

# Prospectiva Empresarial



## Para la Toma de Decisiones

*MBA y MsC. Jorge Luis Morales Puerto*



**Prospectiva y nuevas oportunidades de negocio**

**Prospectiva y nuevos negocios**

**Prospectiva e innovación en modelos de negocios**

# Prospectiva e Innovación



***WELCOME TO THE FUTURE***  
***Samsung***

# Prospectiva e Innovación

## Ciclo de Innovación



## ¿Qué es la Innovación?

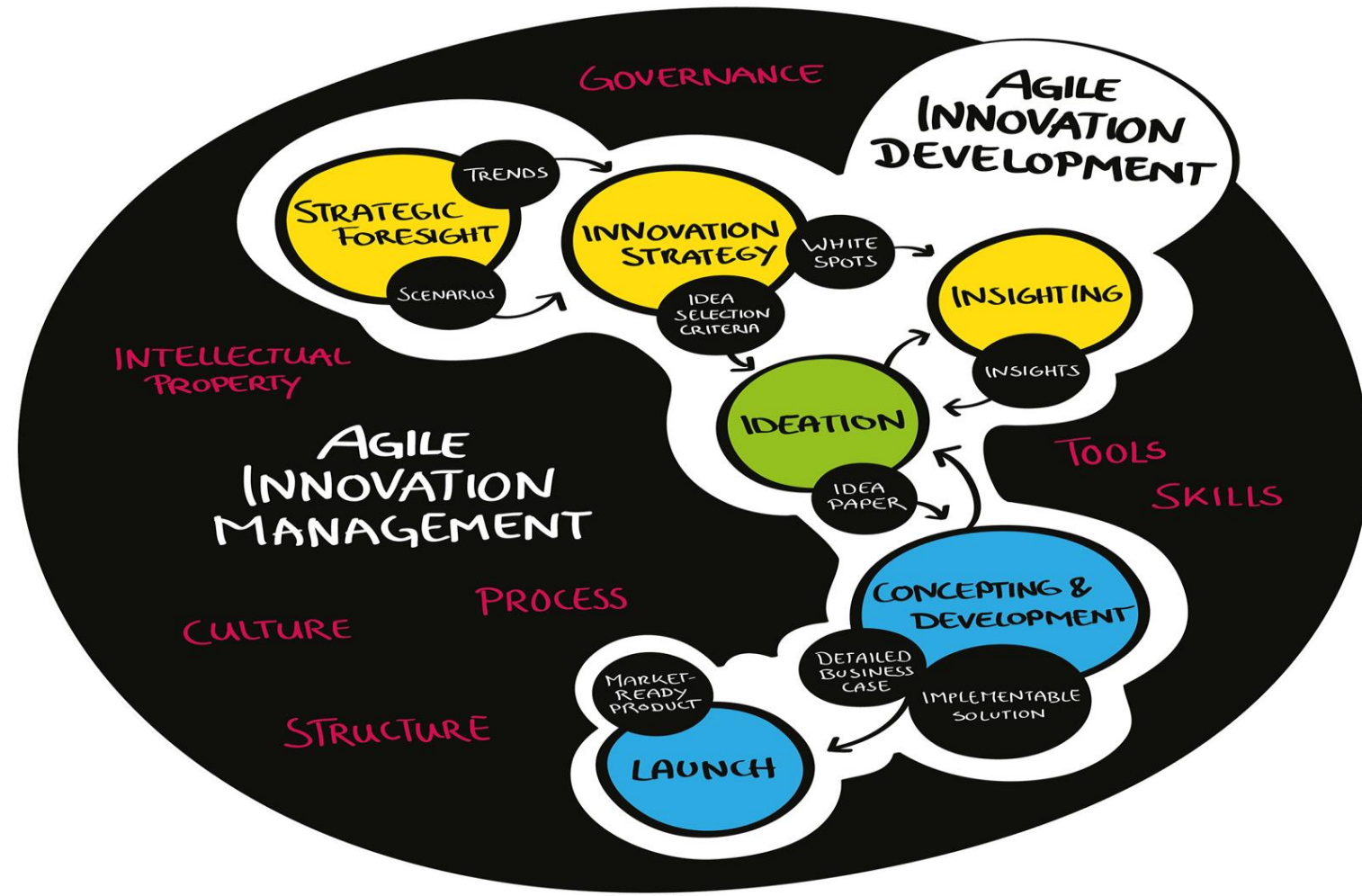
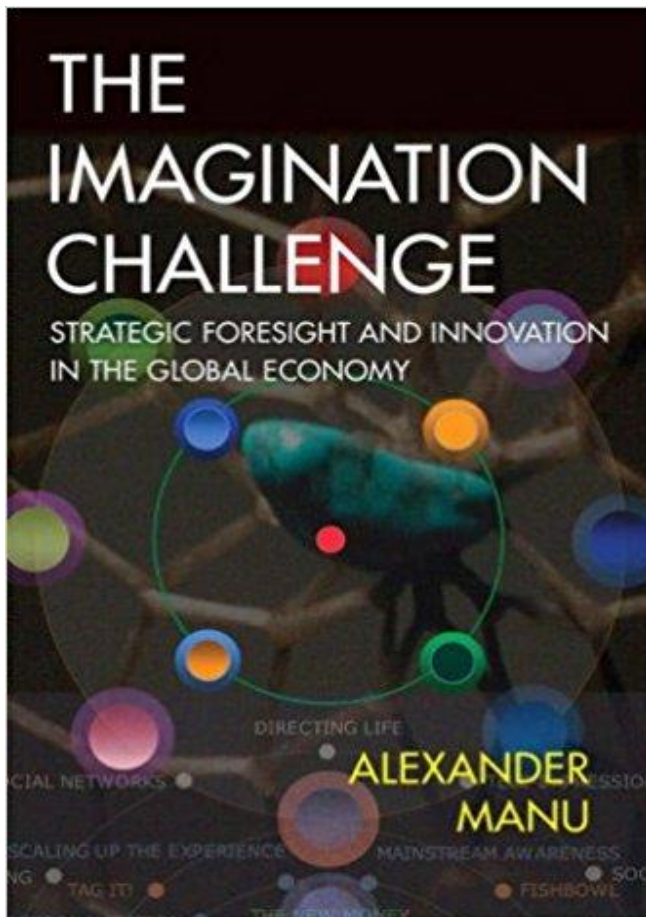
“La **introducción** de un **producto** (bien o servicio) o de un **proceso**, **nuevo o significativamente mejorado**, o la **introducción de un método de comercialización o de organización nuevo**, aplicado a las prácticas de negocio, a la organización del trabajo o a las relaciones externas” (OCDE)

