



UNIREMINGTON®
CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON
RES. 2661 MEN JUNIO 21 DE 1996

MEGATENDENCIAS Y ESCENARIOS MUNDIALES
ESPECIALIZACIÓN GERENCIA DE LA INNOVACIÓN
EMPRESARIAL
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

Vicerrectoría de Educación a Distancia y virtual

2016



El módulo de estudio de la asignatura Mega tendencias y Escenarios Mundiales es propiedad de la Corporación Universitaria Remington. Las imágenes fueron tomadas de diferentes fuentes que se relacionan en los derechos de autor y las citas en la bibliografía. El contenido del módulo está protegido por las leyes de derechos de autor que rigen al país.

Este material tiene fines educativos y no puede usarse con propósitos económicos o comerciales.

AUTOR

Andres Mauricio Higueta Palacio

Administrador Publico y Regional - ESAP. Magister en Administración - UDEM. Candidato a Master en Desarrollo Emprendedor e Innovación – Universidad de Salamanca (España). Cursando estudios Doctorales en Ciencias Económicas y Administrativas – UCIMEXICO (México). Con amplia experiencia en el diseño y ejecución de programas de apoyo al emprendimiento y la innovación. Docente e Investigador en la temática del emprendimiento y la innovación. Conferencista Internacional. Vicepresidente de la Red EmprpendsUR

maurohigueta@hotmail.com

Nota: el autor certificó (de manera verbal o escrita) No haber incurrido en fraude científico, plagio o vicios de autoría; en caso contrario eximió de toda responsabilidad a la Corporación Universitaria Remington, y se declaró como el único responsable.

RESPONSABLES

Hernán Alberto Cuervo Colorado

Decano de la Facultad de Ciencias Empresariales

hcuervo@uniremington.edu.co

Eduardo Alfredo Castillo Builes

Vicerrector modalidad distancia y virtual

ecastillo@uniremington.edu.co

Francisco Javier Álvarez Gómez

Coordinador CUR-Virtual

falvarez@uniremington.edu.co

GRUPO DE APOYO

Personal de la Unidad CUR-Virtual

EDICIÓN Y MONTAJE

Primera versión. Febrero de 2011.

Segunda versión. Marzo de 2012

Tercera versión. noviembre de 2015

Derechos Reservados

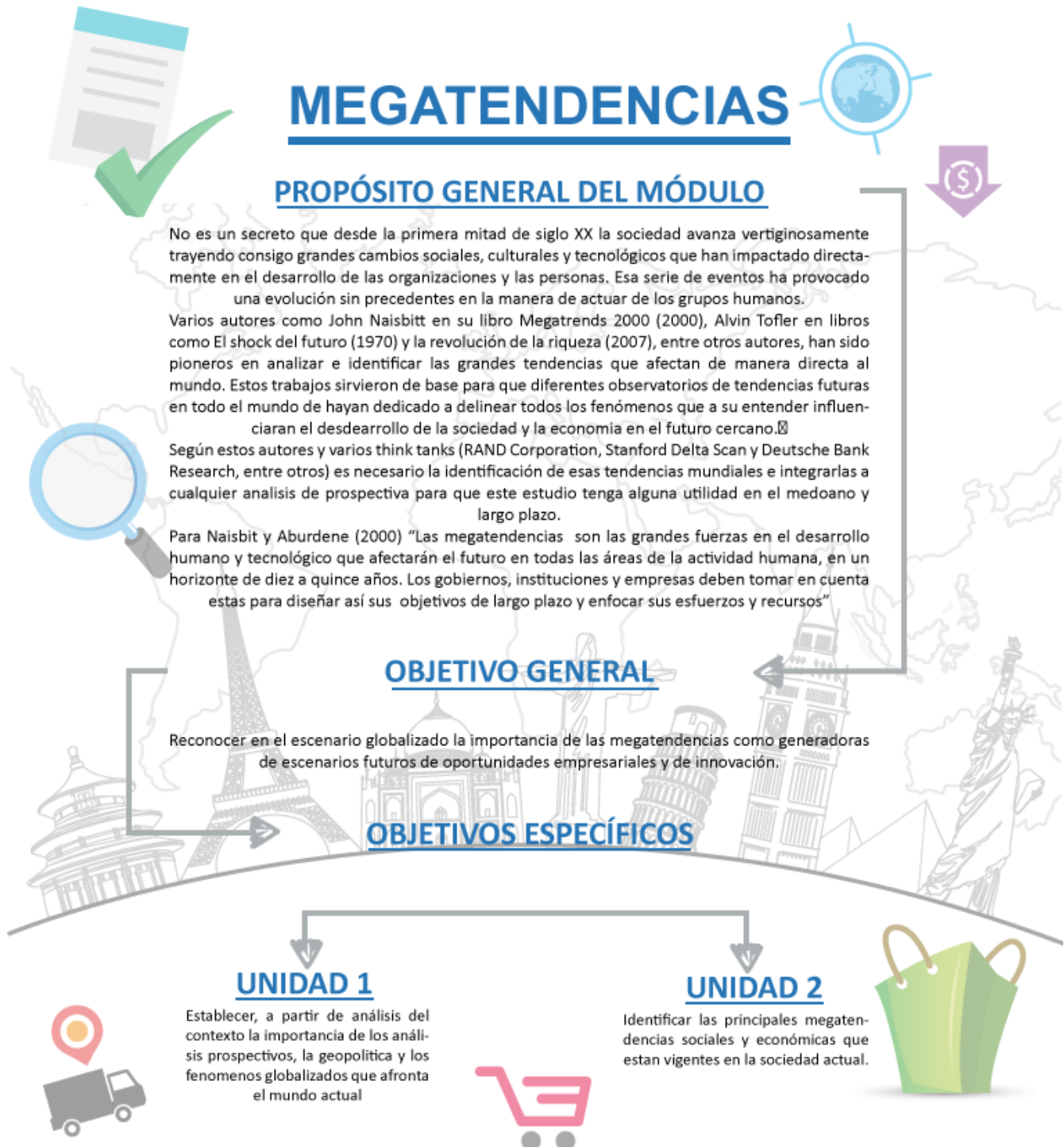


Esta obra es publicada bajo la licencia Creative Commons.
Reconocimiento-No Comercial-Compartir Igual 2.5 Colombia.

TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
1 MAPA DE LA ASIGNATURA	4
2 UNIDAD 1 ANALISIS DE CONTEXTO	5
2.1 TEMA 1 PROSPECTIVA A NIVEL MUNDIAL.....	7
2.2 TEMA 2 FENOMENOS MUNDIALES.....	14
2.2.1 EJERCICIO DE APRENDIZAJE.....	25
2.2.2 TALLER DE ENTRENAMIENTO	27
3 UNIDAD 2 MEGATENDENCIAS.....	28
3.1 TEMA 1 ANALISIS DE MEGATENDENCIAS.....	30
3.2 TEMA 2 MEGATENDENCIAS SOCIALES	40
3.2.1 EJERCICIO DE APRENDIZAJE.....	46
3.2.2 TALLER DE ENTRENAMIENTO	49
4 PISTAS DE APRENDIZAJE	50
5 GLOSARIO	52
6 BIBLIOGRAFÍA	53

1 MAPA DE LA ASIGNATURA



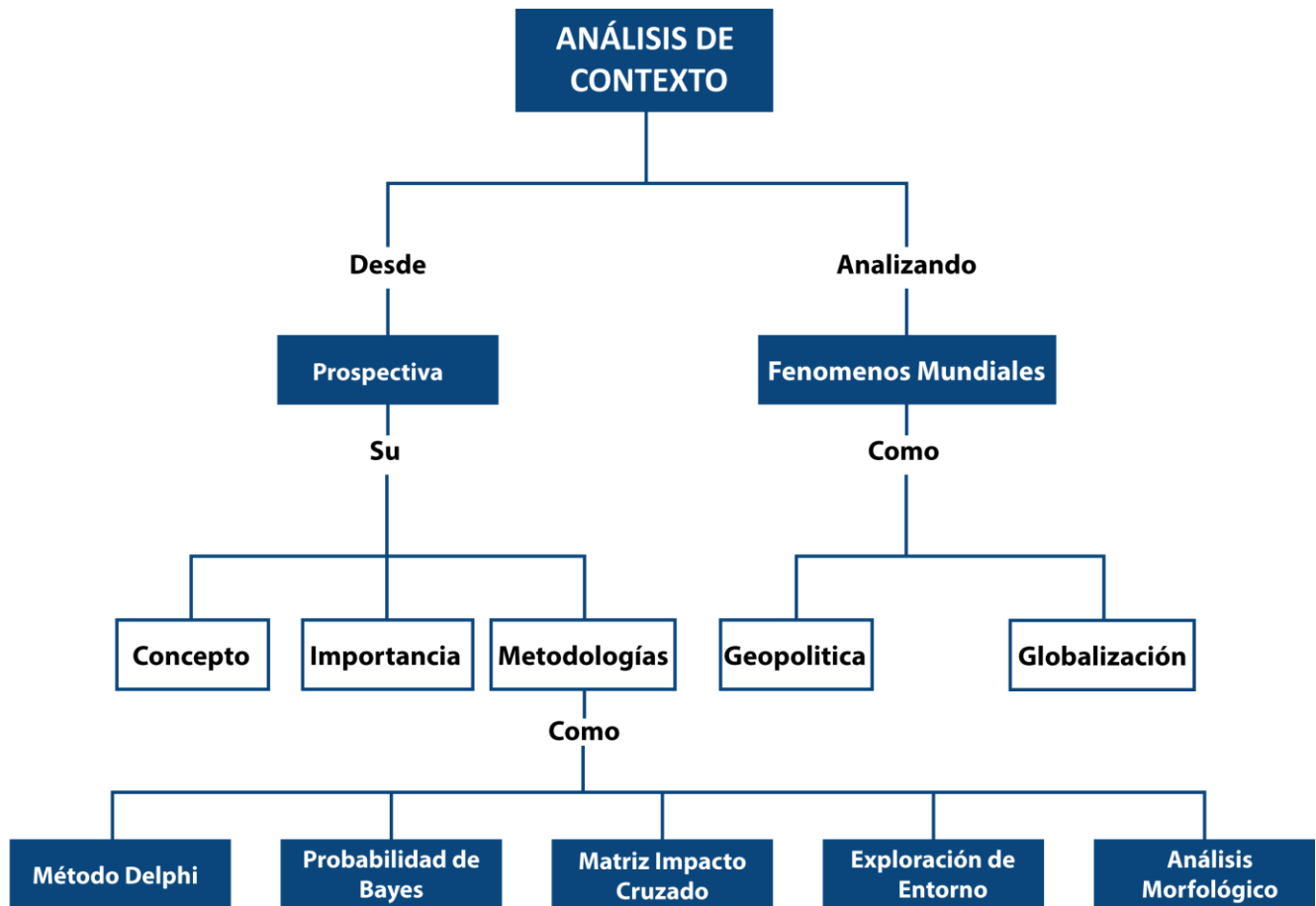
2 UNIDAD 1 ANALISIS DE CONTEXTO

La Prospectiva, herramienta para el éxito empresarial



La prospectiva, herramienta para el éxito empresarial: [Enlace](#)

RELACIÓN DE CONCEPTOS



Prospectiva Ciencia que se dedica al estudio de las causas técnicas, científicas, económicas y sociales que aceleran la evolución del mundo moderno, y la previsión de las situaciones que podrían derivarse de sus influencias conjugadas.

Método Delphi consiste en preguntarle a un grupo de personas (expertos y no expertos en el tema bajo análisis) sus opiniones (juicios de valor basados en conocimiento, experiencia, imaginación, sentido común o intuición), acerca del comportamiento a futuro de un grupo dado de variables (factores de cambio o “drivers”), con la finalidad de tener una idea lo más clara posible de la situación futura que esas variables producirán.

Probabilidades de Bayes es la aplicación de las fórmulas derivadas del Teorema de Bayes a la determinación de las llamadas probabilidades revisadas; y que están asociadas a un conjunto dado de hipótesis (escenarios posibles) mutuamente excluyentes, como consecuencia de la interacción de variables generadoras de futuros (“drivers”).

Matriz Impacto Cruzado su lógica básica subyacente consiste en hacer una exploración del futuro (prospectiva) sobre la base de las interacciones de una serie de variables (“drivers”) que pueden o no tener influencia sobre el tema bajo análisis dentro del horizonte temporal considerado.

Exploración de Entorno es una técnica muy simple de aprender, pero muy poderosa por el nivel de análisis que permite, y que se basa en la identificación de variables de cambio (“drivers”) mediante el empleo de diferentes enfoques temáticos.

