

International eTrade

Aprofita l'eCommerce per vendre a tot el món

@ezequielsanchez

Entitat coorganitzadora:

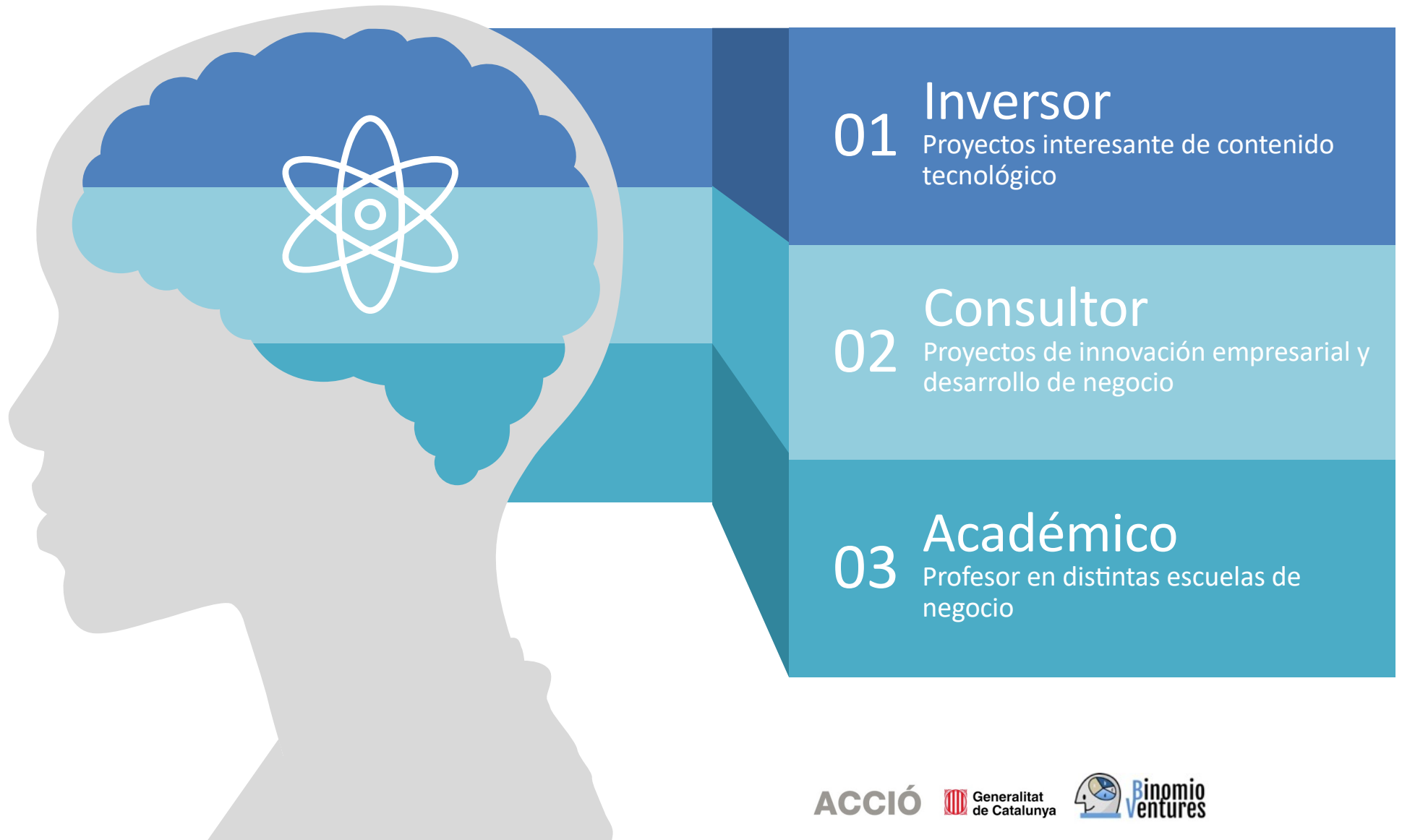


Amb el suport de:



**LO QUE TE TRAJÓ HASTA AQUÍ NO
TE LLEVARÁ HASTA ALLÍ**

Tres actividades complementarias



Macrotendencias



Rápida urbanización

Más de la mitad de la población mundial vive en áreas urbanas y casi todo el nuevo crecimiento tendrá lugar en ciudades medianas de países en desarrollo



Escasez de recursos y cambio climático

A medida que el mundo se vuelva más poblado, urbanizado y próspero, la demanda de energía, alimentos y agua aumentará. Pero la Tierra tiene una cantidad finita de recursos naturales para satisfacer esta demanda.



Cambio en el poder económico mundial

Algunas economías emergentes que estaban creciendo rápidamente están ahora en recesión. Los precios de las commodities han desempeñado un papel considerable en esa recesión



Cambio demográfico y social

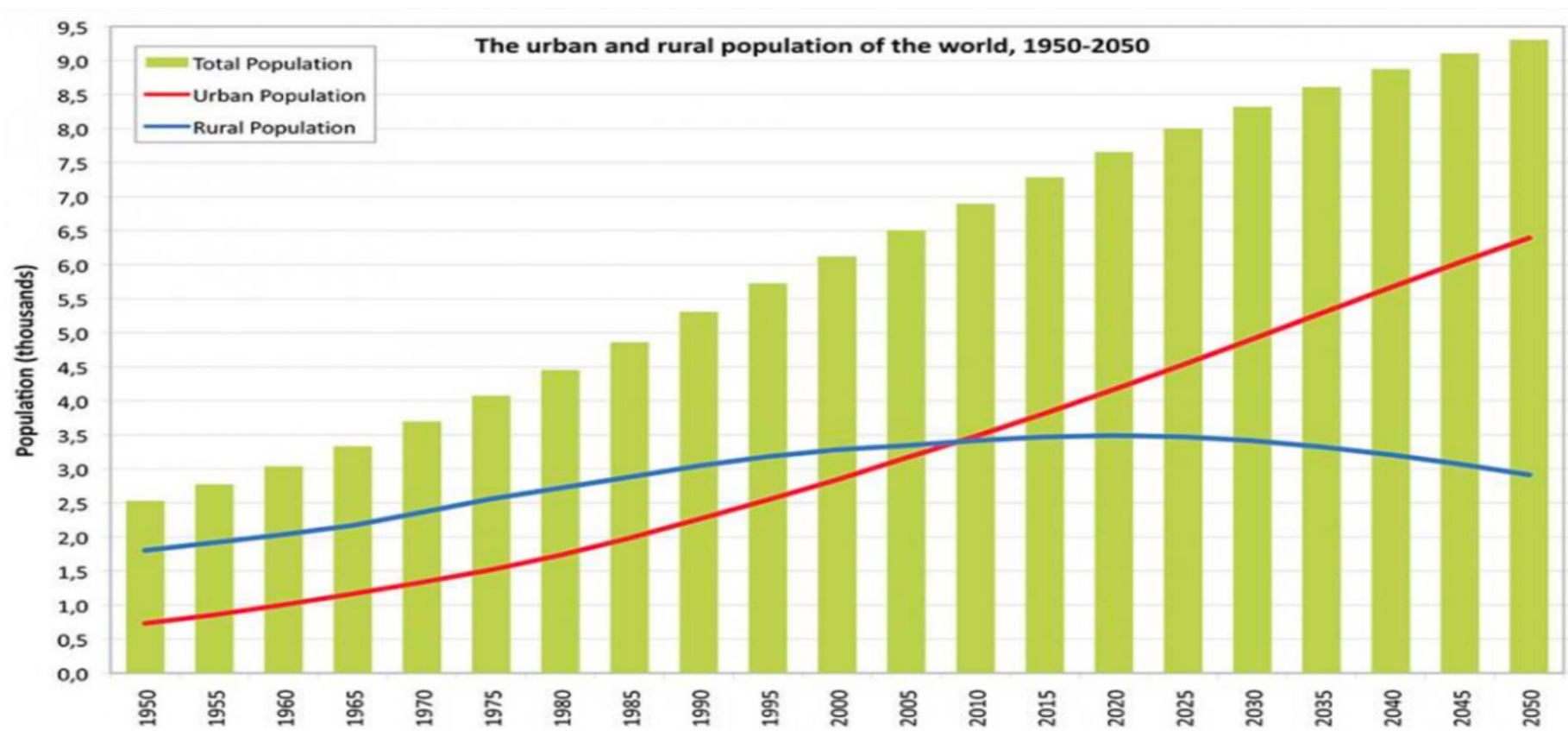
En el 2030, se prevé que la población mundial aumentará en más de 1.000 millones. Igualmente, las personas viven más y tienen menos hijos.



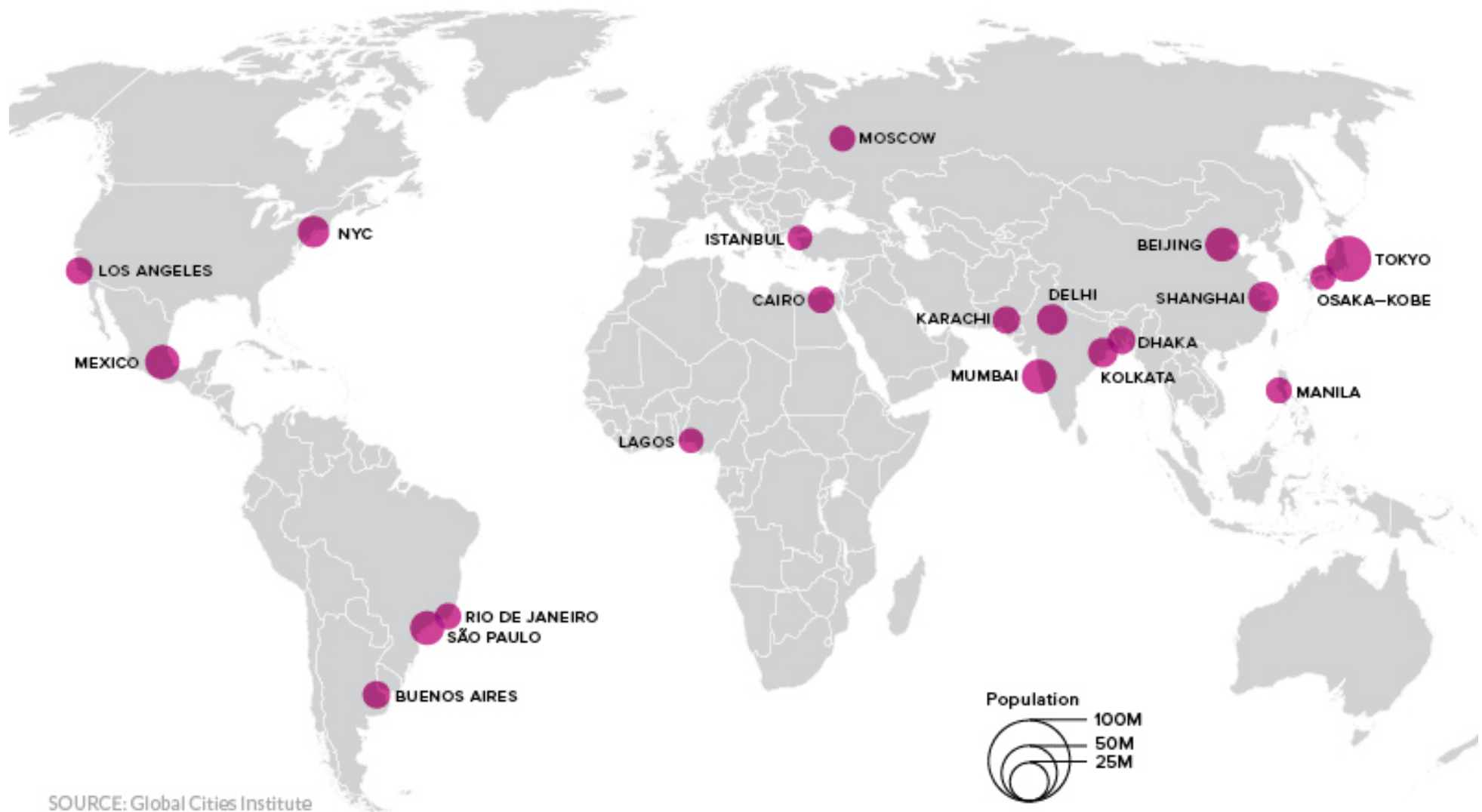
Breakthrough tecnológico

La revolución digital no tiene límites ni fronteras. Está cambiando tanto el comportamiento y las expectativas como las herramientas utilizadas para brindar nuevos servicios y experiencias.