**¡¡Se innova en el futuro, no en el presente!!**

# Prospectiva, Innovación y Nuevos negocios

**No se puede innovar en el vacío.**

La prospectiva abre un nuevo espacio para explorar el cambio y descubrir oportunidades.



# Prospectiva e Innovación

**Foco actual: Competencia**

¿Dónde podemos encontrar nuevas oportunidades y crecer en el mercado actual?

- ✓ Reactivo
- ✓ Continuidad de los supuestos
- ✓ Desafíos del mercado

Vista en el futuro



**Foco futuro: Oportunidades**

¿Cuáles son las nuevas necesidades y oportunidades no satisfechas?

- ✓ Proactivo
- ✓ Ruptura de los supuestos, cambio de foco
- ✓ Nuevas oportunidades

**La prospectiva fomenta la innovación de productos, servicios y marcas**



# Prospectiva y nuevas oportunidades de negocio

*¿Cómo encontrar oportunidades para el crecimiento e innovación potencial?*

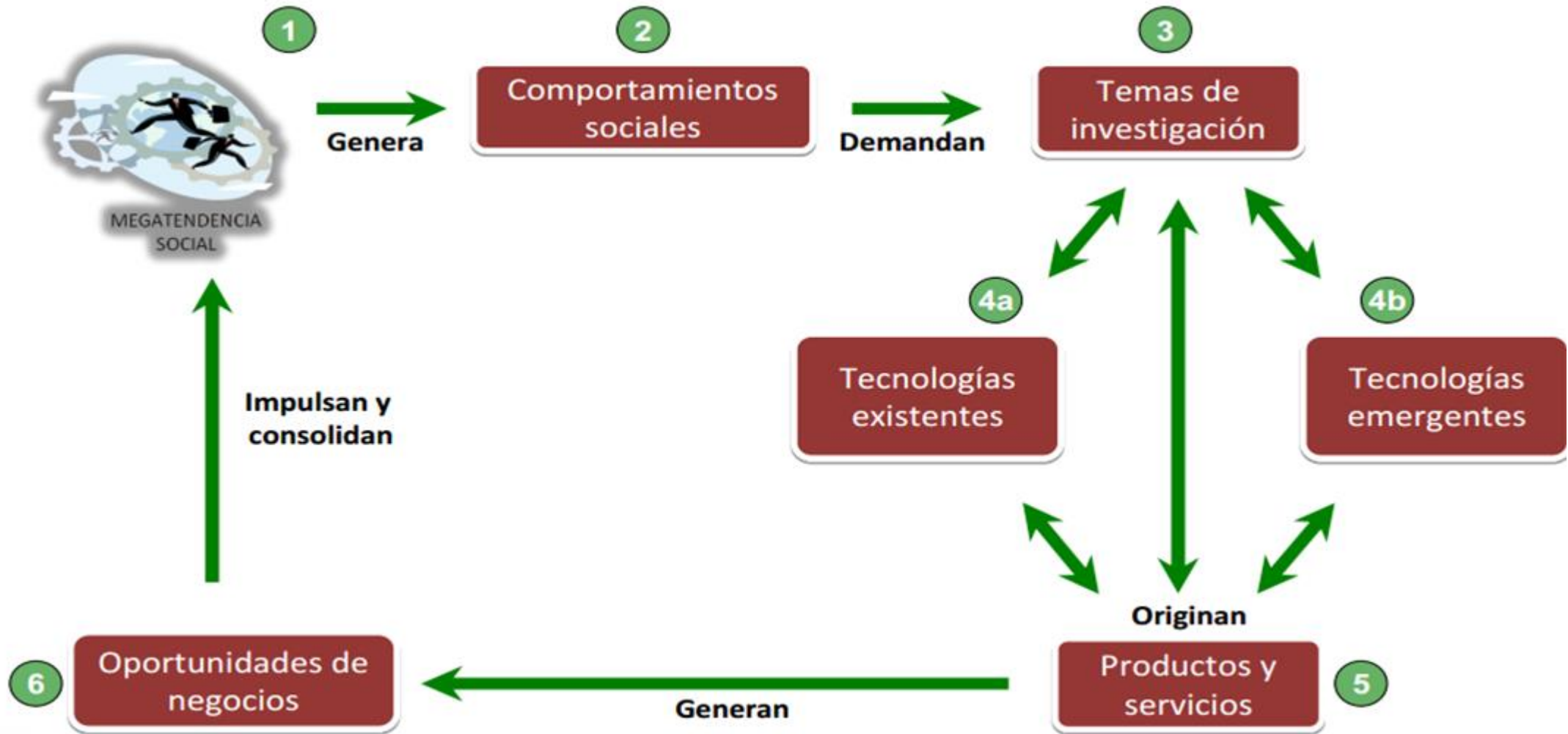


Las megatendencias y tendencias:

impulsan los mercados del futuro. Como tal, es posible sacar conclusiones sistemáticas sobre futuras áreas de crecimiento.

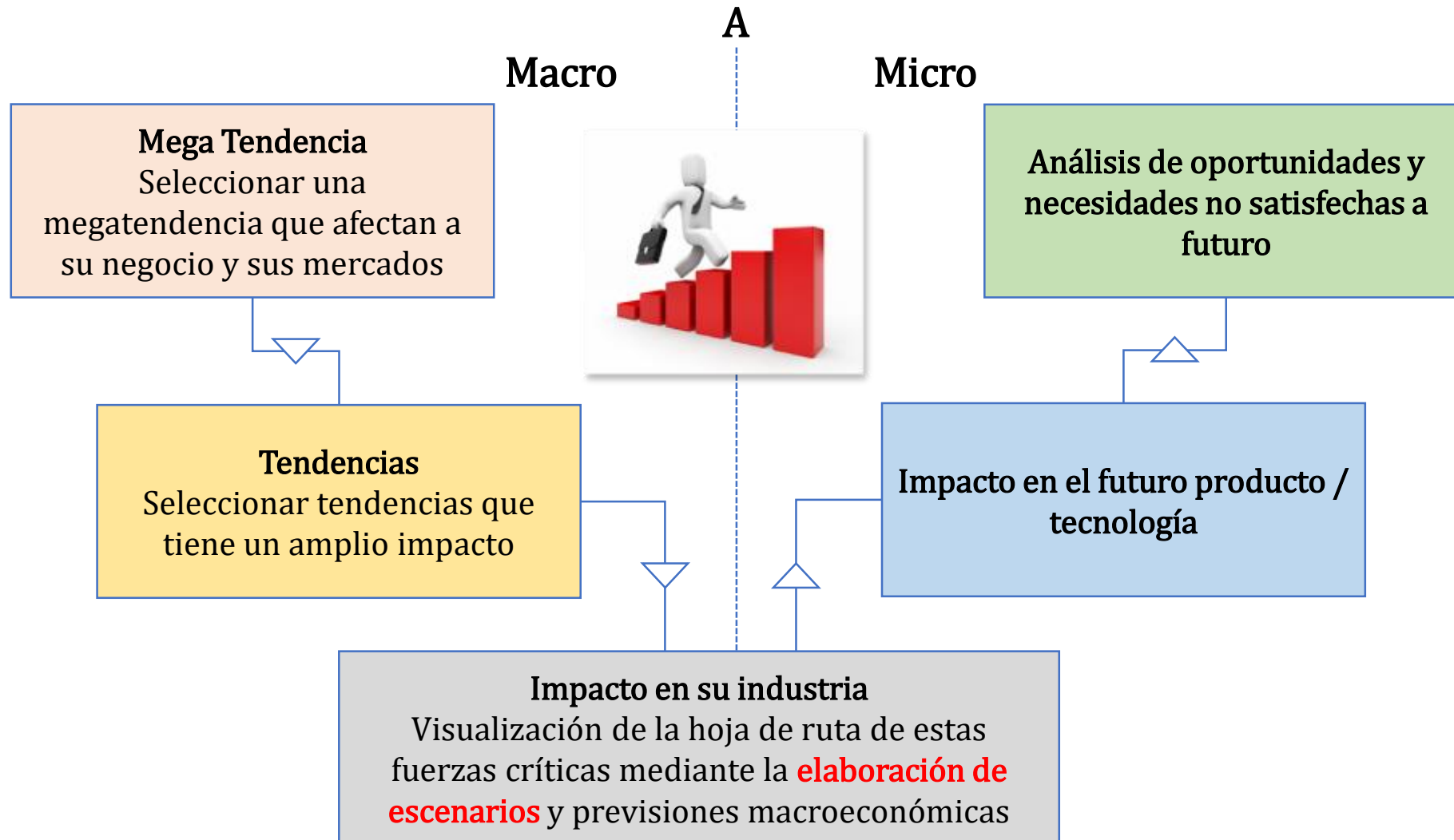
proporcionan inspiración en las primeras etapas del proceso de innovación, ayudando a dirigir los esfuerzos creativos de su equipo por el camino correcto

