

# CERTIFICADO

## Registro Público del Derecho de Autor

Para los efectos de los artículos 13, 162, 163 fracción I, 164 fracción I, 168, 169, 209 fracción III y demás relativos de la Ley Federal del Derecho de Autor, se hace constar que la **OBRA** cuyas especificaciones aparecen a continuación, ha quedado inscrita en el Registro Público del Derecho de Autor, con los siguientes datos:

**AUTOR:** MEJIA TREJO JUAN  
**TITULO:** APARATO PARA EL PROCESAMIENTO DE INFORMACION QUE CALCULA EL NIVEL Y DETERMINA PARA LA EMPRESA, UN NUEVO MODELO DE NEGOCIOS BASADO EN LA INNOVACION  
**RAMA:** PROGRAMAS DE COMPUTACION  
**TITULAR:** MEJIA TREJO JUAN

Con fundamento en lo establecido por el artículo 168 de la Ley Federal del Derecho de Autor, las inscripciones en el registro establecen la presunción de ser ciertos los hechos y actos que en ellas consten, salvo prueba en contrario. Toda inscripción deja a salvo los derechos de terceros. Si surge controversia, los efectos de la inscripción quedarán suspendidos en tanto se pronuncie resolución firme por autoridad competente.

Con fundamento en los artículos 2, 208, 209 fracción III y 211 de la Ley Federal del Derecho de Autor; artículos 64, 103 fracción IV y 104 del Reglamento de la Ley Federal del Derecho de Autor; artículos 1, 3 fracción I, 4, 8 fracción I y 9 del Reglamento Interior del Instituto Nacional del Derecho de Autor, se expide el presente certificado.

---

**Número de Registro:** 03-2020-121814203300-01

---

Ciudad de México, a 26 de febrero de 2021

EL DIRECTOR DEL REGISTRO PÚBLICO DEL DERECHO DE AUTOR

JESUS PARETS GOMEZ



SECRETARÍA DE CULTURA  
INSTITUTO NACIONAL DEL  
DERECHO DE AUTOR  
DIRECCIÓN DE REGISTRO PÚBLICO  
DEL DERECHO DE AUTOR



**CULTURA**  
SECRETARÍA DE CULTURA



**INDAUTOR**  
INSTITUTO NACIONAL DEL DERECHO DE AUTOR



SEP-INDAUTOR  
REGISTRO PUBLICO  
03-2020-121814203300-01

No. REGISTRO: 03-2020-121814203300-01  
TITULO : APARATO PARA EL PROCESAMIENTO DE  
INFORMACION QUE CALCULA EL NIVEL Y  
DETERMINA PARA LA EMPRESA, UN NUEVO MODELO  
TIPO TRAMITE : REGISTRO DE OBRA  
PRESENTACION: CD ROM

 INDAUTOR  
Instituto Nacional del Derecho de Autor

**EGRESOS DERIVADOS DE LA INNOVACIÓN.**

- MP3
- Videojuegos

**PATENTE # 5**

1 Disc | 4,7 GB | 120 min | 16X

**APARATO PARA EL PROCESAMIENTO DE INFORMACIÓN QUE CALCULA EL NIVEL Y DETERMINA PARA LA EMPRESA, UN NUEVO MODELO DE NEGOCIOS BASADO EN LA INNOVACIÓN.**

5

**CAMPO DE LA INVENCION**

La presente invención, se circunscribe en el campo de la **planeación de la innovación estratégica** de los diversos factores que componen el **modelo de negocios de una empresa** incorporados en un **aparato de cómputo** a fin de incrementar su competitividad.

10 La presente invención, es descrita mediante dos conceptos:

El **primero**, se hace a partir de la descripción de un **aparato de cómputo** que a través de hardware y software, permite ingresar, procesar, almacenar, recuperar y controlar datos para transformarlos en información para los **especialistas en planeación estratégica y alta dirección (EPE\_AD)** por sí mismo, a la vez de transmitirlos alámbrica, fibra óptica e inalámbricamente para interactuar con otros equipos, mediante un **sistema de información**.

15 El **segundo**, describe un **método** que se basa en el **análisis de generación del valor de la innovación a seleccionar** el cual es realizado por medio de un arreglo **matricial** donde a nivel de los  **renglones** se ingresan datos como descripción de las etapas de **estrategia** y **operación**, para ponderación de los **EPE\_AD**.

20 La etapa **estrategia**, se compone de la captura de datos en campos denominados **variables: (I) idea, (N) novedad en el mercado, (N) nuevo modelo de negocios, (O) organización, (V) análisis de la generación del valor a seleccionar, (A) capacidades, (R) recursos, (E) ejecución y control (modelo INNOVARE)**, con cálculo y análisis de riesgo correspondiente.

25 La etapa **operación** se compone de la captura de datos en campos denominados **variables: ejecución y control**. Cada **variable**, es posible subdividirla en **dimensiones e indicadores**, a libertad de los especialistas en planeación estratégica (**EPE**) y la alta dirección (**AD**). A nivel de **columnas** como componentes del **análisis de generación del**

**valor de la innovación a seleccionar**, la captura de datos son a su vez ponderados por los **EPE\_AD** tomando en cuenta **cada uno de los valores** que la empresa refleja en sus productos y/o servicios la cual es dividida en los campos denominados: **importancia del modelo actual de negocios percibida por el consumidor, comparativo de percepción del consumidor del actual modelo de negocios entre la empresa propia y las rivales del sector, metas de la planeación del nivel de innovación por los EPE\_AD, tipo de innovación en la cadena de valor de la empresa planeado por los EPE\_AD, total de nivel de mejoras, nivel de acción de innovación por etapa/variable/dimensión del modelo INNOVARE planeada por los EPE\_AD con cálculo y análisis de riesgo correspondiente**. Cada una de éstas, son posibles subdividir las y rotularlas a libertad de los **EPE\_AD**. Así, los **EPE\_AD** son integrados a un mismo tiempo para la revisión del actual modelo de negocios de una empresa, al cruzar tanto los datos de **columna vs. renglón**, produciendo información que es fuente para la evaluación del diseño y generación de la propuesta final de un **nuevo modelo de negocios basado en la innovación (NMNBI)**. Los productos, se basan en reportes y gráficos cualitativos/cuantitativos por cada etapa del modelo **INNOVARE** mostrando el modelo **actual de negocios** con el **NMNBI**. Éstos tienen la capacidad simular una serie de escenarios, los cuales dan indicio de si los cambios a realizar en el modelo actual, implican un **nivel de acción de innovación por etapa/variable/dimensión del modelo INNOVARE planeada por los EPE\_AD** en una innovación **radical o incremental** en **producto, servicio, procesos, mercadotecnia, organización, tecnología, etc.**, así como con **cálculo y análisis de nivel de riesgo: aceptable, tolerable, en riesgo, peligroso, muy peligroso**. De acuerdo a la variabilidad de dimensiones e indicadores del modelo **INNOVARE** para acciones de innovación clasificadas en: **baja, moderada e intensiva**, declarados previamente sus niveles a elección de los **EPE\_AD** y en referencia a la ponderación del **nivel de atributos de innovación planeado por los EPE\_AD** a alcanzar como consecuencia del estudio de **comparativo de planeación de los EPE\_AD del actual modelo de negocios entre la empresa propia y las rivales del sector** así

como **cálculo y análisis del nivel de riesgo: aceptable, tolerable, en riesgo, peligroso, muy peligroso.**

### ANTECEDENTES

5 El presente apartado está referido a definir lo que es un **modelo de negocio, sus componentes, sus usos**, y que sea **nuevo modelo de negocios basado en la innovación (NMNBI)**.

10 **1).- Un modelo de negocio**, es definido por varios autores de forma concordante, como: *las historia que explica cómo trabaja una empresa (Magretta, 2002); el centro lógico de una organización para crear valor (Linder y Cantrell, 2000); conjunto planeado de actividades (llamado en ocasiones: proceso de negocio) diseñado para obtener resultados de ingresos por conducto del mercado (Laudon y Trevor, 2000)*. Una definición mayoritariamente aceptada, que refuerza a lo anterior y enfocada a la propuesta de valor, es: *el valor que ofrece una compañía a uno o varios segmentos del mercado de*  
 15 *consumidores, la arquitectura de la empresa y su red de asociados para crear, comercializar y entregar este valor y su capital relacional, a fin de generar flujos de ganancias por ingresos sostenibles (Osterwalder y Pygneur, 2010)*. Por el lado de planeación, se tiene que: *es una representación abstracta de algún aspecto de la estrategia de la empresa (Seddon, et al. 2004)*.

20 **2).- Sobre los componentes de un modelo de negocios**, se han tenido enfoques diferentes que han evolucionado con el tiempo, iniciando por los que sólo lo consideran uno o varios elementos que intervienen en los negocios como los canales de distribución de productos y/o servicios, tal como el modelo de negocio de Dell, basado en *las ventas*  
 25 *directas con su modelo orden de compra-construcción (Kraemer et al., 2000)* hasta los más sofisticados como los que *generan flujo de ingresos (Schlachter ,1995; Fedwa, 1996; Sgriccia et al., 2007)*, que contemplan: suscripciones, publicidad, operaciones de venta en tienda, etc. Otros modelos, se basan en el tipo de *derechos que son puestos en venta* (ej. Los de uso pero no de propiedad) y la cantidad de transformación que realiza la

empresa (Weill et al., 2005). Existen los que consideran diferentes niveles de interrelación organizacional (Tapscott, et al., 2001) así como los que consideran el valor (Gordijn y Akkermans, 2001; ) y el proceso de empresa en su cadena de valor (Porter, 2001; Amitt y Zott,2001). Se hace destacable finalmente los trabajos de Osterwalder y Pygneur (2002), que enfatizan los aspectos relacionados tanto al: producto, a la infraestructura y al consumidor.

Así, **los componentes de la presente invención**, se tienen agrupados básicamente en un arreglo matricial, con **tres grupos de columnas**:

El primer grupo de **columnas**, muestra el concepto del modelo **INNOVARE**, presentando cada una de las etapas del proceso de la innovación a nivel de **estrategia y operación**, desglosándose a nivel  **renglones** en **variables, dimensiones e indicadores** tantos como los **EPE\_AD** requieran y de forma ilimitada..

El segundo grupo de **columnas**, se presenta lo correspondiente al **análisis de generación del valor de la innovación a seleccionar**, el cual realiza un cruce con cada uno de los  **renglones** que el modelo **INNOVARE** produce para realizar ponderaciones a nivel **captura de datos sugiriéndose sin ser limitativo con posibilidad de ajuste para los EPE\_AD, los valores: 1.-Nulo; 2.-Mínimo; 3.-Medio; 4.-Máximo** y desglosándose en:

a).- **Importancia del modelo actual de negocios percibida por el consumidor**, el cual reporta la **columna de modelo actual de negocios** y la **columna % de ponderación** del modelo **INNOVARE**.

b).- **Comparativo de percepción del consumidor del actual modelo de negocios entre la empresa propia y las rivales del sector.**

c).- **Metas de la planeación del nivel de innovación por los EPE\_AD**, con las **columnas: nivel del NMNBI planeada por los EPE\_AD; radio de mejora, nivel de fuerza de recursos planeada por los EPE\_AD del NMNBI** y finalmente la **columna ponderación dividida en columnas: absoluta, y columna % de mejora**, al 100% por cada variable, dimensión e indicador del modelo **INNOVARE**, que hayan dispuesto los **EPE\_AD**, sin limitaciones.

- c).- **Tipo de innovación en la cadena de valor de la empresa planeado por los EPE\_AD**, para los rubros sugeridos de: **producto, servicio, procesos, mercadotecnia, organización** y adicionales como: **tecnología, ambiente**, etc. de acuerdo a los requerimientos de los **EPE\_AD**, sin limitaciones. Por cada uno de ellos, se abren la
- 5 **columna nivel de atributos de la innovación planeada por los EPE\_AD.**
- d).-**Total nivel de mejoras del modelo INNOVARE.**
- e).-**Nivel de acción de innovación por etapa/ variable/ dimensión del modelo INNOVARE, planeada por los EPE\_AD**, sin limitaciones
- El tercer grupo de **columnas** denominado **alcances finales de la innovación por etapa**
- 10 **en la cadena de valor de la empresa**, que agrupa los renglones:
- f).-**Ponderación**, el cual se subdivide en los renglones: **absoluta y %de mejora.**
- g).-**Características de los atributos de innovación planeado por los EPE\_AD**
- h).- **Comparativo de planeación de los epe\_ad del actual modelo de negocios entre la empresa propia y las rivales del sector**, que contiene los datos técnicos de los
- 15 **productos y/o servicios innovadores**, tanto de la **empresa 1 (propia)**, con al menos otras dos empresas (rivales) y establece a juicio de los **EPE\_AD** las características que deberá tener el **NMNBI**
- i).-**Objetivo Empresa 1 (propia)**, que muestra los datos técnicos de los productos y/o servicios innovadores, de la **empresa 1 (propia)**.
- 20 **j).-Nivel de acción en el tipo de innovación planeado por los EPE\_AD**, calificado como **incremental y/o radical** por cada **atributo del tipo de innovación en la cadena de valor de la empresa planeado por los EPE\_AD.**
- k).- **Cálculo, reporte y gráficos del cálculo y nivel de riesgo por renglones resultando: aceptable, tolerable, en riesgo, peligroso y muy peligroso, considerando**
- 25 **el nivel de acción de innovación por etapa/variable/dimensión del Modelo INNOVARE (101) planeada por los EPE\_AD.**
- l) **Cálculo, reporte y gráficos del cálculo y nivel de riesgo por columnas resultando: aceptable, tolerable, en riesgo, peligroso y muy peligroso, considerando el tipo de**

**innovación en la cadena de valor de la empresa planeado por los EPE\_AD, por producto, servicio, proceso, mercadotecnia, organización, tecnología, etc.**

Todo lo anterior es posible subdividir las y rotular a libertad de los **EPE\_AD**, sin mayores limitaciones.

