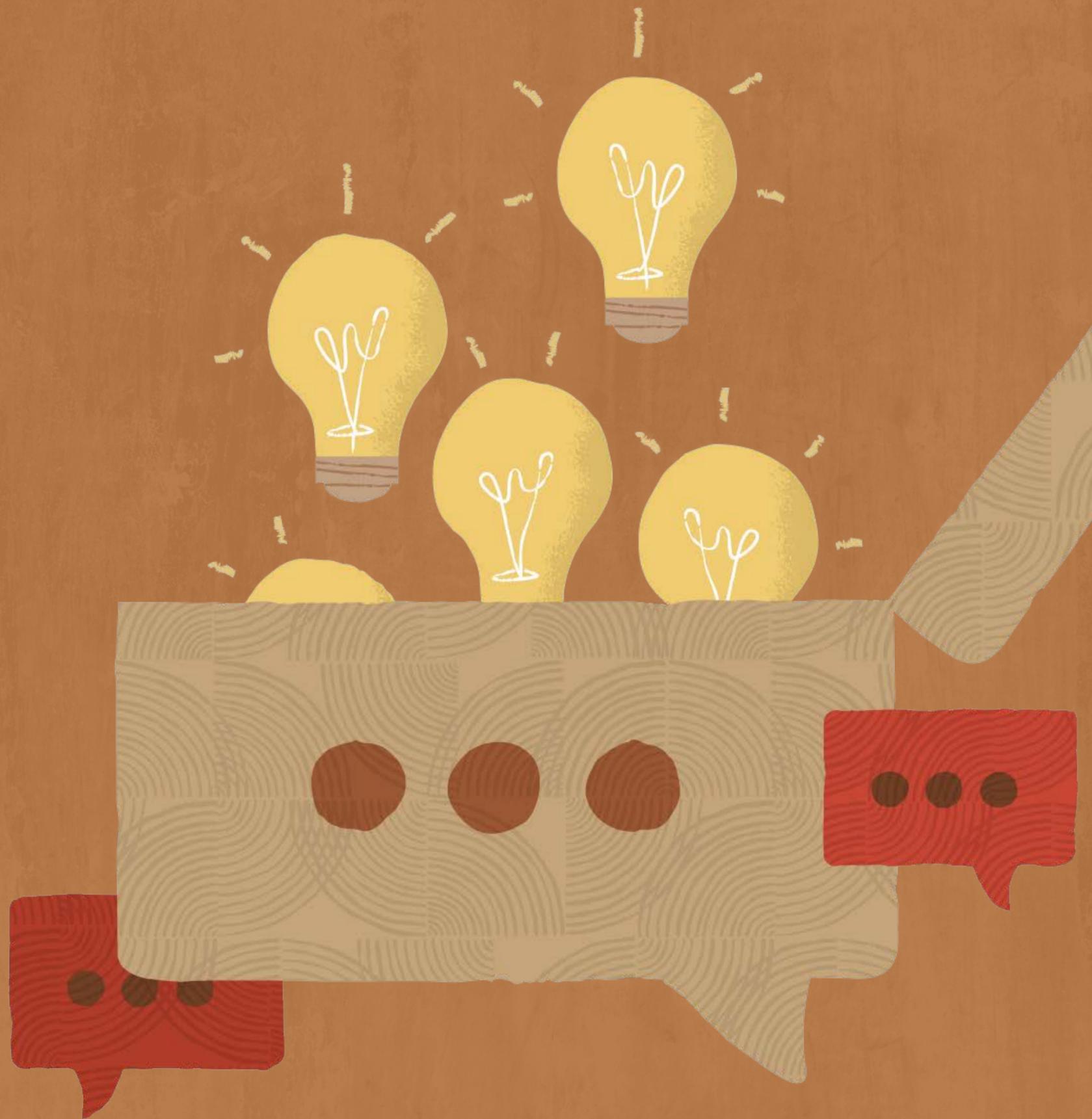


CÓMO

Hacer rentables  
nuevos modelos  
de negocios  
orientados a  
los servicios



## Posición para el crecimiento

---

Las ofertas de servicios están reconfigurando los modelos de negocios en todos los sectores. Todo, desde la música (Spotify) hasta el fitness (Peloton), pasando por productos complejos como vehículos y motores a reacción (John Deere, Rolls-Royce), pueden ofrecerse como servicio. Sin embargo, hacer que estos modelos de negocios sean rentables no es fácil. Requiere una nueva forma de operar y una orientación de sus procesos y equipos alrededor en torno al cliente que, por lo general, no es compatible por los sistemas heredados.