Análisis Morfológico esta técnica persigue explorar todas las posibilidades en las que pueda evolucionar un sistema determinado. Para ello, es preciso identificar con gran precisión lo que se denominan los parámetros caracterizadores del tema bajo estudio.

Geopolítica La geopolítica es la ciencia que, a través de la geografía política, los estudios regionales y la historia, estudia la causalidad espacial de los sucesos políticos y sus futuros efectos.

Globalización es un proceso económico, tecnológico, social y cultural a escala planetaria que consiste en la creciente comunicación e interdependencia entre los distintos países del mundo uniendo sus mercados, sociedades y culturas, a través de una serie de transformaciones sociales, económicas y políticas que les dan un carácter global

OBJETIVO GENERAL

Establecer, partiendo del de análisis del contexto, la importancia de los análisis prospectivos, la geopolítica y los fenómenos globalizados que afronta el mundo actual.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar las diferentes acepciones de los conceptos de prospectiva, geopolítica y globalización.
- Identificar diferentes métodos para la realización de análisis prospectivos

2.1 TEMA 1 PROSPECTIVA A NIVEL MUNDIAL

DEFINICIÓN DE PROSPECTIVA

AUTOR	CONCEPTO
Gaston Berger	La prospectiva estratégica es la disciplina que estudia el futuro para comprenderlo y poder influir en él.

Richard Slaughter	Atribuye su aparición como herramienta de gestión fundamentalmente a que el mundo está cambiando rápidamente y que por lo tanto se hace necesaria una visión a futuro para establecer estrategias adecuadas para la gestión. Si bien admite la dificultad para realizar predicciones certeras, afirma que las organizaciones que realizan prospección estratégica están mejor situadas para hacer frente a los cambios.
Michel Godot	La reflexión prospectiva se impone en razón de los efectos combinados de la aceleración del cambio tecnológico, económico y social y la agudización de la incertidumbre.
Gaston Berger	Hace una apología metafórica en favor de la prospección como herramienta útil frente a los cambios cada vez más frecuentes y menos previsibles. Afirma que, cuanto más rápido se conduce, más lejos deben alumbrar las luces.
OCDE	La prospectiva es el conjunto de tentativas sistemáticas para observar a largo plazo el futuro de la ciencia, la tecnología, la economía y la sociedad con el propósito de identificar las tecnologías emergentes que probablemente produzcan los mayores beneficios económicos y/o sociales.

Fuente: elaboración propia

“ La prospectiva no tiene por objeto predecir el futuro. El futuro no está escrito en ninguna parte. La prospectiva trata de construirlo. Se trata de un proceso sistemático, participativo, de construcción de una visión a largo plazo para la toma de decisiones en la actualidad y la movilización de las acciones conjuntas. ”



1. Toma de decisiones
2. Impulsa el diseño del futuro
3. Hace Explícitos Los Escenarios
4. Identifica peligros y oportunidades
5. Ofrece políticas y acciones alternativas

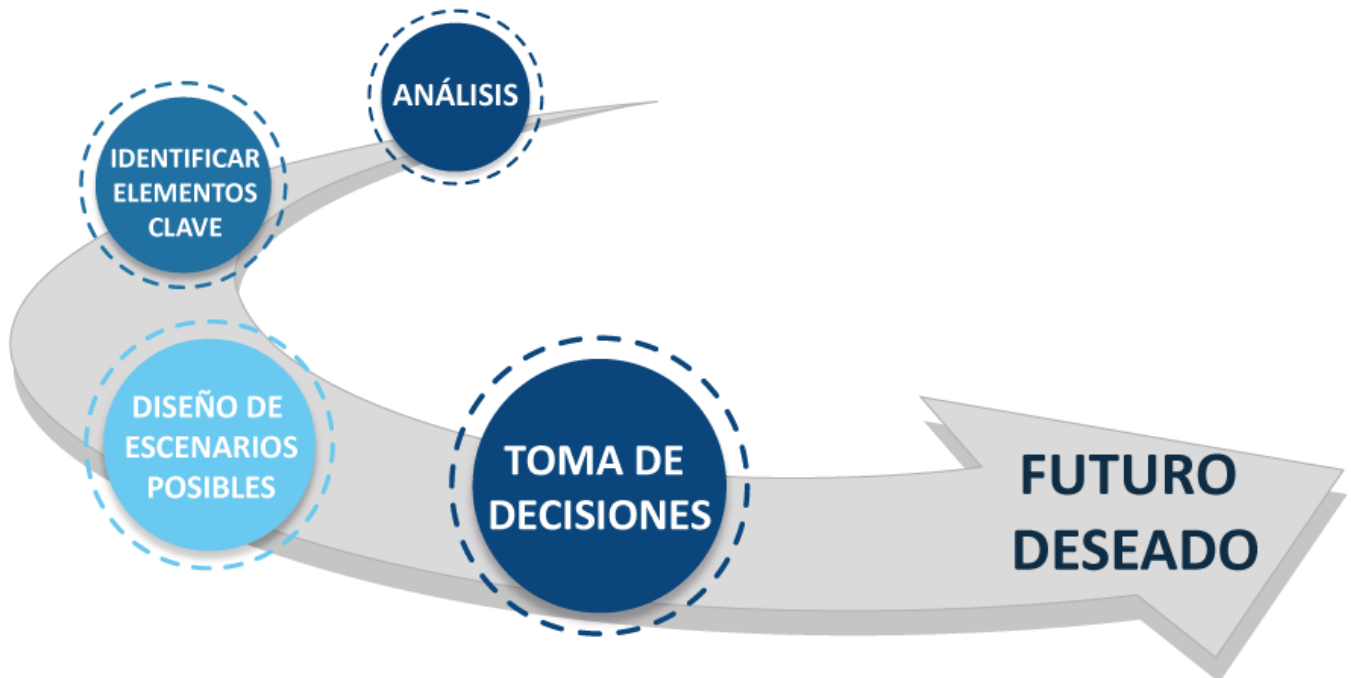
Fuente: Planeación prospectiva: Herramientas para preparar el Futuro. <http://es.slideshare.net/sistematizacion/planeacion-prospectiva> Recuperado 15 de Noviembre de 2015

ENFOQUE DE LA PLANEACIÓN PROSPECTIVA



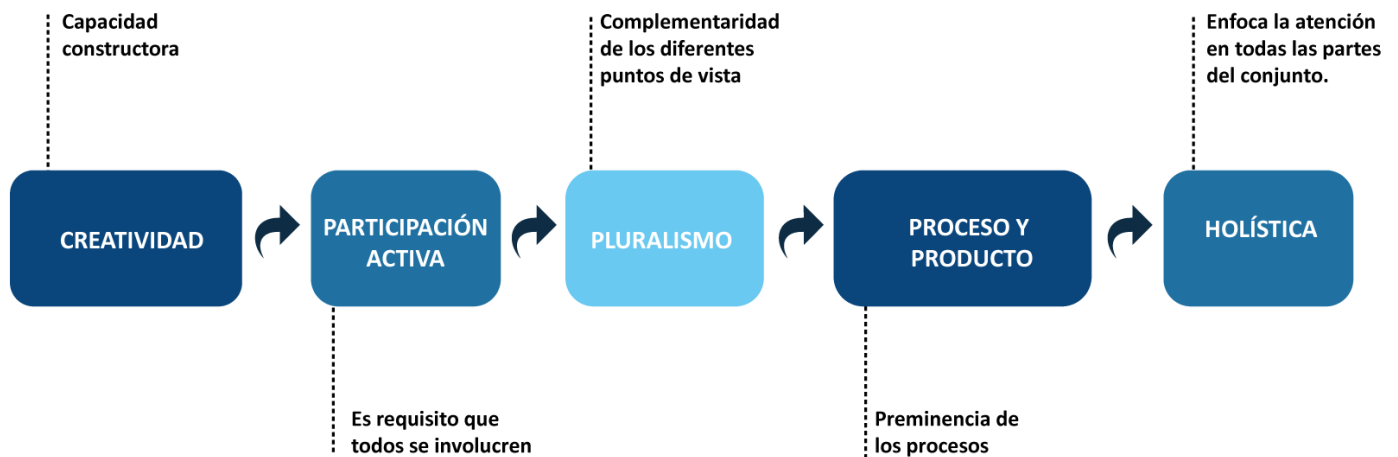
Fuente: Planeación prospectiva: Herramientas para preparar el Futuro. <http://es.slideshare.net/sistematizacion/planeacion-prospectiva> Recuperado 15 de Noviembre de 2015

ETAPAS DE LA PLANEACIÓN PROSPECTIVA



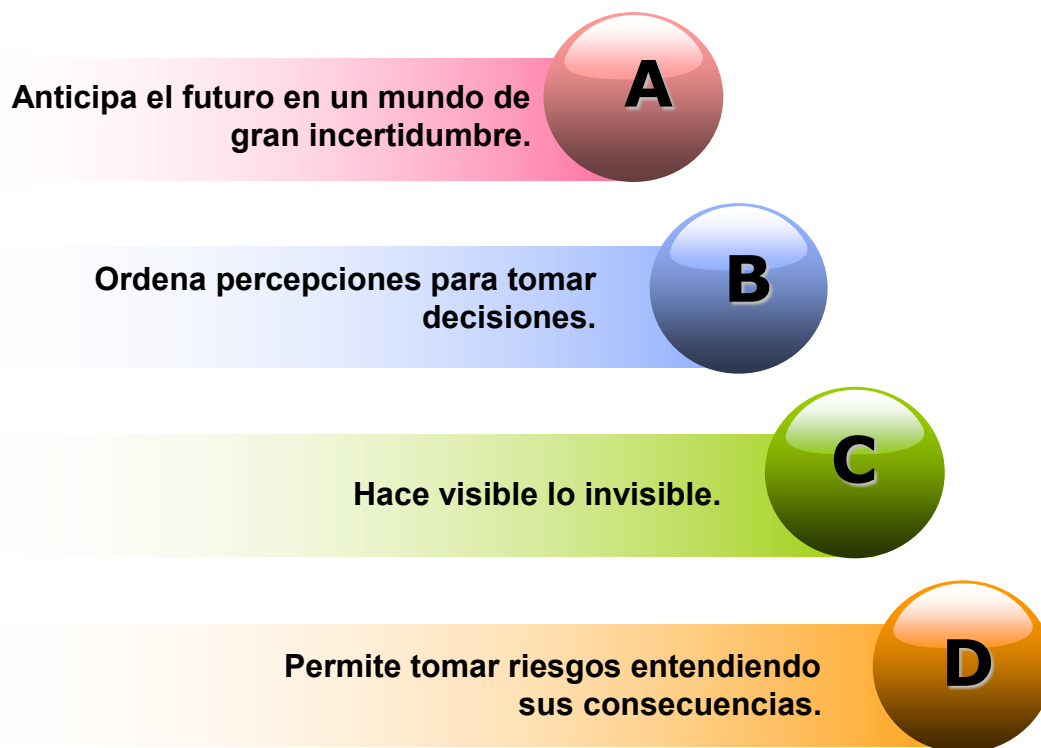
Fuente: Planeación prospectiva: Herramientas para preparar el Futuro. <http://es.slideshare.net/sistematizacion/planeacion-prospectiva> Recuperado 15 de Noviembre de 2015