Rápida urbanización



2010 TOP 20 GLOBAL CITIES BY POPULATION



Macrotendencias

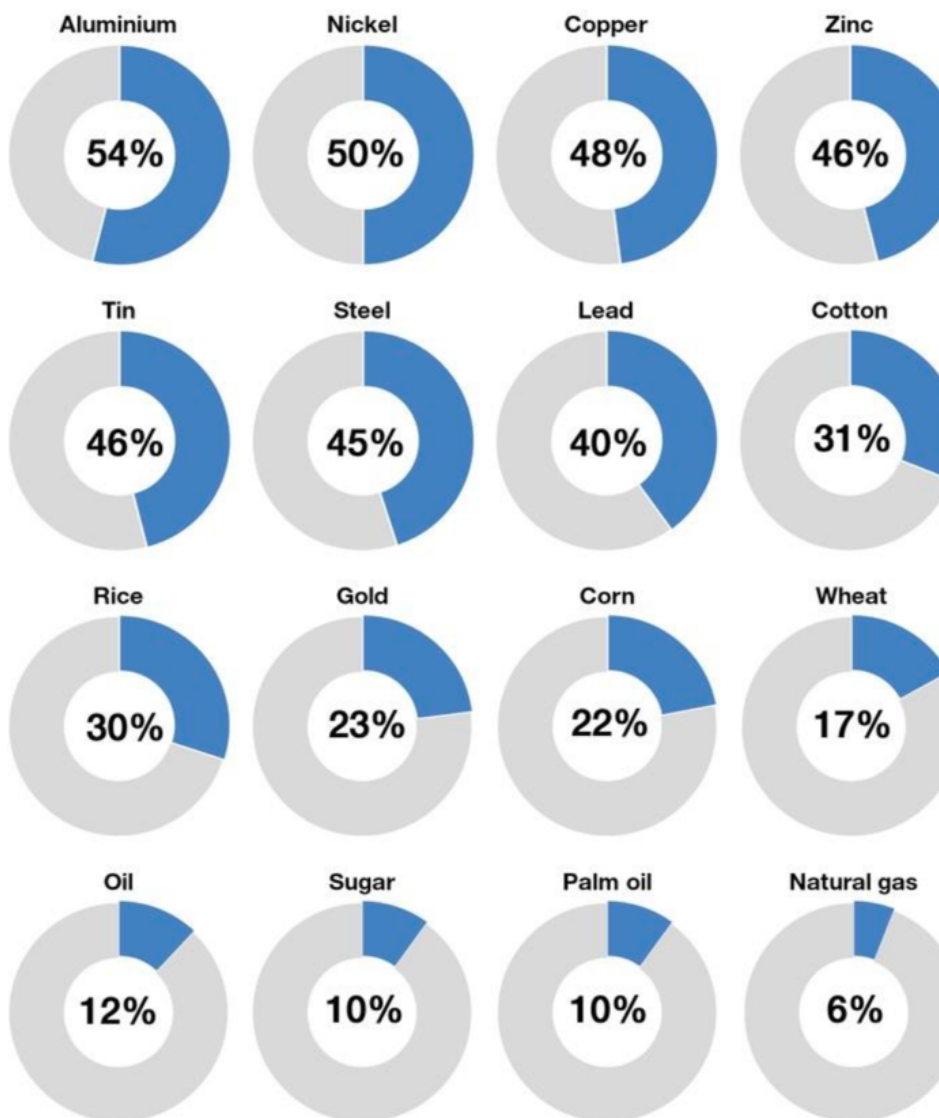


Escasez de recursos y cambio climático

A medida que el mundo se vuelva más poblado, urbanizado y próspero, la demanda de energía, alimentos y agua aumentará. Pero la Tierra tiene una cantidad finita de recursos naturales para satisfacer esta demanda.

Escasez de recursos y cambio climático

How much does China consume? China's share of global consumption



Source: The Wall Street Journal, World Bureau of Metal Statistics, World Gold Council, BP Statistical Review of World Energy 2015, Metalytics via Morgan Stanley, US Department of Agriculture.

Escasez de recursos y cambio climático



Macrotendencias



Cambio en el poder económico mundial

Algunas **economías emergentes** que estaban creciendo rápidamente **están ahora en recesión**. Los precios de las **commodities** han desempeñado un papel considerable en esa recesión

La mitad de la población está en Asia

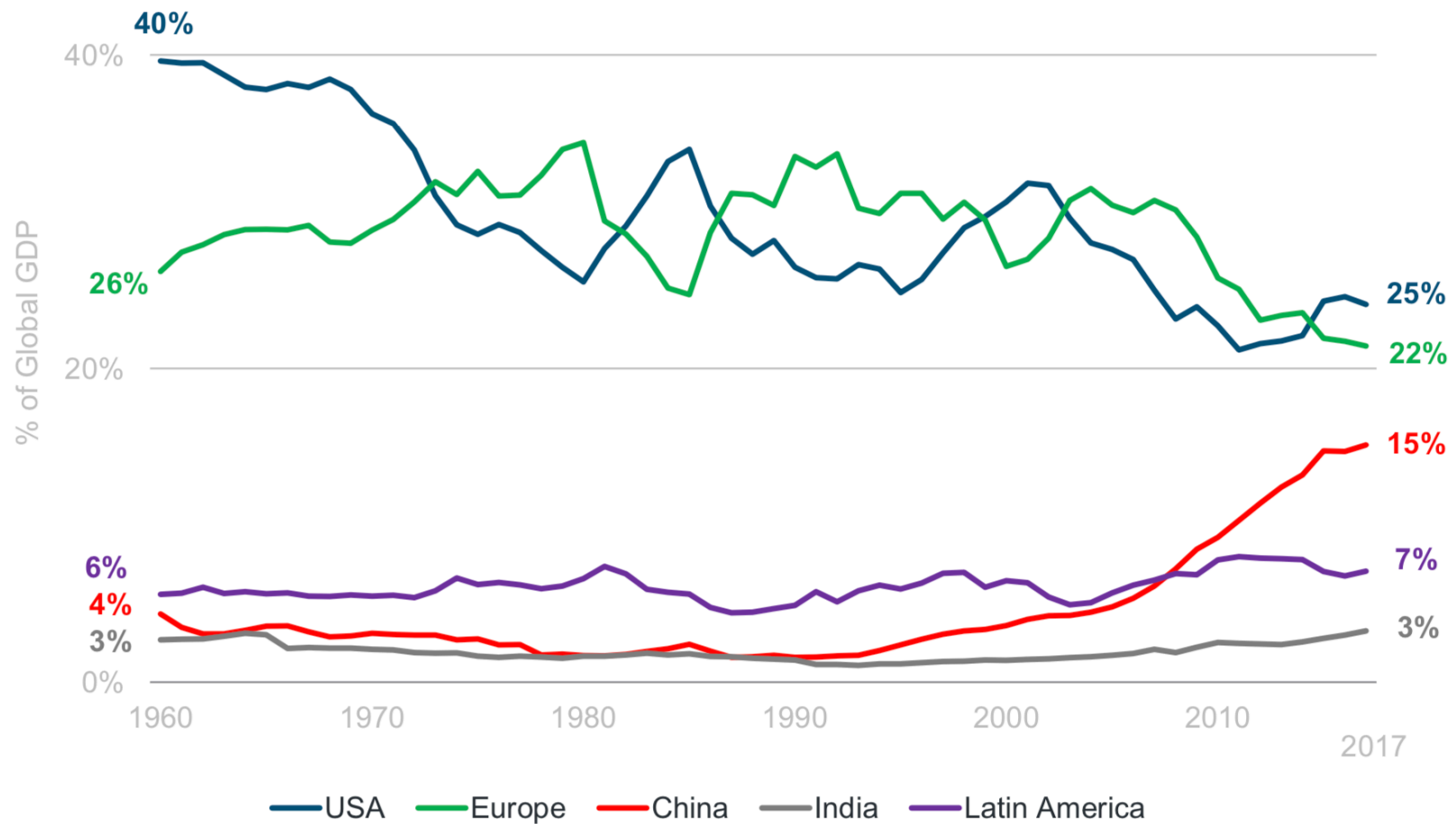


17-10-2018 22:39:12

Source: BofA Merrill Lynch Global Investment Strategy, UN DESA

7 649 873 313 Población actual

Global GDP Contribution (Current \$)



@ezequiel Sanchez
Source: World Bank (GDP in current \$). Other countries account for ~30% of global GDP.

ACCIÓ

Generalitat
de Catalunya

Binomio
Ventures

Las potencias demográficas son potencias económicas

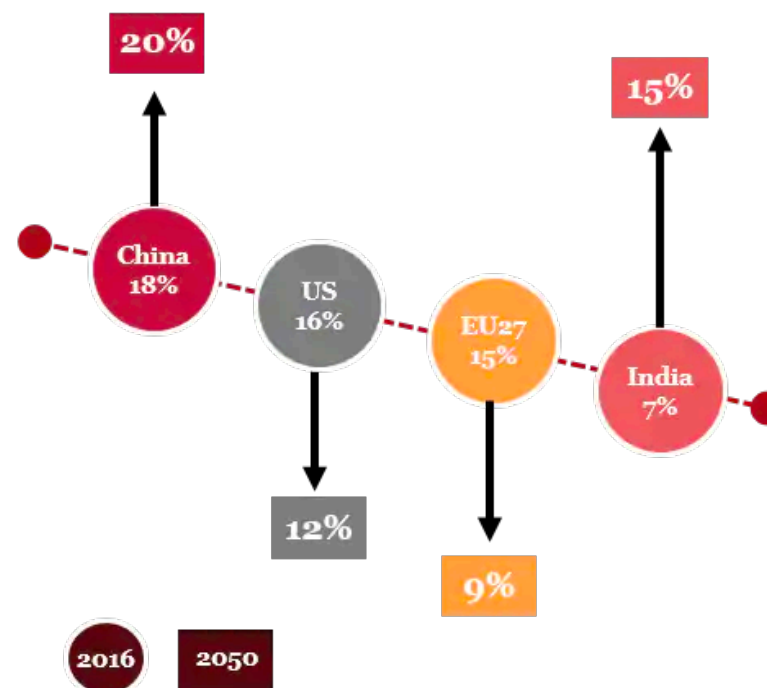
GDP per cápita X población

Rankings of GDP at PPPs

	2016		2050
China	1	1	China
US	2	2	India
India	3	3	US
Japan	4	4	Indonesia
Germany	5	5	Brazil
Russia	6	6	Russia
Brazil	7	7	Mexico
Indonesia	8	8	Japan
UK	9	9	Germany
France	10	10	UK

The US and Europe will steadily lose ground to China and India

Share of world GDP (PPPs) from 2016 to 2050...