- 5 Se tiene la capacidad de realizar reportes y gráficos de sumatorias parciales de ponderación de cada una de las etapas y componentes que se justifica al dar la modularidad requerida y al dar poder de narrativa al modelo.

10 **3).- Los usos** que se dan a los modelos de negocios abarcan el uso de la tecnología para analizar, entender, explicación y comunicación, de lo que la empresa hace para lograr ingresos, lo que hace más precisa la especificación de necesidades del momento, para enfrentar el entorno político, económico, tecnológico, social, organizacional, ambiental, etc. (**Eriksson y Penker, 2000**). El estudiar los **modelos de negocios**, a los **EPE\_AD** les permite revelar lo que se requiere de los componentes actuales para evaluar, identificar y  
15 planear los recursos que lo estimularán para lograr, mediante la innovación, uno nuevo que le permita entrar al mercado con mayores ventajas competitivas de forma económica y a tiempo (**Goethals, 2011**) y si son mediante simulación con un **sistema de información**, se realizan grandes ahorros de recursos de todo tipo.

De hecho, se asegura que el no plantearlos de manera adecuada, a través de una clara  
20 descripción de sus componentes, correlaciones y narrativa, conlleva a resultados desastrosos particularmente si se explican en partes sin conexión entre partes o se da por entendido conceptos tan intangibles como la **innovación** (**Goethals, 2011; Linder y Cantrell, 2000**).

25 **4).- Sobre el rubro de lo nuevo modelo de negocios basado en la innovación (NMNBI)**, como modelo de negocios tenemos el problema de cómo hacer que las empresas puedan cambiar del modelo actual de negocios a uno que responda de forma integral a los procesos de las mismas, en los campos que el Manual de Oslo (**OCDE, 2005**), considera que la **innovación** debe incorporar, tales como son: el **producto**, el **servicio**, los

**procesos**, la **mercadotecnia**, la **organización**, con la posibilidad de integrar además otros más como: la **tecnología**, la **socialización**, etc. según lo requieran los **EPE\_AD**. Así, en la presente invención se toma en cuenta la **visión ambidiestra de acción de la empresa** (Markedis, 2013; O'Reilly y Tushman, 2004), en la cual, se deberá realizar un análisis tanto del modelo de negocios actual como base para la creación de uno nuevo, reflejando su independencia en unidades de **separación espacial y temporal, de estructura modular, con estrategia de unificación posterior**. Como se observa, se requiere por lo tanto de realizar con anticipación, emulaciones que den como resultado la viabilidad técnica que la presente invención aporta como **planeación estratégica de la innovación**.

Con lo anterior, se desprende la importancia estratégica de generar **NMNBI** dado que es un medio para que las empresas para lograr un rendimiento superior, del que incluso se han identificado más de *50 modelos de negocio o estrategias de mercadotecnia para la entrada* que tienen la capacidad de ser considerados por el **EPE\_AD** y adaptados en el campo **nuevo modelo de negocios** para valuarse en diversos escenarios de oportunidades de mercado y ajustarse de forma dinámica (Frankenberger, et al. 2011).

Un **NMNBI**, se define como una forma novedosa de cómo crear y capturar valor, el cual se logra a través del cambio de una o más componentes del modelo de negocios (**Amit and Zott, 2001; Chesbrough, 2010**); exceden el ámbito de sólo la introducción de un nuevo producto o la oferta de servicios y por lo tanto se abren oportunidades completamente nuevas de cómo participar en los intercambios económicos, difíciles de imitar dada su naturaleza compleja, siendo fuente de ventaja competitiva (más que el propio producto y/o servicio), con el logro notable de incremento de ingresos (**Demil and Lecocq, 2010; Mitchell and Coles, 2003; Teece, 2010**).

25

#### **LO QUE SE LOGRA CON LA INVENCIÓN Y QUE NO SE TIENE AL MOMENTO.**

Dadas las múltiples ventajas de los conceptos mencionados sobre la generación de un **NMNBI** y que en este momento no se tiene disponible para los responsables **EPE\_AD**, es

la articulación de un proceso integrador que los permita visualizar de una manera económica, amigable sin límites de carga de datos, de:

- 5 **a).- Un modelo de innovación que presente narrativa por etapas, que abarque **la idea, la novedad en el mercado, el nuevo modelo de negocios, el análisis de la generación del valor de la innovación a seleccionar, la organización, las capacidades, los recursos, la ejecución y control**, como lo realiza la presente invención del modelo **INNOVARE**.**
- 10 **b).-Una calificación de la percepción del consumidor sobre el **valor de la innovación** de los productos y/o servicios del **modelo actual de negocios**, así como sus etapas de **estrategia y/u operación**, para detección de mejora de oportunidades de negocio.**
- c).- Una calificación de la percepción del consumidor sobre el **valor de la innovación** de los productos y/o servicios del **modelo actual de negocios**, así como sus etapas de **estrategia y/u operación**, con respecto a las empresas rivales del sector.**
- 15 **d).- Una calificación de **comparativo de percepción del consumidor del actual modelo de negocios entre la empresa propia y las rivales del sector** sobre el **valor de la innovación** de los productos y/o servicios del **modelo actual de negocios**, en sus etapas de **estrategia y/u operación**.**
- 20 **e).- Una calificación de a **nivel de atributos como tipo de innovación en la cadena de valor de la empresa planeado por los EPE\_AD** sobre el **valor de la innovación**, sugerido en: **productos, servicio, proceso, mercadotecnia, organización, tecnología, ambiente, etc.**, con reporte y gráficos de **nivel de mejoras** para cada una de las etapas que conforman a la presente invención del modelo **INNOVARE**.**
- 25 **f).-Un **nivel de acción de innovación por etapa/variable/dimensión del modelo INNOVARE planeada por los EPE\_AD**, que permita seleccionar abiertamente y sin limitaciones niveles a declarar como: **baja, moderada, intensiva**.**
- g).- Determinar **alcances finales de la innovación por etapa en la cadena de valor de la empresa**, para cada **nivel de atributos del tipo de innovación en la cadena de valor de la empresa planeado por los EPE\_AD**, tomando en cuenta el **comparativo de****

**planeación de los epe\_ad del actual modelo de negocios entre la empresa propia y las rivales del sector** cualitativo/cuantitativo.

**h).- Determinar un nivel de acción en el tipo de innovación planeado por los EPE\_AD, con disponibilidad de ajuste para declarar innovación incremental o radical.**

5 **i).- Determinar diversos escenarios de combinaciones** modos de cálculo ya sea determinístico, aleatorio y/o probabilístico que reúna las suficientes combinaciones de variación de la presente invención del modelo **INNOVARE**, para toma de decisiones.

**j).- Se logran análisis por escenario que no arriesgan recursos financieros o estratégicos de la empresa.**

10 **k).- Reportes varios y gráficos que muestre el porcentaje de mejora para cada una de las etapas de la presente invención del modelo INNOVARE para hacer más clara la toma de decisiones por parte de los EPE\_AD.**

## REFERENCIAS

- 15 • Amit, R., Zott, C. (2001). Value creation in e-business. *Strategic Management Journal*. Vol. 22, p 493-520.
- Chesbrough H (2010). *Business Model Innovation: Opportunities and Barriers*. Long Range Planning 43(2-3): 354-363.
- Demil B and Lecocq X (2010). *Business Model Evolution: In Search of Dynamic Consistency*. Long Range Planning 43(2-3): 227-246.
- 20 • Eriksson, H., Penker, M. (2000). *Business Modeling with UML – Business Patterns at Work*. New York..John-Wiley & Sons
- Fedwa , C.S., *Business Models for Internetpreneurs*, tomado el 14 de Julio de 2014 de, <http://www.gen.com/iess/articles/art4.html>
- 25 • Frankenberger, K., Weiblen, T., Csik, M., Gassmann, O. (2011) *The 4I-framework of business model innovation: an analysis of the process phases and challenges*, tomado el 21 de Octubre de 2014 de <file:///C:/Users/jmt/Desktop/Frankenberger%20et%20al.,%202013,%20IJPd.pdf>

- Gordijn, J, Akkermans, J. (2001). Designing and Evaluating E-Business Models. *IEEE Intelligent Systems*. Vol. 16(4), pp. 11-17
- Goethals, F.G. (2011). Mindfully innovating your Business Model. *Gestión 2000*. edición: Septiembre-Octubre. France: IESEG School of Management (LEM-CNRS). pp.47-61.
- 5 • Jansen, W., Steenbakkens, W., Jägers, H. (2007). *New Business Models for the Knowledge Economy*. USA. Gower Publishing
- Kraemer, K.L., Dedrick, J., Yamashiro, S.(2000). Refining and extending the business model with information technology : Dell Computer Corporation. *The Information Society*. Vol.16, pp. 5-21.
- 10 • Laudon, K.C.; Traver, C.G. (2008). *E-commerce business, technology, society*. USA. Pearson Education.
- Mitchell, D.W., Coles C. (2003). The ultimate competitive advantage of continuing business model innovation. *Journal of Business Strategy*. Vol. 24(5): pp. 15-21.
- O'Reilly, CH.A.; Tushman, M.L. (2004). The Ambidextrous Organization. *Harvard Business Review*.USA. p. 1-9.
- 15 • Osterwalder, A., Pygneur, Y. (2010). *Business Model Generation*. USA: John Wiley & Sons.
- Osterwalder , A., Pigneur, Y. (2002). An eBusiness Model Ontology for Modeling eBusiness, *Proceedings of the 15th Bled Electronic Commerce Conference – eReality : Constructing the eEconomy*. Bled, Slovenia, June 17-19, pp. 75-91.
- 20 • Linder, J, Cantrell, S. (2000). *Changing Business Models: Surveying the Landscape*. USA. Accenture Institute for Strategic Change.
- Markides, C.C. (2013). Business model innovation: what can the ambidexterity literature teach us?. *Academy of Management Perspectives*. Vol. 27, No. 4, pp. 313-323.
- 25 • Magretta , J. (2002). *Why Business Models Matter*. *Harvard Business Review*, May, pp. 86-92.
- OCDE (2005). *Manual de Oslo. Guía para la recogida e interpretación de datos sobre Innovación*. 3a. ed. Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE). París, Francia.

- Porter , M.E. (2001). Strategy and the Internet. *Harvard Business Review*, March 2001, pp. 62-79.
- Schlachter E. *Generating Revenues from Websites* <http://boardwatch.internet.com/mag/95/jul/bwm39.html>, tomado el 14 de Julio de 2014.
- 5 • Seddon, P.B., Lewis, G.P., Freeman, P., Shanks, G. (2004). The case for viewing business models as abstractions of strategy. *Communications of the AIS*. Vol. 13, pp. 427-442.
- Sgriccia, M., Huy, N., Edra, R., Alworth , A., Brandeis, O., Escandon, R., Kronfli, P., Silva , E., Swatt , B., Seal, K. (2007). Drivers of mobile business models : lessons  
10 from four asian countries. *International Journal of Mobile Marketing*. Vol. 2, N° 2, pp. 58-67.
- Tapscott, D., Ticoll, D., Ticoll, D., Lowy, A. (2000) Digital Capital : Harnessing the Power of Business Webs. *Harvard Business School Press*.: Boston, MA
- Teece, D.J. (2010) Business Models, Business Strategy and Innovation. Long Range  
15 Planning 43(2-3): 172-194.
- Weill, P., Malone, T.W., D'Urso, V.T., Herman,G., Woerner, S. (2005). Do some Business models perform better than others ? A study of the 1000 largest US Firms, *MIT Center for Coordination Science Working paper 226*. pp. 39.

20

25

5

## DESCRIPCIÓN DE LA INVENCION

Con el fin de precisar la descripción de la presente invención, citamos:

10 **A.-**La esfera de la tecnología se refiere a un **método** de procesamiento de información contenida en un **aparato de cómputo** a fin de que los **EPE\_AD** tengan la capacidad de diseñar un **NMNBI** basado en **el modelo INNOVARE (101)** y sean contrastadas con diversas métricas contenidas en el análisis de generación del valor de la innovación a seleccionar: **calidad (102)** y determinar así los **alcances finales de la innovación por etapa en la cadena de valor de la empresa (120)**.