CARACTERÍSTICAS DE LA PLANEACIÓN PROSPECTIVA

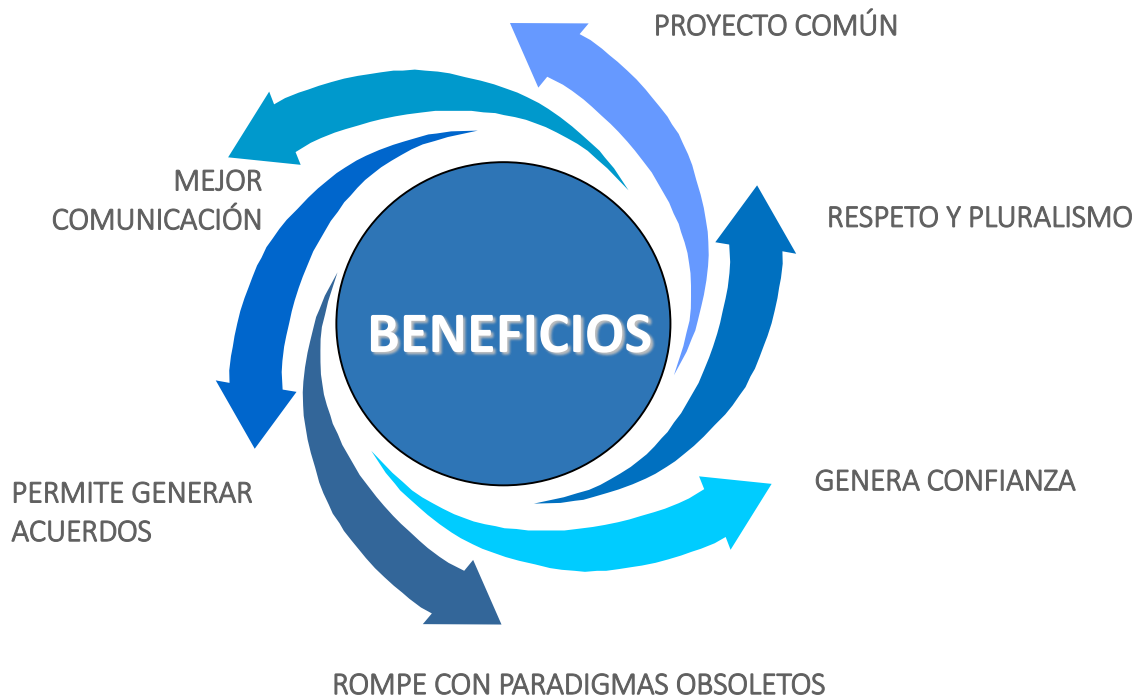


Fuente: Planeación prospectiva: Herramientas para preparar el Futuro. <http://es.slideshare.net/sistematizacion/planeacion-prospectiva> Recuperado 15 de Noviembre de 2015

VENTAJAS DE LA PLANEACIÓN PROSPECTIVA



Fuente: Planeación prospectiva: Herramientas para preparar el Futuro. <http://es.slideshare.net/sistematizacion/planeacion-prospectiva> Recuperado 15 de Noviembre de 2015



Fuente: Planeación prospectiva: Herramientas para preparar el Futuro. <http://es.slideshare.net/sistematizacion/planeacion-prospectiva> Recuperado 15 de Noviembre de 2015

METODOLOGÍAS PARA PROSPECTAR

MÉTODO	DEFINICIÓN
Método Delphi	Consiste en preguntarle a un grupo de personas (expertos y no expertos en el tema bajo análisis) sus opiniones (juicios de valor basados en conocimiento, experiencia, imaginación, sentido común o intuición), acerca del comportamiento a futuro de un grupo dado de variables (factores de cambio o "drivers"), con la finalidad de tener una idea lo más clara posible de la situación futura que esas variables producirán.
Método de Probabilidades de Bayes	Es la aplicación de las fórmulas derivadas del Teorema de Bayes a la determinación de las llamadas probabilidades revisadas; y que están asociadas a un conjunto dado de hipótesis (escenarios posibles) mutuamente excluyentes, como consecuencia de la interacción de variables generadoras de futuros ("drivers").

Método de la Matriz de Impacto cruzado	su lógica básica subyacente consiste en hacer una exploración del futuro (prospectiva) sobre la base de las interacciones de una serie de variables (“drivers”) que pueden o no tener influencia sobre el tema bajo análisis dentro del horizonte temporal considerado.
Exploración del Entorno	Es una técnica muy simple de aprender, pero muy poderosa por el nivel de análisis que permite, y que se basa en la identificación de variables de cambio (“drivers”) mediante el empleo de diferentes enfoques temáticos.
Método de Análisis Morfológico	Esta técnica persigue explorar todas las posibilidades en las que pueda evolucionar un sistema determinado. Para ello, es preciso identificar con gran precisión lo que se denominan los parámetros caracterizadores del tema bajo estudio.

LECCIONES PARA DESTACAR	
1	La prospectiva es una disciplina con visión global, sistémica, dinámica y abierta que explica los posibles futuros, no sólo por los datos del pasado sino fundamentalmente teniendo en cuenta las evoluciones futuras de las variables (cuantitativas y sobre todo cualitativas) así como los comportamientos de los actores implicados, de manera que reduce la incertidumbre, ilumina la acción presente y aporta mecanismos que conducen al futuro aceptable, conveniente o deseado
2	Para las empresas el disponer de la mejor información posible acerca de las condiciones futuras generales y particulares de un sector productivo o de un ámbito de mercado es absolutamente necesario para poder llevar a cabo la mejor gestión. La competitividad, la supervivencia, depende de que esa información sea lo más relevante, completa y certera.
3	Para realizar planeación prospectiva existen diversos métodos y hasta sistemas de información que permiten a los gerentes y a las organizaciones llevar a cabo este ejercicio.

LOGRO

Se identifica a la prospectiva como una herramienta esencial para analizar el contexto y como herramienta para la planeación organizacional.

PISTAS DE APRENDIZAJE



Recuerde que: Las empresas conviven diariamente en un mundo cambiante y competitivo, por lo que deben proveer el futuro para poder actuar proactivamente

Tenga en cuenta: La prospectiva no tiene por objeto predecir el futuro. El futuro no está escrito en ninguna parte. La prospectiva trata de construirlo. Se trata de un proceso sistemático, participativo, de construcción de una visión a largo plazo para la toma de decisiones en la actualidad y la movilización de las acciones conjuntas.

Traiga a la memoria: Que el enfoque de la planeación prospectiva debe ser:

- Sistémico
- Participativo
- Holístico

2.2 TEMA 2 FENOMENOS MUNDIALES

Geopolítica y Globalización



Geopolítica y Globalización : [Enlace](#)

DEFINICIONES DE GEOPOLÍTICA

AUTOR	DEFINICIÓN
Halford Mackinder (1,904)	"Geopolítica es la ciencia que estudia los hechos políticos, considerando al mundo como una unidad cerrada, en la que tienen repercusión según la importancia de los estados". En este sentido, los factores geográficos, principalmente la situación, extensión, población, recursos y comunicaciones de los estados, si bien no son determinantes, tienen gran importancia y deben ser tenidos en cuenta para orientar la política exterior.
Rudolf Kjellen, (creador del vocablo, 1916).	"Ciencia creada por el Sueco RUDOLF KJELLEN (Yelén) y desarrollada por los alemanes RATZEL en 1897 y HAUSHOFER en 1924. Estudia las relaciones entre la geografía y la política internacional y afirma que la geografía determina el curso de la historia humana. El nacionalismo alemán se apoyó en ella, para justificar su ansia de expansión. "Geopolítica es la ciencia que concibe al Estado como un organismo geográfico o como un fenómeno en el espacio". "Influencia de los factores geográficos, en la más amplia concepción del

	vocablo, sobre el desarrollo político en la vida de los pueblos y estados".
Karl Haushofer, (Alemania, 1928).	"La Geopolítica es la base científica del arte de la actuación política en la lucha a vida o muerte de los organismos estatales por el espacio vital". "Es la ciencia de las formas de vida en los espacios vitales naturales, considerados en su vinculación con el suelo y su dependencia de los movimientos históricos". "Geopolítica es la doctrina de las relaciones de la tierra con los desarrollos políticos". "Es la ciencia básica del arte de la actuación política en la lucha a vida o muerte de los organismos estatales por el espacio vital. (1869 - 1946).
Everardo Back Heuse	Geopolítica, es la política orientada en armonía con las condiciones geográficas.
Strausz Hupe	"La Geopolítica es la ciencia de las relaciones del ámbito mundial de los procesos políticos". Se basa en los amplios cimientos de la geografía en especial de la geografía política, la geopolítica se propone proporcionar los útiles para la acción política y las directrices para la vida política como consulta. Es el arte de guiar la política práctica. Es la conciencia geográfica del estado.
Hans Weigert (USA)	"Es la ciencia que trata de la dependencia de los hechos políticos con relación al suelo". La Geopolítica como geografía política aplicada a la política del poder nacional y a su estrategia de hecho en la paz y en la guerra al relacionar todo desarrollo histórico con las condiciones de espacio y suelo, y al considerar la historia misma como determinada por estas fuerzas eternas, la geopolítica intenta predecir el futuro.
Hernan Franke (Alemania - 1936)	"Es una disciplina que prepara al investigador para el arte de la política y de la Estrategia de acuerdo con las líneas probadas por la historia que corren a través de la faz de la tierra". "Es la ciencia de la relación entre el espacio y la política, que tiende en especial a mostrar cómo pueden transformarse los conocimientos geográficos en caudal intelectual para los dirigentes políticos".

Andrés Dorpalen (USA)	"La Geopolítica es una técnica política que se basa en los descubrimientos de la geografía, especialmente de la geografía política, la historia, la antropología, la geología, la economía, la sociología, la psicología y otras ciencias que combinadas pueden explicar una situación política determinada". "La Geopolítica considera que su misión es la de establecer los objetivos políticos y señalar el camino para alcanzarlos".
Jorge Atencio (ARGENTINA)	"Geopolítica es la ciencia que estudia la influencia de los factores geográficos en la vida y evaluación de los estados, a fin de extraer conclusiones de carácter político". "Guía al Estadista en la conducción de la política interna y externa del Estado y orienta al militar en la preparación de la Defensa Nacional y en la conducción estratégica".
Definición del CAEN	Principios y fundamentos geográficos y políticos, sobre los cuales debe conducirse permanentemente un Estado, con la finalidad de alcanzar sus objetivos.
Definición del General (R) Edgardo Mercado Jarrín (Revista Nº 1 - IPEGE - 1976).	"La Geopolítica es una ciencia que apoyada en los hechos históricos, geográficos, sociológicos, ecológicos, económicos y políticos, estudia en conjunto la vida y el desarrollo de un grupo humano organizado en un espacio dado, analizando sus múltiples y recíprocas influencias, para deducir sus objetivos y proyecciones, con el fin de lograr un mayor bienestar y seguridad para la Nación".
Emilio Castañón Pasquel (Revista Nº 1 - IPEGE - 1979).	"Es la ciencia que estudia cómo optimizar las interrelaciones demográficas, socioeconómicas y políticas dentro de un espacio dado, con miras a crear en este y a favor de sus ocupantes un sistema de eficiencia colectiva que implique la seguridad, el bienestar y el desarrollo espiritual de la nación". Más adelante agrega: "Planteada esta noción hay que trazar una Geoestrategia, o sea: dado un espacio determinado y en atención a un periodo de tiempo, plazo deseable o conveniente, identificar qué proceso geopolítico puede llegar a desencadenarse".
Jack Child y Philip Kelli (Norteamericanos - 1988 libro "Los Geopolíticos de	"Geopolítica es el impacto sobre las políticas de seguridad exterior de ciertas características geográficas, siendo las más importantes la ubicación entre los países, distancia entre áreas, terreno, clima y recursos al interior de los estados. Geopolítica también puede describirse como la relación entre políticas de poder y la geografía. La utilidad del análisis geopolítico

Sudamérica")	deriva en parte de la existencia de amplia vinculación o teoría entre ciertas características geográficas y las políticas. Estimamos que Geopolítica representa un método de estudio de asuntos internacionales y estratégicos y sus relaciones con el planeamiento para la paz y el involucramiento militar".
Augusto Pinochet Ugarte	"La Geopolítica es una rama de las ciencias políticas que, basada en los conocimientos geográficos, históricos, sociológicos, económicos, estratégicos y políticos; pasados y presentes, estudia en conjunto la vida y desarrollo de una masa humana organizada en un espacio terrestre, analizando sus múltiples y recíprocas influencias (sangre suelo) para deducir sus objetivos y estudiar sus proyecciones, con el fin de lograr en el futuro un mayor bienestar y felicidad en el pueblo"

Fuente: Elaboración propia

De las anteriores definiciones se puede concluir entonces que:

- La Geopolítica es una ciencia de carácter político.
- Sus estudios se enfocan fundamentalmente sobre dos objetos:
 - Un espacio geopolítico extenso, que puede ser. el mundo, una región; un Estado, una Nación; un conjunto de Estados o un área específica perteneciente a uno o más Estados.
 - Un conjunto de fenómenos geográficos tanto físicos como humanos que influyen políticamente sobre el área geográfica en estudio, generados dentro o fuera de ella.
- Estas influencias políticas se refieren a efectos perceptibles de los fenómenos geográficos sobre la vida, evolución, capacidad y demás condiciones políticas del Estado, especialmente las siguientes: Poder Nacional, independencia, soberanía, unidad, integridad territorial, estabilidad política y social, economía, prestigio y seguridad.

El riesgo geopolítico se proyecta en las empresas

Cuando los aspectos geopolíticos de un país, economía, política, sociedad, tecnología, competitividad, se genera un cambio, el cual es percibido en primera instancia por las organizaciones. Como es lógico genera una reacción por parte de ellas hacia el país donde se encuentren modificando sus procesos y procedimientos con el fin de adaptarse.

