

Modelos de negocio disruptivos

Josep Antoni Cerdan
Head of Equity
ANDBANK

Los modelos de negocio tradicionales están amenazados. Estos son menos duraderos de lo que solían ser y están sujetos a desplazamientos rápidos y, en casos extremos, a su desaparición.

A todos nos viene a la cabeza el caso de Blockbuster. La empresa fue uno de los líderes del sector de alquiler de vídeos. Tenían una cadena de suministro y logística adecuadas para mantener el estatus quo. Pero la compañía pronto se estancó y no respondió a los servicios de vídeo a la carta. Y ahora es Netflix el nuevo rey a la hora de consumir vídeos, el vídeo bajo demanda, digital y vía streaming.

Recientemente, el caso del gigante norteamericano de las tiendas de juguetes, Toys 'R' Us, que hizo tambalear el mercado cuando se declaró en quiebra hace a penas unos meses, citó la "competencia implacable del comercio electrónico" como principal responsable de su situación.

También nos viene a la cabeza el gigante disruptor Amazon, y son muchas las empresas, no sólo del sector de la distribución, que tiemblan sólo sentir su nombre.

El último ejemplo se produjo hace unas semanas, cuando el gigante del comercio minorista anunció que trabajaría con Berkshire Hathaway, el holding de Warren Buffet y JPMorgan Chase para crear una empresa que ofreciera atención sanitaria asequible a sus empleados. A continuación las acciones de compañías de seguros de salud que cotizan en bolsa cayeron de manera abrupta, borrando miles de millones de dólares en valor para sus accionistas.

Pero no todo es Amazon.

Cada año el canal financiero de televisión CNBC da a conocer la denominada "Disruptor 50", una lista configurada por las 50 empresas privadas cuyas innovaciones están teniendo el impacto económico más grande en el mundo. Este año podemos ver a empresas que pertenecen a sectores tan variados como los de biotecnología, educación, transporte, comercio minorista e, incluso, el aeroespacial, entre otros.

En conjunto, estas 50 empresas fueron capaces en 2007 de recaudar cerca de 78.000 millones de dólares por la fórmula del capital-riesgo, derivándose un valor de mercado total de 350.000 millones de dólares.

Treinta y tres de estas 50 compañías son unicornios. Por definición, un unicornio es un animal maravilloso y mitológico. Pero en los negocios este término tiene una connotación diferente. El noviembre de 2013, Aileen Lee, fundadora de Cowboy Ventures, fue la primera en introducir este término. Se refería a una compañía tecnológica que consigue un valor de mil millones de dólares en alguna de las etapas de su proceso de obtención de capital, antes de ser listadas públicamente en el mercado de capitales.

Encabeza la lista de este año Space X, la empresa que está liderando la nueva carrera espacial. A principios de febrero, la compañía fundada por el controvertido Elon Musk,

también fundador de Tesla, lanzó con éxito su cohete Falcon Heavy del Kennedy Space Center. Es la primera vez que un cohete de tal envergadura ha sido lanzado por una empresa privada en vez de una agencia espacial del gobierno. El cohete Falcon Heavy jugará un papel clave, porque la empresa apuesta que, en un futuro no tan lejano, se podrán transportar mercancías y personas entre la Tierra y Marte.

En segundo lugar de esta lista figura Uber, la empresa que está perturbando los servicios de transporte público, taxi y limusina. Las compañías de transporte compartido como esta encontraron que era fácil poner patas abajo la industria del taxi, puesto que los sistemas GPS y las tecnologías de teléfonos inteligentes habían erosionado la ventaja competitiva de los taxistas en cuanto a navegación.

Y tercero en el podio, Airbnb que está alterando la industria hotelera y del turismo. La aparición de plataformas como Airbnb ha propiciado que más gente pueda viajar. El gigante con sede en San Francisco está activo en 81.000 ciudades de 191 países y tiene más de 4,5 millones de fichas en su plataforma, incluyendo 3.000 castillos y 1.400 casas-árbol.

Más empresas dejarán de existir, probablemente, a medida que avanzamos en la era de la ruptura digital, o en lo que el Foro Económico Mundial hace referencia como la "Cuarta Revolución Industrial". La economía digital y la disrupción digital básicamente requieren una reestructuración de todos los negocios, o al menos de su modelo de negocio, en forma de transformación digital. Si no, ya se sabe lo que les toca.