*¿Cómo operan las mega (tendencias) y generan oportunidades de negocios?*





# Macro a Micro: Tomando Mega Tendencias de para identificar nuevos productos/mercados



# Empresas que crecieron basadas en nuevas oportunidades derivadas de megatendencias y tendencias

**Tendencia:** *Aumento de la clase media en países emergentes*

## **Tata Nano**

Se benefició del aumento de clase media en la India que quieren un coche barato para reemplazar a las motos y obtener el status de “poseedor de coche”.



**Tendencia:** *Envejecimiento de la población, escasez de talentos*

## **Cisco Health Presence**

Con menor movilidad, la creciente población de edad avanzada tendrá acceso remoto a la salud.

La menor existencia de jóvenes conducirán a la escasez del talento. Los doctores podrán atender pacientes, estando situados en cualquier parte del mundo.



# Prospectiva y nuevos negocios



“Si estás buscando **nuevas ideas que aún no existan**, no hables con personas normales porque sólo están consumiendo lo que está disponible hoy en día: encuentra a los extraños y ve lo que están haciendo, lo que están haciendo”

Tom Kelly  
Fundador de Ideo

# Prospectiva y nuevas ideas de negocios



## *¿Qué es una idea de negocio?*

Una idea de negocio nace de **observar** las **necesidades** que se producen en la **sociedad**, en la **vida cotidiana** de un **consumidor** y que nuestra idea lo **va a resolver**.

## *¿Qué características tienen las ideas de negocio innovadoras?*

- Son especiales o diferentes, que son aceptadas por el cliente.
- Que promueven nuevos usos o mercados y que aprovechan las oportunidades del día a día.

# Prospectiva y nuevas ideas de negocios



- **VALIDEZ – CONCEPTO HUMANO:** Resuelve un problema a una persona en particular
- **VIABILIDAD – CONCEPTO NEGOCIO:** Te conviene o no te conviene económicamente
- **FACTIBLE – CONCEPTO TÉCNOLOGICO:** Si existe tecnología actual o futura para resolver ese problema.

Cuando encontramos esta intersección tenemos que encontrar una estrategia para sobre el usuario convertir un concepto de valor para el consumidor y para el mercado convertirlo en un concepto oportunidad.



# Prospectiva y nuevas ideas de negocios

Megatendencia/Tendencia \_\_\_\_\_

## 1. Comprender

### Necesidades Básicas

¿Qué necesidades y deseos profundos del consumidor satisface esta tendencia?

### Causantes del Cambio

¿Por qué emerge ahora esta tendencia? ¿Qué está cambiando?

MacroCambios

Detonantes

### Expectativas de Consumo Emergentes

¿Qué nuevas necesidades, deseos y expectativas de los consumidores se crean por los cambios identificados anteriormente? ¿Dónde y cómo los satisface esta tendencia?

### Inspiración

¿Cómo están aplicando el resto de empresas esta tendencia?

## 2. Aplicar

### Potencial de Innovación

¿Cómo y dónde se podría aplicar esta tendencia?

### Para Quién

¿Cómo podrías aplicar esta tendencia? ¿En qué (nuevos) grupos de clientes podrías aplicar esta tendencia? ¿Qué tendrías que cambiar?

