

1. MAPEO DE OPORTUNIDADES



Identificar capacidades, fortalezas y necesidades para implementar estrategias de explotación del dato.

Las herramientas que abordarás en el presente capítulo serán:

- Mapa de proceso y experiencia de cliente
- Mapa de contexto
- Lienzo de tendencias
- DOFA (Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas)
- **Caracterización de oportunidades**
- Priorización de oportunidades





Caracterización de oportunidades

Conceptos clave

OPORTUNIDADES DEL "DOFA" Y OPORTUNIDADES DE MEJORA DENTRO DE LA HERRAMIENTA "CARACTERIZACIÓN DE OPORTUNIDADES"

Las oportunidades identificadas a través de la herramienta "DOFA" se derivan de factores externos a la organización y no abarcan la totalidad de las oportunidades que pueden ser identificadas, ya que estas últimas pueden surgir del análisis de otras herramientas. Por otro lado, las oportunidades que se buscan identificar en la herramienta "Caracterización de oportunidades" se originan del análisis de los descubrimientos obtenidos a través de las herramientas "Mapa de proceso y experiencia de cliente", "Mapa de contexto", "Lienzo de tendencia" y "DOFA", y tienen como objetivo impactar directamente en la operación del negocio.

Caracterización de oportunidades

Introducción



45 Minutos



3 - 4 Personas



Pensamiento
creativo



Pensamiento
lógico

La función principal de esta herramienta es clasificar y caracterizar las oportunidades identificadas dentro de las herramientas "Mapa de proceso y experiencia de cliente", "Mapa de contexto", "Lienzo de tendencia" y "DOFA" para facilitar su posterior priorización de los hallazgos. De este modo, es posible centralizar los esfuerzos del equipo en el desarrollo de las oportunidades con mayor potencial para el negocio.

La herramienta comienza definiendo la visión del negocio, luego permite clasificar las oportunidades identificadas de acuerdo con el beneficio que entregan, para dar paso a la priorización de oportunidades mejor relacionadas con la visión del negocio y, por último, la caracterización de las mismas.

Es importante mencionar que las oportunidades clasificadas dentro de esta herramienta surgen del análisis de todas las herramientas previas a esta dentro de la fase oportunidades.

Al completar la herramienta, contarás con tres oportunidades priorizadas y caracterizadas, identificando datos de valor que pueden enriquecerlas.



Caracterización de oportunidades

Recomendaciones

Antes



Asegúrate de tener una visión clara de tu negocio. En caso de que necesites construirla, recuerda tener en cuenta tu propósito empresarial, tus objetivos a largo plazo y los valores diferenciales de tu negocio.

Durante



Al determinar los niveles de impacto y esfuerzo para cada una de las oportunidades priorizadas, recuerda tener en cuenta los conceptos planteados en el paso a paso que se describe a continuación.

Al momento de evaluar y determinar las oportunidades, enfócate principalmente en aquellas que estén alineadas con la visión establecida para tu negocio y que generen un valor significativo tanto para tus clientes como para tus colaboradores.

Además, evalúa la viabilidad de combinar oportunidades que compartan similitudes o que se complementen entre sí, con el objetivo de potenciar su impacto.

Después



Las oportunidades caracterizadas por esta herramienta servirán como insumo para la matriz de "Priorización de oportunidades", en la cual, a través del análisis con tu equipo, se llevará a cabo el proceso de priorización para determinar qué oportunidad tiene el potencial de ser implementada en tu negocio.