- Aumento en los gastos.
- Cierre de empresas
- Cese de inversiones

- Desempleo
- Analfabetismo o estancamiento de la educación
- Inseguridad
- Contaminación

Factores que determinaron una evolución radical de la geopolítica en las organizaciones:

En materia de políticas comerciales fuera de las barreras arancelarias, las no arancelarias constituyen hoy por hoy la artillería pesada del proteccionismo.

- La creciente rivalidad internacional de países y de empresas.
- La permanente aceleración de la innovación tecnológica y el avance de la ciencia.
- El proceso de la Unión Económica Europea.
- El incremento de las importaciones procedentes del sudeste asiático.
- La mayor cooperación económica a nivel internacional.

DEFINICIONES GLOBALIZACIÓN

AUTOR	DEFINICIÓN
Fondo Monetario Internacional	se refiere “a la creciente dependencia económica mutua entre los países del mundo ocasionada por el creciente volumen y variedad de transacciones transfronterizas de bienes y servicios, así como por la de flujos internacionales de capitales, y por la aceleración de la difusión de la tecnología en más lugares del mundo”.
Giddens	“la intensificación en escala mundial de las relaciones sociales que enlazan localidades muy distantes, de tal modo que lo que ocurre en una está determinado por acontecimientos sucedidos a muchas millas de distancia y viceversa”.
La Comisión Europea	“como el proceso mediante el cual los mercados y la producción de diferentes países están volviéndose cada vez más interdependientes debido a la dinámica del intercambio de bienes y servicios y a los flujos de capital y tecnología. No se trata de un fenómeno nuevo, sino de la continuación de desarrollos que habían estado funcionando durante un

	tiempo considerable”.
Sáez	“hace referencia a la creciente internacionalización de los procesos económicos (producción, inversión, comercio y finanzas), políticos y culturales, dando como resultado su acelerada interdependencia a nivel mundial y la generación de poderes y dinámicas que tienden a rebasar la capacidad de acción de los Estados y de los actores tradicionales condicionando claramente sus intervenciones
Santamarta	un proceso que integra las actividades económicas, sociales, culturales, laborales o ambientales. La globalización supone también la desaparición de las fronteras geográficas, materiales y espaciales
Bonnet	“designa una determinada combinación de procesos económicos, sociales, políticos, ideológicos y culturales que puede ser entendida como una nueva etapa de acelerada extensión e intensificación de las relaciones sociales capitalistas. Esta combinación no remite a un mero agregado de procesos dispersos, pero tampoco a una estructura cohesionada por relaciones de funcionalidad. Se refiere en cambio a una combinación de procesos, una constelación, determinada por el único principio que puede considerarse articulador y convertir en inteligibles este tipo de totalidades complejas y antagónicas: la lucha de clases”.
García Morales	anota que con el nombre de globalización se designa “a un crecimiento experimentado por el capital lanzado en una fase aguda de acumulación e interactividad, que tuvo como centro de acumulación al sistema de las Corporaciones Transnacionales que operaban principalmente desde bases en los países de la Tríada (EEUU, Japón y Europa) en interdependencia con otras unidades del sistema mundial, como organismos financieros supranacionales, estados, bloques de estados y consumidores”.
CEPAL	“la creciente gravitación de los procesos económicos, sociales y culturales de carácter mundial en los ámbitos nacional y regional”.
Banco Mundial	entiende a la globalización “como un cambio general que está transformando a la economía mundial, un cambio que se refleja en vinculaciones internacionales cada vez más amplias e intensas del comercio y las finanzas y el impulso universal hacia la liberación del comercio y los mercados de capital por la creciente internacionalización, y



por un cambio tecnológico que está erosionando con rapidez las barreras que obstaculizan el comercio internacional de bienes y servicios y la movilidad del capital”.

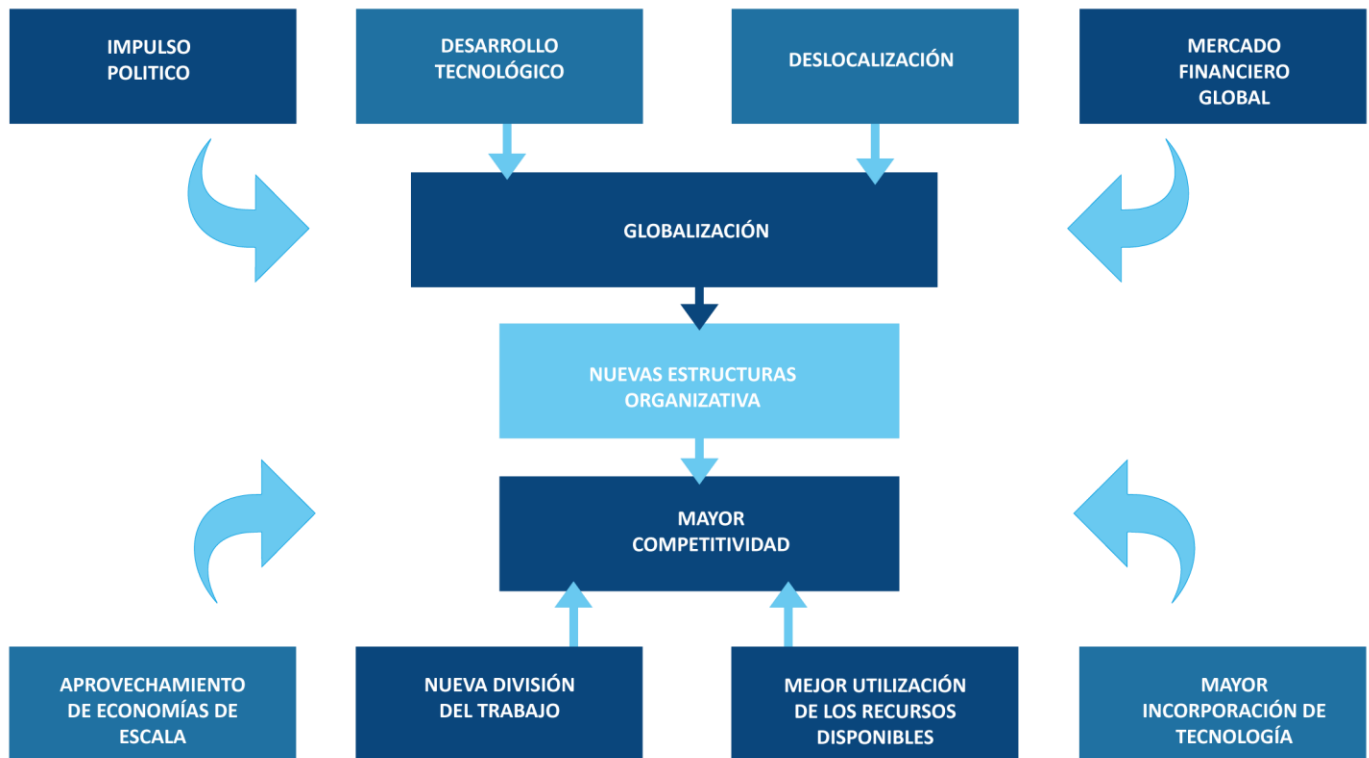
“

En pocas palabras se puede concluir entonces que la globalización es un fenómeno económico, político, social, tecnológico, ambiental y cultural, cuyos efectos rebasan las fronteras nacionales dada la creciente interacción e interdependencia entre las personas, los países y los mercados.

”

}

LA GLOBALIZACIÓN Y SU EFECTO EN LA EMPRESA



Fuente: Luis Alberto Jara Sarrúa La pequeña y mediana empresa (PYME) ante la globalización de la economía.

Tomado de <http://ciberconta.unizar.es/leccion/pyme2/200.HTM>

Recuperado el 20 de Noviembre de 2015

Algunos autores señalan que la globalización implica un cambio de mentalidad muy importante a la hora de diseñar la actividad empresarial y su management. Ello exige el desarrollo de instituciones que de manera rápida asuman los nuevos diseños organizativos, y exige, de personas e individuos, que estén dispuestos a realizar nuevos comportamientos. Lo más destacable de lo anterior es el cambio de mentalidad que deben asumir los participantes de la unidad económica, ya que son ellos el principal recurso para afrontar el nuevo desafío.

La nueva estructura organizativa debe tener como principal objetivo el logro de ventajas competitivas, que le permitan permanecer, y en lo posible, crecer en el mercado, así como introducirse en otros nuevos.

En el marco del nuevo escenario económico la empresa debe buscar las oportunidades que posibiliten obtener una mayor competitividad. Para el logro de este objetivo hemos seleccionado cuatro aspectos que deben ser considerados, los que están estrechamente relacionados con el grado de globalización que afecta a la entidad, a saber

a. Aprovechamiento de economías de escala.

La globalización permite a las empresas aprovechar grandes economías de escala, tanto en el área productiva como en cualquier otra actividad desarrollada:

- Las economías de escala que logra directamente la empresa,
- El segundo componente lo identifica como un hecho "virtual"

b. Nueva división del trabajo.

El nuevo entorno económico hace posible que las empresas desarrollen sólo las actividades en las cuales realmente son eficientes, en otras palabras, donde poseen sus fortalezas.

c. Mejor utilización de los recursos disponibles.

La empresa global debe orientar su actividad a desarrollar ventajas competitivas que le permitan el crecimiento en el mercado, tanto local como mundial.

d. Mayor incorporación de tecnología.

Uno de los requisitos cada vez más exigidos por los consumidores es la presencia de una mejora tecnológica en los productos

LECCIONES PARA DESTACAR		
	1	La globalización es un fenómeno económico, político, social, tecnológico, ambiental y cultural, cuyos efectos rebasan las fronteras nacionales dada la creciente interacción e interdependencia entre las personas, los países y los mercados.
	2	La globalización implica un cambio de mentalidad muy importante a la hora de diseñar la actividad empresarial y su management
	3	Existen cuatro aspectos principales que deben ser considerados como impactos de la globalización en las empresas: Aprovechamiento de economías de escalas, Nueva división del trabajo, Mejor utilización de los recursos disponibles, mayor incorporación de tecnología
LOGRO		Se ha identificado el fenómeno de la globalización como un fenómeno ineludible para el desarrollo empresarial que trae oportunidades y amenazas que se deben enfrentar día a día en el management.

PISTAS DE APRENDIZAJE



Recuerde que: La geopolítica y la globalización son fenómenos mundiales que deben tener en cuenta las empresas actuales para su toma de decisiones.

Tenga en cuenta: La globalización implica un cambio de mentalidad muy importante a la hora de diseñar la actividad empresarial y su management

Traiga a la memoria: Que la globalización trae consigo la necesidad de considerar los siguientes aspectos: Aprovechamiento de economías de escalas, Nueva división del trabajo, Mejor utilización de los recursos disponibles, mayor incorporación de tecnología



2.2.1 EJERCICIO DE APRENDIZAJE

Nombre del taller de aprendizaje: Conceptos básicos de análisis de entorno

Datos del autor del taller: Andrés Mauricio Higueta Palacio

Escriba o plantee el caso, problema o pregunta:

1. Método de prospectar cuya lógica básica subyacente consiste en hacer una exploración del futuro (prospectiva) sobre la base de las interacciones de una serie de variables (“drivers”) que pueden o no tener influencia sobre el tema bajo análisis dentro del horizonte temporal considerado.
 - a. Matriz de impacto cruzado
 - b. Método Delphi
 - c. Análisis Morfológico
 - d. Probabilidad de Bayes
 - e. Exploración de Entorno
2. Se trata de un proceso sistemático, participativo, de construcción de una visión a largo plazo para la toma de decisiones en la actualidad y la movilización de las acciones conjuntas de Proceso
 - a. Planeación
 - b. Prospectiva
 - c. Globalización
 - d. Geopolítica
 - e. Ninguna de las anteriores
3. Además de sistémico el enfoque de la planeación prospectiva debe ser _____ y _____:
 - a. Global - Innovador
 - b. Coherente - Exclusivo
 - c. Participativo - Holístico
 - d. Planeado - Decisorio
 - e. Equilibrado – Futurista
4. Son dos aspectos a considerar en el fenómeno de la globalización
 - a. Incorporación Tecnológica – División del trabajo
 - b. Cese de inversiones – Mejor utilización de recursos
 - c. División del Trabajo – Analfabetismo
 - d. Contaminación – Desempleo
 - e. Ninguno de las anteriores
5. Definida como conjunto de fenómenos geográficos tanto físicos como humanos que influyen políticamente sobre el área geográfica en estudio, generados dentro o fuera de ella
 - a. Planeación
 - b. Prospectiva
 - c. Globalización
 - d. Geopolítica