15 **B.-**El estado de la técnica conocida, de acuerdo a los antecedentes arriba enunciados, permiten afirmar que no se cuenta aún con un **método** de procesamiento de información contenida en un **aparato de cómputo** para que los **EPE\_AD** tengan la capacidad de diseñar un **NMNBI**, con lo mencionado en el apartado: ***lo que se logra con la invención y que no se tiene al momento*** citado en **antecedentes**.

20 **C.-** La presente invención, consiste en perfilar una serie de características cualitativas ponderadas cualitativamente del **modelo actual de negocios**, generando escenarios con alternativas diversas, que muestren **el nivel de acción de innovación por etapa/variable/dimensión del modelo INNOVARE planeada por los EPE\_AD (119)** en: **baja/ moderada/ intensiva**, con el **cálculo nivel de riesgo (126F): aceptable, tolerable, en riesgo, peligroso, muy peligroso**. Así también, permite analizar los **alcances finales de la innovación por etapa en la cadena de valor de la empresa (120)**, con el respectivo **cálculo nivel de riesgo (126F)**. Genera gráficos diversos, que le permiten a los

**EPE\_AD**, mejorar su proceso de toma de decisiones en la generación de un **NMNBI** de forma económica optimizando tiempo y recursos.

5

**D.-** La presente invención, se divide en 4 partes:

**1.-Parte: PARÁMETROS MODELO INNOVARE (modelo INNOVARE (101)).**

**2.-Parte: VALOR** (o análisis de generación del valor de la innovación a seleccionar **(102)**).

**3.-Parte: REDISEÑO MODELO INNOVARE** (o **modelo INNOVARE (101)** vs. cruce  
10 análisis de generación del valor de la innovación a seleccionar **(102)**)

**4.- Parte: DISEÑO NMNBI** (o alcances finales de la innovación por etapa en la cadena de valor de la empresa **(120)** vs. análisis de generación del valor de la innovación a seleccionar **(102)**)

15 A continuación, se hace una descripción del funcionamiento de los componentes de la presente invención para facilitar su comprensión siguiendo las **FIGURAS: 1, 2, 3, 6, 8 y FIGURA 11 con sus componentes (Partes, Subpartes y Módulos)** y como casos ejemplo, en lo contenido en las **TABLAS: 1,2,3,4 y 5**, como se muestra a continuación:

20

### **Carta de desarrollo NMNBI**

#### **Descripción de la invención a través de la FIGURA 1.**

Es una carta de desarrollo de un nuevo modelo de negocios basado en la innovación **(NMNBI)**. Ésta primera figura se presenta de manera enunciativa más no limitativa para su  
25 esquematización y comprensión y muestra el desglose general del encuentra dividida en **127 partes con incisos** (para mayor detalle ver el apartado de **descripción de figuras**), y que interactúan entre sí vía software descritas a través de los diagramas de flujo de proceso, que se describen en la presente invención.

## Diagrama de flujo menú despliegue carta de desarrollo NMNBI.

### Descripción de la invención a través de la FIGURA 2.

Con el fin de ser explicativos más no limitativos, el programa inicia desplegando la información, como se describe:

5

**Módulo 21. Tipo de ejecución del módulo: entrada/consulta/borrado/impresión de datos. El funcionamiento consiste, en:**

**Parte 0:** menú despliegue carta de desarrollo de un nuevo modelo de negocios basado en la innovación (NMNBI). ). Ésta parte, muestra el menú de opciones que tienen los EPE\_AD para la carga de datos y su procesamiento de acuerdo a los rubros que se enunciarán a continuación, mediante **Diagramas de Flujo, Módulos, Partes y Subpartes** que integran al **método y aparato para el procesamiento de información que calcula el nivel y determina para la empresa un nuevo modelo de negocios basado en la innovación (NMNBI)**, como sigue:

15

**Módulo 22. Tipo de ejecución del módulo: entrada/consulta/borrado/impresión de datos.** El cual consiste en:

**1.-Parte:** modelo **INNOVARE (101)**. El funcionamiento consiste en iniciar el proceso marcado con **etiqueta 10**, ejecutando el **módulo 31** (ver **FIGURA 3**).

20

**2.-Parte:** análisis de generación del valor de la innovación a seleccionar (**102**), con salida a **etiqueta 20**. El funcionamiento consiste en iniciar el proceso marcado con **etiqueta 20**, ejecutando el **módulo 33** (ver **FIGURA 3**).

25

**3.- Parte:** modelo **INNOVARE (101)** vs. cruce análisis de generación del valor de la innovación a seleccionar (**102**). El funcionamiento consiste en iniciar el proceso marcado con **etiqueta 30**, ejecutando el **módulo 41** (ver **FIGURA 4**).

30

**4.- Parte:** alcances finales de la innovación por etapa en la cadena de valor de la empresa (**120**) vs. análisis de generación del valor de la innovación a seleccionar (**102**), El

**funcionamiento consiste en** iniciar el proceso marcado con **etiqueta 40**, ejecutando el **módulo 51** (ver **FIGURA 8**).

**Módulo 23. Tipo de ejecución del módulo: procesamiento fin aplicación/sesión**

5 **5-Parte:** fin de aplicación/sesión

**1.- PARTE: PARÁMETROS MODELO INNOVARE**

**(modelo INNOVARE (101))**

**Descripción de la invención a través de la FIGURA 3**

10 **Parte** que contiene y relaciona al modelo **INNOVARE (101)**. El resultado es una amplia lista de los conceptos que los **EPE\_AD** analizarán cualitativamente y ponderarán cuantitativamente del modelo actual de negocios ya implantado, hacia el diseño del **NMNBI**. Tiene la capacidad, de que cada etapa se genera tanto de forma **determinística como aleatoria**. El funcionamiento, consiste en:

15

**Iniciar con etiqueta 10**

**Módulo 31. Tipo de ejecución del módulo: entrada/consulta/borrado/impresión de datos. El funcionamiento, consiste en:**

20 **1.-Parte: PAÁMETROS MODELO INNOVARE (o modelo INNOVARE (101)):** Consta de la asignación de conceptos a analizar tanto del actual modelo de negocios como del **NMNBI** a diseñar, de acuerdo a los criterios de los **EPE\_AD**. A fin de facilitar el desarrollo de la narrativa de la invención, es utilizado el acrónimo del modelo **INNOVARE** con la asociación de letras y palabras que significan: **(I) idea, (N) novedad en el mercado, (N) nuevo modelo de negocios, (O) organización, (V) análisis de la generación del valor a seleccionar, (A) capacidades, (R) recursos, (E) ejecución y control**. Lo anterior es  
25 propuesto para ser usado por los **EPE\_AD** en la clasificación de nuevos y/o mejorados conceptos para el diseño del **NMNBI**., l cual consta de las subpartes:

**1.1.-Subparte:** etapas (**103**), que considera a estrategia (**103A**), operación (**103B**).  
**Subparte (103).- Etapas:** donde se hace asignación de qué actividades del modelo **INNOVARE** pertenecen o a estrategia o/ a operación, de acuerdo a los criterios aplicados por los **EPE\_AD**.

5

**Subparte (103A).- Estrategia:** donde se hace asignación de qué actividades del modelo **INNOVARE** pertenecen a estrategia. Se sugiere tomar en cuenta las variables: **(I) idea**, **(N) novedad en el mercado**, **(N) nuevo modelo de negocios**, **(O) organización**, **(V) análisis de la generación del valor a seleccionar**, **(A) capacidades**, **(R) recursos** (modelo **INNOVARE**).

10

**Subparte (103B).- Operación:** donde se hace asignación de qué actividades del modelo **INNOVARE** pertenecen a operación. Se sugiere tomar en cuenta las variables: **(E) ejecución y control** (modelo **INNOVARE**).

**1.2.-Subparte: variables (104)**, que considera al modelo **INNOVARE**: **(I) Idea (104A)**; **(N) Novedad en el mercado (104B)**; **(N) Nuevo modelo de negocios (104C)**; **(O) Organización (104D)**; **(V) análisis de la generación del Valor a seleccionar**; **(A) capacidad (104E)**; **(R) Recursos (104F)**; **(E) Ejecución y control (104G)**, que responden a la agrupación de dimensiones (**105**) y/o indicadores (**106**) tantos como decidan los **EPE\_AD** analizar.

20

**Subparte (104A).- Idea:** en la que se muestran dimensiones (**105**) en la que los **EPE\_AD** agrupan (o no, es decir, puede ser directo) los indicadores (**106**), que tienen características comunes que se refieren a una **idea novedosa y/o mejorada como oportunidad de negocios**. Algunos ejemplos no limitativos, son los mencionados en la **TABLA 1**, son: revisión permanente del modelo actual de negocios (**105A**) que se subdivide en revisión gerencial (**106A**); revisión permanente de las necesidades del consumidor (**105B**); nuevas ideas como negocios (**105C**) que se subdivide en: grupal (**106B**) e individual (**106C**), etc.

25

**Subparte (104B).- Novedad en el mercado:** en la que se muestran dimensiones (105) en la que los EPE\_AD agrupan (o no, es decir, puede ser directo) los indicadores (106), que tienen características comunes que se refieren a una **idea novedosa y/o mejorada como novedad de introducción para el mercado actual**. Algunos ejemplos no limitativos, son los mencionados en la **TABLA 1**, son: valor de mercado (105E) que se subdivide en : segmento premier (106D); análisis de la competencia (105F), que se subdivide en: **directa** (106E) y sustituto (106F), etc.

**Subparte (104C).- Nuevo modelo de negocios:** en la que se muestran dimensiones (105) en la que los EPE\_AD agrupan (o no, es decir, puede ser directo) los indicadores (106), que tienen características comunes que se refieren a **nuevas y/o mejoradas formas de entrar al mercado**. Algunos ejemplos no limitativos, son los mencionados en la **TABLA 1**, son: voz del consumidor (105H) que se subdivide en: novedad (106G) ; voz de la empresa (105I), que se subdivide en: transferencia de conocimiento (106H) y incorporando el valor en el desarrollo de nuevos productos (106I); ingresos con análisis de riesgo técnico y financiero (105J); costos con análisis de riesgo técnico y financiero (105K); alineamiento de la visión, misión y valores (105L); análisis de nuevas estrategias de mercadotecnia para la entrada (105M), que se subdivide en: franquicia (106J), joint-venture (106K), exportación (106L) etc.

**Subparte (104D).- Organización:** en la que se muestran dimensiones (105) en la que los EPE\_AD agrupan (o no, es decir, puede ser directo) los indicadores (106), que tienen características comunes que se refieren a **nuevas y/o mejoradas formas de motivar a la organización a la innovación mediante su reestructura, cultura, etc..** Algunos ejemplos no limitativos, son los mencionados en la **TABLA 1**, son: cultura para el cambio por la innovación (105O) que se subdivide en: por contrato (106M) y lúdico (106N).

**Subparte (104E).- Capacidades:** en la que se muestran dimensiones (105) en la que los EPE\_AD agrupan (o no, es decir, puede ser directo) los indicadores (106), que tienen

características comunes que se refieren a **nuevas y/o mejoradas formas de motivar las capacidades de la empresa a aplicarse al desarrollo de la innovación**. Algunos ejemplos no limitativos, son los mencionados en la **TABLA 1**, son: relación con el consumidor (**105Q**), que se subdivide en: CRM (**106O**); actividades clave (**105R**), que se subdivide en: humano (**106P**), etc.

**Subparte (104F).- Recursos:** en la que se muestran dimensiones (**105**) en la que los **EPE\_AD** agrupan (o no, es decir, puede ser directo) los indicadores (**106**), que tienen características comunes que se refieren a **nuevas y/o mejoradas formas de orientar los recursos de la empresa a aplicarse al desarrollo de la innovación**. Algunos ejemplos no limitativos, son los mencionados en la **TABLA 1**, son: canales de distribución (**105T**), que se subdivide en: experiencia (**106Q**); recursos de la empresa (**105R**), que se subdivide en: red (**106R**), etc.

**Subparte (104G).- Ejecución y control:** en la que se muestran dimensiones (**105**) en la que los **EPE\_AD** agrupan (o no, es decir, puede ser directo) los indicadores (**106**), que tienen características comunes que se refieren a **nuevas y/o mejoradas formas de programar y coordinar la implementación del desarrollo de la innovación de la empresa**. Algunos ejemplos no limitativos, son los mencionados en la **TABLA 1**, son: tiempo de lanzamiento (**105X**), que se subdivide en: PMI (**106S**); indicadores clave de desempeño (**105Y**), etc.

**1.3.-Subparte:** dimensiones (**105**, subdividiéndose en **105A...105Z**, como ejemplo no limitativo) e indicadores (**106**, subdividiéndose en **106A...106Z**, como ejemplo no limitativo), que considera divisiones por rubro del modelo **INNOVARE** que se desglosan en la carta de despliegue **NMNBI**. La subparte (**105**) dimensiones: es una facilidad de agrupación de los indicadores que tienen características comunes. Algunas dimensiones no necesitan indicadores. Esto es a criterio de los **EPE\_AD**. Como caso de ejemplo mas no limitativo, ver la **TABLA 1**, para las subpartes: revisión permanente de las necesidades del consumidor (**105B**); ingresos con análisis de riesgo técnico y financiero (**105J**); costos

con análisis de riesgo técnico y financiero (**105K**); alineamiento de la visión, misión y valores (**105L**); indicadores clave de desempeño (**105Y**).

