



Universitat d'Alacant  
Universidad de Alicante

Vicerektorat de Cultura, Esports i Política Lingüística  
Vicerrectorado de Cultura, Deportes y Política Lingüística

# MÓDULO 7: TENDENCIAS DE FUTURO EN LA PLANIFICACIÓN EMPRESARIAL

DOCENTES:

ROBERTO PAYÁ

JORDI TORMO

ELENA SOLIVERES

**MÓDULO 7: TENDENCIAS DE  
FUTURO EN LA PLANIFICACION  
EMPRESARIAL.**

<b>Docente</b>	Roberto Payá Doménech
<b>Módulo 7.1</b>	<b>El método Canvas. Análisis y metodología para su enseñanza</b>
<b>Objetivos generales</b>	El objetivo de la jornada es proporcionar una metodología sencilla, práctica y operativa para la realización de una primera aproximación al método Canvas
<b>Objetivos específicos</b>	La jornada de carácter práctico permitirá a los asistentes conocer de manera directa cómo elaborar un modelo de negocio, que tipos de modelos de negocio existen y que estrategias podemos utilizar para su creación y gestión, así como conocer algunos modelos de negocio con éxito en el mercado.
<b>Procedimientos</b>	Presentación participativa utilizando power point con casos
<b>Evaluación de logros</b>	La evaluación se realizará sobre los materiales utilizados y la dinámica del docente

## 1) Fundamentos teóricos

Analizar las áreas clave de la empresa es una actuación imprescindible para definir el modelo de negocio de un proyecto empresarial. Una herramienta que permite este proceso es el Business Model Canvas.

Se trata de un instrumento que facilita la comprensión y el trabajo con el modelo de negocio de manera integrada, ya que entiende a la empresa como un todo. Nos permite entender las interrelaciones entre los distintos elementos del modelo y así poder valorar distintos escenarios y su impacto.

El Business Model Canvas se compone de 9 bloques que representan las áreas clave de una empresa. Se trata de los siguientes:

- **Segmentos de clientes.** ¿Cuales son nuestros segmentos de clientes? ¿Nos dirigimos hacia el gran público o a un nicho muy concreto?
- **Propuesta de valor.** ¿Qué problema solucionamos al cliente y cómo le damos respuesta con nuestros productos/servicios? ¿Cuál es nuestra estrategia competitiva?
- **Canal.** ¿Cómo vamos a entregar nuestra propuesta de valor a cada segmento de clientes?
- **Relación con nuestros clientes.** ¿Hemos diseñado nuestros servicios adaptándonos a las necesidades del cliente? ¿Entendemos su comportamiento, necesidades y motivaciones?
- **Flujos de ingresos.** ¿Cuál es nuestra estrategia de ingresos? Low-cost, afiliados, aplicaciones móviles, servicios/consultoría, franquicias, suscripción, etc.
- **Recursos clave.** ¿Qué recursos necesitamos y en qué dimensión para llevar nuestra propuesta al mercado?
- **Actividades clave (internas).** ¿Qué actividades nos permiten nos permiten entregar a nuestro cliente la propuesta de valor?

**MÓDULO 7: TENDENCIAS DE  
FUTURO EN LA PLANIFICACION  
EMPRESARIAL.**

- **Alianzas.** ¿Necesitamos “socios” o colaboradores que complementen nuestras capacidades y potencien nuestra propuesta de valor?
- **Estructura de costes.** ¿Cómo conocer y optimizar nuestros costes e intentar diseñar un modelo de negocio escalable?

Definir correctamente el Modelo de Negocio de una iniciativa empresarial permite identificar en qué es competitiva la empresa. La innovación en valor es la clave esencial para lograr la Estrategia del océano azul. Actualmente, ampliar los horizontes del mercado y generar valor a través de la innovación, dejar a un lado la competencia destructiva entre las empresas, etc., es una necesidad si el objetivo es crear una empresa de éxito.