Sources: IMF for 2016 estimates, PwC analysis for projections to 2050

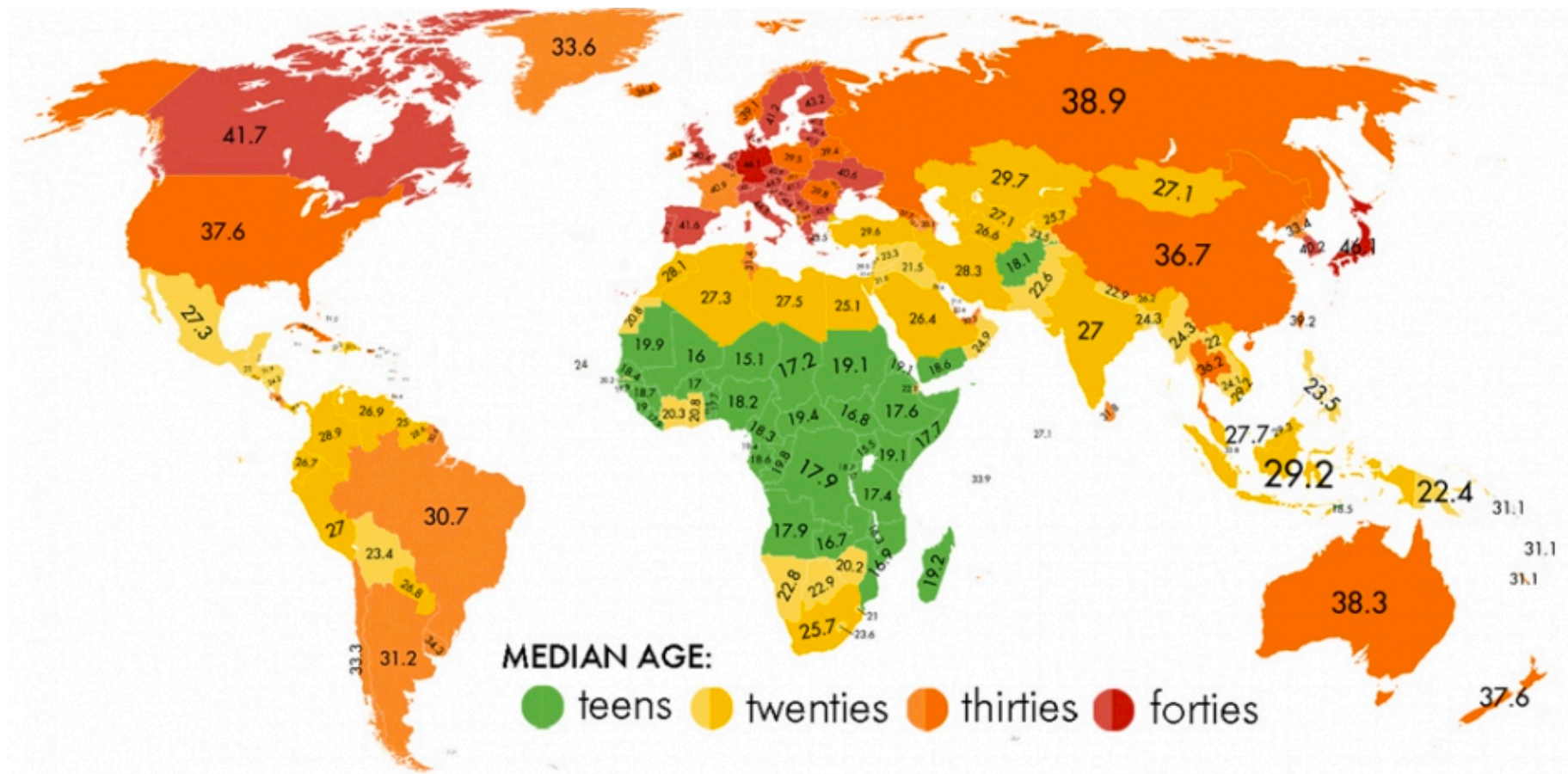
Macrotendencias



Cambio demográfico y social

En el 2030, se prevé
que la población
mundial aumentará
en más de 1.000
millones. Igualmente,
las personas viven
más y tienen menos
hijos.

Envejecimiento de la población



YOUNGEST: 1. Niger (15.1) 2. Uganda (15.5) 3. Mali (16) 4. Malawi (16.3) 5. Zambia (16.7)

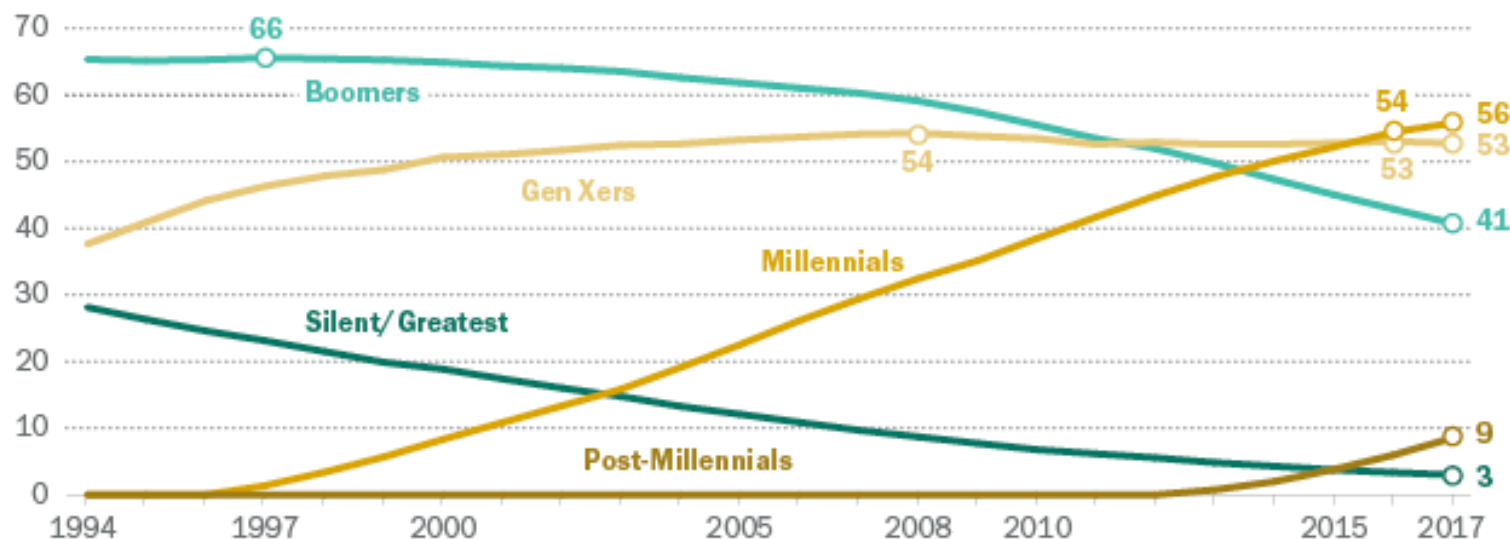
OLDEST: 1. Germany & Japan (46.1) 2. Italy (44.5) 3. Austria (44.3) 4. Virgin Islands (44.2)

Source: CIA Factbook

Simran Khosla/GlobalPost

Millennials became the largest generation in the labor force in 2016

U.S. labor force, in millions

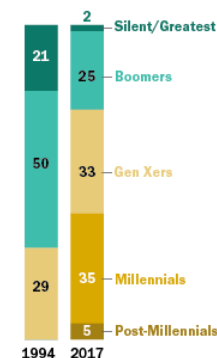


Note: Labor force includes those ages 16 and older who are working or looking for work. Annual averages shown.
Source: Pew Research Center analysis of monthly 1994-2017 Current Population Survey (IPUMS).

PEW RESEARCH CENTER

More than a third of the workforce are Millennials

% of the U.S. labor force



Note: Labor force includes those ages 16 and older who are working or looking for work. Annual averages shown.
Source: Pew Research Center analysis of monthly 1994 and 2017 Current Population Survey (IPUMS).

The generations defined

Post-Millennial generation
Born: 1997 and later
Age of working-age adults
in 2017: 16 to 20

Millennial generation
Born: 1981 to 1996
Age in 2017: 21 to 36

Generation X
Born: 1965 to 1980
Age in 2017: 37 to 52

Baby Boom generation
Born: 1946 to 1964
Age in 2017: 53 to 71

Silent and Greatest generations
Born: 1945 or earlier
Age in 2017: 72 and older

PEW RESEARCH CENTER

Macrotendencias



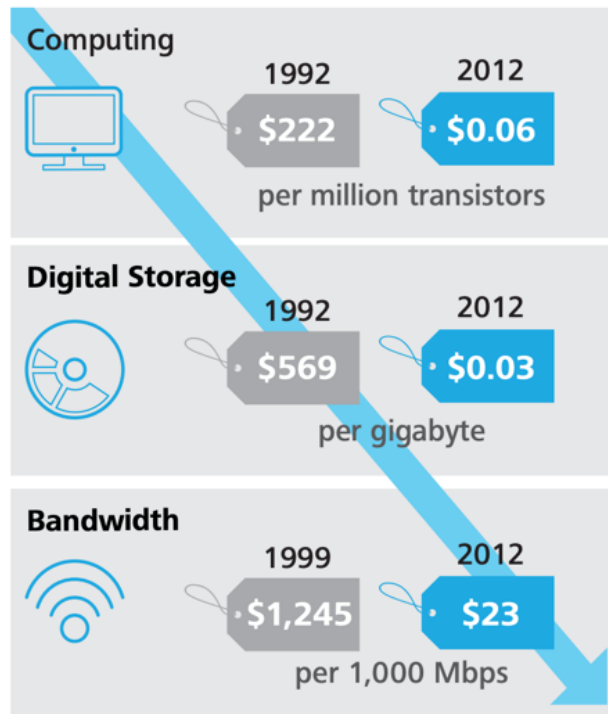
Breakthrough tecnológico

La **revolución digital** no tiene límites ni fronteras. Está cambiando tanto el **comportamiento** y las expectativas como las **herramientas** utilizadas para brindar nuevos servicios y experiencias.

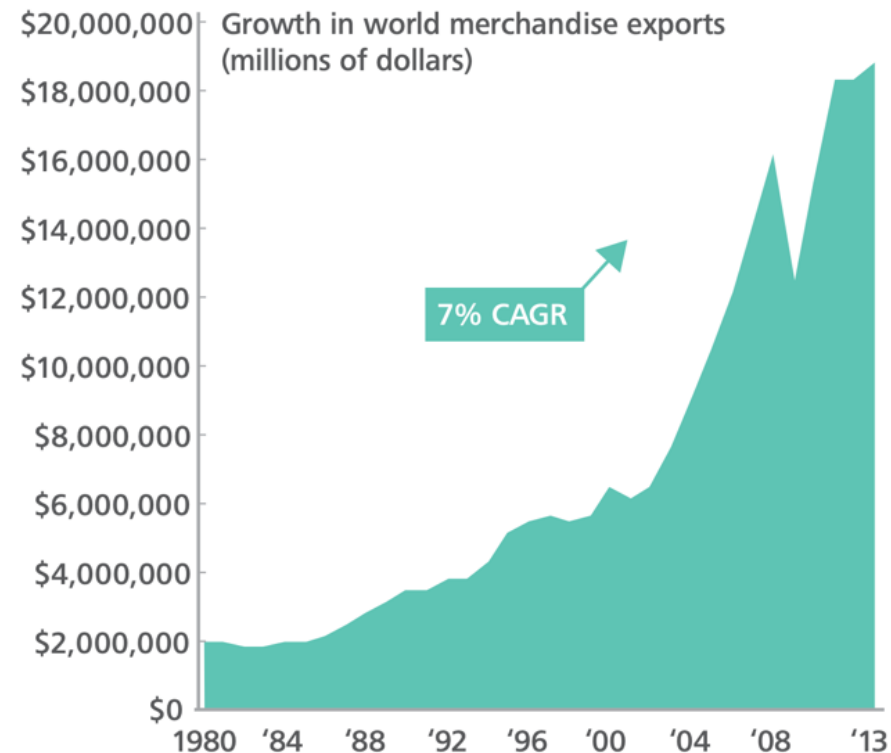
Breakthrough tecnológico

Figure 1. Platforms expand when the means of creating them become more affordable and the need for them becomes more global.