- e. Ninguna de las anteriores
- 6. Son Beneficios de la planeación prospectiva
 - a. Creatividad y Pluralismo
 - b. Innovación y Trabajo en Equipo
 - c. Incentivos – Impacto comercial
 - d. Futurista y real
 - e. Genera Confianza y permite generar acuerdos
- 7. Esta técnica persigue explorar todas las posibilidades en las que pueda evolucionar un sistema determinado. Para ello, es preciso identificar con gran precisión lo que se denominan los parámetros caracterizadores del tema bajo estudio Matriz de impacto cruzado
 - a. Matriz de impacto cruzado
 - b. Método Delphi
 - c. Análisis Morfológico
 - d. Probabilidad de Bayes
 - e. Exploración de Entorno
- 8. Fenómeno económico, político, social, tecnológico, ambiental y cultural, cuyos efectos rebasan las fronteras nacionales dada la creciente interacción e interdependencia entre las personas, los países y los mercados.
 - a. Planeación
 - b. Prospectiva
 - c. Globalización
 - d. Geopolítica
 - e. Ninguna de las anteriores
- 9. Son dos realidades del escenario mundial que requieren ser tenidos en cuenta para la toma de decisiones empresariales
 - a. Política - internet
 - b. Redes sociales – Guerra
 - c. Innovación – Índices de competitividad
 - d. Globalización y Geopolítica
 - e. Ninguno de los anteriores
- 10. Método que consiste en preguntarle a un grupo de personas (expertos y no expertos en el tema bajo análisis) sus opiniones (juicios de valor basados en conocimiento, experiencia, imaginación, sentido común o intuición), acerca del comportamiento a futuro de un grupo dado de variables (factores de cambio o “drivers”), con la finalidad de tener una idea lo más clara posible de la situación futura que esas variables producirán.
 - a. Matriz de impacto cruzado
 - b. Método Delphi
 - c. Análisis Morfológico

- d. Probabilidad de Bayes
- e. Exploración de Entorno

Solución del taller:

1. a
2. b
3. c
4. a
5. d
6. e
7. c
8. c
9. d
10. b

2.2.2 TALLER DE ENTRENAMIENTO

Nombre del taller: Identificando la innovación.

Modalidad de trabajo: Trabajo Escrito.

Actividad previa:

1. Estudio profundo de los temas 1 y 2 de la unidad 1.
2. Explorar y estudiar en la bibliografía Sugerida.

Describe la actividad:

1. Seleccione una empresa de la región
2. Determine un objetivo estratégico para dicha compañía a partir de la prospectiva
3. Determine y analice que factores de geopolítica y globalización pueden afectar el desarrollo de esa empresa.

3 UNIDAD 2 MEGATENDENCIAS

Mega tendencias Empresariales



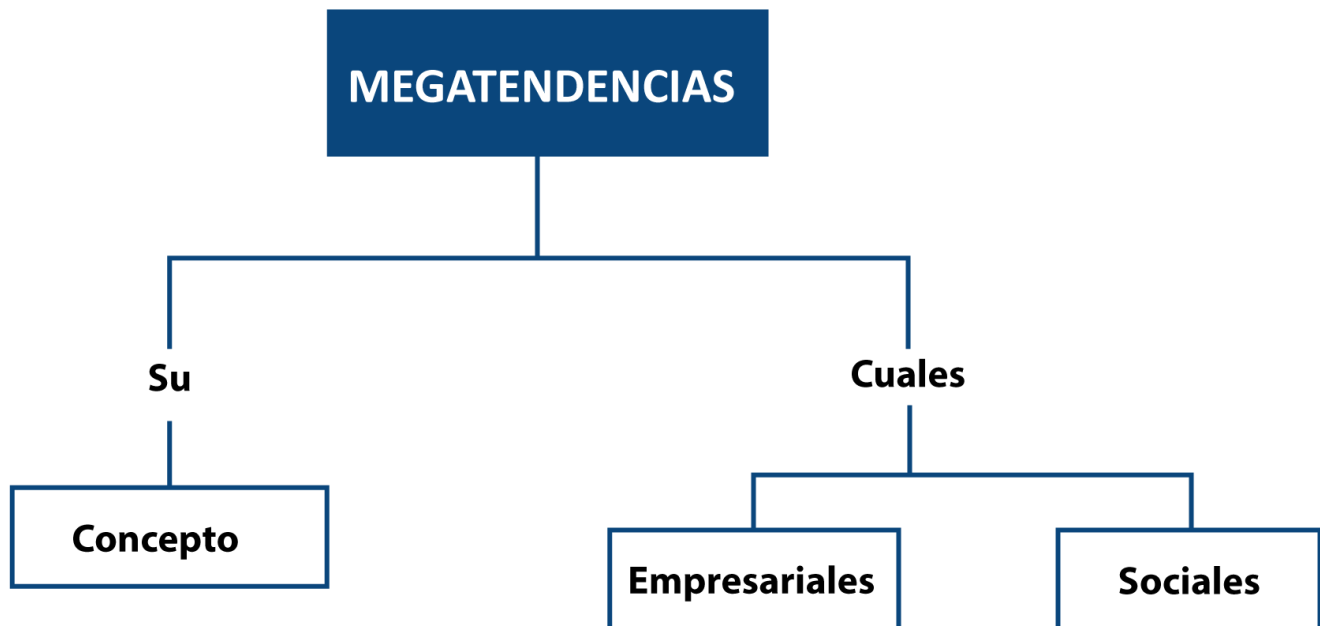
EMPRESAS Y NEGOCIOS: Mega tendencias empresariales: [Enlace](#)

Mega tendencias



El Modelo de Negocios "Canvas": [Enlace](#)

RELACIÓN DE CONCEPTOS



Mega tendencia es una dirección que toman simultáneamente varios aspectos de la sociedad (tecnología, sistemas de producción, nuevos productos, preferencias de consumo, comportamientos, etc.), cuyo impacto es perceptible a un segmento importante de la sociedad por un largo tiempo. De hecho, muchas mega tendencias se convierten en parte de la cotidianidad

OBJETIVO GENERAL

Identificar las principales mega tendencias sociales y económicas que están vigentes en la sociedad actual como elemento de oportunidad de innovación y desarrollo empresarial

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Interpretar el concepto de mega tendencia como elemento importante en los análisis de contexto empresarial
- Identificar oportunidades empresariales y emprendedoras partiendo de la identificación de las mega tendencias mundiales

3.1 TEMA 1 ANALISIS DE MEGATENDENCIAS

Mega tendencia es una dirección que toman simultáneamente varios aspectos de la sociedad (tecnología, sistemas de producción, nuevos productos, preferencias de consumo, comportamientos, etc.), cuyo impacto es perceptible a un segmento importante de la sociedad por un largo tiempo. De hecho, muchas mega tendencias se convierten en parte de la cotidianidad

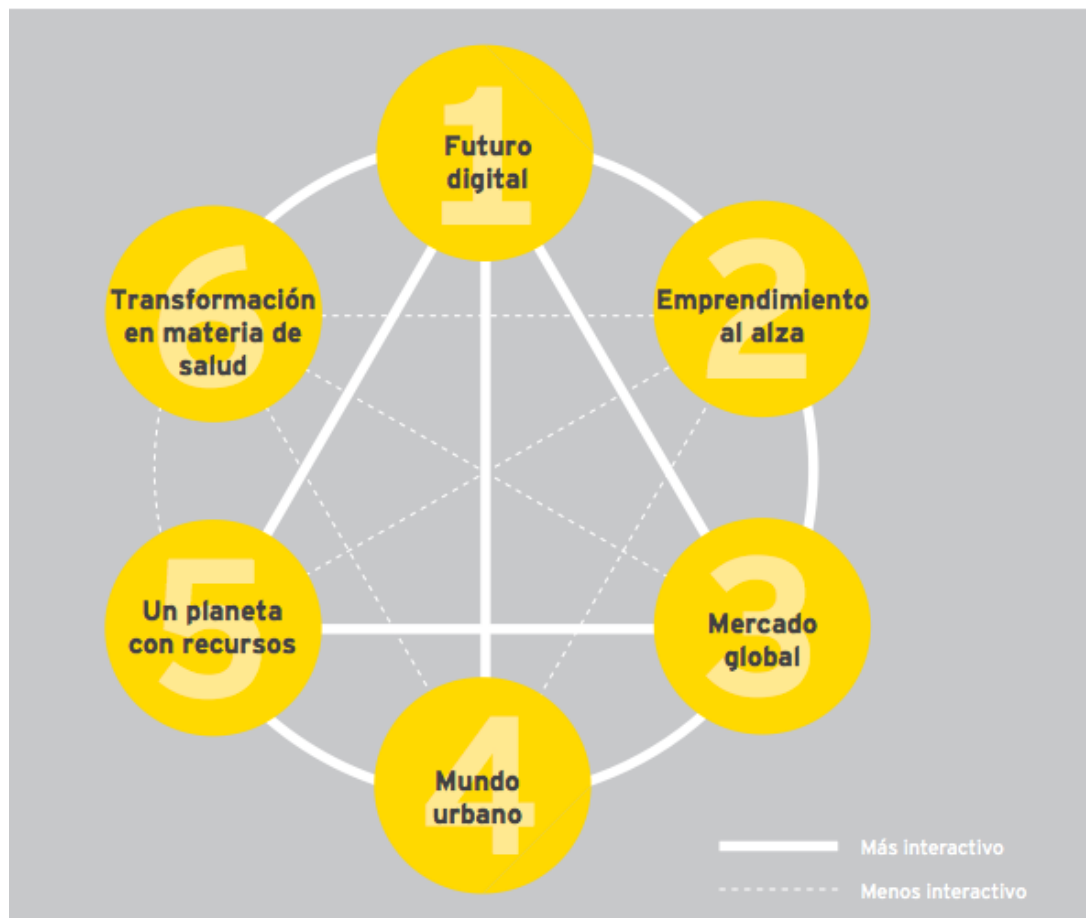
Las mega tendencias son grandes fuerzas transformadoras globales que afectan a todas y cada una de las personas en el planeta

La importancia de la identificación y análisis de las mega tendencias radica no sólo en la previsión de los acontecimientos que pueden transformar la vida social y los mercados, sino en el potencial de utilizarlos, de modificarlos, o en su caso atenuarlos y de actuar en consecuencia

El análisis de mega tendencias ofrece información que permite detectar oportunidades de negocio de acuerdo al:

- Potencial de desarrollo de clusters regionales existentes o futuros
- Utilización de la red existente o potencial de conocimiento
- Búsqueda de productos nuevos de alto valor agregado con gran potencial

Aunque cada una de las mega tendencias es importante por sí misma, también están estrechamente relacionadas entre sí



Fuente: Mega tendencias para 2015 (ey, 2015)

MACROTENDENCIA	DESCRIPCIÓN	CARACTERÍSTICAS
FUTURO DIGITAL	Impulsada por la convergencia de lo social con lo móvil, la nube, los grandes volúmenes de datos y la demanda cada vez mayor de tener acceso a la información en cualquier momento y en cualquier lugar, la tecnología está transformando todas las áreas de las empresas. Este cambio se presenta en todas las industrias y zonas geográficas. Existen enormes oportunidades para que las empresas aprovechen los dispositivos conectados, habilitados	1. La transformación digital está cambiando los modelos de negocios, incluyendo los modelos de ingresos. 2. El declive del uso de las PC y el aumento del uso de los dispositivos móviles están dando lugar a un mundo “móvil primero” 3. La transformación digital y la proliferación de datos están cambiando considerablemente la

	por el “internet de las cosas” (término que se refiere al conjunto de objetos interconectados en la red), para capturar grandes cantidades de información, ingresar a nuevos mercados, transformar los productos existentes e introducir nuevos modelos de negocios y de entrega. Sin embargo, la evolución de las empresas digitales también presenta retos importantes, incluyendo nuevos competidores, modelos de captación de clientes y modelos de negocios cambiantes, transparencia sin precedentes, preocupaciones en torno a la privacidad y amenazas a la seguridad cibernética.	relación entre las compañías y sus clientes - La disrupción digital está cambiando el contexto del mercado y el panorama competitivo de la mayoría de las industrias - A medida que las amenazas cibernéticas continúan multiplicándose, se vuelve cada vez más difícil proteger datos, propiedad intelectual e información personal - Los estilos de trabajo y los medios para contratar talento se vuelven más ágiles en el mundo digital - Cada vez más, las tecnologías digitales y robóticas sustituirán a los trabajadores o requerirán de nuevas habilidades de los mismos
EMPREDIMIENTO AL ALZA	La tecnología también está cambiando la manera de trabajar de la gente y permite cada vez más que las máquinas y el <i>software</i> sustituyan a los seres humanos. Las empresas y personas que aprovechan las oportunidades que ofrecen las novedades digitales podrían ganar mucho, mientras que quienes no lo hagan podrían perder todo. El desarrollo y la prosperidad de todas las economías, tanto las de rápido crecimiento como las maduras, aún dependen mucho de la actividad emprendedora. Los emprendedores son un elemento vital del crecimiento económico, ya que son una fuente de ingreso y de empleo para ellos mismos, crean trabajo para otros, producen productos o servicios innovadores e impulsan más actividades de ejecución y planeación en la cadena de valor. Aunque la actividad	- Los impulsores de la actividad empresarial en los mercados de rápido crecimiento están pasando de la necesidad a la oportunidad - Los emprendedores de alto impacto seguirán construyendo negocios transformadores tanto en los mercados de rápido crecimiento como en los mercados maduros - Los emprendedores cada vez más son jóvenes. - Cada vez hay más mujeres emprendedoras - Entornos más propicios para apoyar el crecimiento emprendedor El obstáculo más grande sigue siendo el acceso a financiamiento, es importante contar con una gama de opciones.