5 **Subparte (106).**- Indicadores: es una característica que tiene una variable que puede ser agrupada en una dimensión para mayor claridad de los **EPE\_AD**. Permite realizar las ponderaciones con mayor precisión al momento de elaborar la tabla **NMNBI**.

10 **Subparte (107).**- Importancia modelo actual de negocios percibida por el **EPE\_AD**. Dato que se toma como calificación del exterior ya sea del consumidor o de los empleados que lo atienden. Se subdivide en dos subpartes (**107A**) y (**107B**)

15 **Subparte (107A).**- Modelo actual de negocios. Este dato se toma de cuestionarios a aplicar al consumidor del producto y/o servicio de la empresa 1 (propia) y se sugiere, sin ser limitativo a calificar como: **1.-nulo; 2.-bajo; 3.-medio; 4.- fuerte**.

**Subparte (107B).**- Cálculo % de ponderación. Es un porcentaje del gran total de puntuaciones obtenidas de la subparte modelo actual de negocios (**107A**) referidas al 100%.

20 **Subparte (108).**- Comparativo de percepción del consumidor del actual modelo de negocios entre la empresa propia y las rivales del sector. Es el estudio que se realiza con los competidores ya sea directos y/o potenciales que sean los más cercanos al producto y/o servicio que la empresa 1 (propia) aporta. Se subdivide, sin ser limitativo, hasta en 5 empresas rivales.

25 **Subpartes (108A...108C** sólo ejemplificativo; **se recomienda máximo 5 empresas rivales).**-Se generan a decisión del **EPE\_AD**. Este dato se toma de cuestionarios a aplicar al consumidor del producto y/o servicio de la empresa 1 (propia), o estudios de mercado

en competencia que se obtengan y se sugiere, sin ser limitativo a calificar como: **1.-nulo; 2.-bajo; 3.-medio; 4.- fuerte.**

5 **Subparte (109).**- Metas de la planeación del nivel de la innovación por los **EPE\_AD**. En este apartado, se registra el compromiso de los **EPE\_AD** en cuanto a los recursos a invertir para lograr la innovación. Para su análisis, se subdivide en las subpartes a saber:

10 **Subparte (109A).**- Nivel del **NMNBI** planeada por los **EPE\_AD**. Compromiso a registrar por los **EPE\_AD**. Se sugiere sin ser limitativo a calificar como: **1.-nulo; 2.-bajo; 3.-medio; 4.- fuerte.**

15 **Subparte (109B).**- Cálculo radio de mejora. Es el resultado de dividir cada uno de los campos del modelo **INNOVARE**: nivel del **NMNBI** planeada por los **EPE\_AD** (**109A**) / Empresa 1 (Propia) (**108A**).

**Subparte (109C).**- Nivel de fuerza de recursos planeada por los **EPE\_AD** del **NMNBI**. Intensidad de recursos a registrar por los **EPE\_AD**. Se sugiere sin ser limitativo a calificar como: **1.-nulo; 2.-bajo; 3.-medio; 4.- fuerte.**

20 **Subparte (109D).**- Cálculo ponderación, en el que se obtienen las ponderaciones finales de las **metas de la planeación del nivel de la innovación por los EPE\_AD (109)**, del modelo **INNOVARE (101)** mediante las subpartes (**109D1**) y (**109D2**)

25 **Subparte (109D1).**- Cálculo de valor absoluto. El cual se calcula como el producto de los campos del modelo **INNOVARE**:  
 modelo actual de negocios (**107A**) \* cálculo radio de mejora (**109B**) \* nivel de fuerza de recursos planeada por los **EPE\_AD** del **NMNBI (109C)**.

**Subparte (109D2).**- Cálculo % de mejora. El cual es un porcentaje del gran total de puntuaciones obtenidas del cálculo de valor absoluto (**109D1**) referidas al 100% para cada variable del modelo **INNOVARE**.

5 **Módulo 32.- Tipo de ejecución del módulo: almacenamiento/ impresión de datos.**

1.- **Parte: PARÁMETROS MODELO INNOVARE (o modelo INNOVARE (101)).**

Asignación de valores de acuerdo a los criterios de los **EPE\_AD**: confirmación guardado de datos y/o impresión de datos

10

15

20

25

<b>MODELO INNOVARE (101)</b>				
<b>ETAPAS (103)</b>	<b>VARIABLES (104)</b>	<b>DIMENSIONES (105)</b>	<b>INDICADORES (106)</b>	
<b>ESTRATEGIA (103A)</b>	<b>IDEA (104A)</b>	REVISIÓN PERMANENTE DEL MODELO ACTUAL DE NEGOCIOS (105A)	REVISIÓN GERENCIAL (106A)	
		REVISIÓN PERMANENTE DE LAS NECESIDADES DEL CONSUMIDOR (105B)		
		NUEVAS IDEAS COMO NEGOCIOS (105C)	GRUPAL (106B)	
			INDIVIDUAL (106C)	
	<b>SUBTOTAL (105D)</b>			
	<b>NOVEDAD EN EL MERCADO (104B)</b>		VALOR DE MERCADO (105E)	SEGMENTO PREMIER (106D)
			ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA (105F)	DIRECTA (106E)
				SUSTITUTO (106F)
	<b>SUBTOTAL (105G)</b>			
	<b>NUEVO MODELO DE NEGOCIOS (104C)</b>		VOZ DEL CONSUMIDOR (105H)	NOVEDAD (106G)
		VOZ DE LA EMPRESA (105I)		TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTO (106H)
				INCORPORANDO EL VALOR EN EL DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS (106I)
			INGRESOS CON ANÁLISIS DE RIESGO TÉCNICO Y FINANCIERO (105J)	
			COSTOS CON ANÁLISIS DE RIESGO TÉCNICO Y FINANCIERO (105K)	
			ALINEAMIENTO DE LA VISIÓN, MISIÓN Y VALORES (105L)	
			ANÁLISIS DE NUEVAS ESTRATEGIAS DE MERCADOTECNIA PARA LA ENTRADA (105M)	FRANQUICIA (106J)
				JOINT-VENTURE (106K)
				EXPORTACIÓN (106L)
		<b>SUBTOTAL (105N)</b>		
	<b>ORGANIZACIÓN (104D)</b>		CULTURA PARA EL CAMBIO POR LA INNOVACIÓN (105O)	POR CONTRATO (106M)
				LUDICO (106N)
	<b>SUBTOTAL (105P)</b>			
	<b>CAPACIDADES (104E)</b>		RELACIÓN CON EL CONSUMIDOR (105Q)	CRM (106O)
			ACTIVIDADES CLAVE (105R)	HUMANO (106P)
		<b>SUBTOTAL (105S)</b>		
	<b>RECURSOS (104F)</b>		CANALES DE DISTRIBUCIÓN (105T)	EXPERIENCIA (106Q)
			RECURSOS CLAVE DE LA EMPRESA (105U)	R&D+i (106R)
<b>SUBTOTAL (105V)</b>				
<b>SUBTOTAL FASE ESTRATÉGICA (105W)</b>				
<b>OPERACIÓN (193B)</b>	<b>EJECUCIÓN Y CONTROL (104G)</b>	TIEMPO DE LANZAMIENTO (105X)	PMI (106S)	
		INDICADORES CLAVE DE DESEMPEÑO (105Y)		

	<b>SUBTOTAL FASE OPERATIVA (105Z)</b>
--	---------------------------------------

5

10

15

20

25

30

35

40

**TABLA 1**

## 2.- Parte: VALOR

**(o análisis de generación del valor de la innovación a seleccionar (102))**

**Descripción de la invención a través de la FIGURA 3.**

5 **Diagrama de Flujo que relaciona etiquetas, módulos, partes y subpartes** que lo constituyen como objeto de la invención. El resultado es una tabla de control que permita evaluar cada una de las etapas del modelo **INNOVARE** para contrastar mediante ponderaciones cuantitativas todo lo referente a creación de valor y cuyo funcionamiento, consiste en:

10

**Iniciar con etiqueta 20**

**Módulo 33.- Tipo de ejecución del módulo: entrada/consulta/borrado/impresión de datos. El funcionamiento consiste en:**

15 **2.-Parte: VALOR (o análisis de generación del valor de la innovación a seleccionar (102)):** asignación del valor de la empresa a analizar, proveniente de la visión y la misión. En ésta etapa, los **EPE\_AD** deciden sobre cuál de los valores, pilares de la empresa se decide el realizar el análisis de valor. En el caso ejemplo no limitativo, de la **TABLA 2** se escoge a la calidad.

20

**Parte (102).- Análisis de generación del valor de la innovación a seleccionar: calidad (caso ejemplo),** el cual consta de la:

25 **Subparte (110).- Tipo de innovación en la cadena de valor de la empresa planeado por los EPE\_AD.** En esta etapa se anotan los rubros de mayor interés de la empresa por innovar. Se sugiere, sin ser limitativo lo recomendado por el **Manual de Oslo (OCDE, 2005)** para análisis de la innovación por la empresa en: **producto, servicio, proceso, mercadotecnia, organización** y adicionales como: **tecnología, ambiente,** etc. de

acuerdo a los requerimientos de los **EPE\_AD**. **Se recomienda sin ser limitativo, máximo 10.**

5 **Subparte (111) y (112).- Producto-Servicio.** Introducción de un bien o de un servicio nuevo, o significativamente mejorado, en cuanto a sus características o en cuanto al uso al que se destina. Esta definición incluye la mejora significativa de las características técnicas, de los componentes y los materiales, de la informática integrada, de la facilidad de sus uso u otras características funcionales.

10 **Subparte (113).- Proceso.** Introducción de un nuevo o significativamente mejorado proceso de producción o de distribución. Ello implica cambios significativos en las técnicas, materiales y/o los programas informáticos.

15 **Subparte (114).- Mercadotecnia.** Es la aplicación de un nuevo proceso de comercialización que implique cambios significativos del diseño o el envasado de un producto, su posicionamiento, su promoción o tarificación

20 **Subparte (115).- Organización.** Es la introducción de un nuevo método organizativo en las prácticas, la organización del lugar de trabajo o las relaciones exteriores de la empresa.

**Subparte (116).- Tecnología.** Es la introducción de nuevas y/o mejoradas técnicas para aplicar en el diseño de productos y/o servicios que la empresa entrega.

25 **Subparte (117).- Nivel de atributos de innovación planeado por los EPE\_AD.** Ésta etapa se asocia a la subparte tipo de innovación en la cadena de valor de la empresa planeado por los **EPE\_AD (110)**, en la que se ofrece apertura de las alternativas en estudio. Se subdivide en las partes que a continuación se mencionan:

**Subparte (117A...117Z** sólo ejemplificativo y permiten detallar mejor a la(s) variable(s) del tipo de innovación en la cadena de valor de la empresa planeado por los **EPE\_AD**).- Se generan a decisión del **EPE\_AD**, sin restricción. **Se recomienda sin ser limitativo, máximo 2.** En la **FIGURA 5**, sólo como ejemplo sin ser limitativo, se asocia materiales (117A) a producto (111); entrega (117B) a servicio(112); manufactura (117C) a proceso (113); marca (117D) a mercadotecnia (114); estructura (117E) a organización (115); infra (117F) a Tecnología (116).

**Subparte (117A1...117Z1** sólo ejemplificativo y permiten detallar mejor a la(s) variable(s) del tipo de innovación en la cadena de valor de la empresa planeado por los **EPE\_AD**).- Se generan a decisión del **EPE\_AD**, sin restricción. **Se recomienda sin ser limitativo, máximo 2.**

**Módulo 34.- Tipo de ejecución del módulo: almacenamiento/ impresión de datos.**  
**2.- Partes: VALOR ( o análisis de generación del valor de la innovación a seleccionar (102)):** confirmación guardado de datos y/o impresión de datos.