Entre estos factores de éxito se encuentra la innovación de valor. Ésta se produce cuando las compañías alinean innovación con utilidad, precio y costes. Esto es una nueva manera de pensar y ejecutar la estrategia, que trae como resultado la creación de un océano azul y una ruptura con la competencia.

Con todo ello se facilita la consecución de la Estrategia del océano azul. Los océanos azules se caracterizan por la creación de mercados en áreas que no están explotadas en la actualidad y que generan oportunidades de crecimiento rentable y sostenido a largo plazo. Cuando aparecen los océanos azules, la competencia se torna irrelevante, pues las reglas del juego están esperando a ser fijadas.

## 2) Procedimientos

Para la impartición de este módulo se va a seguir una metodología basada en la utilización de una presentación en formato power point. Se trata de una actividad participativa en la que se presentarán los casos de varios proyectos y empresas.



## MÓDULO 7: TENDENCIAS DE FUTURO EN LA PLANIFICACION EMPRESARIAL.

### 3) Herramientas implantables (actividades tipo)

#### *El Lienzo estratégico*

<http://www.slideshare.net/ManagersMagazine/lienzo-estrategico-y-tunel-del-precio>

Se trata de una herramienta que permite conocer a la competencia, los factores que considera para competir (producto, servicio, entrega), las necesidades de los clientes, etc.

#### *Análisis DAFO*

<http://ceeialcoi.emprenemjunts.es/index.php?op=13&n=3459>

Se trata de una herramienta que nos permite analizar la situación de nuestra empresa en el entorno competitivo, los pilares en que nos debemos apoyar para aprovechar mejor nuestras fortalezas, evitar o superar las debilidades, cómo evitar o suavizar las amenazas y aprovechar al máximo las oportunidades, etc.

**MÓDULO 7: TENDENCIAS DE  
FUTURO EN LA PLANIFICACION  
EMPRESARIAL.**

**Docente**

Jordi Tormo Santonja

**Módulo 7.2**

**Planificación de empresas  
innovadoras (tendencias de  
mercado y oportunidades de  
negocio)**

**Objetivos generales**

Mostrar las nuevas tendencias del mercado y cuáles son sus implicaciones en los nuevos modelos sociales culturales y económicos

**Objetivos específicos**

La jornada de carácter práctico permitirá a los asistentes conocer de manera directa cómo identificar y conocer nuevas tendencias que suponen oportunidades de negocio

**Procedimientos**

Presentación participativa utilizando power point con casos

**Evaluación de logros**

La evaluación se realizará sobre los materiales utilizados y la dinámica del docente

## 1) Fundamentos teóricos

Uno de los principales objetivos de una empresa es vender y el esfuerzo ha de estar enfocado a ofrecer una solución al cliente más que a venderle un producto o servicio.

Conocer el perfil de nuestros clientes y de los consumidores de nuestra área de influencia nos ayuda a implementar nuestra estrategia de venta. No todos compramos de la misma forma. Si conocemos a los clientes por el *ticket* de su compra, disponemos de una oportunidad de negocio que podemos aprovechar, ya que podremos vender el mismo producto de formas diferentes.

Y una vez conocemos los hábitos de compra de nuestros clientes: ¿Cómo podemos generar ofertas competitivas y fidelizarlos? ¿Cómo podemos crear clientes satisfechos? Necesitamos poner en marcha nuestro plan de marketing para saber cómo vamos a vender. Aquí se deben destacar una serie de aspectos clave como son los siguientes:

- El tamaño del mercado y posibles consumidores.
- Características de los competidores: ¿Qué venden? ¿Cómo lo venden, a que precio, con qué coste y a quien?
- Diferenciación de nuestra oferta frente a los competidores.
- Las acciones de comunicación: ¿Cómo doy a conocer mis productos y qué motivaciones de compra van a tener mis clientes?
- El enfoque de la comunicación: ¿Qué queremos transmitir? ¿Con qué mensajes? ¿A través de qué canales/herramientas nos interesa más hacerlo? ¿Cómo vamos a conocer la opinión de nuestros clientes?

