

Presentación

“Continuo”: Red de escalamiento empresarial



¿Quiénes somos?

Fundación Bizcorps Colombia

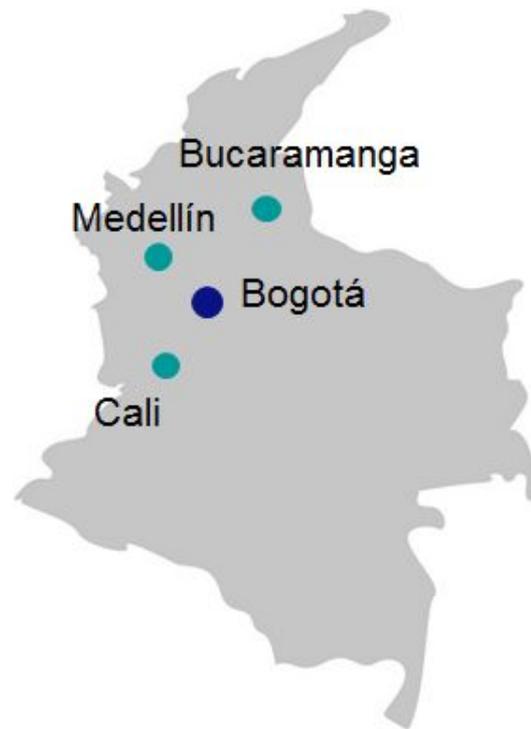
Construimos redes estructuradas de escalamiento de empresas medianas tradicionales, desatando su pleno potencial... para promover desarrollo económico y social...

Origen: Washington, D.C.

Fundador: Robert Mosbacher, Jr.

Inicio de operaciones en Colombia:
Junio 2013

Proyectos ejecutados en 4 ciudades
en Colombia con 36 empresas



Miembros de la Junta Directiva Global y Comité Asesor Nacional



Robert Mosbacher, Jr.
Ex- Chairman Overseas Private
Investment Corporation (OPIC)
Presidente / Fundador



Peter Kellner
Co-founder of Endeavor
Founder of Richmond Global



Bruce McNamer
President and CEO
The Community Foundation
for the
National Capital Region



Jennifer Potter
Former President & Founding
CEO of the Initiative for Global
Development



Alan Fleischmann
President & CEO Laurel
Strategies



Miguel Silva
Fundador Galileo
Chairman Comité Asesor



Fernando Cortés
Director Ejecutivo Fundación
Bolívar Davivienda



Carlos Enrique Cavalier
CEO, La Alquería



Carlos Urrutia
Socio, Brigard & Urrutia



Pedro Miguel Navas
Presidente Ospinas

Experiencia

El conocimiento lo hemos construido a través de la experiencia de trabajar con 36 empresas en estos casi 5 años.

Nuestra metodología ha evolucionado a partir del aprendizaje práctico alcanzado en nuestro trabajo con empresarios y empresas locales.

“Conocemos a las empresas, conocemos a los empresarios”





Promesa Bizcorps

**Su compañía tiene mucho más potencial del que está aprovechando,
nuestro compromiso es ayudarlo a que
desate su pleno potencial
para escalar de manera estructurada y sostenida.**



¿Lo que dicen nuestros clientes?

Testimonios

“Durante estos 25 años siempre hemos buscado las mejores prácticas para lograr pasar de ser un negocio a ser una empresa y hemos probado diferentes modelos y consultorías en diferentes ramos... y lo cierto es que lo único que nos ha quedado con las cuentas por pagar... estoy convencido de que el programa de Bizcorps es, sino la mejor, una de las mejores opciones para una pyme”

Hugo Ortiz, Fundador y Gerente General IT&T Ingeniería de Colombia SAS

“Todo el modelo [de Bizcorps], es completamente diferente al de otras empresas. Sobretudo porque el Asociado conoce el día a día de la operación. Es un apoyo, y no una carga. Es un apoyo para la toma de decisiones tanto en la estrategia como en la implementación. Porque cuando se interna en los procesos y dentro de la operación entiende cómo se puede implementar.”

Luz Marina Rojas, Fundadora y Gerente General, Dipsa Food SAS

“Pudimos ver nuevas formas de trabajar y de tener una visión muy crítica de nuestra compañía. Me enfrenté a una transformación de 180°, pude buscar un nuevo mercado y una nueva oportunidad de generación de ingresos, teniendo a mi lado una persona quien me ayudara a pensar y a llevar a otro nivel a mi compañía. Pude entender que a través de saber escoger a las personas que tenemos a nuestro alrededor podemos lograr cosas muchísimo más grandes de las que tenemos actualmente.