Caracterización de oportunidades

Paso a paso

Para completar la herramienta, las actividades a realizar están numeradas. Cada número en la herramienta corresponde a un paso o actividad específica que debes seguir y que se mencionan a continuación:

1. Visualiza el desarrollo futuro de tu negocio en los próximos años y plasma esa visión. ¿Cómo visualizas el desarrollo de tu empresa en los siguientes años?
2. Clasifica todas las oportunidades identificadas según el tipo de beneficio que entregan, ya sea servicio o producto, experiencia del cliente, proceso o estructura.
3. Analiza con tu equipo las oportunidades clasificadas y seleccionen las tres que consideren más relevantes de acuerdo con la visión de tu negocio.
4. Menciona los datos que pueden ser de utilidad para el desarrollo de cada una de las tres oportunidades priorizadas.
5. Señala las fuentes de los datos que apalancan cada una de las oportunidades

Puedes encontrar diferentes fuentes de datos tales como:

- **Abiertas:** fuentes de datos públicos y de libre acceso disponibles para su uso.
- **Propios:** fuentes de datos locales, o datos que genera o captura el negocio con sus actividades principales y/o adyacentes.

- **Clientes:** Datos suministrados de manera voluntaria por los clientes o usuarios de tu negocio. Pueden estar relacionados o no con la tu actividad y te permiten caracterizar a tus segmentos de clientes y su percepción frente a tu negocio.

- **Terceros:** Fuentes de datos adquiridos a organizaciones que se dedican a recolectar datos sin tener una relación directa con clientes o consumidores.

- **Asociaciones o gremios:** Datos generados por estudios e investigaciones de asociaciones o gremios que buscan beneficiar a un sector en específico.

Caracterización de oportunidades

Paso a paso

Para completar la herramienta, las actividades a realizar están numeradas. Cada número en la herramienta corresponde a un paso o actividad específica que debes seguir y que se mencionan a continuación:

6. Identifica los procesos más adecuados para agregar valor a los datos en cada una de las oportunidades priorizadas. Recuerda las definiciones de algunos procesos que aportan valor a los datos:
 - **Describir:** Consiste en presentar los datos de manera organizada para comprender su significado y relevancia. Ayuda a comprender una situación en específico.
 - **Analizar:** Implica examinar los datos para identificar patrones, tendencias o señales que puedan guiar decisiones empresariales.
 - **Proyectar:** Se refiere a utilizar los datos para predecir tendencias futuras o resultados potenciales.
 - **Compartir:** Se trata de difundir los datos relevantes con los miembros clave de la organización para informar y colaborar en la toma de decisiones.
 - **Vender:** Implica utilizar los datos como un activo comercial, ofreciéndolos a otras partes interesadas.
 - **Enriquecer:** Consiste en mejorar la calidad o el valor de los datos mediante la incorporación de información adicional o el refinamiento de su estructura.
7. Selecciona el nivel de impacto de cada una de las tres oportunidades priorizadas, considerando los siguientes tipos de impacto:
 - **Impacto bajo:** la oportunidad tiene baja incidencia en el negocio; desarrollarla no ocasionaría cambios ni beneficios significativos para el negocio.
 - **Impacto medio:** la oportunidad tiene posibilidades de generar cambios moderados en el negocio. Los beneficios resultantes del desarrollo de la oportunidad ayudan a potenciar el negocio.
 - **Impacto alto:** la oportunidad puede ocasionar cambios positivos para el negocio y ayudar a aproximarse a su visión futura.
8. Selecciona el nivel de esfuerzo necesario para cada oportunidad, considerando los siguientes tipos de esfuerzo:
 - **Esfuerzo bajo:** requiere pocos recursos y es de rápida implementación, tiene pocas barreras técnicas y no implica interrupción significativa de las operaciones.
 - **Esfuerzo medio:** requiere recursos al alcance del negocio y un tiempo moderado de implementación. Puede involucrar cambios en la estructura o procesos del negocio y asesoramiento técnico.
 - **Esfuerzo alto:** requiere una inversión considerable en recursos y tiempo. Implica riesgos e incertidumbre, requiere planificación, asesoramiento técnico y el apoyo de distintas áreas. Puede afectar temporalmente el desarrollo de las operaciones.

Caracterización de oportunidades

Herramienta

1 ¿Cuál es la visión futura de tu negocio?