	emprendedora alrededor del mundo aún es impulsada por la necesidad, el emprendimiento de “alto impacto” (que en su momento estaba limitado a los mercados maduros) ahora es un motor esencial de la expansión económica en los mercados de rápido crecimiento. En algunos casos, estos emprendedores de alto impacto están creando empresas innovadoras y escalables que aprovechan las necesidades locales y funcionan como ejemplos a seguir para los nuevos emprendedores. La cara del emprendimiento también está cambiando; alrededor del mundo, los emprendedores están representados cada vez más por jóvenes o mujeres. Muchas de estas nuevas empresas son digitales desde su inicio. El acceso al financiamiento continúa siendo su principal obstáculo. Tanto el sector público como el privado tienen una función importante en la creación de ecosistemas empresariales que, además de otorgar recursos, son importantes para impulsar el éxito de los emprendedores.	
MERCADO GLOBAL	Las tasas de crecimiento más rápidas y los datos demográficos favorables en los mercados de rápido crecimiento son características que se seguirán observando durante los próximos diez años. La brecha entre los países “maduros” y los de “rápido crecimiento” sigue haciéndose más estrecha. Está surgiendo una nueva categoría de países emergentes impulsados por sus clases medias nacientes y estos países serán el foco de atención de todo el mundo. Cada vez será más común que la innovación se lleve a cabo en los mercados de rápido crecimiento y	1. El poder económico global seguirá trasladándose hacia las economías de rápido crecimiento 2. Los patrones de los flujos comerciales sufrirán una transformación continua 3. Los países en vías de desarrollo seguirán aumentando su participación en la entrada y salida de capitales 4. La creciente clase media global seguirá impulsando el surgimiento de nuevos mercados lucrativos

	Asia se convertirá en un centro principal. En el mercado global, la guerra por el talento se volverá cada vez más intensa, por lo cual se requerirá una mayor diversificación de la fuerza laboral para asegurar una ventaja competitiva. Las economías del mundo seguirán siendo sumamente interdependientes a través de vínculos comerciales, inversiones y sus sistemas financieros, por lo que se requerirá una mayor coordinación en materia de política global entre los países, así como cadenas de suministro más sólidas para las compañías que operan en este entorno. Al mismo tiempo, continuarán las diferencias entre los intereses nacionales y las fuerzas de la integración global. El retroceso y la oposición a la integración global se manifiestan en varios aspectos económicos, políticos y culturales, tales como el proteccionismo comercial y de divisas, la imposición de sanciones para lograr objetivos políticos, protestas en contra de la globalización, así como el fortalecimiento de movimientos nacionalistas, religiosos y étnicos alrededor del mundo	5. Está surgiendo un “nuevo orden mundial de conocimiento” y Asia es el epicentro 6. La guerra por el talento se vuelve cada vez más intensa y una mayor diversidad en la fuerza laboral ofrece una ventaja competitiva
UN MUNDO URBANO	El número y la escala de ciudades sigue creciendo en todo el mundo, impulsados por la rápida urbanización en los mercados emergentes y la urbanización continúa en los mercados maduros. La Organización de las Naciones Unidas (ONU) informa que el 54% de la población del mundo actualmente vive en ciudades y que para 2050, esta población aumentará a 66%. A fin de aprovechar los beneficios económicos de la urbanización, los hacedores de políticas públicas y el sector privado deben llevar a cabo una planeación eficaz y atraer inversiones	1. Las ciudades globales generarán mayor poder económico y prosperidad 2. Los patrones demográficos guiarán la trayectoria del crecimiento urbano en todo el mundo 3. El orden económico de las ciudades se cambiará hacia el oriente 4. La urbanización impulsará cambios importantes en los sectores

	continuas en ferrocarriles, carreteras, puentes, puertos, aeropuertos, agua, electricidad, energía, telecomunicaciones y otro tipo de infraestructuras. Se requerirán respuestas eficaces en materia de política para los retos que enfrentan las ciudades, incluyendo el cambio climático y la pobreza, con el fin de que las ciudades del futuro sean competitivas, sustentables y adaptables.	- Un mundo urbano requiere de una inversión considerable en infraestructura, aunque el financiamiento continuará siendo un reto - Una urbanización sustentable y sólida será fundamental para los futuros prospectos del mundo - Las ciudades verdaderamente sustentables también deberán atender la pobreza y la población marginada
UN PLANETA CON RECURSOS	El crecimiento de la población en términos absolutos, el desarrollo económico y el aumento en el número de consumidores de la clase media impulsarán la creciente demanda global de recursos naturales, tanto renovables como no renovables. Si bien el suministro mundial de recursos no renovables es limitado, en términos técnicos, las nuevas tecnologías desarrollarán el suministro a futuro al permitir el acceso a reservas estratégicas de petróleo, gas y minerales, a las cuales anteriormente era difícil acceder. El uso de nuevas tecnologías, así como el entorno del suministro cambiante, impulsarán la adaptación e innovación de los modelos de negocios en múltiples sectores y también afectarán el equilibrio del poder geopolítico. Al mismo tiempo, los recursos naturales deben administrarse con mayor eficiencia, especialmente desde una perspectiva de impacto ambiental. La creciente preocupación por el deterioro ambiental, el aseguramiento de recursos estratégicos y el destino de nuestro abasto de alimento y agua indican que la protección y restauración del planeta son fundamentales para el futuro. Los gobiernos, las sociedades	- Se intensificará la lucha por los recursos ilimitados - Un mayor suministro de fuentes no convencionales y renovables de energía cambiará la dinámica de la mezcla de energía global - La escasez de agua afectará la seguridad alimentaria y energética - El cambio climático y los eventos climáticos extremos requerirán medidas proactivas para adaptarse o desarrollar resistencia - La transparencia y seguridad de las cadenas de suministro globales se volverán críticas

	y empresas deben trabajar de manera conjunta para crear enfoques más sustentables para lograr el crecimiento económico y, a la vez, aprovechar los insumos provenientes de los recursos naturales	
TRANSFORMACIÓN EN MATERIA DE SALUD	El rubro del cuidado de la salud, que ya representa 10% del PIB global, está pasando por una transformación única. Los sistemas y actores en el ámbito de salud enfrentan cada vez más presiones de costos, lo que los impulsa a buscar enfoques más sustentables, incluyendo incentivos que enfatizan el valor. Estas presiones de costos se ven exacerbadas debido a cambios demográficos, el aumento de los ingresos en los mercados de rápido crecimiento y una inminente epidemia de enfermedades crónicas. El auge de los grandes volúmenes de datos y las tecnologías móviles relacionadas con la salud permite la creación y el análisis de información en tiempo real. Las compañías que no forman parte de la industria del cuidado de la salud tradicional están entrando al escenario como nuevos competidores y socios. Estas tendencias dan lugar a un enfoque bastante distinto y van más allá de la entrega de servicios del cuidado de la salud (proporcionados por compañías tradicionales de atención médica) para abarcar la administración de la salud (por diversos participantes, con un mayor enfoque en hábitos, prevención y atención en tiempo real). Es decir, para tener éxito debemos cambiar nuestro enfoque respecto del tema de la salud.	1. Los retos relacionados con el costo, la calidad y el acceso a servicios del cuidado de la salud seguirán impulsando iniciativas de reforma 2. La incidencia de enfermedades crónicas aumentará considerablemente, lo que requerirá soluciones de cambio de hábitos 3. El cuidado de la salud estará aún más conectado con la vida cotidiana a través del desarrollo de soluciones de salud móviles y sociales 4. El cuidado de la salud ha entrado a la era de los grandes datos 5. La información genética y genómica está transformando el desarrollo de los medicamentos 6. La medicina personalizada alcanzará la madurez 7. Las compañías del cuidado de la salud competirán cada vez más con nuevos participantes de campos no tradicionales

Fuente: Mega tendencias para 2015 (ey, 2015)

EL NETWORK MARKETING UNA MEGATENDENCIA QUE LLEGO PARA QUEDARSE

El mercadeo multinivel es un sistema de distribución en el cual los asociados (distribuidores independientes) reciben comisiones por el consumo y promoción de un producto o servicio. En este modelo de negocios, se cuenta con una estrategia de consumo en la que los asociados obtienen beneficios no sólo por los consumos que ellos mismos generan, sino también por las afiliaciones realizadas por otros asociados que forman parte de su estructura organizativa.

Teniendo claridad sobre la validez de la industria y las oportunidades que ofrece, la segunda pregunta es: ¿cómo escoger la mejor opción? ¿Cuál compañía me garantiza los mejores resultados por mi esfuerzo?

CUATRO ELEMENTOS PARA TOMAR UNA DECISIÓN

1. El primer aspecto para tener en cuenta, es la empresa en sí misma. Debe tener un fuerte músculo financiero (libre de deudas) y una infraestructura logística lo suficientemente poderosa. Debe estar comprometida a trabajar en el mercado colombiano, haciendo inversiones que aseguren su presencia local y cumplir con todas las regulaciones legales existentes en el país – Ley 1700 de 2013-. Es importante que esté regulada por la Súper Intendencia de Industria y Comercio (SIC), la Dian y esté afiliada a la Asociación Colombiana de Venta Directa (Acovedi).

Si comercializa productos para el consumo humano, éstos deben contar con los registros Invima. También debe contar con medios recaudos dentro del sistema financiero colombiano y alianzas bancarias para el pago de comisiones.

2. Tenga en cuenta el producto. La pregunta clave aquí es: ¿le gusta el producto que va a promover? ¿Lo consumiría, aunque no le paguen por hacerlo? Esto es fundamental si quiere tener un resultado extraordinario en su negocio. Además, debe tener en cuenta si el producto realmente funciona, si hace lo que dice que hace. Si el producto es para el bienestar humano, debe asegurarse de que realmente tiene un impacto en la salud de las personas.

3. Plan de compensación, plan de pagos, o plan de comisiones. Es la fórmula a través de la cual la empresa le recompensará financieramente por sus esfuerzos. Este aspecto es un poco técnico y requiere de un estudio minucioso a la hora de tomar una decisión. Pero en general es importante que el plan de comisiones cumpla con tres elementos básicos: comisiones iniciales, lo cual permitirá recuperar rápidamente la inversión inicial y generar ingresos adicionales atractivos para todos los futuros prospectos del negocio. Segundo, comisiones que incentiven la creación de equipos, las cuales permiten que ganes dinero mientras ayudas y entrenas a otras personas. Tercero, ingresos residuales. Una vez creadas grandes redes de empresarios y consumidores, el plan de compensación debe asegurarse que pueda recibir ingresos pasivos durante el resto de su vida y la de sus descendientes.

4. Sistema de apoyo que provee la empresa y el equipo de liderazgo. ¿Tienen un sistema de trabajo que ya ha sido probado que funciona? ¿Tienen experiencia entrenando a los distribuidores independientes? ¿Hay historias de éxito en el mercado colombiano? ¿Hay eventos que le permitirán educar y crecer exponencialmente tu equipo de trabajo? ¿Hay herramientas, físicas y virtuales, que le permitirán multiplicar su tiempo y esfuerzo?