20

25

<b>ANÁLISIS DE GENERACIÓN DEL VALOR DE LA INNOVACIÓN A SELECCIONAR: CALIDAD (102)</b>									
<b>IMPORTANCIA MODELO ACTUAL DE NEGOCIOS PERCIBIDA POR EL EPE_AD (107)</b>		<b>COMPARATIVO DE PERCEPCIÓN DEL CONSUMIDOR DEL ACTUAL MODELO DE NEGOCIOS ENTRE LA EMPRESA PROPIA Y LAS RIVALES DEL SECTOR (108)</b>			<b>METAS DE LA PLANEACIÓN DEL NIVEL DE LA INNOVACIÓN POR LOS EPE_AD (109)</b>				
<b>MODELO ACTUAL DE NEGOCIOS (107A)</b>	<b>CÁLCULO % DE PONDERACIÓN (107B)</b>	<b>EMPRESA 1 (PROPIA) (108A)</b>	<b>EMPRESA 2 (RIVAL) (108B)</b>	<b>EMPRESA 3 (RIVAL) (108C)</b>	<b>NIVEL DEL NMNBI PLANEADA POR LOS EPE_AD (109A)</b>	<b>CÁLCULO RADIO DE MEJORA</b>	<b>NIVEL DE FUERZA DE RECURSOS PLANEADA POR LOS EPE_AD DEL NMNBI (109B)</b>	<b>CÁLCULO PONDERACIÓN (109D)</b>	
								<b>CÁLCULO DE VALOR ABSOLUTO (109D1)</b>	<b>CÁLCULO % DE MEJORA (109D2)</b>

5

10

15

TABLA 2

**3.- PARTE: REDISEÑO MODELO INNOVARE**  
**(o modelo INNOVARE (101) vs. cruce análisis de generación del valor de la**  
**innovación a seleccionar (102) )**

5 **Descripción de la invención a través de la FIGURA 4.**

**Diagrama de Flujo que relaciona etiquetas, módulos, partes y subpartes** que lo constituyen como objeto de la invención. El resultado es una tabla que captura las etapas del modelo **INNOVARE (101)** con el análisis de generación del valor de la innovación a seleccionar: calidad **(102)** a través de las importancia modelo actual de negocios percibida por el **EPE\_AD (107)**, el comparativo de percepción del consumidor del actual modelo de negocios entre la empresa propia y las rivales del sector **(108)** y las metas de la planeación del nivel de la innovación por los **EPE\_AD (109)**. Se muestra reportes y gráficos de cálculo % de mejora **(109D2)** por cada etapa del modelo **INNOVARE (101)** para diversos escenarios probabilísticos. El funcionamiento, consiste en:

**Iniciar con etiqueta 30**

**Módulo 41.- Tipo de ejecución del módulo: entrada/consulta/borrado/impresión de**  
 20 **datos. (Ver ejemplo TABLA 3),** cuyo funcionamiento es como sigue:

**3.- Parte: REDISEÑO MODELO INNOVARE (o modelo INNOVARE (101) vs. cruce**  
**análisis de generación del valor de la innovación a seleccionar (102)).** En este grupo de **columnas**, se presenta lo correspondiente a los componentes de la **parte: modelo INNOVARE (101)** vs. el cruce de los componentes de la **parte: análisis de generación del valor de la innovación a seleccionar (102)**. Su propósito en resumen, es capturar los datos de percepciones de los consumidores que tienen sobre el actual modelo de negocios así como los compromisos e intensidad de recursos que los **EPE\_AD**, están dispuestos a ofrecer. El resultado es el cual realiza un cruce con cada uno de los **renglones** que produce para realizar ponderaciones a nivel **captura de datos**

sugiriéndose sin ser limitativo, los valores: 1.-Nulo; 2.-Mínimo; 3.-Medio; 4.-Máximo y que se presentan:

5 **a).- Importancia del modelo actual de negocios percibida por el consumidor**, el cual reporta la **columna de modelo actual de negocios**, como **captura de datos** y la **columna % de ponderación** como **cálculo de datos**, del modelo **INNOVARE (101)**.

10 **b).- Comparativo de percepción del consumidor del actual modelo de negocios entre la empresa propia y las rivales del sector**, donde se realiza **captura de datos** y se subdivide en tantas empresas como los **EPE\_AD** requieran sugiriéndose realizar con la propia y otras 2 rivales (**se sugiere sin ser limitativo hasta 5 empresas**).

15 **c).- Metas de la planeación del nivel de innovación por los EPE\_AD**, el cual reporta las **columnas: nivel del NMNBI planeada por los EPE\_AD**, con **captura de datos**; **radio de mejora**, como **cálculo de datos**, como razón de la **columna nivel del NMNBI planeada por los EPE\_AD/ el nivel de percepción de la empresa propia**.

20 Se reporta la **columna nivel de fuerza de recursos planeada por los EPE\_AD del NMNBI**, como **captura de datos** y finalmente la **columna ponderación**. Ésta última, presenta el reporte de las **columnas: absoluta**, la cual es el **producto de las columnas: modelo actual de negocios\* nivel del NMNBI planeada por los EPE\_AD\* nivel de fuerza de recursos planeada por los EPE\_AD del NMNBI**. Se reporta a su vez la **columna % de mejora**, al 100% por cada variable, dimensión e indicador del modelo **INNOVARE**, que hayan dispuesto los **EPE\_AD**, sin limitaciones.

**El funcionamiento consiste en:**

25 **3.1.-Subpartes:** estrategia (**103A**); operación (**103B**) de etapas (**103**); idea (**104A**); novedad en el mercado(**104B**); nuevo modelo de negocios (**104C**); organización (**104D**); capacidad (**104E**); recursos (**104F**); ejecución y control (**104G**); de la variable (**104**); dimensiones (**105**) e indicadores (**106**) con subapartados según decisión de los **EPE\_AD** pertenecientes al modelo **INNOVARE (101)** vs. **cruce** de las subpartes: modelo actual de

negocios (107A) perteneciente a la subparte: importancia modelo actual de negocios percibida por el EPE\_AD (107), de la parte: análisis de generación del valor de la innovación (102).

5 El funcionamiento consiste en recopilar las percepciones de los consumidores sobre el actual modelo de negocios respecto al valor seleccionado, pilar de la empresa y referido a cada una de las etapas del modelo INNOVARE (1). La captura de datos se sugiere, sin ser limitativo, a registrar los valores: 1.-Nulo; 2.-Mínimo; 3.-Medio; 4.-Máximo. El EPE\_AD deberá responder al cuestionamiento ejemplo, pero no limitativo: “¿qué nivel de relación existe entre el valor seleccionado (102x) del indicador (106x)/dimensionamiento (105x)/variable (104x) de la etapa del modelo INNOVARE (1) respecto al modelo actual de negocio (107A)?”. Como caso ejemplo, sin ser limitativo y tomando en cuenta la TABLA 3, tendríamos:

15 “¿Qué nivel de relación existe entre el valor calidad (102) con el indicador: revisión gerencial (106A) de la revisión permanente del modelo actual de negocios (105A) / de la variable idea (105A) de la etapa del modelo INNOVARE (1) respecto al modelo actual de negocio (107A)?”. Dado el poder de narrativa sugerido, se requiere abreviar y a manera de ejemplo, no limitativo, el EPE\_AD, se pregunta:

20 “¿Qué nivel de relación existe entre el valor calidad con la revisión gerencial (106A) respecto al modelo actual de negocio (107A)?”. Despliegue para captura de dato en las celdas ) respecto al modelo actual de negocio (107A).

Se despliega resultado en celdas respectivas. Ver ejemplo TABLA 3.

25 **3.2.-Subpartes:** estrategia (103A); operación (103B) de etapas (103); idea (104A); novedad en el mercado(104B); nuevo modelo de negocios (104C); organización (104D); capacidad (104E); recursos (104F); ejecución y control (104G); de la variable (104); dimensiones (105) e indicadores (106) con subapartados según decisión de los EPE\_AD pertenecientes al modelo INNOVARE (101) vs. cruce de las subpartes: empresa 1 (propia) (108A), empresa 2 (rival) (108B), empresa 3 (rival) (108C) pertenecientes a la subparte: comparativo de percepción del consumidor del actual modelo de negocios entre la

empresa propia y las rivales del sector (**108**), de la parte: análisis de generación del valor de la innovación (**102**)

**El funcionamiento consiste en** recopilar las percepciones de los consumidores sobre los modelos de negocios, tanto propio como de las empresas rivales respecto al valor seleccionado, pilar de la empresa y referido a cada una de las etapas del modelo **INNOVARE (1)**. La captura de datos se sugiere, sin ser limitativo, a registrar los valores: **1.-Nulo; 2.-Mínimo; 3.-Medio; 4.-Máximo. El consumidor** deberá responder al cuestionamiento, ejemplo pero no limitativo: “¿qué nivel de relación existe entre el valor seleccionado (**102x**) del indicador (**106x**)/dimensionamiento (**105x**)/variable (**104x**) de la etapa del modelo **INNOVARE (1)** respecto al modelo de negocio 1 (propio) (**108A**); empresa 2 (rival) (**108B**); empresa 3 (rival) (**108C**)?”. Como caso ejemplo, sin ser limitativo y tomando en cuenta la **TABLA 3**, tendríamos:

“¿Qué nivel de relación existe entre el valor calidad (**102**) con el indicador: revisión gerencial (**106A**) de la revisión permanente del modelo actual de negocios (**105A**) / de la variable idea (**105A**) de la etapa del modelo **INNOVARE (1)** respecto al modelo de negocio 1 (propio) (**108A**); empresa 2 (rival) (**108B**); empresa 3 (rival) (**108C**)?”. Dado el poder de narrativa sugerido, se requiere abreviar y a manera de ejemplo, no limitativo, el **consumidor** se pregunta:

“¿Qué nivel de relación existe entre el valor calidad con la revisión gerencial (**106A**) respecto al modelo de negocio 1 (propio) (**108A**); empresa 2 (rival) (**108B**); empresa 3 (rival) (**108C**)?”. Despliegue para captura de dato en las celdas **modelo de negocio 1 (propio) (108A); empresa 2 (rival) (108B); empresa 3 (rival) (108C)**.

. Se despliega resultado en celdas respectivas. Ver ejemplo **TABLA 3**.

**3.3.- Subpartes:** estrategia (**103A**); operación (**103B**) de etapas (**103**); idea (**104A**); novedad en el mercado(**104B**); nuevo modelo de negocios (**104C**); organización (**104D**); capacidad (**104E**); recursos (**104F**); ejecución y control (**104G**); de la variable (**104**); dimensiones (**105**) e indicadores (**106**) con subapartados según decisión de los **EPE\_AD** pertenecientes al modelo **INNOVARE (101)** vs. cruce de la subparte: nivel del **NMNBI**

planeada por los **EPE\_AD (109A)** perteneciente a la subparte: metas de la planeación del nivel de la innovación por los **EPE\_AD (109)**, de la parte: análisis de generación del valor de la innovación (**102**).

**El funcionamiento consiste** en recopilar las percepciones de los consumidores sobre los modelos de negocios, tanto propio como de las empresas rivales respecto al valor seleccionado, pilar de la empresa y referido a cada una de las etapas del modelo **INNOVARE (1)**. La captura de datos se sugiere, sin ser limitativo, a registrar los valores: **1.-Nulo; 2.-Mínimo; 3.-Medio; 4.-Máximo**. El consumidor deberá responder al cuestionamiento, ejemplo pero no limitativo:

10 “¿**Qué nivel de relación existe entre el valor seleccionado (102x) con el indicador (106x)/dimensionamiento (105x)/variable (104x) de la etapa del modelo INNOVARE (1) respecto al nivel del NMNBI planeada por los EPE\_AD (109A)?**”. Como caso ejemplo, sin ser limitativo y tomando en cuenta la **TABLA 3**, tendríamos:

15 “¿**Qué nivel de relación existe entre el valor calidad (102) con el indicador: revisión gerencial (106A) de la revisión permanente del modelo actual de negocios (105A) / de la variable idea (105A) de la etapa del modelo INNOVARE (1) respecto al nivel del NMNBI planeada por los EPE\_AD (109A)?**”. Dado el poder de narrativa sugerido, se requiere abreviar y a manera de ejemplo, no limitativo, el **EPE\_AD** se pregunta:

20 “¿**Qué nivel de relación existe entre el valor calidad con la revisión gerencial (106A) respecto al nivel del NMNBI planeada por los EPE\_AD (109A)?**”. Despliegue para captura de dato en las celdas **nivel del NMNBI planeada por los EPE\_AD (109A)**.

Se despliega resultado en celdas respectivas. Ver ejemplo **TABLA 3**.

25 **3.4.-Subparte:** estrategia (**103A**); operación (**103B**) de etapas (**103**); idea (**104A**); novedad en el mercado(**104B**); nuevo modelo de negocios (**104C**); organización (**104D**); capacidad (**104E**); recursos (**104F**); ejecución y control (**104G**); de la variable (**104**); dimensiones (**105**) e indicadores (**106**) con subapartados según decisión de los **EPE\_AD** pertenecientes al modelo **INNOVARE (101)** vs. cruce nivel de fuerza de recursos planeada por los **EPE\_AD** del **NMNBI (109C)**, perteneciente a la subparte: metas de la planeación

del nivel de la innovación por los **EPE\_AD (109)**, de la parte: análisis de generación del valor de la innovación (**102**).