Quiero invitarlos a que se den la oportunidad de encontrar en Bizcorps una visión diferente.”

Juan Fernando Dávila, Fundador y Gerente General, The Line Group

“Fue valioso compartir con otras empresas y conocer cosas a partir de las otras experiencias, y cuando se acaba la estrategia, el seguimiento (que prevé el modelo Bizcorps) es fundamental en lograr ponerla en funcionamiento.”

Álvaro Uribe, Gerente General, Promitec



Algunas preguntas



¿Cuál es su nivel de satisfacción actual sobre su empresa?

(desempeño, liderazgo, armonía, empleados)

¿Cuáles son los proyectos que está emprendiendo actualmente, sus prioridades?

¿Qué decisiones difíciles está enfrentando?

¿Basado en qué información tomó esta decisión?

¿Cuál ha sido el resultado de la ejecución de sus proyectos críticos?



Lo invito a pensar en...



¿En qué negocios estoy?

¿Cómo gano en esos negocios?

¿Sabe cuál es su diferencia frente a otros?

¿Cómo ve usted el crecimiento futuro de su empresa para la próxima década?

¿Tiene claro cuáles son los negocios que le están quitando o agregando valor a su compañía?



“El ser humano cambia lentamente, el mercado cambia rápidamente”

1

Capitalizar las
oportunidades

2

Entender por qué
nos compran

3

Ser dueños de
nuestro propio
destino

4

Capital gerencial
potente para dirigir



¿Cómo lo ayudamos a cambiar su destino?



“CONTINUO” Compromiso de largo plazo para escalar





El modelo "Continuo" recoge en su estructura los pasos identificados por Bizcorps como fundamentales para poder atender integralmente las necesidades de las organizaciones en su objetivo de superar la complejidad, escalar y mejorar su desempeño.

Fase 1: ¿Cómo ganar?







Comités de 8 o hasta 12 empresas

Liderado por
Asociado Senior Bizcorps

Definición de agenda, seguimiento, coordinación servicios complementarios, conferencias, actividades



Seguimiento para la acción

4 sesiones, 1 horas

Sesiones de coaching via Skype para acompañamiento a los líderes para **enfoque en objetivos**



Disciplina estratégica

1 sesión, 2 horas

Sesión individual para revisión de estrategia corporativa y competitiva.
Diálogo estratégico



Comité de Pares

1 sesión, 4 horas

Formado por **pares** con el mismo proceso de evolución hacia el escalamiento



Servicios de Valor Agregado

Por demanda

Conferencias, mentorías, red de inversionistas, patentes, certificaciones de calidad...



Inversión

Aurelio Forero
Director Ejecutivo
Bizcorps
aforero@bizcorps.org
Cel: +57 311 561-7611
Of: +57 1 510-0455
Carrera 7 # 74-56 Of. 806
CP 110221 Bogotá, Colombia
Skype: aurelioforero
www.bizcorps.org

Paula Ramírez
Directora de Consultoría
Bizcorps
pramirez@bizcorps.org
Cel: +57 (316) 444-7286
Of: +57 1 510-0455
Carrera 7 # 74-56 Of. 806
CP 110221 Bogotá, Colombia
Skype: paula.ramirez1809
www.bizcorps.org

Alexa Sánchez
Directora de Operaciones
Bizcorps
asanchez@bizcorps.org
Cel: +57 (301) 632-9275
Of: +57 1 510-0455
Carrera 7 # 74-56 Of. 806
CP 110221 Bogotá, Colombia
Skype: alxsnczh
www.bizcorps.org



Conocemos a las empresas, conocemos a los empresarios

casos de éxito

1.

Innovación RRHH

6 sesiones durante 3 meses

Construcción o resonancia del modelo estratégico de la organización

Paradigmas / valores
Tema dominante
Configuración
Propuestas de valor
Industria / Entorno / Tendencias
ADN Competitivo
MEGA (Meta Grande y Ambiciosa)
Horizontes de crecimiento
Estructura
Mapa de posicionamiento competitivo

2.