TU  
INNOVACIÓN



# Prospectiva e innovación en modelos de negocios

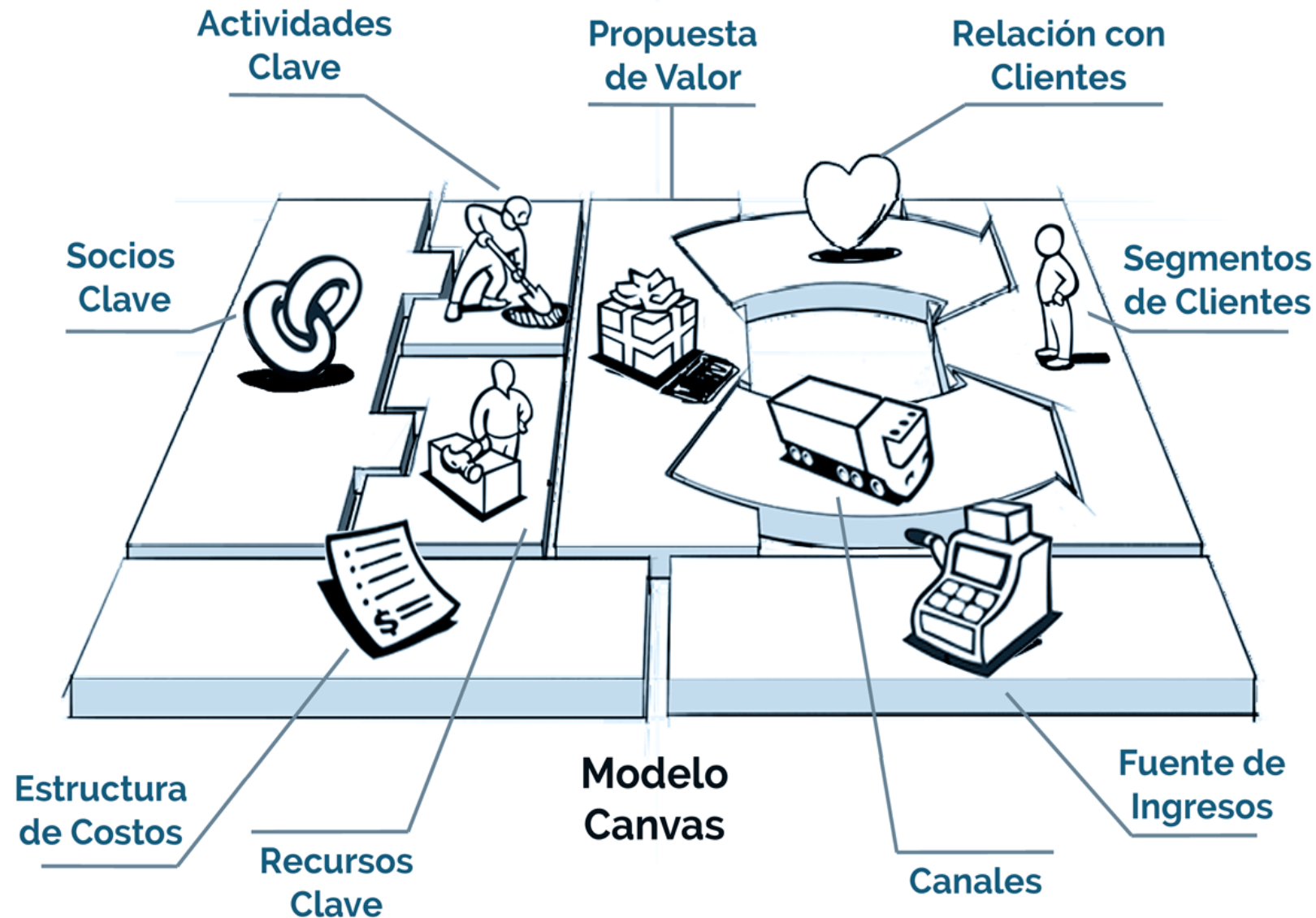


## Modelo de negocios

**Describe** de manera **racional y lógica**, cómo una organización **crea, entrega y captura valor** en contextos sociales, culturales, etc.

Es parte de la **estrategia de negocios**.