Este cambio a un modelo de servicio conlleva importantes cambios en las medidas de éxito y las relaciones con los clientes, ya que la calidad de los productos y servicios ahora recae directamente en el proveedor de servicios, que necesita obtener el máximo tiempo de actividad al menor costo. El monitoreo remoto y las intervenciones son posibles gracias a Internet de las Cosas (IoT), las capacidades de machine learning, el servicio de campo eficiente y la logística de servicios desempeñan un papel fundamental en el éxito del negocio de servicios.

Los mejores innovadores captan y analizan los comentarios de los clientes y de los fabricantes, y los utilizan para priorizar las innovaciones continuas que mantienen a los clientes comprometidos y satisfechos.



# ¿Lo sabías?

**Cuatro de cada cinco empresas con planes para el 2021 evalúan nuevos modelos de negocios.<sup>1</sup>**

<sup>1</sup> MIT Technology Review Insights, “[New Business Models, Big Opportunity](#)”, 2021

<sup>2</sup> McKinsey & Company, “[How COVID-19 has pushed companies over the technology tipping point—and transformed business forever](#),” 5 de octubre de 2020.

<sup>3</sup> Frost & Sullivan, [Your Next Car Could Be a Flexible Subscription Model](#), publicado originalmente en Forbes.com, 30 de julio de 2018.

<sup>4</sup> Digitalist Magazine, “[5 Technology Trends to Build Resilience in Challenging Times](#)”, 23 de marzo de 2020.

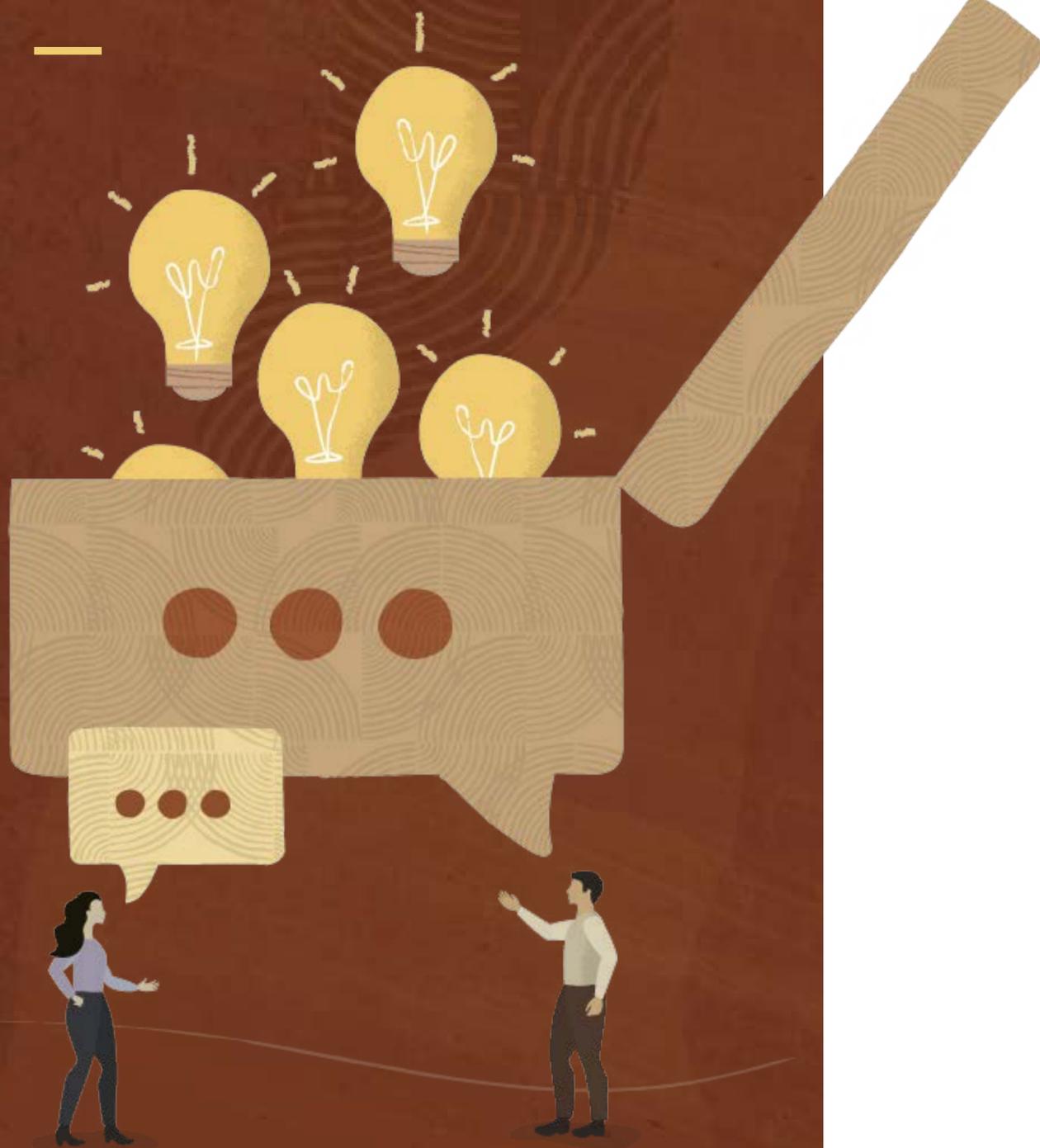
- **El 37% de los ejecutivos** de una encuesta de MIT **tienen previsto lanzar nuevos modelos “como servicio”** y el 52% planea cambiar la forma de vender productos y servicios.<sup>1</sup>
- **El 62% de las empresas** han implementado soluciones para gestionar una mayor demanda de interacciones y servicios online. Y más de la mitad de los encuestados (53%) cree que el cambio se mantendrá después de la pandemia, a medida que los consumidores y clientes se adapten a la "nueva normalidad".<sup>2</sup>
- En 2025/26, los **programas de suscripción de vehículos podrán representar casi el 10%** de todas las ventas de vehículos nuevos en EE.UU. y Europa. Dieciséis millones de vehículos podrían formar parte de los servicios de suscripción de vehículos.<sup>3</sup>
- **El 82% de los ingresos** derivados de los modelos de negocios digitales serán en plataformas.<sup>4</sup>