**MÓDULO 7: TENDENCIAS DE  
FUTURO EN LA PLANIFICACION  
EMPRESARIAL.**

En este marco, es necesario conocer las tendencias que ofrece el mercado, que pueden convertirse en oportunidades de negocio para los emprendedores y empresas.

Nuevos ecosistemas de pagos, *cloud computing* y social media, intercambio de artículos o *screen culture*, no sólo están cambiando nuestra forma de relacionarnos con la tecnología, sino también nuestra forma de vivir, trabajar y organizarnos en la empresa.

Por ello, debemos preguntarnos qué tendencias están en alza, qué negocios van a competir por el futuro, cómo será el consumidor de mañana y qué valores marcarán las pautas del mercado. Con ello, podremos identificar las oportunidades que permitirán hacer de nuestro proyecto una iniciativa creativa.

Algunas de las tendencias para este año son las que se establecen a continuación:

- **RED CARPET.** En 2012 negocios de todo el mundo honrarán a los clientes y turistas chinos proporcionándoles servicios a medida y, en general, derrochando atenciones en todos los ámbitos.
- **DIY HEALTH.** Los consumidores aprovecharán las nuevas tecnologías y apps para poder seguir, gestionar y recibir alertas de forma continua y discreta de cualquier cambio en su salud personal.
- **DEALER-CHIC.** Los consumidores no solo seguirán buscando ofertas y descuentos, sino que lo harán encantados cuando no orgullosos. Las ofertas se han convertido en algo más que simplemente ahorrar dinero: aportan emoción, es divertido buscarlas, te hacen sentir que posees el control y que eres inteligente, proporcionando por ello un cierto estatus social.

**MÓDULO 7: TENDENCIAS DE  
FUTURO EN LA PLANIFICACION  
EMPRESARIAL.**

- **CASH LESS.** La llegada de un futuro sin cash es inminente, ya que grandes empresas como MasterCard y Google trabajan para construir un nuevo eco-sistema de pagos, bonificaciones y ofertas basado en las nuevas tecnologías móviles.
- **RE-COMMERCE.** Nunca ha sido más fácil para los consumidores avispados revender o intercambiar artículos de su propiedad, beneficiándose del valor de sus posesiones actuales. En 2012 el intercambio es la nueva forma de comercio.

Las tendencias actuales tienen el potencial suficiente para hacer de tu proyecto una nueva realidad. Para ello, tan sólo tienes que inspirarte para concebir un nuevo concepto de tu negocio y fomentar la innovación, desarrollar nuevos bienes, servicios y experiencias para tus clientes, nuevas formas de comunicar, etc.

## **2) Procedimientos**

Para la impartición de este módulo se va a seguir una metodología basada en la utilización de una presentación en formato power point. Se trata de una actividad participativa en la que se presentarán los casos de varios proyectos y empresas.

## **3) Herramientas implantables (actividades tipo)**

*Presentación Tendencias*



**MÓDULO 7: TENDENCIAS DE  
FUTURO EN LA PLANIFICACION  
EMPRESARIAL.**

<http://ceeialcoi.emprenemjunts.es/index.php?op=8&n=4499>

*Trend Briefings*

<http://trendwatching.com>

Una de las empresas de tendencias líder, una vez al mes y de forma gratuita reciben sus Trend Briefings (Informes de tendencias) más de 160.000 suscriptores de todo el mundo en 9 idiomas.

