

2
0
2
5

14ª Edición

PREMIO
INTERNACIONAL

**AL MEJOR
MODELO
DE NEGOCIO**

Reconocimiento al **Mejor Modelo de Negocio** y distinción a las cuatro empresas con mejor:
Transformación Digital · Estrategia Comercial y de Clientes · Factor Humano · Sostenibilidad

Requisitos de participación

Podrán optar al Premio empresas con una plantilla, a nivel global, de más de 100 empleados.

Los criterios a considerar para la selección de finalistas serán:

- Resultados obtenidos y esperados
- Efectividad en la implantación del Modelo y su aplicación con clientes
- Transformación Digital
- Grado de implicación de los empleados con el Modelo de negocio
- Capacidad del Modelo para ser trasladado a un mercado internacional

La organización se reserva el derecho a comprobar la veracidad de los datos aportados por las empresas y garantiza la confidencialidad de la información facilitada por los candidatos.

Los premios serán otorgados por el **Jurado**, compuesto por:

Presidente del Jurado · Jaime de Jaraíz · LG ELECTRONICS SPAIN President / CEO

BANKINTER · María Paramés · Directora de Personas y Comunicación.

ENDESA · Carmen Hinchado · Directora de Operaciones Comerciales

JOHN DEERE · Enrique Saldaña · Manager, Regional HR Business Partner.

LOOMIS · Alejandro Corominas · Presidente y CEO Europa y LATAM.

GEOPOST · Alberto Navarro · Executive Vice President Europe.

MAPFRE · Javier Oliveros · Director General Adjunto Comercial MAPFRE Iberia.

MASORANGE · Arturo Medina · Director de Integración.

OSBORNE · Fernando Terry · Consejero Delegado Grupo Osborne.

BANCO SANTANDER · Matías Sánchez García · Global Head of Cards and Digital Solutions.

PORSCHE · Tomás Villén · Director General/ CEO.

Bases

El plazo de presentación de candidaturas comienza el día 3 de marzo de 2025 y finalizará el día 14 de julio de 2025.

El fallo del Jurado tendrá lugar el día 21 de julio de 2025, y la decisión será tomada por mayoría.

La entrega de premios se realizará en acto público el día 18 de septiembre de 2025.

El premio tendrá carácter honorífico y carecerá de dotación económica. Los participantes, por el hecho de presentar sus candidaturas, aceptan las presentes bases y la decisión del Jurado, renunciando a cualquier reclamación. Sólo se mencionarán las empresas que resulten ganadoras de los premios.

Estimado candidato,

Si desea presentar el Modelo de Negocio de su empresa a este premio, por favor, cumplimente el siguiente cuestionario y remítalo a la dirección de correo electrónico: PremioModeloNegocio@developmentsystems.es

Todos los datos que presente en este formulario son confidenciales y de uso exclusivo del jurado del premio y el equipo de Development Systems que les preste apoyo, con el único objeto de ser valorados para el Premio.

Cuando responda de manera afirmativa a las cuestiones que plantea el cuestionario, deberá realizar una breve descripción sobre cómo da respuesta su organización a ese componente del Modelo.

No es necesario dar datos concretos de estrategia comercial, ejemplo: “nos centramos en el segmento de clientes X a través de promociones de fidelización del 25% sobre precio tarifa”. El concepto es suficiente.

Si lo desea, puede complementar este cuestionario con una presentación que aporte información adicional sobre el modelo de negocio de su empresa (Presentación Corporativa, Memoria anual, etc).

Para optar al premio al mejor modelo de negocio, deberá dar respuesta a cada uno de los apartados de este cuestionario.

Deberá indicarnos una persona de contacto para dirigir dudas respecto a la información proporcionada.

Si tiene alguna consulta en relación al cuestionario, puede ponerse en contacto con nosotros: info@developmentsystems.es y 913 022 646.

Gracias

Con la colaboración de:



Datos generales

Nombre de la Empresa:

Sector de actividad:

Año de constitución:

Número de empleados:

Países donde opera:

Bloque 1 | Modelo de Negocio

1.1 ¿Qué cifras presenta su compañía en los últimos 3 años a nivel ingresos, beneficios, evolución de cuota de mercado y peso del negocio internacional?