Falling cost of digital



Growing reach of globalization



Source: John Hagel III, John Seely Brown, Tamara Samoylova, and Michael Lui, "From exponential technologies to exponential innovation," Deloitte University Press, October 4, 2013, <http://dupress.com/articles/from-exponential-technologies-to-exponential-innovation/>; The World Trade Organization, "B. Trends in international trade," *World Trade Report 2013*, https://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/wtr13-2b_e.pdf, accessed April 8, 2015.

Breakthrough tecnológico

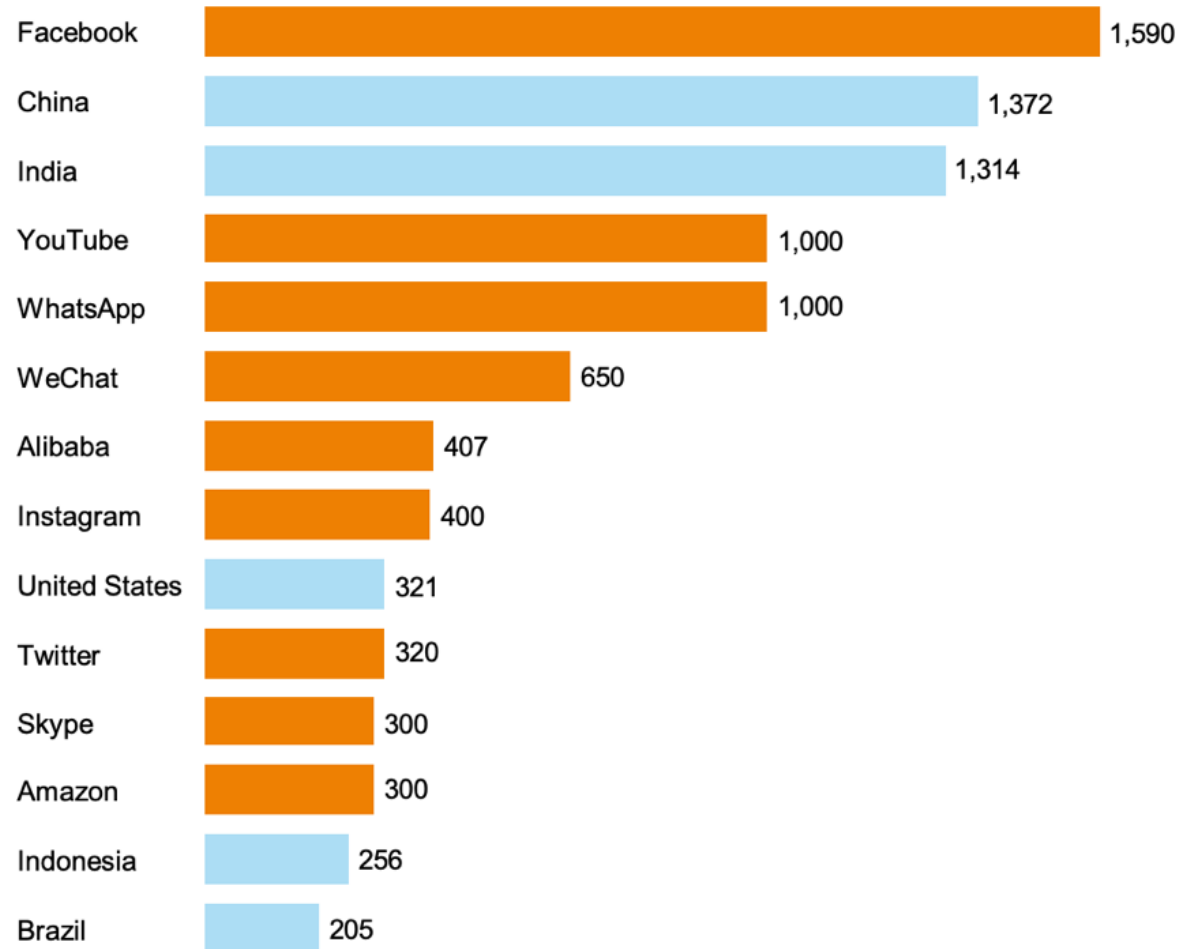
Políticas

- Comerciales
- Operativas
- Privacidad
- Fiscalidad
- Defensa...

The biggest online platforms have user bases on par with the populations of the world's biggest countries

Active users of online platforms vs. country population
Million

Online platforms¹
Countries²



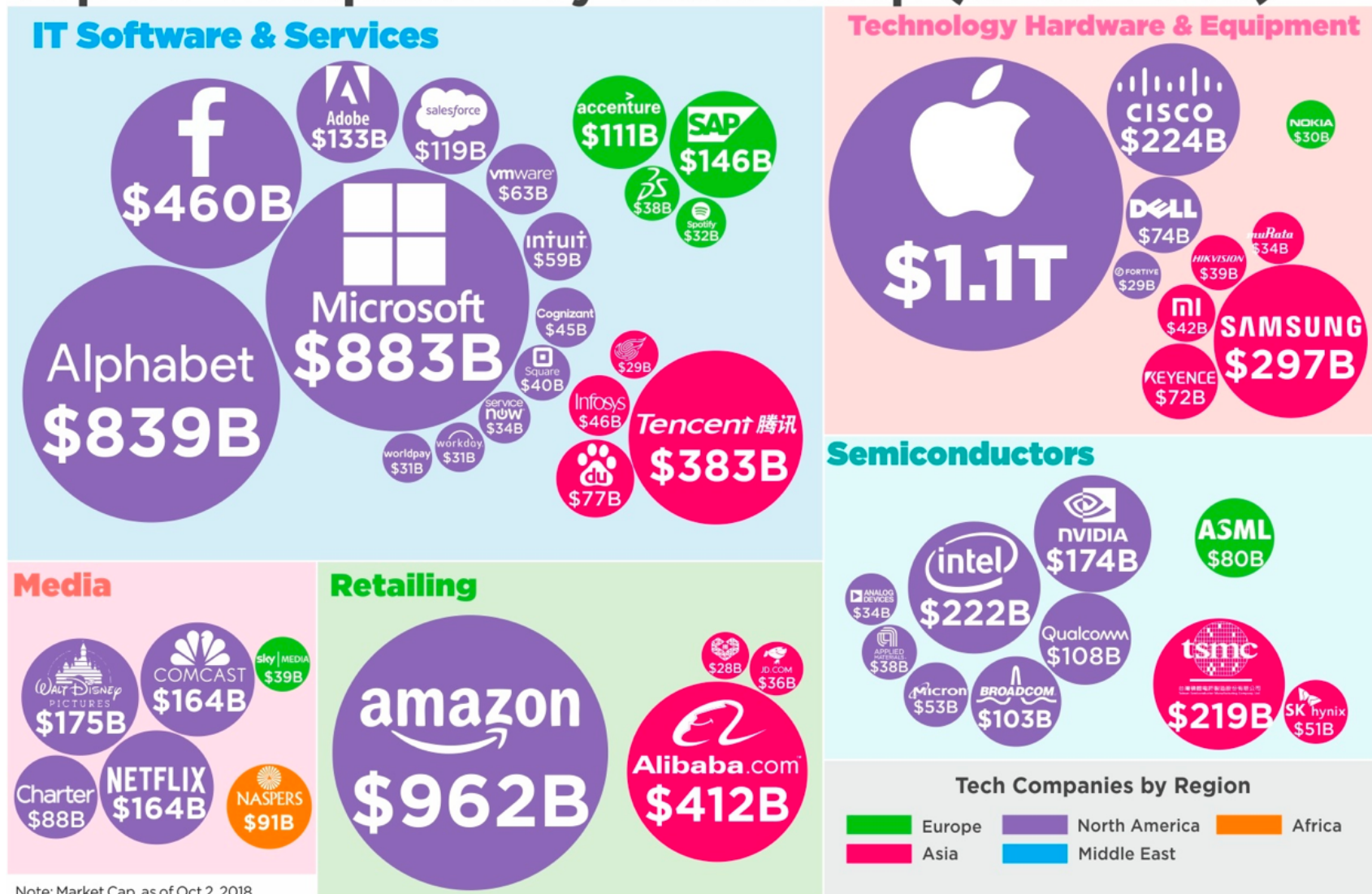
1 4Q15 or latest available.

2 2015 population.

SOURCE: Facebook; Twitter; Alibaba; *Fortune*; Statista; Population Reference Bureau; McKinsey Global Institute analysis

The World's Tech Giants 2018

Top 50 Companies by Market Cap (in Q3 2018)



Note: Market Cap. as of Oct 2, 2018

Article & Sources:

<https://howmuch.net/articles/the-world-tech-giants>
<https://finance.yahoo.com/>

howmuch.net

Macrotendencias



Rápida urbanización

Más de la mitad de la población mundial vive en áreas urbanas y casi todo el nuevo crecimiento tendrá lugar en ciudades medianas de países en desarrollo



Escasez de recursos y cambio climático

A medida que el mundo se vuelva más poblado, urbanizado y próspero, la demanda de energía, alimentos y agua aumentará. Pero la Tierra tiene una cantidad finita de recursos naturales para satisfacer esta demanda.



Cambio en el poder económico mundial

Algunas economías emergentes que estaban creciendo rápidamente están ahora en recesión. Los precios de las commodities han desempeñado un papel considerable en esa recesión



Cambio demográfico y social

En el 2030, se prevé que la población mundial aumentará en más de 1.000 millones. Igualmente, las personas viven más y tienen menos hijos.



Breakthrough tecnológico

La revolución digital no tiene límites ni fronteras. Está cambiando tanto el comportamiento y las expectativas como las herramientas utilizadas para brindar nuevos servicios y experiencias.