**El funcionamiento consiste en** recopilar las percepciones de los consumidores sobre los modelos de negocios, tanto propio como de las empresas rivales respecto al valor seleccionado, pilar de la empresa y referido a cada una de las etapas del modelo **INNOVARE (1)**. La captura de datos se sugiere, sin ser limitativo, a registrar los valores: **1.-Nulo; 2.-Mínimo; 3.-Medio; 4.-Máximo**. El **EPE\_AD** deberá responder al cuestionamiento, ejemplo pero no limitativo:

10 “¿**Qué nivel de relación existe entre el valor seleccionado (102x) con el indicador (106x)/dimensionamiento (105x)/variable (104x) de la etapa del modelo INNOVARE (1) respecto al nivel de fuerza de recursos planeada por los EPE\_AD del NMNBI (109C)?**”. Como caso ejemplo, sin ser limitativo y tomando en cuenta la **TABLA 3**, tendríamos:

15 “¿**Qué nivel de relación existe entre el valor calidad (102) con el indicador: revisión gerencial (106A) de la revisión permanente del modelo actual de negocios (105A) / de la variable idea (105A) de la etapa del modelo INNOVARE (1) respecto al nivel de fuerza de recursos planeada por los EPE\_AD del NMNBI (109C)?**”. Dado el poder de narrativa sugerido, se requiere abreviar y a manera de ejemplo, no limitativo, el **EPE\_AD** se pregunta:

20 “¿**Qué nivel de relación existe entre el valor calidad con la revisión gerencial (106A) respecto al nivel de fuerza de recursos planeada por los EPE\_AD del NMNBI (109C)?**”. Despliegue para captura de dato en las celdas nivel de fuerza de recursos planeada por los **EPE\_AD del NMNBI (109C)**.

Se despliega resultado en celdas respectivas. Ver ejemplo **TABLA 3**.

25 **Módulo 42.- Tipo de ejecución del módulo: procesamiento de datos. (Ver ejemplo TABLA 3)**, cuyo funcionamiento consiste en:

30 **3.5.-Subparte:** cálculo % de ponderación (**107B**), perteneciente a la subparte: importancia modelo actual de negocios percibida por el **EPE\_AD(107)**, de la parte: análisis de

generación del valor de la innovación (102) vs. el cruce de estrategia (103A); operación (103B) de etapas (103); idea (104A); novedad en el mercado(104B); nuevo modelo de negocios (104C); organización (104D); capacidad (104E); recursos (104F); ejecución y control (104G); de la variable (104); dimensiones (105) e indicadores (106) con subapartados según decisión de los EPE\_AD pertenecientes al modelo INNOVARE (101)

5 **El funcionamiento consiste en** calcular el porcentaje del gran total de puntuaciones obtenidas del modelo actual de negocios (107A) referidas al 100% por cada una de las etapas del modelo INNOVARE (101). Despliegue de resultado en la celda (107B). A manera de ejemplo, sin ser limitativo, se sugiere reportar en porcentaje a 2 decimales.

10 Se despliega resultado en celdas respectivas. Ver ejemplo **TABLA 3**.

**3.6.-Subparte:** cálculo radio de mejora (109B), perteneciente a la subparte: metas de la planeación del nivel de la innovación por los EPE\_AD (109), de la parte: análisis de generación del valor de la innovación (102) vs. cruce de estrategia (103A); operación (103B) de etapas (103); idea (104A); novedad en el mercado(104B); nuevo modelo de negocios (104C); organización (104D); capacidad (104E); recursos (104F); ejecución y control (104G); de la variable (104); dimensiones (105) e indicadores (106) con subapartados según decisión de los EPE\_AD pertenecientes al modelo INNOVARE (101)

15 **El funcionamiento consiste en** calcular la división de cada uno de los campos nivel del NMNBI planeada por los EPE\_AD (109A) / empresa 1 (propia) (108A) **por cada una de las etapas del modelo INNOVARE (101)**. Despliegue de resultado en la celda (109B). A manera de ejemplo, sin ser limitativo, se sugiere reportar a 2 decimales.

20 Se despliega resultado en celdas respectivas. Ver ejemplo **TABLA 3**.

25 **3.7.-Subparte:** cálculo de valor absoluto (109D1) y cálculo % de mejora (109D2) de cálculo de ponderación (109D), perteneciente a la subparte: metas de la planeación del nivel de la innovación por los EPE\_AD (109), de la parte: análisis de generación del valor de la innovación (102) vs. cruce de estrategia (103A); operación (103B) de etapas (103); idea (104A); novedad en el mercado(104B); nuevo modelo de negocios (104C);

organización (104D); capacidad (104E); recursos (104F); ejecución y control (104G); de la variable (104); dimensiones (105) e indicadores (106) con subapartados según decisión de los EPE\_AD pertenecientes al modelo INNOVARE (101).

5 Para el caso del cálculo de valor absoluto (109D1), el funcionamiento consiste en calcular el producto de cada uno de los campos:

**modelo actual de negocios (107A) \* cálculo radio de mejora (109B) \* nivel de fuerza de recursos planeada por los EPE\_AD del NMNBI (109C) por cada una de las etapas del modelo INNOVARE (101).** Despliegue de resultado en la celda cálculo de valor absoluto (109D1). A manera de ejemplo, sin ser limitativo, se sugiere reportar a 2  
10 decimales.

Para el caso del cálculo % de mejora (109D2), el funcionamiento consiste en calcular la expresión algebraica, de cada uno de los campos:

Sumatoria vertical del porcentaje del gran total de puntuaciones obtenidas del cálculo de valor absoluto (109D1) referidas al 100% por cada una de las etapas del modelo  
15 **INNOVARE (101).** Se sugiere, sin ser restrictivo, hacer cambio colores de fondo de las celdas con los valores cálculo % de mejora (109D2): **>0.8= rojo, >0.5 y <=0.8= amarillo, 0 y <=0.5= verde.**

Despliegue de resultado en la celda cálculo de valor absoluto (109D2). A manera de ejemplo, sin ser limitativo, se sugiere reportar en porcentaje en números enteros sin  
20 decimales.

Se despliega resultado en celdas respectivas. Ver ejemplo **TABLA 3.**

#### **Módulo 43.- Tipo de ejecución del módulo: almacenamiento/ impresión de datos.**

Cuyo funcionamiento consiste en:

25 **3.8.-Partes: 3.1, 3.2, 3.4, 3.5, 3.6, 3.7, 3.8.**

Confirmación guardado de datos. **El funcionamiento consiste en:** el aparato despliega aviso de confirmación guardado de datos, mediante el cuestionamiento: ¿Continúa/ Entrada / Consulta / Borrado/ Impresión de Datos? ; Si es Sí, encauza proceso a **etiqueta 30.** Si es No, encauza proceso a **etiqueta 00.**

MODELO INNOVARE (101)				ANÁLISIS DE GENERACIÓN DEL VALOR DE LA INNOVACIÓN A SELECCIONAR: CALIDAD (102)										
ETAPAS (103)	VARIABLES (104)	DIMENSIONES (105)	INDICADORES (106)	IMPORTANCIA MODELO ACTUAL DE NEGOCIOS PERCIBIDA POR EL EPE_AD (107)		COMPARATIVO DE PERCEPCIÓN DEL CONSUMIDOR DEL ACTUAL MODELO DE NEGOCIOS ENTRE LA EMPRESA PROPIA Y LAS RIVALES DEL SECTOR (108)			METAS DE LA PLANEACIÓN DEL NIVEL DE LA INNOVACIÓN POR LOS EPE_AD (109)					
				MODELO ACTUAL DE NEGOCIOS (107A)	CÁLCULO % DE PONDERACIÓN (107B)	EMPRESA 1 (PROPIA) (108A)	EMPRESA 2 (RIVAL) (108B)	EMPRESA 3 (RIVAL) (108C)	NIVEL DEL NMNBI PLANEADA POR LOS EPE_AD (109A)	CÁLCULO RADIO DE MEJORA	NIVEL DE FUERZA DE RECURSOS PLANEADA POR LOS EPE_AD DEL NMNBI (109B)	CÁLCULO PONDERACIÓN (109D)		
												CÁLCULO DE VALOR ABSOLUTO (109D1)	CÁLCULO % DE MEJORA (109D2)	
ESTRATEGIA (103A)	IDEA (104A)	REVISIÓN PERMANENTE DEL MODELO ACTUAL DE NEGOCIOS (105A)	REVISIÓN GERENCIAL (106A)	1	1.59%	2	3	4	3	1.50	3	4.50	19%	
		REVISIÓN PERMANENTE DE LAS NECESIDADES DEL CONSUMIDOR (105B)			3	4.76%	4	3	4	3	0.75	4	9.00	38%
		NUEVAS IDEAS COMO NEGOCIOS (105C)	GRUPAL (106B)	4	6.35%	4	3	4	1	0.25	1	1.00	4%	
			INDIVIDUAL (106C)	3	4.76%	2	3	4	3	1.50	2	9.00	38%	
		SUBTOTAL (105D)				11	17.46%						23.50	100%
	NOVEDAD EN EL MERCADO (104B)	VALOR DE MERCADO (105E)	SEGMENTO PREMIER (106D)	3	4.76%	2	4	2	3	1.50	1	4.50	26%	
		ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA (105F)	DIRECTA (106E)	3	4.76%	1	2	4	1	1.00	3	9.00	51%	
			SUSTITUTO (106F)	2	3.17%	2	1	2	1	0.50	4	4.00	23%	
	SUBTOTAL (105G)				8	12.70%						17.50	100%	
	NUEVO MODELO DE NEGOCIOS (104C)	VOZ DEL CONSUMIDOR (105H)	NOVEDAD (106G)	2	3.17%	3	3	1	2	0.67	3	4.00	5%	
		VOZ DE LA FIRMA (105I)	TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTO (106H)	4	6.35%	4	2	1	3	0.75	3	9.00	10%	
			INCORPORANDO EL VALOR EN EL DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS (106I)		3	4.76%	1	4	4	3	3.00	1	9.00	10%
			INGRESOS CON ANÁLISIS DE RIESGO TÉCNICO Y FINANCIERO (105J)		3	4.76%	2	4	4	4	2.00	4	24.00	28%
		COSTOS CON ANÁLISIS DE RIESGO TÉCNICO Y FINANCIERO (105K)		4	6.35%	3	2	4	3	1.00	2	8.00	9%	
		ALINEAMIENTO DE LA VISIÓN, MISIÓN Y VALORES (105L)		2	3.17%	3	2	2	4	1.33	2	5.33	6%	
		ANÁLISIS DE NUEVAS ESTRATEGIAS DE MERCADO TECNIA PARA LA ENTRADA (105M)	FRANQUICIA (106J)	4	6.35%	4	2	3	1	0.25	2	2.00	2%	
			JOINT-VENTURE (106K)	1	1.59%	3	2	3	1	0.33	2	0.67	1%	
			EXPORTACIÓN (106L)	3	4.76%	1	1	1	4	4.00	2	24.00	28%	
		SUBTOTAL (105N)				26	41.27%						86.00	100%
	ORGANIZACIÓN (104D)	CULTURA PARA EL CAMBIO POR LA INNOVACIÓN (105O)	POR CONTRATO (106M)	1	1.59%	2	4	2	1	0.50	4	2.00	17%	
			LUDICO (106N)	2	3.17%	3	4	3	3	1.00	5	10.00	83%	
		SUBTOTAL (105P)				3	4.76%						12.00	100%
	CAPACIDADES (104E)	RELACIÓN CON EL CONSUMIDOR (105Q)	CRM (106O)	1	1.59%	2	2	1	2	1.00	4	4.00	75%	
		ACTIVIDADES CLAVE (105R)	HUMANO (106P)	1	1.59%	3	1	3	2	0.67	2	1.33	25%	
		SUBTOTAL (105S)				2	3.17%						5.33	100%
	RECURSOS (104F)	CANALES DE DISTRIBUCIÓN (105T)	EXPERIENCIA (106Q)	4	6.35%	4	1	1	2	0.50	2	4.00	11%	
		RECURSOS CLAVE DE LA FIRMA (105U)	R&D+i (106R)	4	6.35%	1	4	2	2	2.00	4	32.00	89%	
		SUBTOTAL (105V)				8	12.70%						36.00	100%
	SUBTOTAL FASE ESTRATÉGICA (105W)				58	92.06%								
OPERACIÓN (103B)	EJECUCIÓN Y CONTROL (104G)	TIEMPO DE LANZAMIENTO (105X)	PMI (106S)	1	1.59%	3	3	4	2	0.67	4	2.67	40%	
		INDICADORES CLAVE DE DESEMPEÑO (105Y)	4	6.35%	4	1	4	1	0.25	4	4.00	60%		
	SUBTOTAL FASE OPERATIVA (105Z)				5	7.94%						6.67	100%	
TOTAL (107C)				63	100									

TABLA 3

#### 4.- Parte: DISEÑO NMNBI

**(o alcances finales de la innovación por etapa en la cadena de valor de la empresa (120) vs. análisis de generación del valor de la innovación a seleccionar (102))**

**Descripción de la invención a través de la FIGURA 5.**

5

**Diagrama de Flujo que relaciona etiquetas, módulos, partes y subpartes** que lo constituyen como objeto de la invención. El resultado es una tabla que captura el nivel de compromiso de recursos por cada etapa del modelo **INNOVARE (101)**, con análisis de generación del valor de la innovación a seleccionar (**102**) respecto tipo de innovación en la cadena de valor de la empresa planeado por los **EPE\_AD (110)** y los alcances finales de la innovación por etapa en la cadena de valor de la empresa (**120**). Se reportan a nivel de etapa del modelo **INNOVARE (101)** cálculo total nivel de mejoras planeado por los **EPE\_AD (118)** y gráficos del nivel de acción de innovación por etapa/variable/dimensión del modelo innovare planeada por los **EPE\_AD (119)** como: baja, moderada e intensiva, así como cálculo total de riesgo (**126E**) y cálculo nivel de riesgo (**126F**) como: aceptable, tolerable en riesgo, peligros, muy peligroso. Complementariamente, se obtienen cálculo ponderación (**121**) de cada nivel de atributos de innovación planeado por los **EPE\_AD (117)** del tipo de innovación en la cadena de valor de la empresa planeado por los **EPE\_AD (110)**, con cálculo nivel de acción en el tipo de innovación planeado por los **EPE\_AD (125)** en: incremental y/o radical así como cálculo nivel de riesgo (**127F**) en: aceptable, tolerable, en riesgo, peligroso y muy peligroso, todo lo anterior, para diversos escenarios probabilísticos.