1.2 ¿Cuáles son los objetivos estratégicos de su empresa a corto y medio plazo? ¿Está el modelo de negocio de su empresa alineado con estos objetivos?

1.3 ¿En qué se diferencia su modelo del de sus competidores? ¿Por qué le compran a usted? ¿Por qué compran a sus más directos competidores?

1.4 ¿Cuáles son los tres atributos de su modelo de negocio que más destacan sus clientes?

1.5 ¿Cómo miden, realmente, la implantación efectiva del modelo de negocio y qué consecuencias tiene?

1.6 ¿Cuándo ha sido la última vez que han revisado/actualizado el Modelo? ¿Considera que su modelo de negocio puede adaptarse a la evolución del mercado? ¿Por qué?

Bloque 2 | Transformación Digital

2.1 ¿Cómo se ve o verá afectado su negocio por los cambios derivados de la Transformación Digital? ¿Por qué motivo?

2.2 ¿Cuáles serán los principales impactos de la Transformación Digital en sus clientes? ¿En su oferta de Productos/Servicios? ¿En sus competidores? ¿En su equipo de profesionales? ¿Hay algún líder que inspire la referencia en su negocio?

2.3 ¿Qué medidas ha adoptado para afrontar y aprovechar las posibilidades que presenta el panorama competitivo digital?

2.4 ¿Cómo convive la estrategia digital del negocio con las líneas de negocio tradicionales?

2.5 ¿Cuáles son las principales barreras a las que se enfrenta y como se ha planteado su resolución?

2.6 ¿Qué peso estima que impliquen los resultados derivados de la estrategia de negocio digital en su cuenta de resultados? ¿En los próximos 5 años? ¿En los próximos 10?

Bloque 3 | Estrategia Comercial y de Clientes

3.1 ¿Dispone su organización de un plan de clientes? ¿En qué consiste?

3.2 ¿Consigue trasladar con éxito a sus clientes las claves de su propuesta de valor? ¿Cómo lo sabe? ¿Cómo lo hace?

3.3 ¿Se dirige a cada segmento de clientes de manera diferenciada? ¿Cómo sabe que consigue generar una experiencia de cliente única?

3.4 ¿Cómo incorpora la voz de sus clientes a su estrategia? ¿Cómo valoran sus clientes a su equipo comercial?

3.5 ¿A través de qué canales llega a sus clientes? ¿Para qué utiliza cada canal? ¿Lo hace de manera aislada o integrada?

3.6 ¿Cuenta con un plan de sinergias comerciales que genere ventajas competitivas para su modelo de negocio?

Bloque 4 | Alineamiento del Factor Humano con el Modelo de Negocio

4.1 ¿El marco estratégico -misión, visión, valores y propuesta de valor- está bien impregnado en el equipo?

4.2 ¿Es capaz su equipo de trasladar las claves del modelo de negocio con exactitud y pasión a su círculo profesional y personal? ¿Se siente su equipo identificado con el modelo de negocio de su empresa? ¿Cómo lo sabe?

4.3 ¿Cuáles son los perfiles clave de su organización para impulsar y optimizar el modelo de negocio? ¿Existen unos mecanismos de atracción, retención y desarrollo del talento adecuados? ¿Funcionan?

4.4 ¿Están su modelo de evaluación del desempeño y su sistema de remuneración ajustados a los objetivos del modelo de negocio? ¿Son suficientemente motivadores?

4.5 ¿Cómo funciona su escuela corporativa como medio de implantación del Modelo de Negocio? ¿Sabe el impacto que tiene la escuela como vehículo de implantación del modelo?

Bloque 5 | Sostenibilidad

5.1 ¿Cuáles de los ODS tienen más relevancia para la compañía y sus grupos de interés?

5.2 ¿Cómo se realiza la planificación de acciones de Sostenibilidad? ¿Qué medidas principales se están tomando alineadas con los distintos ODS?

5.3 ¿Qué mecanismos de control interno aseguran la ejecución de las acciones de sostenibilidad en tiempo y plazo y en línea con los objetivos esperados?

5.4 ¿Cómo difunde la compañía interna y externamente los logros en sostenibilidad?

5.5 ¿Qué proyectos estáis desarrollando?

5.6 Avances obtenidos. Mejora en ratios e indicadores.