**MÓDULO 7: TENDENCIAS DE  
FUTURO EN LA PLANIFICACION  
EMPRESARIAL.**

<b>Docente</b>	Elena Soliveres Sanjuán
<b>Módulo 7.3</b>	<b>Presentaciones de impacto de planes de negocios ganadores</b>
<b>Objetivos generales</b>	El objetivo general se centra en capacitar a los asistentes en la preparación y desarrollo de presentaciones que generen un impacto en el auditorio
<b>Objetivos específicos</b>	Entre los objetivos específicos se encuentran formar a los emprendedores en la preparación de presentaciones, la organización de la comunicación, la identificación de los contenidos estrella, etc.
<b>Procedimientos</b>	Presentación participativa utilizando power point con casos
<b>Evaluación de logros</b>	La evaluación se realizará sobre los materiales utilizados y la dinámica del docente

**MÓDULO 7: TENDENCIAS DE  
FUTURO EN LA PLANIFICACION  
EMPRESARIAL.**

1) Fundamentos teóricos

El 99% de las presentaciones públicas son aburridas, son monótonas, cargadas de contenido, etc. En definitiva, no conectan con el público o con nuestros receptores.

Como norma general, nos apoyamos en la proyección de diapositivas para realizar nuestras presentaciones, pero a veces, más que una ayuda se trata de una carga: exceso de información en forma de texto, intentamos seguir el ritmo de las diapositivas, que en la mayoría de los casos no aportan valor.... ¿Pretendemos perder la atención de nuestra audiencia a los 5 minutos de empezar? o al contrario ¿Queremos conectar con el público y captar su atención?

La presentación de nuestra empresa, producto/servicio no sólo ha de informar, sino también ha de inspirar y empujar a la acción.

Las nuevas tecnologías son deslumbrantes y añaden valor a la presentación pero no podemos perder la perspectiva: la audiencia quiere escuchar algo nuevo, fruto de una excelente investigación, y para ello disponemos de la principal herramienta audiovisual: nosotros mismos.

El objetivo de una presentación de impacto es encandilar al público, provocando su atención e interés, empujándolo a la acción, mediante una presentación sincera y natural, con el apoyo de transparencias de impactante diseño.

En este sentido, algunos de los aspectos clave para conseguir realizar exitosas presentaciones son los que figuran a continuación:

- **IDEAS:** Escribe tu “historia”. Sé un profundo “dominador” del tema a presentar y conoce a tu audiencia. Diseña el mensaje principal: ¿Qué es lo más importante que quiero que mi audiencia conozca? Esa será mi guía para mover a la acción, para utilizar historias, dibujos, gráficas que apoyen tu idea central.

**MÓDULO 7: TENDENCIAS DE  
FUTURO EN LA PLANIFICACION  
EMPRESARIAL.**

- **DISEÑO:** Selecciona texto e imágenes, crea una presentación armónica, con poco contenido y el menor número de transparencias posible.
- **TU MISMO:** ¿Cómo hablar, actuar, cerrar...? Mantén el contacto visual con la audiencia, utiliza cambios de ritmo, palabras o frases clave, pero sobre todo:
- **TRANSMITE PASIÓN:** Emociónate contando tu “historia”, mira a audiencia de frente, no le des la espalda para “leer” transparencias. Si no muestras pasión por tu producto, no esperes que la audiencia lo haga.
- **PROPORCIONA UN MAPA:** Informa a la audiencia sobre los temas que va a tratar, e informa en cada momento dónde está para que nadie se pierda, creando transiciones claras entre las distintas partes de la charla.
- **NO MUESTRES DATOS, CUENTA HISTORIAS:** No te limites a mostrar gráficas y números, contextualiza la información, relaciónala con el pasado o con la competencia, presenta números con analogías, hazle “fácil” la información a la audiencia. Concreta.
- **ENSAYA:** Dedícale el tiempo necesario al ensayo anterior a la presentación. Esto hará que aumente tu seguridad y dominio del tema, añadiendo naturalidad y frescura a tu presentación.

Seguir estas cuestiones te permitirá realizar una presentación de tu proyecto con la que conseguir el éxito esperado.

## 2) Procedimientos

Para la impartición de este módulo se va a seguir una metodología basada en la utilización de una presentación en formato power point. Se trata de una actividad participativa en la que se presentarán los casos de varios proyectos y empresas.