Posicionamiento Competitivo

4 sesiones por mes de 1 hora

Sesiones vía Skype para acompañamiento a los líderes para enfoque en objetivos

“Diferentes personas deciden pensar y trabajar sobre diferentes cosas, y eso es lo que realmente marca una diferencia entre grandes líderes o líderes promedio.”
The Power of Peers

3.

Sesiones de disciplina estratégica

1 sesión por mes de 2 horas

Sesión individual para revisión de estrategia corporativa y competitiva

“Las empresas son lo que dialogan”
The Breakthrough

4.

Sesiones Foro de Pares

1 sesión por mes de 4 horas

Sesiones entre 8 y 10 líderes de empresas medianas con potencial de escalamiento

Presentación de casos
Conversación sobre estrategia
Discusión sobre necesidades comunes
Exposición de retos personales
Evaluación de oportunidades
Conferencias con expertos

5.

Asociado Bizcorps dedicado

1 Asociado por foro

Líder de foro con dedicación exclusiva

Seguimiento para la acción
Disciplina estratégica
Coordinación Foro de Pares
Identificación de temas comunes entre foristas
Apoyo para el desarrollo de casos para foro
Acompañamiento al líder empresarial

6.

Eficiencia operacional y proyectos

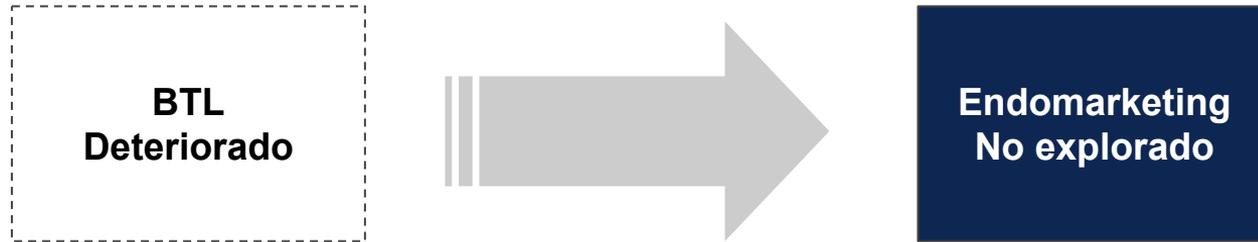
Por demanda

Identificación de brechas competitivas para la eficiencia operacional y proposición de proyectos

Inserción de Asociados Bizcorps
Proyectos de implementación
Servicios CCB
Propuesta de proveedores externos



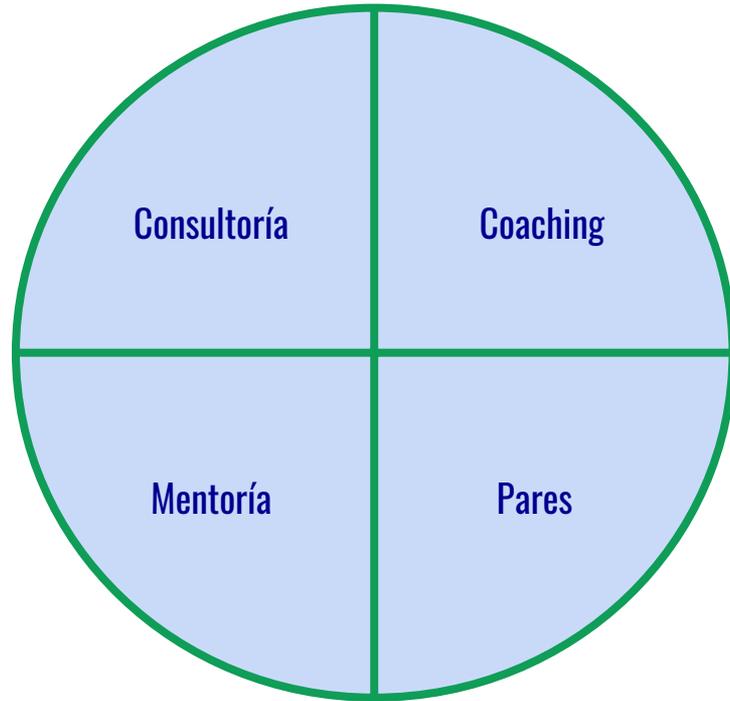
Pasa de vender un proyecto inmobiliario a vender soluciones de vivienda para el camellador



Pasa de vender BTL a un negocio de creación de valor el Endomarketing

4 en 1

La REP recoge en un proceso extendido en el tiempo lo mejor de 4 disciplinas, ya que consideramos que es la única forma de lograr la verdadera transformación





Anexos



¿Cómo es el modelo de intervención?

