

# DIGITALENTU 2020 S.L.:


## BZD: Bezeroari Zuzendutako Digitalizazioa




Idoia Iceta Hernández  
iiceta@digitalentu.com  
648275648


<https://www.digitalentu.com/es/>

---

 **Jarduera:** Aholkularitza estrategikoko zerbitzuak, industria-arloan eragiketak hobetzeko eta negozio-produktu eta -unitate digitalak abian jartzeko. Enpresa-antolakuntzetarako prestakuntza- eta mentoring-zerbitzuak, produktu digitalen garapenaren, negozio-ereduen diseinuaren eta eraldaketa digitalen arloan.

 **Sektorea:** Enpresen kudeaketarako aholkularitza

 **Enplegatutako pertsonen kopurua:** 2

 **Lokalizazioa:** Plaza de las Cigarreras 1, 3ª Planta, 20012 , Donostia - San Sebastián, Gipuzkoa

**NAZIOARTE** mailako berrikuntza **ERRADIKALA****Zergaitik izango litzateke berrikuntza kasu praktiko bat?**

Ekimen ekintzaile baten benetako kasua delako. Ekimen horrek aholkularitza klasikoaren kontzeptua eraldatzen du, eta Bezeroarekin batera negozio digital berriak sortu eta horiek abian jartzeko arriskua partekatzen du. 0} Ereduak modu arin eta azkarrean gaitzen du negozio-eskalagarritasuna, bezeroarekiko harremanetan oinarritutako ikuspegiari esker, eta aukera eman du orain arte negozioa abiarazteko 3 aukera berri identifikatzeko B2B testuinguru industrialean, bi aldeei balioa ematen dien arrisku eta errentagarritasun partekatua bidez.

**KASU PRAKTIKOARI BURUZKO INFORMAZIO ZEHATZA**

DIGITALENTU 2020an sortu zen, ekimen ekintzaile gisa, Idoia Iceta eta Álvaro Zevallosi esker. 0} Bi profesional horiek 20 urtetik gorako esperientzia dute digitalizazioan oinarritutako negozioak zuzentzen. Enpresei erronka egiten diete negozio-eredu berritzaileak abian jar ditzaten, bezeroarenganako orientazio sendoa dutenak, eta, horretarako, balio-proposamenak zerbituzio-ereduetarantz eta monetizazio-aukera berrietarantz eralda ditzaten. Ekimen industriala eta teknologikoa da, eta nazioarteko presentzia zabala eta tokiko errotze garrantzitsua uztartzen ditu.

Aholkularitza teknologikoaren sektoreko esperientzian zehar, ekimenaren sustatzaileek sumatzen zuten bezeroarenganako orientazio-falta zegoela. Digitalizazioaren errealitatea bikaintasun operatiboan eta barne eraginkortasunean oinarritzen zen batez ere ("barruranzko" digitalizazioa), baina bezeroari ez zizkion jakinarazten zer sarrera-aukera eskaini ahal zituen.

Ekimen hau berrikuntza ez-teknologikoaren eta esperientzia teknologikoaren arteko konbinazio baten protagonista da; izan ere, industria-erlako enpresekin batera sortzeko negozio-ereduak diseinatu zituen, eta horietan, 6 hilabetetik beherako zikloetan, eremu digitalean arrakasta izan duten kasuak erakutsi ditu. DIGITALENTUren helburua da bere negozioa eskalatzea, diru-sarrera errepikariak sortzea, baliabideak biziki kontsumitu gabe, bezeroarekin partekatutako arrisku- eta errentagarritasun-eskemen bidez.

Nola ari da hori egiten? Bere BBD (Bezeroarengana Bideratutako Digitalizazioa) metodologiaren bidez, barne gaitasunak garatzen ditu, bere aliatuen ekarpenarekin bat etorriz: zuzeneko bezeroak (negozio-unitatea elkarrekin sortzeko eta abian jartzeko bazkide gisa), bezeroen bezeroak (ebaluazio-prozesuaren zati gisa), kolaboratzaile estrategikoekin eta bazkide teknologiko espezializatuekin batera (hainbat sail: IoT, IA, plataformen garapena besteak beste). Era berean, garapen-agentzietan oinarritzen da (adibidez IRAURGI BERRITZEN), kapitalitatea izan eta eskualde-mailan inpaktu handiagoa sortzeko.

Iraunkortasunari dagokionez, esan behar da bere proposamenak produktuak zerbituzatzea ahalbidetzen duela, haiek digitalizatuz, bizi-ziklo osoaren kudeaketa gorenean zuzenean eraginez, eta bigarren bizitza erabilgarri bat ere gaituz. Gainera, DIGITALENTUK profesionalak trebatzera bideratutako dibulgazio- eta hezkuntza-programak sustatzen ditu eta horietan parte hartzen du (Bezeroari Zuzendutako Digitalizazioan aditua den programa, zuzendarientzat), aintzat hartuta bere baterako sorrera eta ereduaren ezagutza gizarteari helarazteko bokazioa .