Si va a entrar a este tipo de negocios recuerde que es una decisión importante. Una decisión que puede definir su futuro financiero y su rumbo en este nuevo panorama económico. El mercadeo multinivel no es perfecto, pero es un excelente camino para avanzar hacia algunas nuevas metas. Es un camino en el que puede ganar mucho dinero y también desarrollar nuevas habilidades, crecer como persona y ayudar a otros a hacer lo mismo.

Si pensaba que la única opción para pensionarse es hacerlo después de cumplir los 60 años... ¡piénselo de nuevo!

José López, arquitecto y coach empresarial

Publicado en Portafolio el 6 de Julio de 2015

<http://www.portafolio.co/opinion/marketing-multinivel-colombia>

LECCIONES PARA DESTACAR		
	1	Las mega tendencias son grandes fuerzas transformadoras globales que afectan a todas y cada una de las personas en el planeta
	2	La importancia de la identificación y análisis de las mega tendencias radica no sólo en la previsión de los acontecimientos que pueden transformar la vida social y los mercados, sino en el potencial de utilizarlos, de modificarlos, o en su caso atenuarlos y de actuar en consecuencia
	3	El análisis de megatendencias ofrece información que permite detectar oportunidades de negocio de acuerdo al: • Potencial de desarrollo de clusters regionales existentes o futuros • Utilización de la red existente o potencial de conocimiento • Búsqueda de productos nuevos de alto valor agregado con gran potencial
LOGRO		Se identifica el concepto de megatendencias a la vez que se describen algunas de las consideradas principales megatendencias de la actualidad. para la generación de ideas.

PISTAS DE APRENDIZAJE



Recuerde que: Megatendencia es una dirección que toman simultáneamente varios aspectos de la sociedad (tecnología, sistemas de producción, nuevos productos, preferencias de consumo, comportamientos, etc.), cuyo impacto es perceptible a un segmento importante de la sociedad por un largo tiempo. De hecho, muchas megatendencias se convierten en parte de la cotidianidad

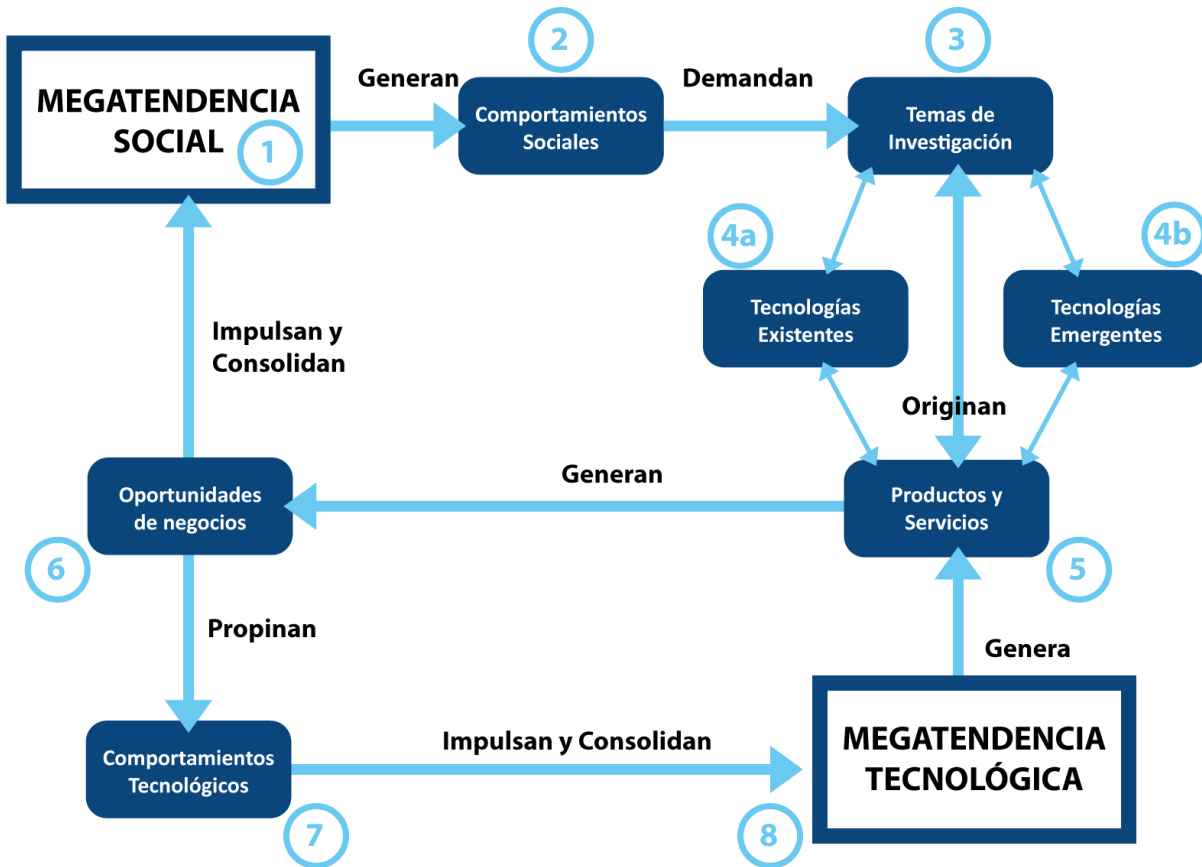
Tenga en cuenta: La importancia de la identificación y análisis de las megatendencias radica no sólo en la previsión de los acontecimientos que pueden transformar la vida social y los mercados, sino en el potencial de utilizarlos, de modificarlos, o en su caso atenuarlos y de actuar en consecuencia

Traiga a la memoria: El análisis de megatendencias ofrece información que permite detectar oportunidades de negocio de acuerdo al:

- Potencial de desarrollo de clusters regionales existentes o futuros
- Utilización de la red existente o potencial de conocimiento
- Búsqueda de productos nuevos de alto valor agregado con gran potencial

3.2 TEMA 2 MEGATENDENCIAS SOCIALES

Modelo de la relación entre las megatendencias sociales y tecnológicas

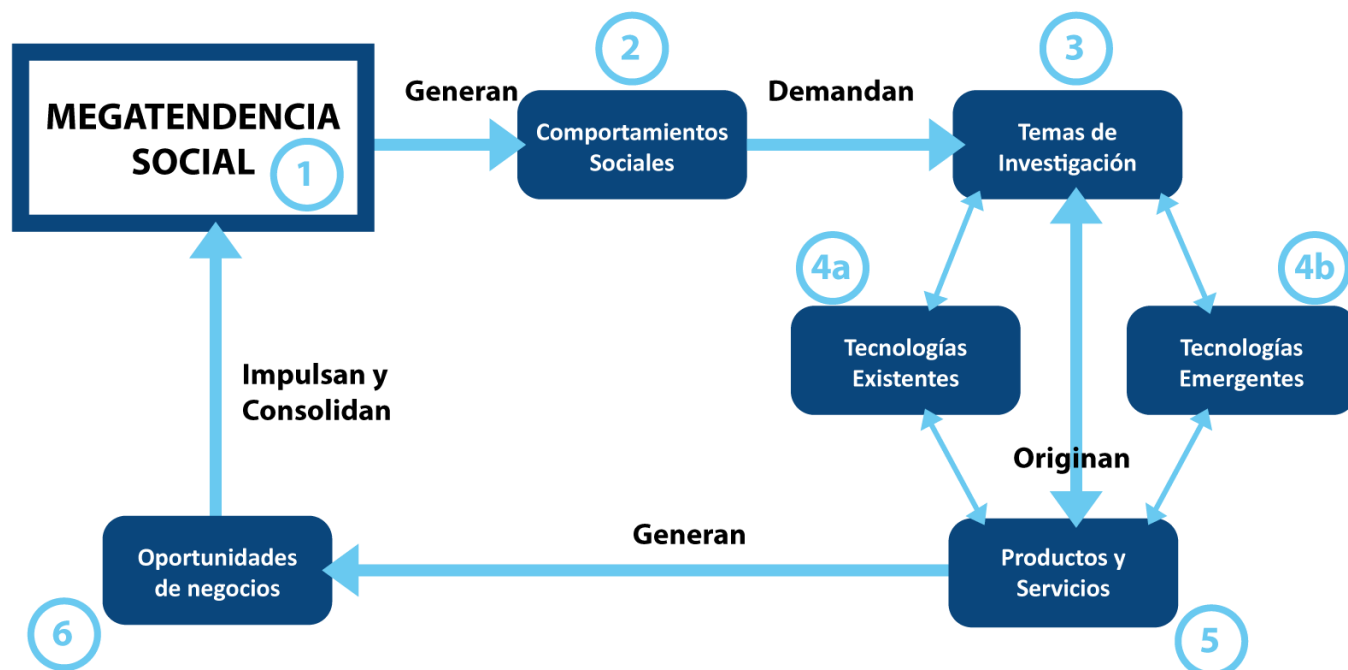


Fuente: FEMSA y Tecnológico de Monterrey (2009)

Las megatendencias sociales se asocian al concepto de market pull y significa que la oportunidad de negocio se origina como respuesta a una demanda de la sociedad y que se traduce en productos y servicios.

En las megatendencias sociales, un cambio sociológico, ético, ideológico, moral, de percepción o valoración, genera nuevos comportamientos sociales, que desmandan el desarrollo tecnológico necesario para producir bienes y servicios, que a su vez fortalecen y aceleran la megatendencia, esta lógica se denomina market pull.

CICLO DE LAS MEGATENDENCIAS SOCIALES



Fuente: FEMSA y Tecnológico de Monterrey (2009)

MEGATENDENCIAS SOCIALES

TENDENCIA	DESCRIPCIÓN	DETONADOR	QUE GENERA	ÁREAS DE IMPACTO
CONSUMIDOR ECOLÓGICO	Consumidores con estilos de vida saludables que prefieren productos menos contaminantes, orgánicos y comportamientos respetuosos del medio ambiente.	Conciencia Verde	• Mayor demanda en el consumo de alimentos “naturales” u “orgánicos” • Aumento en el uso de energías alternativas • Producción de bienes y servicios más ecológicos • Cambios en las formas y estilos de vida	• Agricultura y alimentos • Generación y aprovechamiento de energía Manufactura Industria automotriz
EDUCACIÓN PERSONALIZADA, VITALICIA Y UNIVERSAL	Educación más equitativa, de mayor flexibilidad en su acceso, independiente del tiempo y el espacio, basada en el desarrollo de capacidades para la adaptación	• Tecnologías de la información y las comunicaciones, • Cambio en la pirámide poblacional. • Cambios en la demanda del mercado laboral • La virtualización	• Educación a distancia • Flexibilidad en los procesos de trabajo • Digitalización de la información • Nuevos modelos y nuevas situaciones de enseñanza-aprendizaje	• Educación • Telecomunicaciones • Capacitación de recursos humanos • Computación

			Facilitación de acceso al conocimiento	
EL MUNDO UN GRAN CENTRO COMERCIAL	Tecnologías de telecomunicaciones e inalámbricas que permitirán enlazar aparatos personales con medios electrónicos de compra/venta de productos y servicios	- Internet - Apertura de los mercados - Medios de comunicación - Facilidades de crédito al consumidor - Globalización cultural.	- Movimiento hacia el comercio global libre - Estandarización de productos - Comercio en línea (dinero electrónico) - La estandarización de idioma y monedas	- Telecomunicaciones - Electrónica y computación - Comercio global - Informática
GESTIÓN SUSTENTABLE DE BIENES Y GOBERNANZA LOCAL	Confluencia de elementos culturales, tecnológicos, políticos, económicos y geográficos y demográficos de carácter global en la concepción, generación y consumo de bienes y servicios.	- Aumento en tratados de libre comercio - Crecimiento exponencial de las Tecnológicas de la información y las comunicaciones - Políticas públicas con un enfoque en la educación	- Nuevos procesos y nuevos actores como participantes en la distribución internacional de los recursos - Conformación de Estados transnacionales - Aumento en la cooperación multilateral - Aumento de las empresas que hacen tercerización (outsiders)	- Telecomunicaciones - Electrónica y computación - Comercio y logística - Gobierno - Economía