Modelo Continuo: Componentes que aseguran la transformación



El “Continuo” tiene 3 componentes fundamentales. Su eje central es la Red Estructurada de Pares (REP). Pero no hay liderazgo efectivo y transformacional sin un posicionamiento competitivo clarificante, el cual adicionalmente permite crear un lenguaje y un marco común entre todos los miembros del foro que es el eje de un diálogo estructurado. Pero el posicionamiento y el liderazgo no se hacen realidad sin la implementación que permita mejorar la eficiencia operacional y la creación de capital gerencial.



*REP: Red Estructurada de Pares

*TPC: Taller de Posicionamiento Competitivo



El modelo "Continuo" recoge en su estructura los pasos identificados por Bizcorps como fundamentales para poder atender integralmente las necesidades de las organizaciones en su objetivo de superar la complejidad, escalar y mejorar su desempeño.



¿Cómo son los Talleres de Posicionamiento Competitivo? (TPC)



Sesiones Conocimiento del negocio

Valor
Agregado



1. Comprensión y alineación del “círculo de confianza” con el actual modelo de negocio
2. Se validan puntos de vista respecto del entorno y segmentos a los cuales se dirige la propuesta de valor
3. El “círculo de confianza” ha identificado la necesidad de repensar o profundizar su estrategia

¿Cómo?
Herramientas



1. Modelo de negocio actual usando el Business Model Canvas®
2. Análisis del entorno y segmentos aplicando el diagrama de pétalos

Sesión Introdutoria



1. Se genera consenso alrededor de lo que significa realmente estrategia (escoger y renunciar)
2. Pasar de una visión producto-céntrica a un entendimiento desde la demanda
3. Identificar no sólo las acciones que se ejecutaron, sino también las razones que nos llevaron a hacerlas: Modelo mental de la organización



1. Modelo mental y paradigmas
2. Valores centrales de la organización



Sesión Estrategia corporativa

Valor
Agregado



1. Se descubre el objetivo más potente que quiere lograr la empresa
2. Se profundiza en el entendimiento de si la empresa está en uno o en varios negocios
3. Focalización en la generación de ingresos de acuerdo con los negocios con los que el ADN de la compañía sea afín
4. Se Identifican brechas de conocimiento y supuestos acerca de sus segmentos de clientes

¿Cómo?
Herramientas



1. Propósito o tema dominante de la empresa: Test de Collins
2. Configuración: Matriz de configuración
3. Segmentación de clientes: A partir del problema que quiere resolver el cliente (JTBD)

Sesión Estrategia competitiva día 1



1. Se descubre el posicionamiento competitivo que tiene la empresa: si es un enfoque basado en costos o en diferenciación
2. Se entienden los diferentes actores donde compite la empresa: Proveedores, clientes, rivales, productos nuevos, nuevos entrantes a la industria
3. Se abordan insights del entorno y el cliente que les permitirá crear modelos de negocios potentes y ajustados a la realidad competitiva



1. Análisis de industria: Las 5 fuerzas de Porter
2. ADN Competitivo



Sesión Estrategia competitiva día 2

Valor
Agregado



1. Se descubre la ventaja para cada una de las UEN
2. Redefinición de los beneficios diferenciadores de la propuesta de valor para cada UEN
3. Se crean las actividades en las que se debe enfocar cada UEN

¿Cómo?
Herramientas



1. Propuesta de Valor
2. Sistema de actividades / capacidades

Sesión Estrategia competitiva día 3



1. Se descubre cuál es la ventaja exponencial que pone a la empresa por encima de la competencia
2. Se diseña el indicador que mide esa ventaja competitiva
3. Mapeo de la estrategia en una sola página, como resonante de la ejecución



1. Factor X de la Compañía
2. Beneficio X: KPI
3. Mapa de Posicionamiento Competitivo (MPC)



Sesión Escalamiento

Valor
Agregado



1. Se construye el plan de escalamiento que garantice el crecimiento rentable de la empresa para la próxima década
2. Se focalizan y priorizan las acciones para el escalamiento
3. Se diseña la estructura organizacional amigable al escalamiento, orientada al mercado y consistente con la estrategia

¿Cómo?
Herramientas



1. MEGA (Meta Grande y Ambiciosa)
2. Horizontes de crecimiento
3. Estructura