25

#### **Iniciar con etiqueta 40**

**Módulo 51.-Tipo de ejecución del módulo: entrada/consulta/borrado/impresión de datos. (Ver ejemplo TABLA 4). El funcionamiento consiste en:**

**4.- Parte: DISEÑO NMNBI (o alcances finales de la innovación por etapa en la cadena de valor de la empresa (120) vs. análisis de generación del valor de la innovación a seleccionar (102)):**

5 **a).- Tipo de innovación en la cadena de valor de la empresa planeado por los EPE\_AD**, el cual sugiere, sin ser limitativo, lo recomendado en el **Manual de Oslo (OCDE, 2005)**, en cuanto a la captura de datos de innovación de la empresa en los rubros de: **producto, servicio, procesos, mercadotecnia, organización** y adicionales como: **tecnología, ambiente**, etc. de acuerdo a los requerimientos de los **EPE\_AD**, sin limitaciones. Por cada uno de ellos, se abren la **columna nivel de atributos de la**  
10 **innovación planeada por los EPE\_AD**, que permite esclarecer lo que será comparable propio de la empresa con sus rivales de la industria, mediante **la captura de datos** de ponderación arriba anotada.

15 **b).-Total nivel de mejoras**, el cual reporta la suma aritmética de cada uno de Los renglones de las etapas del modelo **INNOVARE (101)**, con respecto a las valoraciones asignadas como **nivel de atributos de la innovación planeada por los EPE\_AD**.

20 **c).-Nivel de acción de innovación por etapa/ variable/ dimensión del modelo INNOVARE (101), planeada por los EPE\_AD**, el cual lo reporta por cada **renglón** o etapa del modelo, determinado estados a juicio de los **EPE\_AD**, sugiriéndose sin ser limitativo, los estados: **bajo, moderado, intensivo, así como cálculo nivel de riesgo (126F): aceptable, tolerable, en riesgo, peligroso, muy peligroso.**

**El funcionamiento consiste en** las subpartes:

25 **4.1.-Subparte:** características de los atributos de innovación planeado por los **EPE\_AD (122)** pertenecientes a alcances finales de la innovación por etapa en la cadena de valor de la empresa (**120**); comparativo de planeación de los **EPE\_AD** del actual modelo de negocios entre la empresa propia y las rivales del sector (**123**) vs. cruce de campos seleccionados por los **EPE\_AD** como nivel de atributos de innovación planeado por los **EPE\_AD (117)** para: producto (**117A**), servicio (**117B**), proceso (**117C**), mercadotecnia

(117D), organización (117E), tecnología (117F) pertenecientes a tipo de innovación en la cadena de valor de la empresa planeado por los EPE\_AD (110).

**El funcionamiento consiste en** recopilar características de los atributos de innovación planeado por los EPE\_AD para cada uno de los mismos, así como la de los competidores a fin de determinar las características finales de innovación que se compararán con el valor a analizar.

Como ejemplo no limitativo, del caso: características de los atributos de innovación planeado por los EPE\_AD (122), se tiene:

“**Tipo (117A1): PET como material (117A) del producto (111); unidades mensuales vía Internet (117B1) como entrega (117B) de servicio (112); botellas por minuto como velocidad de producción(117C1) de manufactura (117C) de proceso (113); reciclable, sustentable, verde como posicionamiento (117D1) de marca (117D) por comercialización (114); cantidad de personas por unidad de negocios en matricial (117E1) de estructura (117E) organizacional (115); alta velocidad de acceso de internet (117F1) como infraestructura (117F) de tecnología (116)**”. Se despliega el valor en cada una de las celdas respectivas

Como ejemplo no limitativo del caso: comparativo de planeación de los EPE\_AD del actual modelo de negocios entre la empresa propia y las rivales del sector (123), se tiene:

“**Empresa 2 (Rival) tipo (117A:1): PET Grosor 1 como material (117A) del producto (111); 500 unidades mensuales vía Internet (117B1) como entrega (117B) de servicio (112); 9 botellas por minuto como velocidad de producción(117C1) de manufactura (117C) de proceso (113); número 1 en reciclable, sustentable, verde como posicionamiento (117D1) de marca (117D) por comercialización (114); 10 cantidad de personas por unidad de negocios en matricial (117E1) de estructura (117E) organizacional (115); 90 MBps como alta velocidad de acceso de internet (117F1) como infraestructura (117F) de tecnología (116)**”. Ver ejemplo TABLA 5.

**4.2.- Subparte:** Empresa 1 (Propia) (123A); Empresa 2 (Rival); Empresa 3 (Rival) de comparativo de planeación de los EPE\_AD del actual modelo de negocios entre la

5 empresa propia y las rivales del sector (123) pertenecientes a alcances finales de la innovación por etapa en la cadena de valor de la empresa (120) vs. cruce de campos seleccionados por los **EPE\_AD** como nivel de atributos de innovación planeado por los **EPE\_AD** (117) para: producto (117A), servicio (117B), proceso (117C), mercadotecnia (117D), organización (117E), tecnología (117F) pertenecientes a tipo de innovación en la cadena de valor de la empresa planeado por los **EPE\_AD** (110).

10 **El funcionamiento consiste en** recopilar las percepciones de los **EPE\_AD** sobre los niveles de atributos de innovación planeados en torno a: **producto, servicio, procesos, mercadotecnia, organización, tecnología, etc.** y calificarlos **respecto** al valor seleccionado, por cada una de las etapas del modelo **INNOVARE (1)**. La captura de datos se sugiere, sin ser limitativo, a registrar los valores: **1.-Nulo; 2.-Mínimo; 3.-Medio; 4.-Máximo.** El **EPE\_AD** deberá responder al cuestionamiento, ejemplo pero no limitativo:

15 “¿Qué nivel de relación existe entre el valor seleccionado (102x) con el indicador (106x)/dimensionamiento (105x)/variable (104x) de la etapa del modelo **INNOVARE (101)** con el nivel de atributos de innovación planeado por los **EPE\_AD (117x)**?”.

Como caso ejemplo, sin ser limitativo y tomando en cuenta la **Tabla 4**, tendríamos:

20 “¿Qué nivel de relación existe entre el valor calidad (102) que norma a la empresa, con el indicador: revisión gerencial (106A) de la revisión permanente del modelo actual de negocios (105A) / de la variable idea (105A) de la etapa del modelo **INNOVARE (1)** respecto con el nivel de atributos de innovación planeado por los **EPE\_AD** en revisión gerencial de tipo (117 A) de materiales (117A1) **PET** como características de los atributos de innovación planeado por los **EPE\_AD (122)**?”.

Dado el poder de narrativa sugerido, se requiere abreviar y a manera de ejemplo, no limitativo, el **EPE\_AD** se pregunta:

25 “¿Qué nivel de relación existe entre el valor calidad, con la revisión gerencial (106A) respecto al nivel de atributos de innovación planeado por los **EPE\_AD (117)** del tipo (117A1) de material (117A) **PET (122)** del tipo de innovación producto (111)?”.

Se despliega valor en cada una de las celdas respectivas. Ver ejemplo **TABLA 4**.

**4.3.-Subparte: NMNBI** objetivo de la empresa 1 (propia) (124) pertenecientes a alcances finales de la innovación por etapa en la cadena de valor de la empresa (120) vs. cruce de campos seleccionados por los **EPE\_AD** como nivel de atributos de innovación planeado por los **EPE\_AD** (117) para: producto (117A), servicio (117B), proceso (117C), mercadotecnia (117D), organización (117E), tecnología (117F) pertenecientes a tipo de innovación en la cadena de valor de la empresa planeado por los **EPE\_AD** (110).

**El funcionamiento consiste en** recopilar características de los atributos de innovación planeado por los **EPE\_AD** para cada uno de los mismos, del **NMNBI** final a lograr.

Como ejemplo no limitativo del caso se tiene:

10 “**Empresa 1 (Propia) tipo (117A:1): PET Grosor 2 como material (117A) del producto (111); 400 unidades mensuales vía Internet (117B1) como entrega (117B) de servicio (112); 10 botellas por minuto como velocidad de producción(117C1) de manufactura (117C) de proceso (113); número 3 en reciclable, sustentable, verde como posicionamiento (117D1) de marca (117D) por comercialización (114); 5 cantidad de**  
15 **personas por unidad de negocios en matricial (117E1) de estructura (117E) organizacional (115); 140 MBps como alta velocidad de acceso de internet (117F1) como infraestructura (117F) de tecnología (116)**”. Se despliega el valor en cada una de las celdas respectivas. Ver ejemplo **TABLA 5**.

20 **Módulo 52.- Tipo de ejecución del módulo: procesamiento de datos. (Ver ejemplo TABLA 5).** Cuyo funcionamiento consiste en:

**4.4.-Subparte:** total nivel de mejoras planeado por los **EPE\_AD** (118) y cálculo nivel de acción de innovación por etapa/variable/dimensión del modelo innovare planeada por los **EPE\_AD** (119) vs. cruce campos modelo **INNOVARE** (101).

25 **El funcionamiento consiste en** realizar sumatoria vertical y suma aritmética de los valores de cada uno de los campos nivel de atributos de innovación planeado por los **EPE\_AD** (117x) vs. cada una de las etapas del modelo **INNOVARE** (101) y con base a los resultados, realizar cálculo nivel de acción de innovación por etapa/variable/dimensión del modelo innovare planeada por los **EPE\_AD** (119), que lo ubica en los niveles: **bajo,**

**moderado o intensivo.** Se hace previo ajuste de valores para establecer rango de niveles. Los valores y cambio de color de celdas sugeridos de cálculo total nivel de mejoras planeado por los **EPE\_AD (118)**, sin ser limitativos, son:  **$\geq 0$  y  $\leq 8$ = baja (verde),  $> 8$  y  $\leq 16$ = moderada (amarillo),  $> 16$  y  $\leq 24$ = intensiva (rojo).**

5 Se despliega el valor en cada una de las celdas respectivas. Ver ejemplo **TABLA 5.**

**4.5.-Subparte:** capacidad de reacción (nulo: 5/ casi nulo: 4/ media: 3/ casi total: 2/ total: 1) (**126A**); cálculo probabilidad (**126B**); cálculo de impacto (catastrófico: 20/ alto: 15/ medio: 10/ bajo: 5) (**126C**); cálculo índice de vulnerabilidad (ninguna: $<0$ / alta:1) (**126D**); total de riesgo (**126E**); cálculo de nivel de riesgo (**126F**) de análisis de riesgo análisis de generación del valor de la innovación a seleccionar (**102**) vs. cruce de campos modelo **INNOVARE (101).**

**El funcionamiento consiste en** capturar, a partir de cálculo previo y/o percepción directa de los **EPE\_AD** la capacidad de reacción de la empresa 1 (propia) ante el riesgo, por cada etapa del modelo **INNOVARE (101)** con la siguiente calificación sugerida más no limitativa : **nulo : 5/ casi nulo: 4/ media: 3/ casi total: 2/ total: 1) (126A).** A su vez, el cálculo de probabilidad (**126B**) de ocurrencia asociado al cálculo previo y/o percepción directa de los **EPE\_AD** del impacto (**126C**) que se sugiere, sin ser limitativo tenga los valores: **catastrófico: 20/ alto: 15/ medio: 10/ bajo: 5** y un cálculo índice de vulnerabilidad con valores sugeridos sin ser limitativos: **ninguna: $<0$ / alta: 1 (126D).** Con lo anterior, se tiene el cálculo de nivel de riesgo (**126E**), el cual es el producto de los campos:

cálculo de capacidad de reacción de la empresa 1 (**126A**) \* cálculo de probabilidad (**126B**) \* cálculo de impacto (**126C**) \* cálculo Índice de vulnerabilidad (**126D**).

Por último, de acuerdo a los valores arrojados en (**126E**) se muestra el nivel de riesgo (**126F**) resultante y previamente ajustado como: **aceptable, tolerable, en riesgo, peligroso, muy peligroso.** Los valores cambio de color de celdas sugeridas, sin ser limitativos, para cálculo total de riesgo (**126E**), son:  **$< 5$ =aceptable (verde),  $\geq 5$  y  $< 8$ =tolerable (naranja),  $\geq 8$  y  $< 10$ =tolerable (amarillo),  $\geq 10$  y  $< 13$ =peligroso (rojo),  $> 13$ =muy peligroso (morado).**

Se despliega el valor en cada una de las celdas respectivas. Ver ejemplo **TABLA 4**.

