

MODELOS DE NEGOCIOS Y FINANCIAMIENTO PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN DE SBC

9 de abril de 2025

Romina Gayá

CONFIDENCIAL
Uso interno

Este documento contiene información confidencial en relación con una o más de las diez excepciones de la Política de Acceso a la Información y, por lo tanto, no estará disponible para las personas ajenas al Banco. Sólo estará disponible únicamente para los empleados del Banco.



CONTENIDO

1. MODELOS DE NEGOCIOS EN SECTORES EXPORTADORES DE SBC

2. ESTRATEGIAS DE INTERNACIONALIZACIÓN

3. FUENTES DE FINANCIAMIENTO

CONTENIDO

1. MODELOS DE NEGOCIOS EN SECTORES EXPORTADORES DE SBC

2. ESTRATEGIAS DE INTERNACIONALIZACIÓN

3. FUENTES DE FINANCIAMIENTO

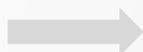
SEGÚN **ACTORES** INVOLUCRADOS



Business-to-business (B2B)



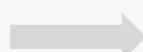
Business-to-consumer (B2C)



Consumer-to-business (C2B)



Business-to-government (B2G)



Peer-to-peer (P2P)

SEGÚN **OBJETO** DE LA EXPORTACIÓN



SERVICIO

- Actividad continua o acceso a plataforma
- Alta interacción con cliente
- Escalabilidad media o alta
- Costo de producción recurrente (personal, servidores, soporte)
- Personalización media / alta
- Ingreso recurrente
- Se presta a lo largo del tiempo
- Acceso o experiencia continua para el cliente
- Relación de largo plazo con cliente (retención)



PRODUCTO DIGITAL

- Bien digital terminado y reutilizable
- Baja interacción con cliente
- Alta escalabilidad
- Costo inicial alto (creación), luego bajo (distribución)
- Personalización baja
- Ingreso único
- Entrega inmediata al usuario
- Cliente tiene propiedad o uso del contenido
- Relación de corto o mediano plazo con cliente (adquisición)

SEGÚN FUENTE DE **MONETIZACIÓN**

TARIFAS

- Por tiempo, servicio, proyecto, volumen de trabajo

PROPIEDAD INTELECTUAL

- Licencia de uso
- Licencia de comercialización / distribución
- Venta

SUSCRIPCIÓN

- Pago por uso / acceso a servicio o producto digital

CON COMPONENTE SIN CARGO

- Sin cargo (publicidad)
- Freemium

OTRAS

- Colaboración
- Comisión
- Etc.