10x

Crecimiento exponencial

Nuevo normal

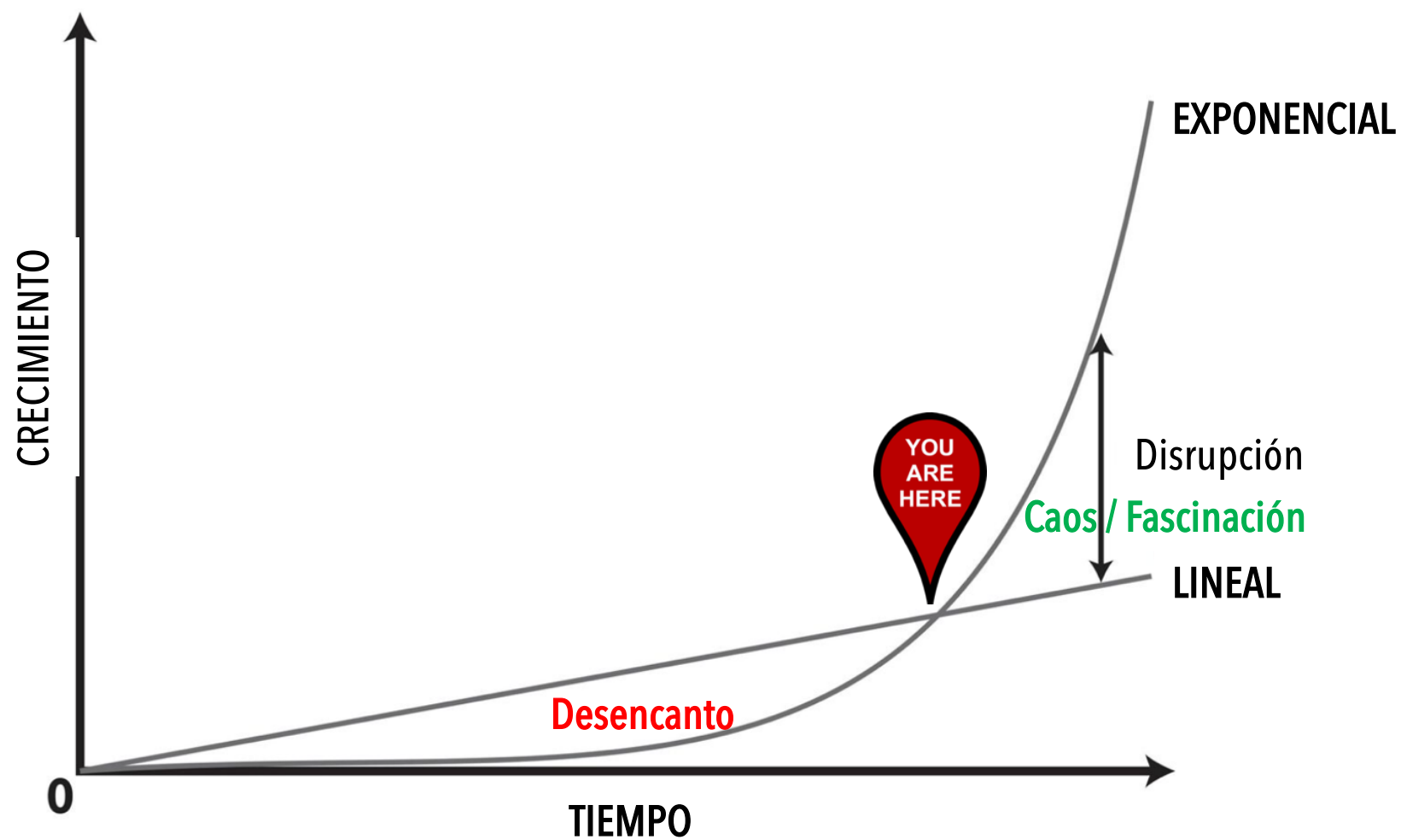
Más rápida
En 30/40 años no en 150
Dobla la renta per capital en 10 años no en 50

Más intensa
La urbanización del mundo

Más extensa
Todo el mundo, no solo Atlántico o el Viejo G7
Incluso Africa (Vía China)



Lineal vs exponencial



Lo viejo no acaba de morir
y lo nuevo no acaba de
nacer



El mayor riesgo en
tiempos de turbulencia
no es la turbulencia en
sí misma, sino actuar
con la lógica de ayer

NUEVO MUNDO DIGITAL



Las ventajas competitivas
convencionales se están **erosionando** y
la **digitalización** se convierte en una
fuente de ventaja competitiva

El consumidor y por tanto las empresas han cambiado sus preferencias más en los últimos 5 años que en los treinta anteriores





¿Por que nos eligen nuestros Clientes?

Conocimiento

Confianza

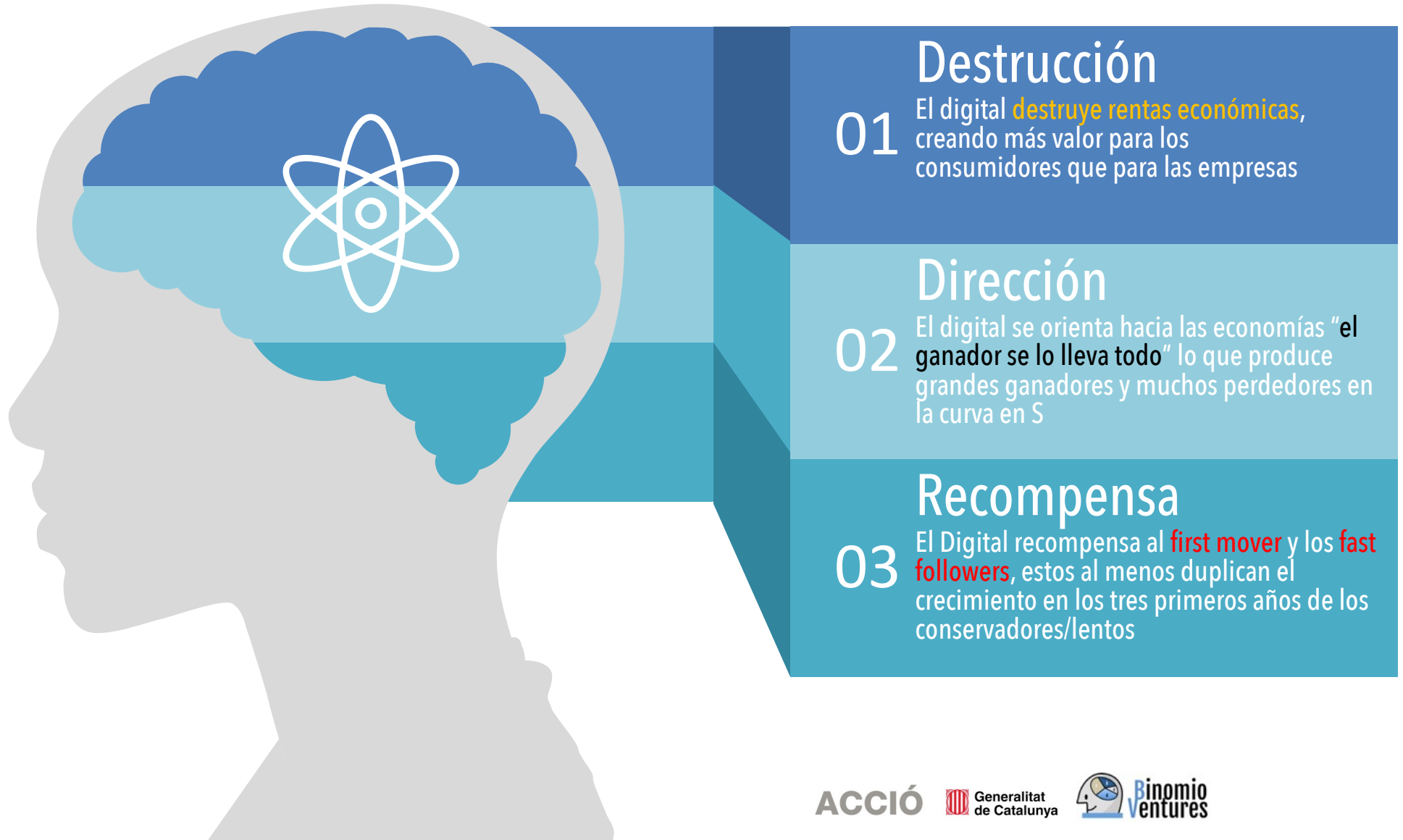
Conveniencia



- En digital cambian los parámetros por que
 - en conocimiento **desaparecen ineficiencias de**
 - confianza **en base a usuarios y opiniones**
 - conveniencia **ya no hay distancia**
- Puede haber un cambio muy radical en conductas y toma de decisiones
- Ese cambio puede ser muy perjudicial para algunas marcas

Tres cambios del digital

Que contradicen el pensamiento económico tradicional...



Nuevos entrantes
en muchos
sabores y colores

B2B

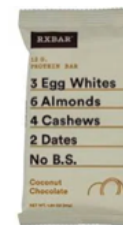
Authentic Wholesale-Led
Brand



MANSUR GAVRIEL



suja



RXBAR



SIR KENSINGTON'S



hello



CHAMELEON
COLD-BREW



method



DRUNK ELEPHANT



PAT McGRATH LABS

@ezequielsanchez

ACCIÓ

Generalitat
de Catalunya

Binomio
Ventures

B2C

Digitally Native Vertical
Brands (DNVBs)



Casper



AWAY



quip



allbirds



Glossier.



WARBY PARKER



BURROW



LOLA



Ritual



EVERLANE

B2B2C

New experience centric



BIRCHBOX ♦

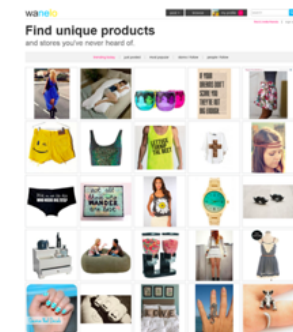


TRUNK CLUB

STITCH FIX



WANELO



@ezequielsanchez

ACCIÓ

Generalitat de Catalunya

Binomio Ventures

eB2C

Experience location-centric
brand



PLAT

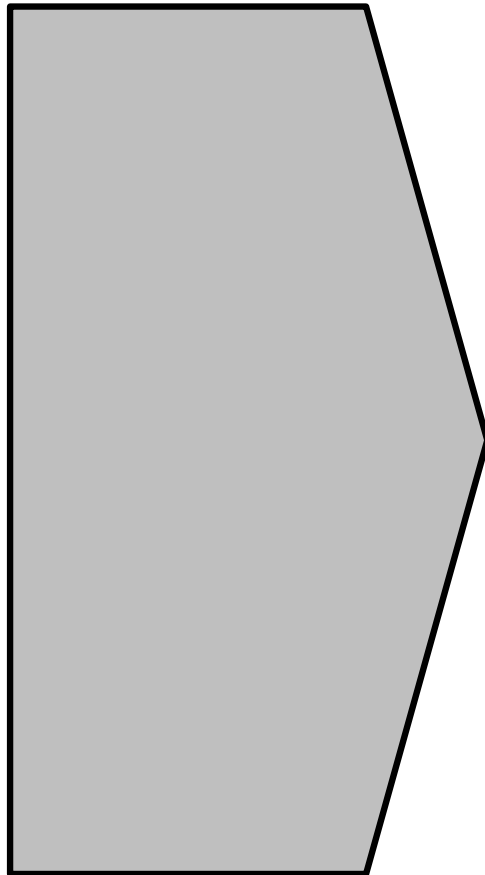
Plataformas (Música)