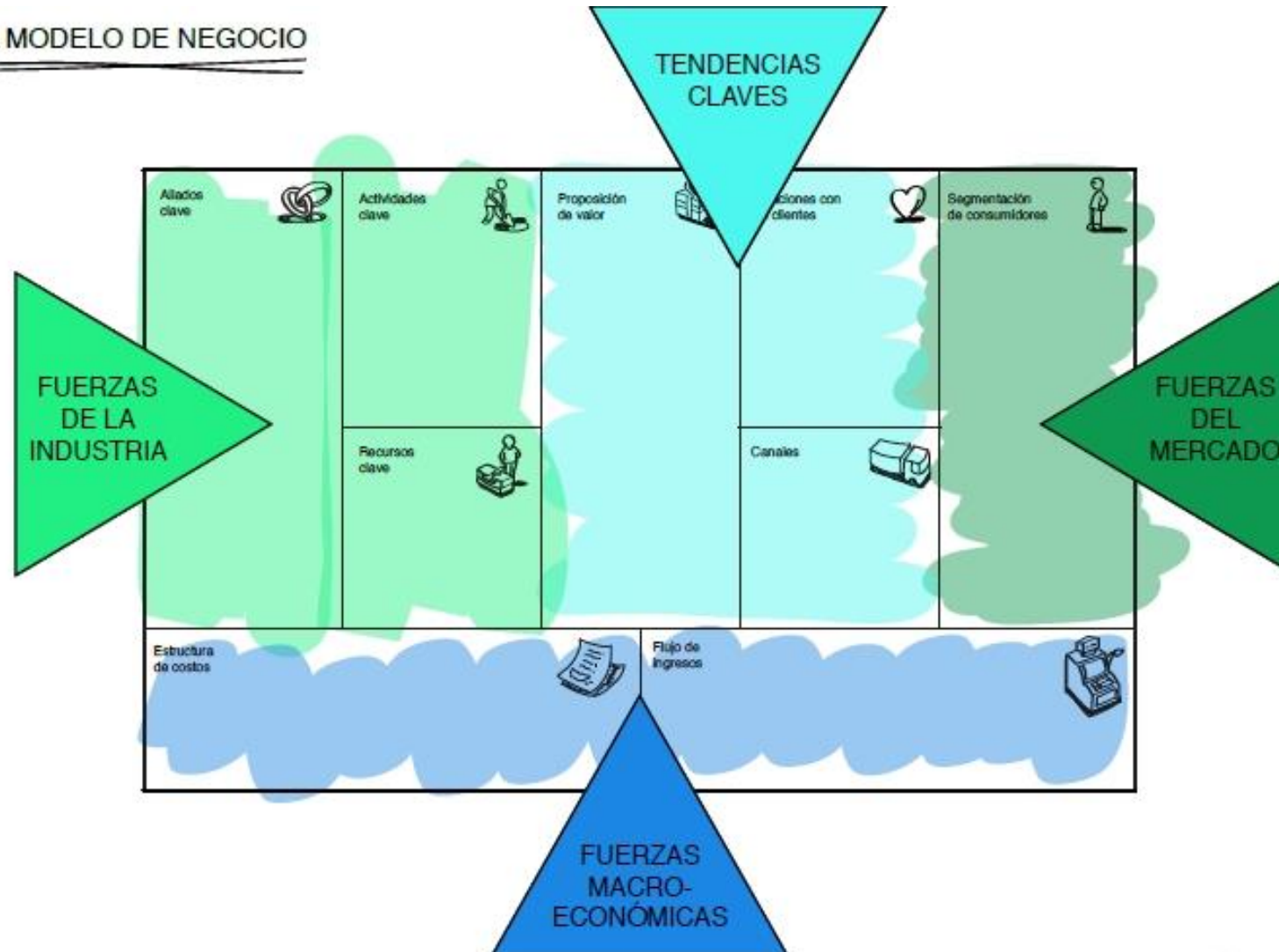
# Prospectiva e innovación en modelos de negocios



Una cosa es identificar **nuestro modelo de negocio actual** y otra distinta es **diseñar un nuevo modelo**.

# Prospectiva e innovación en modelos de negocios

## PANORAMA DEL MODELO DE NEGOCIO



*Los modelos de negocio se diseñan para operar en un determinado entorno específico.*

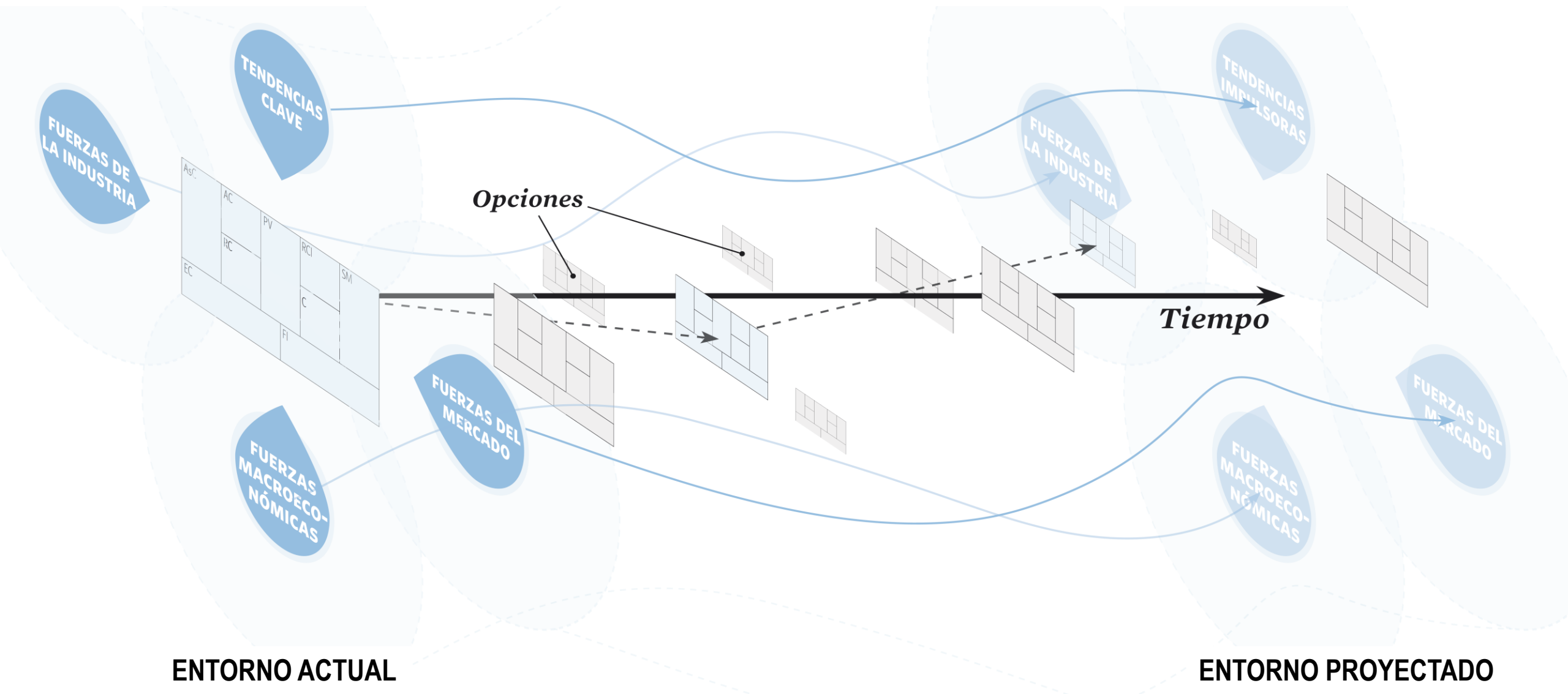
“Qué pasaría si...?”