## Pregúntate si se aplican algunas de las siguientes situaciones:

- ① Desafíos para establecer y hacer rentables nuevos modelos de negocios
- ① Incapacidad para agilizar las operaciones de producción y servicio, optimizar la cadena de suministro, reducir los costos de mantenimiento y medir el desempeño y la rentabilidad a la vez que se complace a los clientes
- ① Dificultad para mantener los productos, activos y equipos en funcionamiento para proporcionar un valor continuo a sus clientes y obtener visibilidad en tiempo real sobre el consumo, el análisis de servicios y el inventario de repuestos
- ① Mayor complejidad en las operaciones relacionadas con los productos y cambios de modelo de negocio, innovación de los servicios y sistemas de back-end
- ① Diseño y lanzamiento de productos y servicios rentables que mantengan a los clientes consumiendo servicios, renovando contratos, y minimizando la tasa de rotación

# ¿Cómo sería el éxito con modelos de negocios orientados al servicio?



## Beneficios para la empresa

- Atrae y conoce mejor a los clientes, permite el aumento de ventas y la venta cruzada para obtener ingresos adicionales
- Añade nuevas fuentes de ingresos, ajustando las inversiones y el ROI en función de los datos en tiempo real
- Amplía el control de los productos a lo largo del ciclo de vida del cliente

## Beneficios para los clientes

- Mayor satisfacción y niveles de servicio
- Flexibilidad financiera y mejora de la capacidad para cambiar de CapEx a OpEx
- Agilidad para añadir, modificar y ajustar fácilmente activos y servicios a fin de abordar rápidamente las necesidades cambiantes