Oportunidades de mejora para el servicio o producto	Oportunidades de mejora para la experiencia del cliente	Oportunidades de mejora para el proceso o estructura de negocio

2

Enlista las tres oportunidades priorizadas	¿Qué datos pueden apalancar la oportunidad?	5 Selecciona la fuente de datos	6 ¿Qué hacer con los datos?	7 Nivel impacto	8 Nivel esfuerzo
①		Abierto <input type="checkbox"/> Propios <input type="checkbox"/> Clientes <input type="checkbox"/> Terceros <input type="checkbox"/> Asociación <input type="checkbox"/>	Describir <input type="checkbox"/> Analizar <input type="checkbox"/> Proyectar / predecir <input type="checkbox"/> Compartir <input type="checkbox"/> Vender <input type="checkbox"/> Enriquecer los datos <input type="checkbox"/>	Bajo <input type="checkbox"/> Medio <input type="checkbox"/> Alto <input type="checkbox"/>	Bajo <input type="checkbox"/> Medio <input type="checkbox"/> Alto <input type="checkbox"/>
②		Abierto <input type="checkbox"/> Propios <input type="checkbox"/> Clientes <input type="checkbox"/> Terceros <input type="checkbox"/> Asociación <input type="checkbox"/>	Describir <input type="checkbox"/> Analizar <input type="checkbox"/> Proyectar / predecir <input type="checkbox"/> Compartir <input type="checkbox"/> Vender <input type="checkbox"/> Enriquecer los datos <input type="checkbox"/>	Bajo <input type="checkbox"/> Medio <input type="checkbox"/> Alto <input type="checkbox"/>	Bajo <input type="checkbox"/> Medio <input type="checkbox"/> Alto <input type="checkbox"/>
③		Abierto <input type="checkbox"/> Propios <input type="checkbox"/> Clientes <input type="checkbox"/> Terceros <input type="checkbox"/> Asociación <input type="checkbox"/>	Describir <input type="checkbox"/> Analizar <input type="checkbox"/> Proyectar / predecir <input type="checkbox"/> Compartir <input type="checkbox"/> Vender <input type="checkbox"/> Enriquecer los datos <input type="checkbox"/>	Bajo <input type="checkbox"/> Medio <input type="checkbox"/> Alto <input type="checkbox"/>	Bajo <input type="checkbox"/> Medio <input type="checkbox"/> Alto <input type="checkbox"/>



Caracterización de oportunidades

¿Cuál es la visión futura de tu negocio?

Oportunidades de mejora para el servicio o producto

Oportunidades de mejora para la experiencia del cliente

Oportunidades de mejora para el proceso o estructura de negocio

Enlista las tres oportunidades priorizadas

¿Qué datos pueden apalancar la oportunidad?

Selecciona la fuente de datos

¿Qué hacer con los datos?

Nivel impacto

Nivel esfuerzo

1

Abierto
Propios
Clientes
Terceros
Asociación

Describir
Analizar
Proyectar / predecir
Compartir
Vender
Enriquecer los datos

Bajo
Medio
Alto

Bajo
Medio
Alto

2

Abierto
Propios
Clientes
Terceros
Asociación

Describir
Analizar
Proyectar / predecir
Compartir
Vender
Enriquecer los datos

Bajo
Medio
Alto

Bajo
Medio
Alto

3

Abierto
Propios
Clientes
Terceros
Asociación

Describir
Analizar
Proyectar / predecir
Compartir
Vender
Enriquecer los datos

Bajo
Medio
Alto

Bajo
Medio
Alto



Créditos de imágenes:

Foto de olia danilevich de Pexels: www.pexels.com/es-es/foto/escritorio-mujer-sentado-sillas-8145241/
Foto de Freepik: www.freepik.es/foto-gratis/autentica-agencia-marketing-pequena-joven_94964048.htm#page=2&query=business%20team&position=0&from_view=search&track=ais&uuiid=7fd3277b-4e5c-4a65-a710-b646c9ca348

Foto de Freepik: https://img.freepik.com/foto-gratis/ejecutivo-sexo-femenino-que-lee-notas-adhesivas_1170-1710.jpg?w=360&t=st=1706728128-exp=1706728728-hmac=cab18efc5dcb745823d03d1be5d9ca0509bd2a345a0fd0e6b7a6e0448e78600f