Doble bucle competitivo

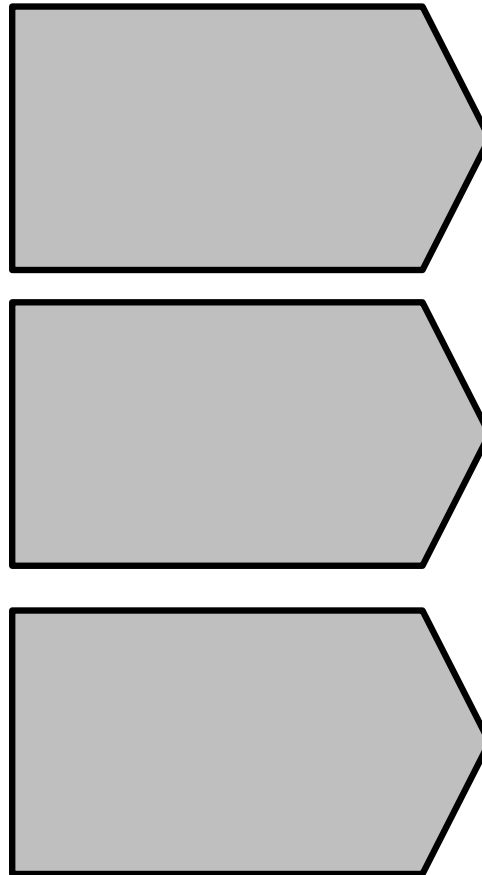


Proveedores

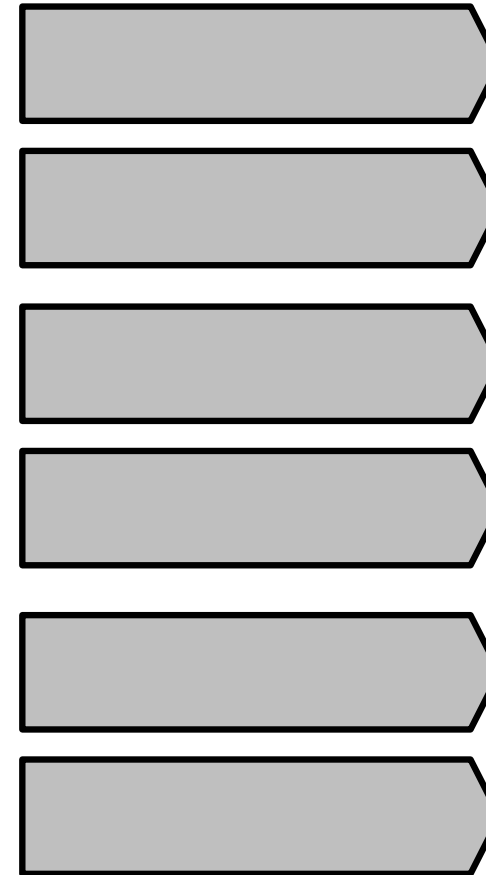


Escala

Productores



Distribuidores



Innovación

“

DAVID GHETTA

MEZCLAR > CREAR





INTUICIÓN ANALÓGICA < INTUICIÓN DIGITAL

MUCHOS DE NOSOTROS HEMOS APRENDIDO DURANTE AÑOS UN CONJUNTO DE PRINCIPIOS ECONÓMICOS Y SABEMOS DEL VALOR DE APLICARLO PRONTO Y A MENUDO EN NUESTRAS CARRERAS.

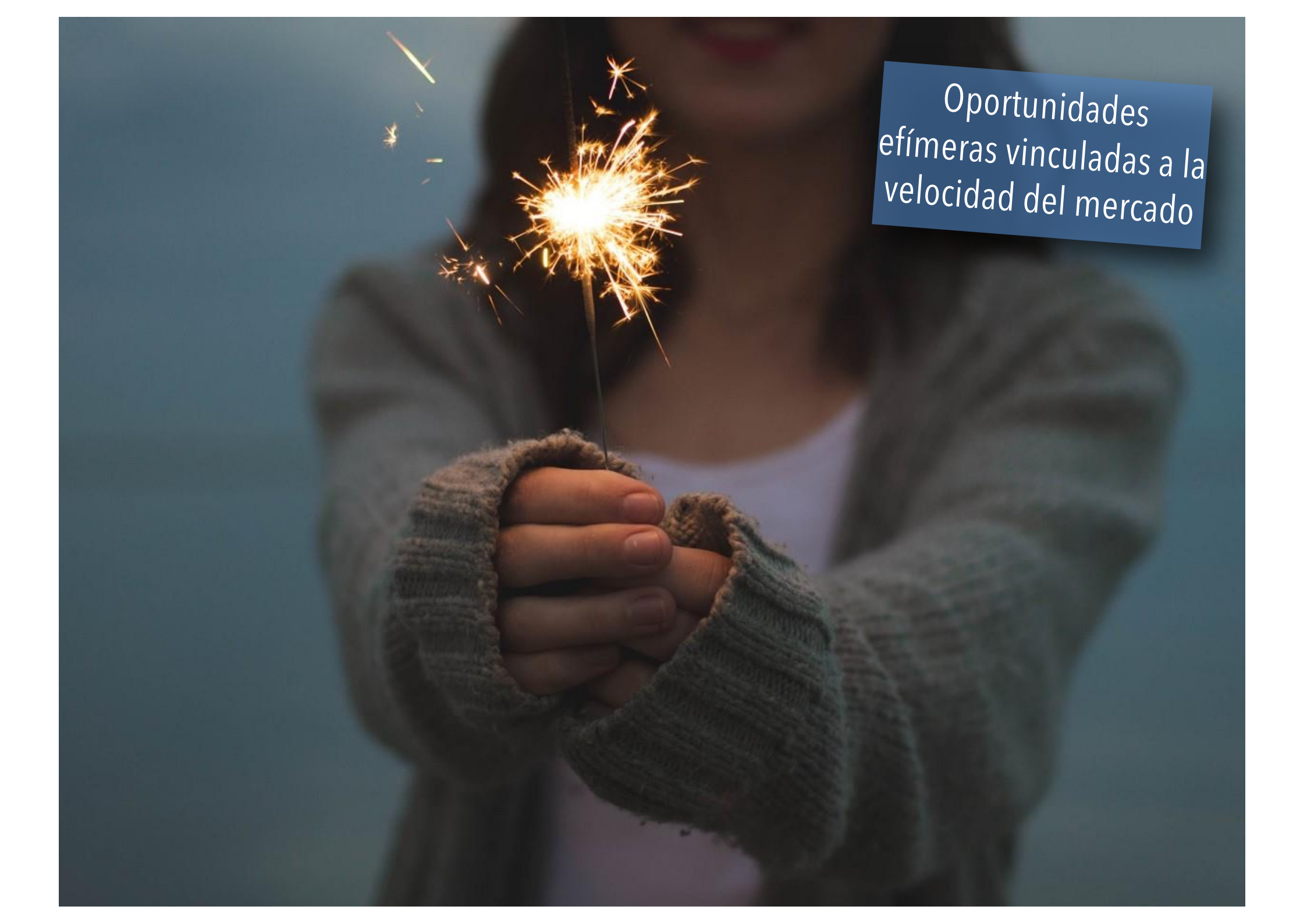
ESTE PENSAMIENTO INTUITIVO A MENUDO COLISIONA CON LAS NUEVAS REALIDADES DE LA COMPETENCIA DIGITAL



DIGITAL

~~**SUCKS!**~~

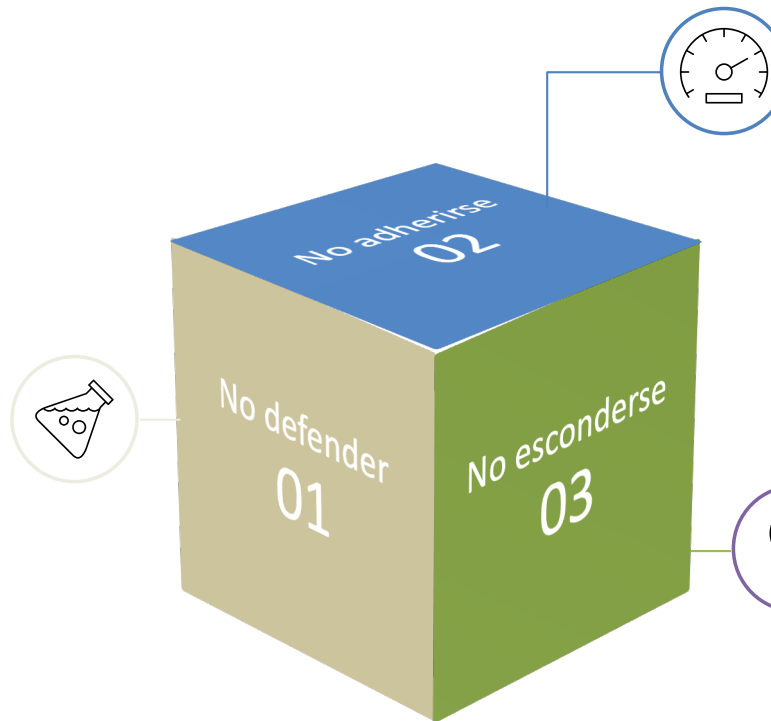
"It is Home"

A person with long dark hair, wearing a grey knit cardigan over a white top, holds a lit sparkler in their right hand. The sparkler is bright and glowing, with sparks flying out. The background is a solid dark blue. In the top right corner, there is a blue rectangular box with white text.

Oportunidades
efímeras vinculadas a la
velocidad del mercado

Algunos fallos convencionales a evitar en las estrategias digitales

01
No defender
Desarrollar nuevos segmentos de clientes en lugar de proteger líneas de negocio existentes a través de la reducción de costes, automatización o nuevos servicios para clientes existentes



02
No adherirse
Experimentar e introducir modelos de negocio disruptivos en lugar de preservar estrategias sobre activos "legacy"

03
No esconderse
Plantar cara a los disruptores mediante la redefinición de cadenas de valor y disruptar las cadenas de valor actuales

“

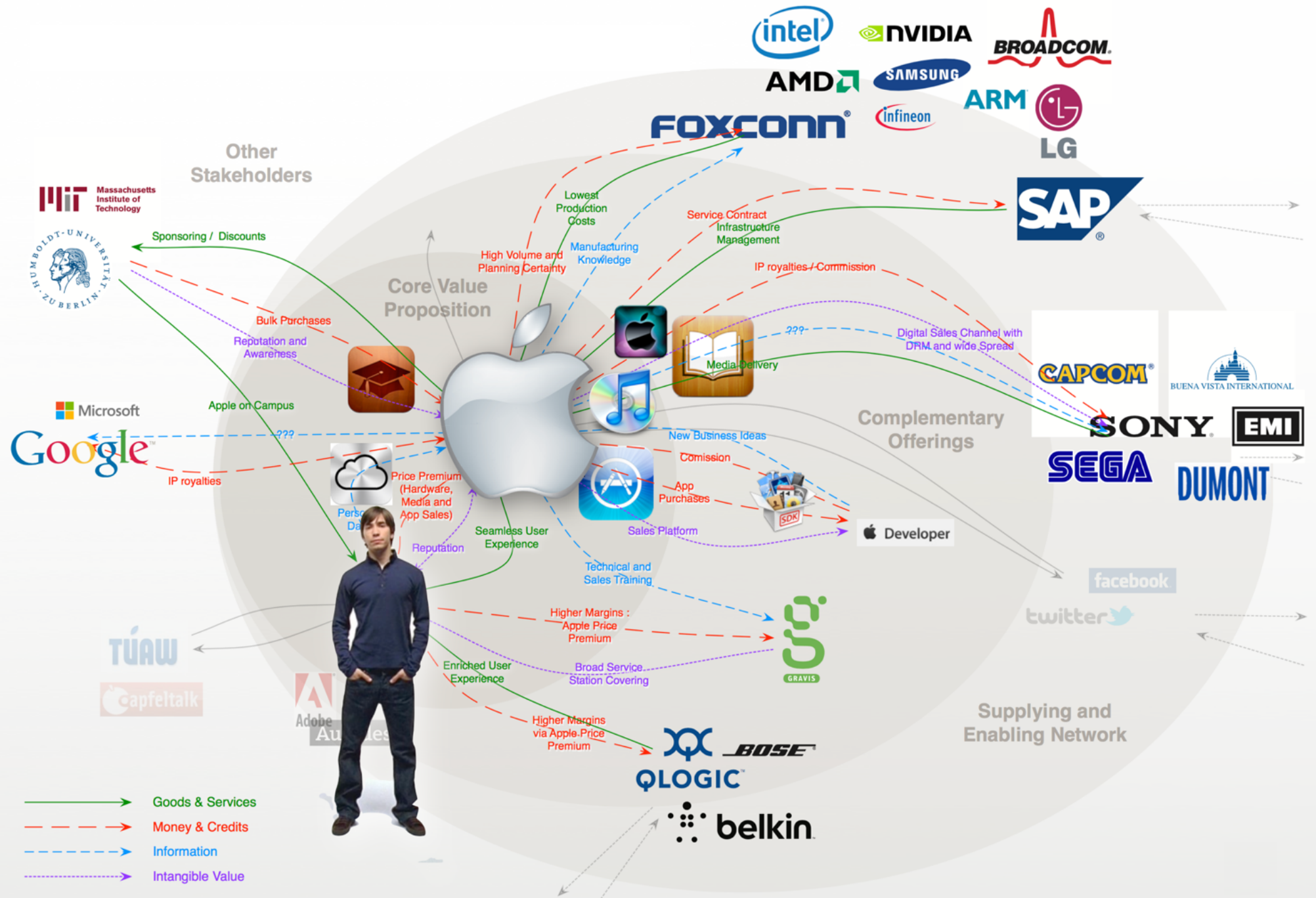
STEPHEN ELOP
(CEO NOKIA)