**Aurrekariak**

DIGITALENTUko bazkide fundatzaileek ezagutza eta esperientzia handia dute sektorean, non eredu tradizionala trinkoa den baliabideetan, eta ez duen planteatzen bezeroarekin partekatutako arrisku harremanaren eskemarik. Ikusten da enpresek ez dituztela gogoko aholkularitza-enpresak; izan ere ez dago definiziorik eraldaketa digitala eta negozio berriak abiaraztea dakarten aldaketa-prozesuak ezartzea ahalbidetzen duten ekintza-planetan. Teknologia gaitu egiten badu ere, gaur egungo arrakala berrikuntza ez-teknologikoan eta fase goiztiarretan bezeroarenganako orientazioan datza.

**Erronka**

Pandemia global betean (2020ko martxoan) jarri da abian ekimena, ziurgabetasun handiko testuinguru batean. Fundatzaileen erronka nagusia da negozioa nazioartean modu berritzaile eta ez-organikoan aurrera ateratzea. Hiru urteren buruan, sarrera-iturri errepikaria edukitzeko gai izatea (arriskuaren partaidetza partekatuan eta errentagarritasunean oinarrituta), negozio-eredua baliozkotzea eta alderdi interesdunei balioa itzultzea ahalbidetuko duena.

**Ekintzak**

1. Balio-proposamenaren definizioa: berezko metodologia bereizgarri baten sistematizazioa, BBD (Bezeroarengana Bideratutako Digitalizazioa), honako hauek ahalbidetzen dituenak: Enpresak gidatzea konponbide digitalak diseinatu, testatu eta abian jarri. Desberdintasun handiena aholkulariaren rolean oinarritzen da, bezeroaren bezeroekiko interakzioetan zuzenean inplikatu baita.
  - Negozio-potentziala ebaluatzea, konponbide digitala elkarrekin sortzea eta hura abian jartzeko arrisku partekatua duen epe luzeko harreman-esparru bat ezartzea. Marka nazioartean erregistratzea WIPOn (Jabetza Intelektualaren Nazioarteko Erakundea).
  - SPRIren HAZINNOVA programaren bidez, erregistro-zerbitzuari bideratutako kanpoko laguntza eta aholkularitzarako laguntza finantzarioa lortzea.

2. Balio-proposamena baliozkotzea, negozio digitalaren aukerak aztertzearen alde egiten duten 7 herrialdetako bezero-zorro batekin:

- Proposamenak bezeroei abian jartzean arriskua murrizteko aukera ematen diela egiaztatzea.
- Aldi berean, bezeroaren bezeroarekin elkarreraginean aritzea, ad hoc negozio berriaren esperientzia eta garapena hobetzeko.

## Lortutako emaitzak

- Elkarrekin sortzean eta bezeroarekin partekatutako errentagarritasun-arriskuan oinarritutako 3 negozio aukera identifikatzea eta horietan zuzenean parte hartzea: Marketplace, operadoreen, mantentzaileen, fabrikatzaileen eta tier-1en artean ekipoak trukatzeko.
- Stocka IoT teknologiaren bidez kontrolatzeko plataforma, industria-sektoreko hornidura-kateko eragileentzat.
- Elektromugikortasunaren esparruan osagaien diseinua optimizatzeko konponbidea.
- Jarduera epe laburrean nazioartekotzea: abiarazi eta 3 hilabetera.
- Erraz erreplika daitezkeen negozio-unitateak identifikatzea.

## KASUAREN KATEGORIZAZIOA

### Berrikuntza-eremuak:

- Produktua: Zerbitzuak.
- Negozio-eredua:

### Aukera arloak:

- 1 - Eraldaketa teknologikoa/digitala

**Idoia Iceta (fundatzailea)**

"Industria askotan errepika daitekeen zerbait dela uste dugu, egiten duguna ez da bezeroaren eta hornitzailearen arteko harreman hutsa: azeleragailu bat gara, enpresak aktibatzen ditugu, posible izango ez liratekeen aukerak gauzatu egiten ditugu, elkarlaneko negoziazioen bidez, ez lehiakorren bidez"

**Álvaro Zevallos (fundatzailea)**

"Aro digital honetan berrikuntzan lehiatzen gara, eta berrikuntza negozio bihurtzeko, funtsezkoa da erakundea bezeroarengana bideratzea; horretarako, erreakzio-denbora lehiakide handiena edo aliatu onena izan daiteke."

**Innovation Index Score: ★★★★★**

Lerrotzatze estrategikoa: ★★★★★

Kreatibitatea: ★★☆☆★

Kolaborazioa eta hibridazioa: ★★☆☆★

Sistematizazioa: ★★★★★

Eraginkortasuna emaitzetan: ★★★★★

Efizientzia emaitzetan: ★★★★★

Erreplikagarritasuna eta transferigarritasuna: ★★★★★

★

Eragina: ★★☆☆★

Aintzatespena: ★★☆☆★