“Qué pasaría si...?”

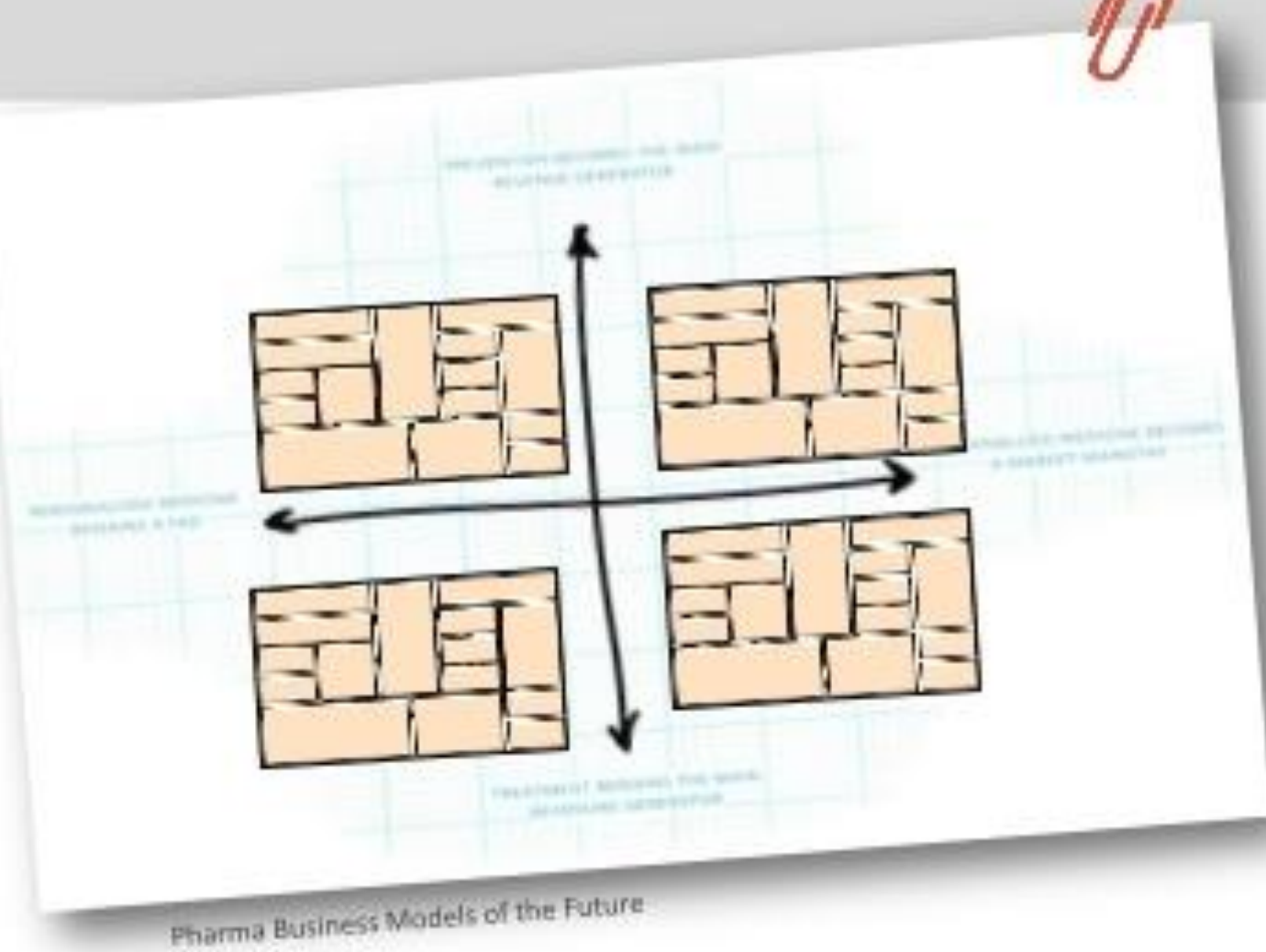
## ¿Cómo evolucionará en modelo de negocios a futuro?