“NUESTROS COMPETIDORES NO NOS QUITAN CUOTA DE
MERCADO CON TERMINALES NOS QUITAN EL MERCADO CON UN
ECOSISTEMA COMPLETO”



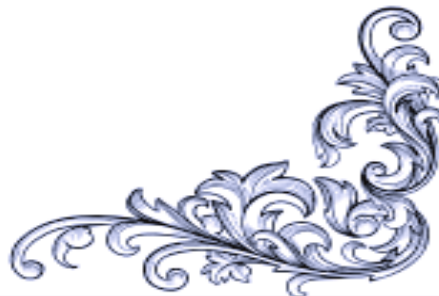
Ecosistema

Red de organizaciones e individuos intercambiando bienes e información para crear cierto valor





Parte del **valor** generado por un negocio
reside de manera creciente **fuera** de la propia
organización...en su **ecosistema**

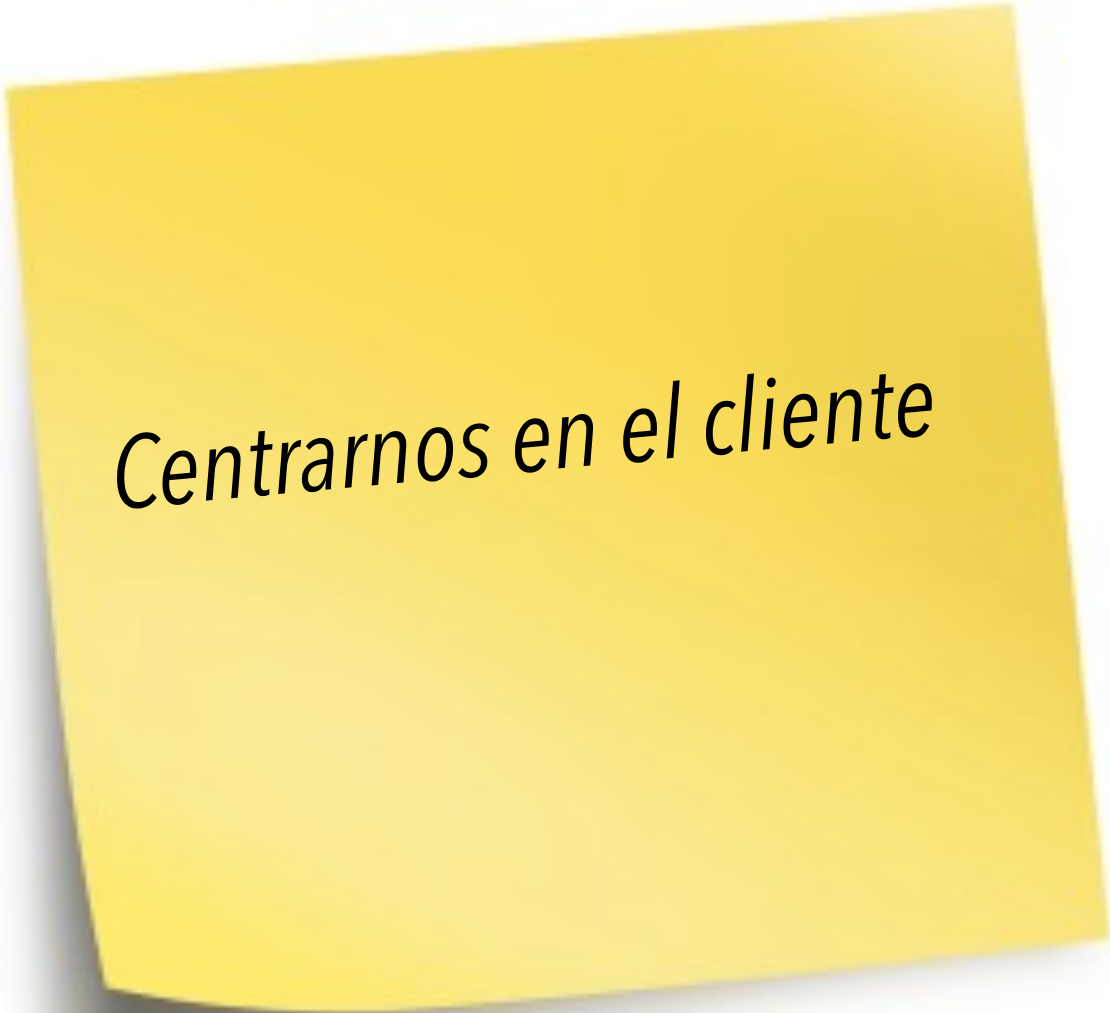




**Ventaja competitiva =
ventaja nodal**

¿DÓNDE
NECESITAMOS/QUEREMOS
ESTAR EN 3-5 AÑOS?

*Ser críticos con tu
empresa*



Centrarnos en el cliente



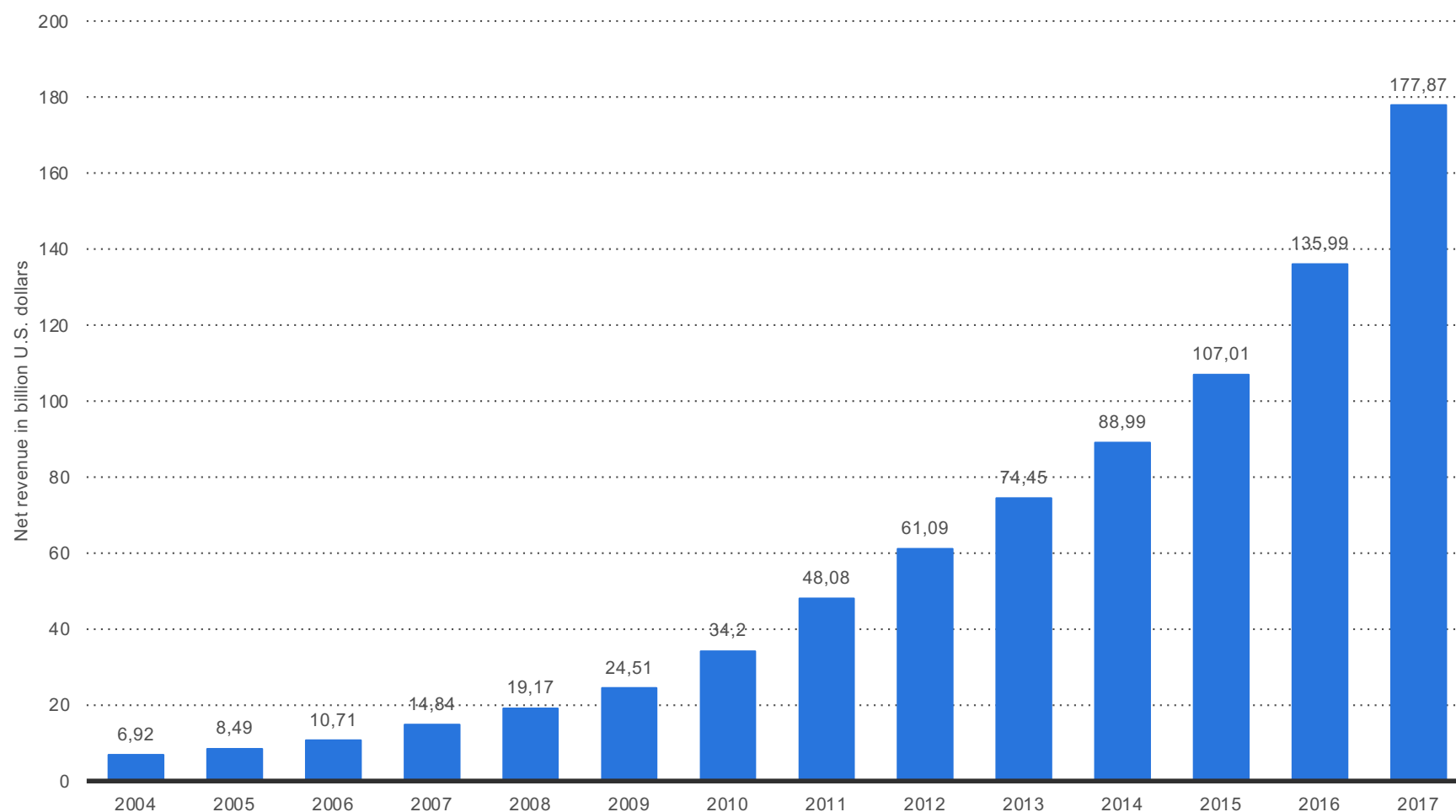
Oferta
amplia

Precio
comparado

Rapidez de
servicio

Annual net revenue of Amazon 2004-2017

Net sales revenue of Amazon from 2004 to 2017 (in billion U.S. dollars)



Note: Worldwide; 2004 to 2017

Further information regarding this statistic can be found on [page 83](#).