MERCADOTECNIA ESPECIALIZADA	Mercadotecnia dirigida a una persona en particular o grupos de personas tomando en cuenta género, edad, educación, grupo étnico, nivel cultural o intereses, utilizando publicidad personalizada para la venta en línea	• Desarrollo del Internet • La evolución de la inteligencia artificial • La mejora en los servicios de logística y la creación de nuevas formas de pago	• Creación de nuevos segmentos de mercado • Demanda de productos con características específicas de acuerdo a necesidades individuales • Cambio en las tecnologías de producción masiva a tecnologías de producción ligera	• Telecomunicaciones • Comercio • Industria • Mercadotecnia • Inteligencia de negocios
NUEVA ESTRUCTURA DEMOGRÁFICA Y FAMILIAR	Cambio en la estructura demográfica de los países (pirámides poblacionales) y en el comportamiento de las familias (roles familiares, miembros que habitan en varios países, matrimonios de diferentes culturas, etc.)	• El nuevo rol de la mujer • El incremento de la migración • El aumento en la esperanza de vida • Las nuevas formas y estilos de vida.	• Nuevas demandas por grupo de edad • Nuevos comportamientos familiares • Mayor demanda para los profesionales de la salud • Nuevos esquemas de apoyo familiar • Nuevos patrones de gasto	• Salud • Nutrición • Vivienda • Educación

SALUD TECNOLÓGICA	El cuidado de la salud utilizará el desarrollo de nuevas tecnologías para resolver problemas que permitirán incrementar el cuidado de la salud y alargar la edad promedio de vida con mejores condiciones de salud.	• Innovaciones tecnológicas • Desarrollo de nuevos fármacos • El aumento generalizado por el cuidado de la salud.	• El surgimiento de e-Salud (prevención, diagnóstico, tratamiento con sistemas electrónicos) • Reducción de costos y la solución llegan a lugares más remotos (telemedicina) • Cambios en las pirámides poblacionales • Debate sobre la clonación y generación de tejidos humanos.	• Biotecnología • Inteligencia artificial • Nano medicina • Electrónica y computación
VIRTUALIDAD COTIDIANA	Los círculos familiares, sociales, el trabajo, la educación, el arte, la cultura, el entretenimiento y los ejercicios políticos se realizan por medios virtuales.	• La aparición del Internet • La globalización • La estandarización de patrones de vida • el desarrollo de las tecnologías de información y comunicaciones	• Aparición de nuevas comunidades virtuales (Facebook, Second Life, etc.) • La conformación de empresas globales • Nuevas formas de comunicación • Educación a distancia	• Telecomunicaciones • Comercio • Medicina • Educación • Gobierno

Fuente: FEMSA y Tecnológico de Monterrey (2009)

LECCIONES PARA DESTACAR	
1	Las megatendencias tecnológicas se relaciona con el technology push, que busca comercializar una innovación científica o tecnológica sin tener todavía definido un mercado
2	Las megatendencias sociales se asocian al concepto de market pull y significa que la oportunidad de negocio se origina como respuesta a una demanda de la sociedad y que se traduce en productos y servicios.
LOGRO	Se ha identifican las diferencias y relaciones entre megatendencias tecnológicas y sociales

3.2.1 EJERICICIO DE APRENDIZAJE

Nombre del taller de aprendizaje: Reforzando conceptos	Datos del autor del taller: Andrés Mauricio Higueta Palacio
Escriba o plantee el caso, problema o pregunta: 1. Forma de distribución de productos y servicios, directamente desde el fabricante al consumidor final, sin intermediarios que se ha convertido en una de las principales Megatendencias de la actualidad. a. Mercadotecnia Especializada b. Network Marketing c. El Mundo un gran centro comercial d. Industria del Bienestar 2. Megatendencia Cuyo Detonador es Apertura de Mercados	



a. Gestión Sustentable de Bines y gobernanza Local

b. Salud tecnológica

c. El Mundo Gran centro comercial

d. Nueva Estructura Demográfica y Familiar

3. El Concepto de Market Pull está relacionado con:

a. Megatendencias Sociales

b. Megatendencia Política

c. Megatendencia Tecnológica

d. Megatendencia Económica

4. Megatendencia Cuyo Detonador es Aumento de Tratados de Libre Comercio

a. Gestión Sustentable de Bines y gobernanza Local

b. Salud tecnológica

c. El Mundo Gran centro comercial

d. Nueva Estructura Demográfica y Familiar

5. Así se denomina a las grandes fuerzas transformadoras globales que afectan a todas y cada una de las personas en el planeta

a. Moda

b. Megatendencia

c. Tendencia

d. Prospectiva



6. Ley que regula en Colombia el Mercadeo en Red o Network Marketing haciéndolo una actividad legal y seria en el país

- a. Ley 1700 de 2011
- b. Ley 2500 de 2015
- c. Ley 1700 de 2013
- d. No existe ninguna ley

7. Dos características propias de la mega tendencia emprendimiento en alza es que los emprendedores cada vez son

- a. Más jóvenes – Más mujeres emprendiendo
- b. Más Innovadores – Más Profesionales
- c. Más Educados – Mas Creativos
- d. Mas por necesidad – Mas Mujeres

8. Megatendencia Cuyo Detonador es el nuevo rol de la mujer

- a. Gestión Sustentable de Bines y gobernanza Local
- b. Salud tecnológica
- c. El Mundo Gran centro comercial
- d. Nueva Estructura Demográfica y Familiar

9. Megatendencia Cuyo Detonador es el aumento generalizado por el cuidado de la salud

- a. Gestión Sustentable de Bines y gobernanza Local
- b. Salud tecnológica
- c. El Mundo Gran centro comercial
- d. Nueva Estructura Demográfica y Familiar

10 El concepto de Technology Push esta relacionado con

- a. Megatendencias Sociales
- b. Megatendencia política
- c. Megatendencia Tecnológica
- d. Megatendencia Económica

Solución del taller:

- 1. b
- 2. c
- 3. a
- 4. a
- 5. b
- 6. c
- 7. a
- 8. d
- 9. b
- 10. c

3.2.2 TALLER DE ENTRENAMIENTO

Nombre del taller: Aplicando Cocimientos

Modalidad de trabajo: Trabajo Escrito

Actividad previa:

- 1. Estudio profundo de los temas 1 y 2 de la unidad 1.
- 2. Identificar en internet y estudiar casos relacionados con las megatendencias descritas
- 3. Explorar y estudiar en la bibliografía Sugerida.

Describe la actividad:

A partir del contexto en que se desenvuelve.

- 1. Seleccione 5 de las megatendencias descritas y realice un trabajo de cómo ellas están impactando en la region o localidad en la que se desenvuelve.

4 PISTAS DE APRENDIZAJE

Recuerde que: Las empresas conviven diariamente en un mundo cambiante y competitivo, por lo que deben proveer el futuro para poder actuar proactivamente

Tenga en cuenta: La prospectiva no tiene por objeto predecir el futuro. El futuro no está escrito en ninguna parte. La prospectiva trata de construirlo. Se trata de un proceso sistemático, participativo, de construcción de una visión a largo plazo para la toma de decisiones en la actualidad y la movilización de las acciones conjuntas.

Traiga a la memoria: Que el enfoque de la planeación prospectiva debe ser:

- Sistémico
- Participativo
- Holístico

Recuerde que: La geopolítica y la globalización son fenómenos mundiales que deben tener en cuenta las empresas actuales para su toma de decisiones

Tenga en cuenta: La globalización implica un cambio de mentalidad muy importante a la hora de diseñar la actividad empresarial y su management

Traiga a la memoria Que la globalización trae consigo la necesidad de considerar los siguientes aspectos: Aprovechamiento de economías de escalas, Nueva división del trabajo, Mejor utilización de los recursos disponibles, mayor incorporación de tecnología

Recuerde que: Megatendencia es una dirección que toman simultáneamente varios aspectos de la sociedad (tecnología, sistemas de producción, nuevos productos, preferencias de consumo, comportamientos, etc.), cuyo impacto es perceptible a un segmento importante de la sociedad por un largo tiempo. De hecho, muchas megatendencias se convierten en parte de la cotidianidad

Tenga en cuenta: La importancia de la identificación y análisis de las megatendencias radica no sólo en la previsión de los acontecimientos que pueden transformar la vida social y los mercados, sino en el potencial de utilizarlos, de modificarlos, o en su caso atenuarlos y de actuar en consecuencia

Traiga a la memoria El análisis de megatendencias ofrece información que permite detectar oportunidades de negocio de acuerdo al:

- Potencial de desarrollo de clusters regionales existentes o futuros
- Utilización de la red existente o potencial de conocimiento
- Búsqueda de productos nuevos de alto valor agregado con gran potencial

Recuerde que: Las megatendencias tecnológicas se relaciona con el *technology push*, que busca comercializar una innovación científica o tecnológica sin tener todavía definido un mercado.

Tenga en cuenta: Las megatendencias sociales se asocian al concepto de *market pull* y significa que la oportunidad de negocio se origina como respuesta a una demanda de la sociedad y que se traduce en productos y servicios.

Traiga a la memoria El Network Marketing es una megatendencia mundial como tal y generalmente está asociada a la megatendencia del bienestar y a la del Marketing especializado

5 GLOSARIO

Prospectiva Ciencia que se dedica al estudio de las causas técnicas, científicas, económicas y sociales que aceleran la evolución del mundo moderno, y la previsión de las situaciones que podrían derivarse de sus influencias conjugadas.

Método Delphi consiste en preguntarle a un grupo de personas (expertos y no expertos en el tema bajo análisis) sus opiniones (juicios de valor basados en conocimiento, experiencia, imaginación, sentido común o intuición), acerca del comportamiento a futuro de un grupo dado de variables (factores de cambio o “drivers”), con la finalidad de tener una idea lo más clara posible de la situación futura que esas variables producirán.

Probabilidades de Bayes es la aplicación de las fórmulas derivadas del Teorema de Bayes a la determinación de las llamadas probabilidades revisadas; y que están asociadas a un conjunto dado de hipótesis (escenarios posibles) mutuamente excluyentes, como consecuencia de la interacción de variables generadoras de futuros (“drivers”).

Matriz Impacto Cruzado su lógica básica subyacente consiste en hacer una exploración del futuro (prospectiva) sobre la base de las interacciones de una serie de variables (“drivers”) que pueden o no tener influencia sobre el tema bajo análisis dentro del horizonte temporal considerado.

Exploración de Entorno es una técnica muy simple de aprender pero muy poderosa por el nivel de análisis que permite, y que se basa en la identificación de variables de cambio (“drivers”) mediante el empleo de diferentes enfoques temáticos.

Análisis Morfológico esta técnica persigue explorar todas las posibilidades en las que pueda evolucionar un sistema determinado. Para ello, es preciso identificar con gran precisión lo que se denominan los parámetros caracterizadores del tema bajo estudio.

Geopolítica La geopolítica es la ciencia que, a través de la geografía política, los estudios regionales y la historia, estudia la causalidad espacial de los sucesos políticos y sus futuros efectos.

Globalización es un proceso económico, tecnológico, social y cultural a escala planetaria que consiste en la creciente comunicación e interdependencia entre los distintos países del mundo uniendo sus mercados, sociedades y culturas, a través de una serie de transformaciones sociales, económicas y políticas que les dan un carácter global

Megatendencia es una dirección que toman simultáneamente varios aspectos de la sociedad (tecnología, sistemas de producción, nuevos productos, preferencias de consumo, comportamientos, etc.), cuyo impacto es perceptible a un segmento importante de la sociedad por un largo tiempo. De hecho, muchas megatendencias se convierten en parte de la cotidianidad

6 BIBLIOGRAFÍA

- EY (2015) Megatendencias para 2015, entender el mundo en constante movimiento. Recuperado el 20 de octubre [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-megatendencias-para-2015-entender-el-mundo-en-constante-movimiento/\\$FILE/ey-megatendencias-para-2015-entender-el-mundo-en-constante-movimiento.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-megatendencias-para-2015-entender-el-mundo-en-constante-movimiento/$FILE/ey-megatendencias-para-2015-entender-el-mundo-en-constante-movimiento.pdf)
- Grupo de Desarrollo Regional del Tecnológico de Monterrey Las Megatendencias sociales actuales y su impacto en la identificación de oportunidades estratégicas de negocios. Recuperado el 20 de junio de 2015. [http://gestionestrategica.wikispaces.com/file/view/MegatendenciasSociales_y_su_ImpactoOportunidadesEstrategicas\(1\)+copia+copia.pdf](http://gestionestrategica.wikispaces.com/file/view/MegatendenciasSociales_y_su_ImpactoOportunidadesEstrategicas(1)+copia+copia.pdf)
- Guzmán, Vásquez Alexander; Trujillo Dávila María Andrea (2007). Desafíos globales como megatendencias empresariales. Revista Universidad & Empresa. Volumen 9, Número 12. Universidad del Rosario. <http://revistas.urosario.edu.co/index.php/empresa/article/view/969/868>
- Ortega San Martini, Fernando LA PROSPECTIVA: Herramienta indispensable de planeamiento en una era de cambios <http://www.oei.es/salactsi/PROSPECTIVA2.PDF>