EL CASO DE LOS VIDEOJUEGOS



CONTENIDO

1. MODELOS DE NEGOCIOS EN SECTORES EXPORTADORES DE SBC

2. ESTRATEGIAS DE INTERNACIONALIZACIÓN

3. FUENTES DE FINANCIAMIENTO

INTERNACIONALIZACIÓN ES UN CAMINO



MODO DE SUMINISTRO INTERNACIONAL



Modo 1. Suministro transfronterizo



Modo 2. Consumo en el extranjero



Modo 3. Presencia comercial

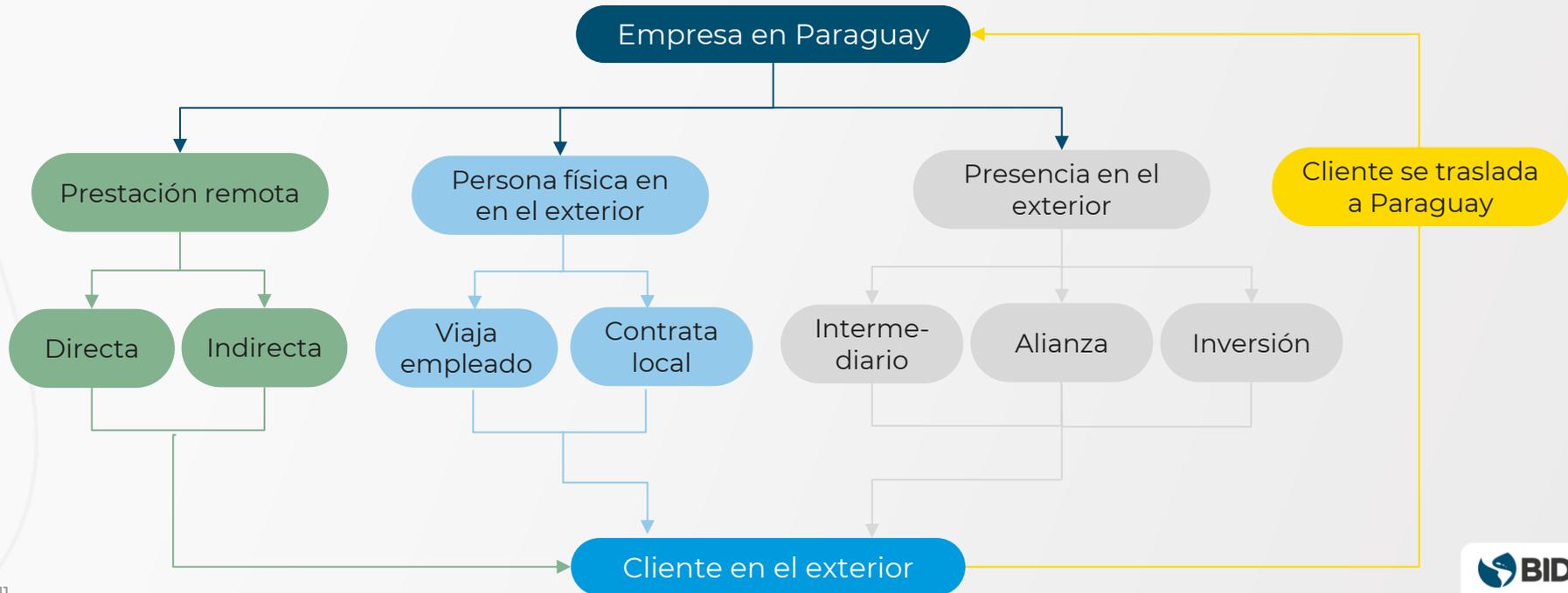


Modo 4. Movimiento de personas físicas



“Modo 5”. Servicios incorporados en bienes

CANAL DE COMERCIALIZACIÓN



CARACTERÍSTICAS

¿QUÉ SON LAS PLATAFORMAS?

Modelo de negocios digital donde creación de valor está en facilitación de intercambio entre oferentes y demandantes.

ACTORES Y EFECTOS DE RED

- Oferentes, demandantes y proveedor de plataforma
- Efectividad depende de cantidad de actores que participan de la comunidad

SEGÚN USUARIOS

- B2B
- B2C
- C2B
- C2C
- B2G

SEGÚN TRANSACCIONES

- Transaccionales
- No transaccionales
- Semitransaccionales

SEGÚN MODELO DE NEGOCIO

- Comisión
- Suscripción
- Freemium
- Pago por posicionamiento
- Pago por lead
- Híbridos

OTRAS CLASIFICACIONES

- Según foco sectorial
- Según alcance geográfico
- Según supervisión
- Creación / intercambio

VENTAJAS Y DESVENTAJAS



- El mercado mundial / regional en un solo lugar
- Construcción de reputación
- Seguridad y confianza
- Menor inversión en promoción
- Flexibilidad
- Plataforma integrada de pagos
- Alerta de oportunidades
- Otros servicios integrados



- Costos elevados
- Dependencia de la plataforma
- Políticas de uso
- Pocas opciones en español
- Falta de popularidad en algunos rubros
- Regulaciones y opciones varían según países
- Presiones a la baja del precio

CLAVES PARA LA PROMOCIÓN INTERNACIONAL

MARKETING PARA SBC



INTANGIBILIDAD



SIMULTANEIDAD
de consumo y producción



INTERACCIÓN
entre proveedor y cliente



COSTOS Y MODELO DE
NEGOCIOS

Marketing para tangibilizar experiencia y generar credibilidad

- Portfolio
- Certificaciones / Premios
- Referencias / Recomendaciones
- Eventos internacionales
- Medios
- Contenido valioso
- Pruebas gratuitas / modelos freemium
- Cocreación con cliente

CONTENIDO

1. MODELOS DE NEGOCIOS EN SECTORES EXPORTADORES DE SBC

2. ESTRATEGIAS DE INTERNACIONALIZACIÓN

3. FUENTES DE FINANCIAMIENTO

DIFICULTADES DE ACCESO

MIPYMES



Menor escala,
capacidad financiera,
formalidad,
profesionalización

SERVICIOS



Menos activos físicos
para ofrecer como
garantía
Modelos de negocios
innovadores

INTERNACIONALIZACIÓN



Investigación de
mercado, promoción,
garantías, viajes,
capacitación, etc.
Incertidumbre

PRINCIPALES FUENTES



CRÉDITO TRADICIONAL

- Pueden proporcionar capital significativo
- Motivación vinculada a retorno → Monitoreo
- Menos dispuestos a aceptar riesgo
- Requisitos y condiciones pueden ser muy exigentes para MIPYMES



SUBVENCIONES

- No requieren reembolso
- No exigen ceder capital
- Foco en PYMES
- Suelen requerir fondos en contrapartida
- Burocracia
- No financian capital de trabajo



BOOTSTRAPPING

- Mayor control sobre fondos
- Permite conservar la propiedad
- Fondos más limitados
- Motivación no vinculada a retorno → Menor monitoreo
- Dificultades para obtener capital de trabajo



FINANCIAMIENTO DE CAPITAL

- Diversos modelos para diferentes etapas
- Apoyo en temas críticos
- Redes de contactos
- Mayor posibilidad de escalar
- Pérdida (total o parcial) de control sobre decisiones

MUCHAS GRACIAS

Romina Gayá

 rominagaya@gmail.com

 www.rominagaya.com.ar

 Romina Gayá

 @romina_gaya

 @romina_gaya