@ezequiel Sanchez
Source: Amazon ID 266282

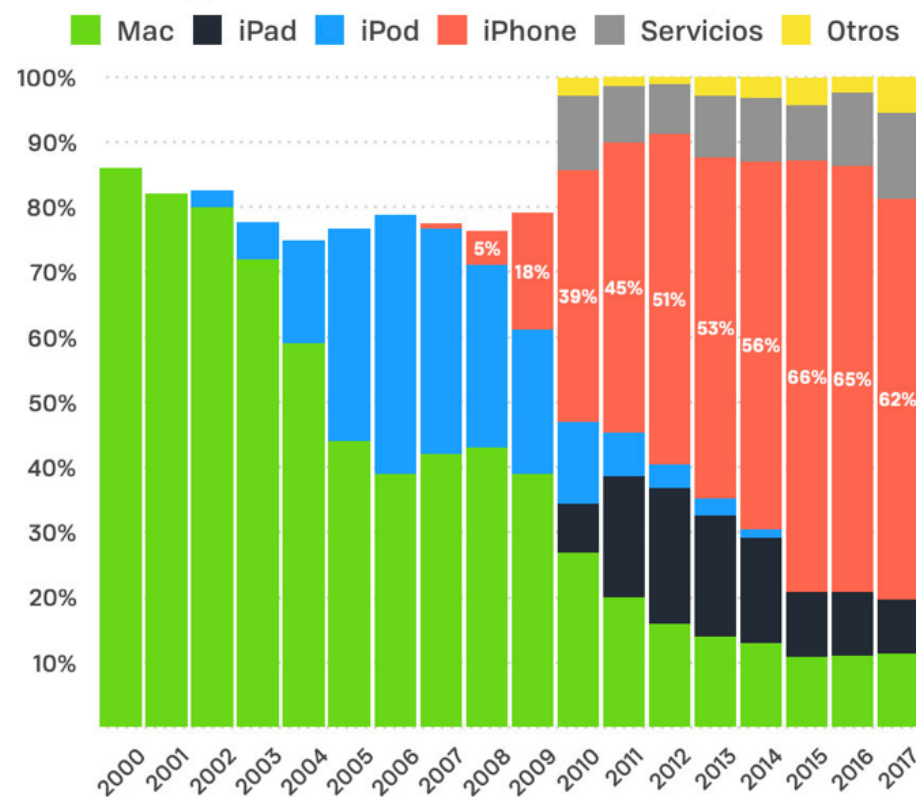
ACCIÓ

Generalitat de Catalunya

statista

 <2% empresas

Dependencia de Apple de la telefonía

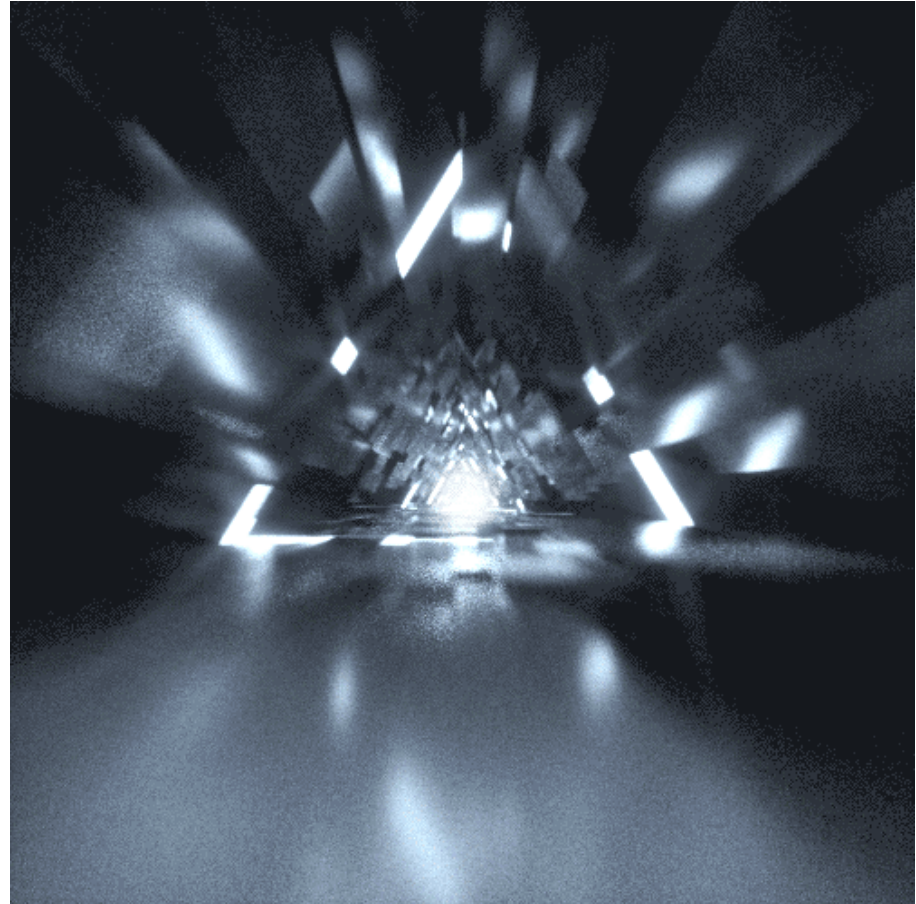


¿Y ahora que?



¿Como priorizar? ¿dónde poner el dinero?

- Mi empresa. Procesos débiles
- Mi cadena de valor completa y pensar como puedo innovar en mi ecosistema
- Mi ecosistema. Colaborar mucho mas con StartUps



EL DATO COMO
FUENTE CLAVE

DATO: Estrategia a medio plazo

- 1.Cuál es mi estrategia de captación de datos
2. Qué partners pueden ayudarme a desarrollar nuevos modelos de negocio a partir de los datos que recojo y la información que conozco.

Oportunidad

- Velocidad de una startup con la escala de una empresa global
- Tres tecnologías
 - **DESIGN THINKING** para innovar
 - **AGILE** para crear de forma rápida elementos tecnológicos y transformar
 - **DEVOPS** para cambiar el método de interacción humano
- Permite crear Plataformas/Ecosistemas mediante los distintos componentes de forma modular para nuevos hábitos y necesidades

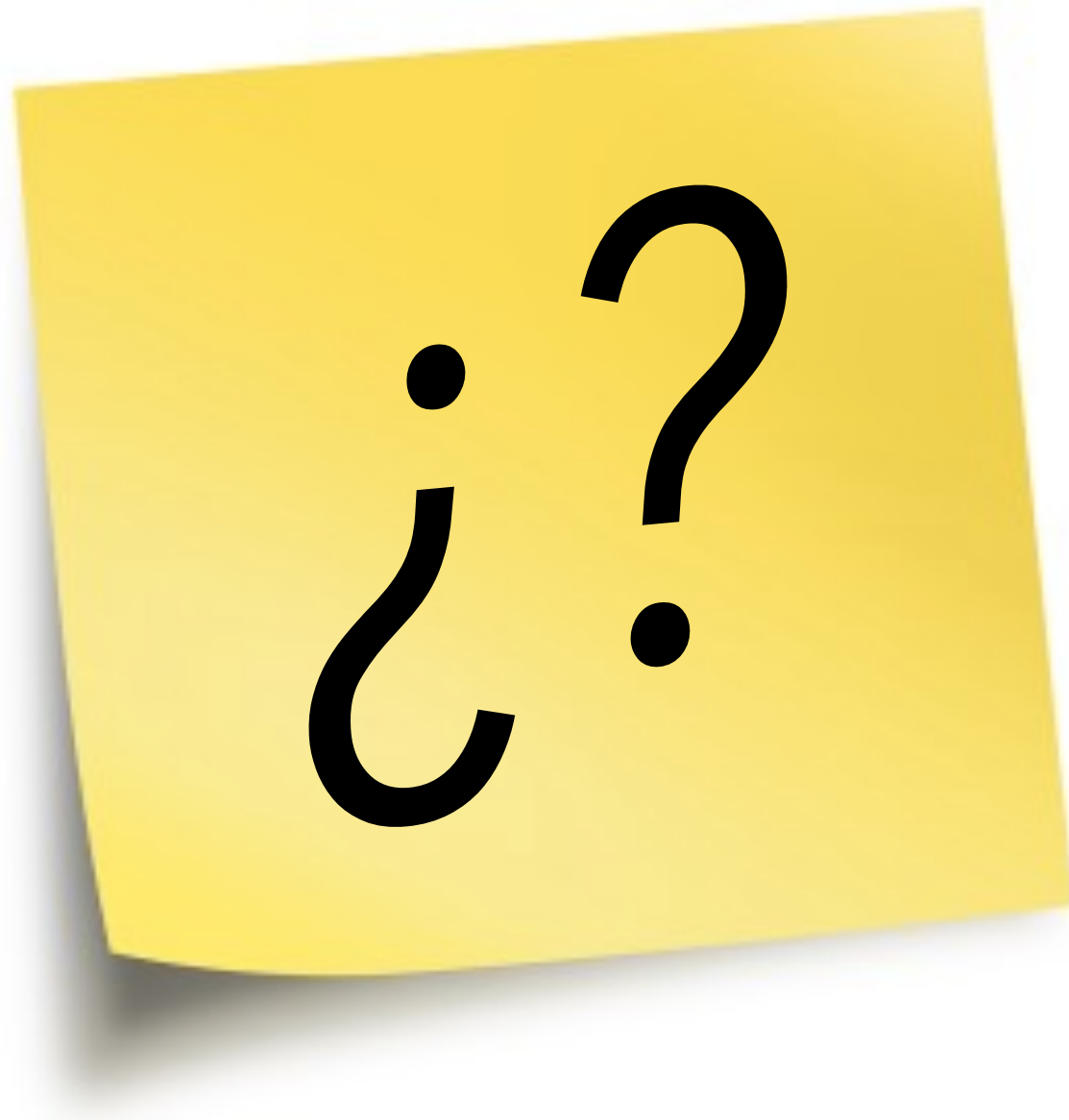
Estamos ante un cambio de era...
Las empresas necesitan sentido de la urgencia

**Desde la productividad + competencia
a la creatividad + colaboración**



En el momento en el que el futuro se vuelve impredecible, la eficiencia puede convertirse en tu enemigo

Si lo que te trajo hasta aquí es...



Lo que te llevará hasta allí es...

- Estamos ante un cambio de era: no podemos sobrevivir con los modelos antiguos: **El dato como ventaja competitiva**
- Las grandes corporaciones están transformándose, las startups nacen digitales. **Las PYMES** pueden aprovechar la oportunidad
- Centrar los esfuerzos en **el cliente**. Todo empieza ahí
- No lo hagas solo: crear un **ecosistemas de innovación y talento** (Crowdsourcing & outsourcing)
- No va de tecnología, la clave es el **liderazgo**, apoyar el cambio cultural, proyecto y talento
- **Lo debe liderar el CEO**

“

YODA

**NO LO INTENTES.
HAZLO O NO LO HAGAS.
PERO NO LO INTENTES**



669 806 157



ezequiel@binomioventures.com



/Ezequiel Sanchez



@ezequielsanchez



*Thinking
Business!*
...

Sobre @ezequielsanchez

Ezequiel tiene más de 20 años de experiencia en dirección general, diseño e implantación de la estrategia, consultoría/formación directiva empresarial en las áreas de Dirección Estratégica y Política de Empresa, Gestión del Cambio e internacionalización.

Ha desarrollado su actividad en la Dirección General de empresas en mercados cambiantes/rápido crecimiento como la moda donde ha dirigido durante 10 años Tempe, la unidad de calzado del Grupo Inditex (Zara, Pull&Bear, Bershka,...). Anteriormente ha trabajado en áreas de planificación estratégica y el desarrollo de nuevos negocios en compañías líderes como Telecinco, o la firma de management consulting Arthur D Little. Ezequiel es Licenciado en Marketing por ESIC, MBA por ESCP en su filial Oxford-Madrid-Paris Diplôme Grande Ecole d'Affaires - Ministère de l'Education Nationale y Doctorando en Organización de Empresas - Universidad Miguel Hernández.

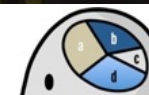
Miembro de distintos consejos de administración de empresas de moda, productos de consumo y sectores de rápido crecimiento, en la actualidad desarrolla su actividad empresarial, Business Angel y consultoría estratégica en Binomio Ventures como Socio Director.

Compagina su actividad profesional con la docencia como profesor de Estrategia en distintas universidades, ISEM Fashion Business School, EDEM, Fundesem Business School y el Instituto de Empresa Business School formando parte de su claustro. Ezequiel ha sido profesor becado por la Fundación Rafael del Pino en Harvard University y participa como conferenciante en múltiples charlas y eventos corporativos y ha sido ponente en la conferencias TEDx Sevilla.

Blogger y autor habitual de artículos para medios profesionales y económicos, destaca el premio al mejor artículo empresarial de la Fundación RuralCaja en el 2007. Puedes seguirle en @ezequielsanchez.



<https://www.linkedin.com/in/ezequielsanchez/>



.Binomio