# 6 Escenarios

El planteo de diferentes escenarios, es otra herramienta de pensamiento que nos ayuda a reflexionar sobre nuestro modelo de negocio a futuro.

El planteo de escenarios concretos suele ser más fácil y productivo que el libre intercambio de ideas acerca sobre el futuro de nuestro modelo de negocio.

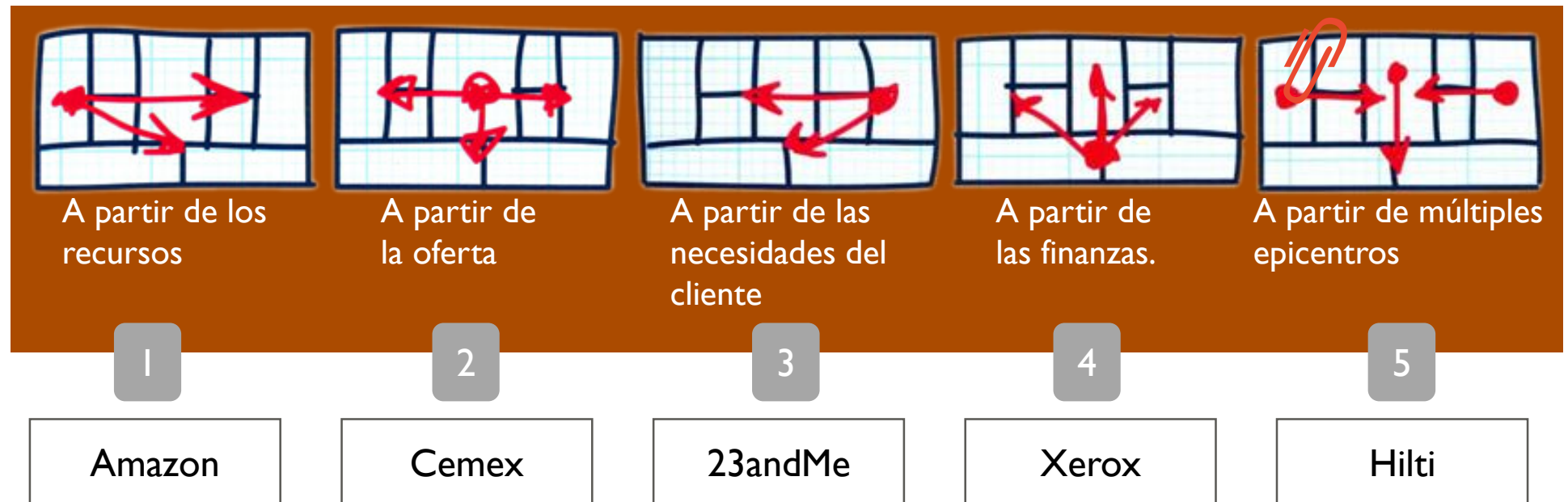




# Prospectiva e innovación en modelos de negocios

Las ideas para crear un modelo de negocio innovador pueden partir desde cualquiera de los 9 bloques de construcción.

## Epicentros de innovación










# Actividad final

## CUADRO DE TENDENCIAS DE CONSUMO

Tendencia: \_\_\_\_\_

### 1. Comprender

### 2. Aplicar

1. Comprender		2. Aplicar
<div> <b>Necesidades Básicas</b></div> <p>¿Qué necesidades y deseos profundos del consumidor satisface esta tendencia?</p>	<div> <b>Causantes del Cambio</b></div> <p>¿Por qué emerge ahora esta tendencia? ¿Qué está cambiando?</p> <div><div>Transformaciones a gran escala: macrocambios</div><div>Desencadenantes: cambios tecnológicos recientes</div></div>	<div> <b>Potencial de Innovación</b></div> <p>¿Cómo y dónde podrías aplicar esta tendencia en tu empresa?</p>
<div> <b>Expectativas de Consumo Emergentes</b></div> <p>¿Qué nuevas necesidades, deseos y expectativas de los consumidores se crean por los cambios identificados anteriormente? ¿Dónde y cómo los satisface esta tendencia?</p>	<div> <b>Inspiración</b></div> <p>¿Cómo están aplicando el resto de empresas esta tendencia?</p>	<div><div> <b>Para Quién</b></div><p>¿Con qué (nuevos) grupos de clientes podrías aplicar esta tendencia? ¿Qué tendrías que cambiar?</p></div> <div><p>TU INNOVACIÓN</p></div>

Las megatendencias  
sociales actuales  
y su impacto en  
la identificación  
de oportunidades  
estratégicas de negocios

Grupo de Desarrollo Regional del Tecnológico de Monterrey

Las megatendencias  
tecnológicas actuales  
y su impacto  
en la identificación  
de oportunidades  
estratégicas de negocios

Grupo de Desarrollo Regional del Tecnológico de Monterrey