## Cómo puede ayudar Oracle

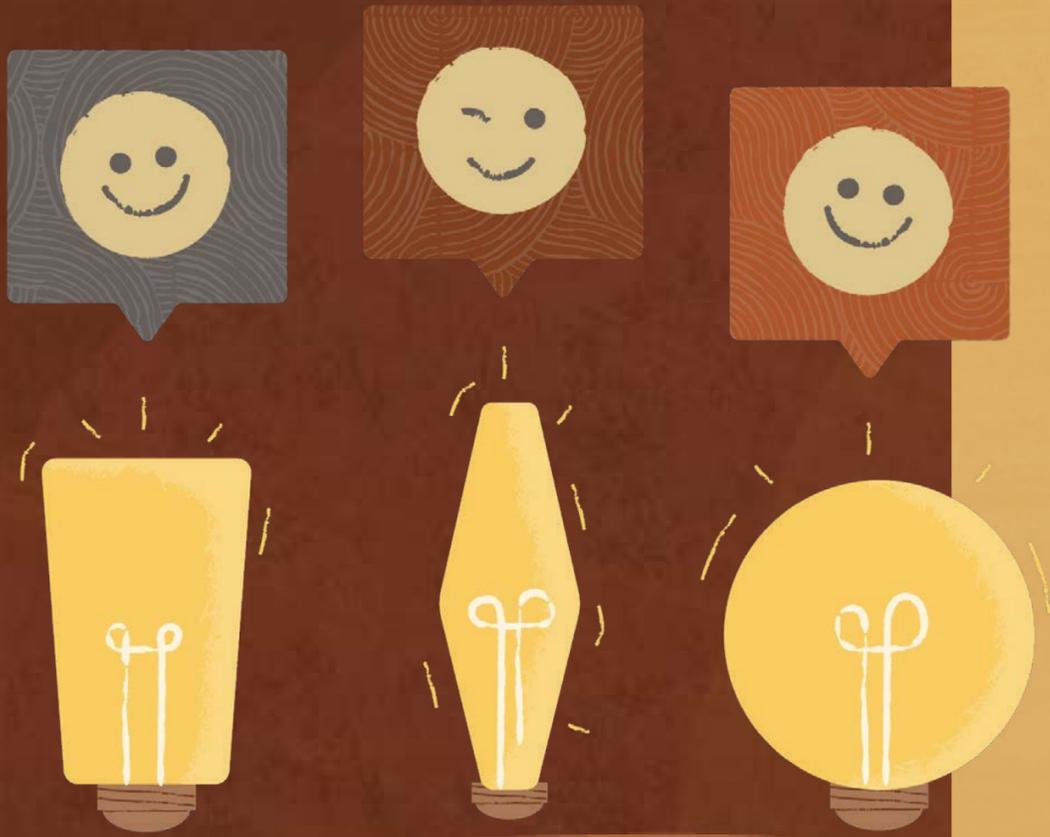
- ✓ **Permite obtener más valor alineando todos los datos y procesos de innovación** -desde la idea hasta el servicio- en una plataforma en la nube. Esto hace que la innovación sea más eficiente para que los clientes estén satisfechos y las empresas prosperen, incluso cuando se produzcan inconvenientes.
- ✓ **Capta y analiza los comentarios** de los clientes, fabricantes, y los aprovecha para ofrecer excelentes servicios que mantengan a los clientes satisfechos y leales.
- ✓ **Transforma el negocio para ofrecer cualquier producto como un servicio.** Ofrece mejores resultados a los clientes mediante modelos de negocios basados en suscripción y consumo que permiten la entrega de cualquier producto como servicio.

“ Disponer de una visibilidad completa y en tiempo real de las operaciones del personal remoto es fundamental para garantizar los ingresos, aumentar el ahorro de costos, y construir relaciones positivas y duraderas con los clientes.”

— **Enrique Blanco**  
CTO Global, Telefónica

# Tres pasos para hacer rentables nuevos modelos de negocios orientados a los servicios

---



## **Diseña todo en torno al cliente.**

Conecta los procesos y el personal con las necesidades de los clientes.

## **Habilita la transformación de servicios y suscripciones.**

Agiliza los procesos para apoyar los nuevos modelos de negocio y la flexibilidad para adaptarse a las necesidades cambiantes del cliente.

## **Escucha y adáptate**

**continuamente.** Da prioridad a los comentarios de los clientes para mantener, ofrecer y rentabilizar continuamente los servicios que el cliente puede adoptar y usar eficazmente con mayor satisfacción.

Para obtener más información sobre cómo monetizar con éxito nuevos modelos de negocio desarrollados en torno a las necesidades de los clientes, visita nuestra página [Desbloquea la innovación continua](#).

[Más información](#)

Copyright © 2021, Oracle y/o sus afiliadas. Este documento se proporciona solamente con fines informativos, y su contenido está sujeto a cambios sin previo aviso. No se garantiza que esté libre de errores ni que esté sujeto a cualquier otra garantía o condición, ya sea comunicada oralmente o implícita en la legislación, incluidas las garantías y condiciones implícitas de comercialización o las garantías de adecuación para un fin particular. Negamos específicamente cualquier responsabilidad con relación a este documento, que no supone ninguna obligación contractual, ya sea de manera directa o indirecta. Este documento no se puede reproducir ni transmitir de ninguna forma ni por ningún medio, electrónico o mecánico, para ningún fin, sin nuestra autorización previa por escrito. Oracle y Java son marcas registradas de Oracle y/o sus afiliadas. Otros nombres pueden ser marcas comerciales de sus respectivos propietarios.