**4.6.-Subparte:** cálculo de valor absoluto (**121A**) y cálculo de % de mejora (**121B**) de ponderación (**121**) pertenecientes a alcances finales de la innovación por etapa en la cadena de valor de la empresa (**120**) vs. cruce de campos seleccionados por los **EPE\_AD** como nivel de atributos de innovación planeado por los **EPE\_AD** (**117**) para: producto (**117A**), servicio (**117B**), proceso (**117C**), mercadotecnia (**117D**), organización (**117E**), tecnología (**117F**) pertenecientes a tipo de innovación en la cadena de valor de la empresa planeado por los **EPE\_AD** (**110**).

**El funcionamiento consiste,** para el cálculo de valor absoluto (**121A**) en ejecutar la ecuación:

Sumatoria vertical del cálculo % de mejora (**109D2**) \* nivel de atributos de innovación planeado por los **EPE\_AD** (**117x**) en torno a: **producto, servicio, procesos, mercadotecnia, organización, tecnología, etc.** para cada etapa del modelo **INNOVARE** (**101**). Se despliega el valor en cada una de las celdas respectivas.

**El funcionamiento consiste,** para el cálculo de % de mejora (**121B**), en ejecutar la ecuación:

Sumatoria horizontal de lo obtenido en los campos cálculo de valor absoluto (**121A**) y ponderar al 100%. Se despliega el valor en cada una de las celdas respectivas. Ver ejemplo **TABLA 5**.

**4.7.-Subparte:** cálculo nivel de acción en el tipo de innovación planeado por los **EPE\_AD** (**125**) pertenecientes a alcance finales de la innovación por etapa en la cadena de valor de la empresa (**120**) vs. cruce de campos seleccionados por los **EPE\_AD** como nivel de atributos de innovación planeado por los **EPE\_AD** (**117**) para: producto (**117A**), servicio (**117B**), proceso (**117C**), mercadotecnia (**117D**), organización (**117E**), tecnología (**117F**) pertenecientes a tipo de innovación en la cadena de valor de la empresa planeado por los **EPE\_AD** (**110**).

**El funcionamiento consiste en** el cálculo proveniente de cálculo % de mejora (**121B**) de cada uno de los atributos de innovación planeado por los **EPE\_AD (117)** para: producto (**117A**), servicio (**117B**), proceso (**117C**), mercadotecnia (**117D**), organización (**117E**), tecnología (**117F**) pertenecientes a tipo de innovación en la cadena de valor de la empresa planeado por los **EPE\_AD (110)**, en el que con ajuste previo de los **EPE\_AD**, será posible determinar si la innovación a practicar es: **incremental** o **radical**. Los valores y cambios de color de la celda sugeridos, sin ser limitativos para cálculo % de mejora (**121B**) son: **<=20%= incremental (verde); >=100%=radical (rojo)**. Se despliega el valor en cada una de las celdas respectivas. Ver ejemplo **TABLA 5**.

**4.8.-Subparte:** cálculo capacidad de reacción (nulo: 5/ casi nulo: 4/ media: 3/ casi total: 2/ total: 1) (**127A**); cálculo de probabilidad (**127B**); cálculo impacto (catastrófico: 20/ alto: 15/ medio: 10/ bajo: 5) (**127C**); cálculo índice de vulnerabilidad (ninguna:<0/ alta:1) (**127D**); total de riesgo (**127E**); cálculo de nivel de riesgo (**127F**) de análisis de riesgo (**127**) pertenecientes a alcances finales de la innovación por etapa en la cadena de valor de la empresa (**120**) vs. cruce de campos seleccionados por los **EPE\_AD** como nivel de atributos de innovación planeado por los **EPE\_AD (117)** para: producto (**117A**), servicio (**117B**), proceso (**117C**), mercadotecnia (**117D**), organización (**117E**), tecnología (**117F**) pertenecientes a tipo de innovación en la cadena de valor de la empresa planeado por los **EPE\_AD (110)**

**El funcionamiento consiste en** capturar, a partir de cálculo previo y/o percepción directa de los **EPE\_AD** la capacidad de reacción de la empresa 1 (propia) ante el riesgo, por cada etapa cruce de campos seleccionados por los **EPE\_AD** como nivel de atributos de innovación planeado por los **EPE\_AD (117)** para: producto (**117A**), servicio (**117B**), proceso (**117C**), mercadotecnia (**117D**), organización (**117E**), tecnología (**117F**) pertenecientes a tipo de innovación en la cadena de valor de la empresa planeado por los **EPE\_AD (110)** con la siguiente calificación sugerida más no limitativa : **nulo : 5/ casi nulo: 4/ media: 3/ casi total: 2/ total: 1**) (**127A**). A su vez, el cálculo de probabilidad (**127B**) de ocurrencia asociado al cálculo previo y/o percepción directa de los **EPE\_AD** del

impacto (127C) que se sugiere, sin ser limitativo tenga los valores: **catastrófico: 20/ alto: 15/ medio: 10/ bajo: 5** y un cálculo índice de vulnerabilidad con valores sugeridos sin ser limitativos: **ninguna:<0/ alta: 1 (127D)**. Con lo anterior, se tiene el cálculo de nivel de riesgo (127E), el cual es el producto de los campos:

- 5 cálculo de capacidad de reacción de la empresa 1 (127A) \* cálculo de probabilidad (127B)  
\* cálculo de impacto (127C) \* cálculo Índice de vulnerabilidad (127D).

Por último, de acuerdo a los valores arrojados en (127E) se muestra el nivel de riesgo (126F) resultante y previamente ajustado como: **aceptable, tolerable, en riesgo, peligroso, muy peligroso**. Se despliega el valor en cada una de las celdas respectivas.

- 10 Ver ejemplo **TABLA 5**.

**Módulo 53.- Tipo de ejecución del módulo: almacenamiento/impresión de datos.**

- 15 **4.-Parte: DISEÑO NMNBI (o alcances finales de la innovación por etapa en la cadena de valor de la empresa (120) vs. análisis de generación del valor de la innovación a seleccionar (102)):**

- 4.9-Partes: 4.1, 4.2, 4.3, 4.4, 4.5, 4.6.** Confirmación guardado de datos. **El funcionamiento consiste en:** el aparato despliega aviso de confirmación guardado de datos, mediante el cuestionamiento: ¿Continúa/ Entrada / Consulta / Borrado/ Impresión de Datos? ; Si es Sí, encauza proceso a **etiqueta 30**. Si es No, encauza proceso a **etiqueta 00**
- 20

MODELO INNOVARE (101)				ANÁLISIS DE GENERACIÓN DEL VALOR DE LA INNOVACIÓN A SELECCIONAR: CALIDAD (102)													
ETAPAS (103)	VARIABLES (104)	DIMENSIONES (105)	INDICADORES (106)	TIPO DE INNOVACIÓN EN LA CADENA DE VALOR DE LA EMPRESA PLANEADO POR LOS EPE_AD (110)						ANÁLISIS DE RIESGO (126)							
				PRODUCTO (111)	SERVICIO (112)	PROCESO (113)	MERCADOTECNIA (114)	ORGANIZACIÓN (115)	TECNOLOGÍA (116)	CÁLCULO TOTAL DE MEJORAS PLANEADO POR LOS EPE_AD (118)	NIVEL DE ACCIÓN DE INNOVACIÓN POR ETAPAS/VARIABLES/DIMENSION DEL MODELO INNOVARE PLANEADA POR LOS EPE_AD (119)	CÁLCULO DE CAPACIDAD DE REACCIÓN DE LA EMPRESA (PROPIA Y AJENA) (126A)	CÁLCULO DE PROBABILIDAD (126B)	CÁLCULO DE IMPACTO (CATÁSTROFICO: 20/ ALTO: 15/ MEDIO: 10/ BAJA: 5) (126C)	CÁLCULO DE ÍNDICE DE VULNERABILIDAD (126D)	CÁLCULO TOTAL DE RIESGO (126E)	CÁLCULO DE NIVEL DE RIESGO (126F)
				NIVEL DE ATRIBUTOS DE INNOVACIÓN PLANEADO POR LOS EPE_AD (117)													
				MATERIALES (117A)	ENTREGA (117BB)	MANUFACTURA (117C)	MARCA (117D)	ESTRUCTURA (117E)	INFRA (117F)								
TIPO (117A1)	INTERNET (117B1)	VEL. PRODUCCIÓN (117C1)	POSICIONAMIENTO (117D1)	MATRICIAL (117E1)	INTERNET (117F1)												
ESTRATEGIA (103A)	IDEA (104A)	REVISIÓN PERMANENTE DEL MODELO ACTUAL DE NEGOCIOS (105A)	REVISIÓN GERENCIAL (106A)	2	3	2	2	4	3	16	MODERADA	4	0.27	19	0.53	10.81	P
		REVISIÓN PERMANENTE DE LAS NECESIDADES DEL CLIENTE (105B)		3	4	4	2	1	4	18	INTENSIVA	4	0.27	16		9.10	ER
		NUEVAS IDEAS COMO NEGOCIOS (105C)	GRUPAL (106B)	2	3	1	2	2	3	13	MODERADA	2	0.13	20		2.84	A
			INDIVIDUAL (106C)	4	4	4	2	1	2	17	INTENSIVA	5	0.33	14		12.44	P
	SUBTOTAL (105D)										1.00			35.2			
	NOVEDAD EN EL MERCADO (104B)	VALOR DE MERCADO (105E)	SEGMENTO PREMIER (106D)	1	2	4	4	4	2	17	INTENSIVA	5	0.56	13	0.56	20.06	MP
		ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA (105F)	DIRECTA (106E)	1	1	3	4	1	1	11	MODERADA	1	0.11	2		0.12	A
			SUSTITUTO (106F)	1	1	1	4	1	3	11	MODERADA	3	0.33	13		7.22	T
		SUBTOTAL (105G)										1.00					
	NUEVO MODELO DE NEGOCIOS (104C)	VOZ DEL CONSUMIDOR (105H)	NOVEDAD (106G)	1	4	2	3	1	3	14	MODERADA	4	0.17	2	0.35	0.48	A
		VOZ DE LA FIRMA (105I)	TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTO (106H)	3	2	1	4	3	4	17	INTENSIVA	2	0.09	2		0.12	A
			INCORPORANDO EL VALOR EN EL DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS (106I)	2	3	3	3	3	4	18	INTENSIVA	1	0.04	11		0.17	A
		INGRESOS CON ANÁLISIS DE RIESGO TÉCNICO Y FINANCIERO (105J)		3	2	4	3	3	2	17	INTENSIVA	5	0.22	7		2.65	A
		COSTOS CON ANÁLISIS DE RIESGO TÉCNICO Y FINANCIERO (105K)		4	3	3	2	4	2	18	INTENSIVA	3	0.13	4		0.54	A
		ALINEAMIENTO DE LA VISIÓN, MISIÓN Y VALORES (105L)		4	4	3	2	1	1	15	MODERADA	1	0.04	4		0.06	A
		ANÁLISIS DE NUEVAS ESTRATEGIAS DE MERCADOTECNIA PARA LA ENTRADA (105M)	FRANQUICIA (106J)	2	3	4	1	3	1	14	MODERADA	4	0.17	15		3.63	A
			JOINT-VENTURE (106K)	1	1	1	1	1	2	7	BAJA	2	0.09	8		0.48	A
	EXPORTACIÓN (106L)	1	4	1	1	4	2	13	MODERADA	1	0.04	14	0.21	A			
	SUBTOTAL (105N)										1.00						
	ORGANIZACIÓN (104D)	CULTURA PARA EL CAMBIO POR LA INNOVACIÓN (105O)	POR CONTRATO (106M)	2	2	1	4	3	4	16	MODERADA	5	0.56	3	0.56	4.63	A
		LUDICO (106N)	3	4	1	3	2	3	16	MODERADA	4	0.44	12	11.85		P	
	SUBTOTAL (105P)										1.00						
	CAPACIDADES (104E)	RELACION CON EL CLIENTE (105Q)	CRM (106O)	3	2	1	3	3	1	13	MODERADA	5	0.50	7	1.00	17.50	MP
		ACTIVIDADES CLAVE (105R)	HUMANO (106P)	3	4	4	1	4	2	18	INTENSIVA	5	0.50	8		20.00	MP
	SUBTOTAL (105S)										1.00						
	RECURSOS (104F)	CANALES DE DISTRIBUCIÓN (105T)	EXPERIENCIA (106Q)	2	1	4	2	2	2	13	MODERADA	3	0.38	19	0.38	8.02	ER
		RECURSOS CLAVE DE LA FIRMA (105U)	R&D+i (106R)	1	4	2	3	1	1	12	MODERADA	5	0.63	5		5.86	T
	SUBTOTAL (105V)										1.00						
SUBTOTAL FASE ESTRATÉGICA (105W)																	
OPERACIÓN (103B)	EJECUCIÓN Y CONTROL (104G)	TIEMPO DE LANZAMIENTO (105X)	PMI (106S)	3	3	4	4	1	3	18	INTENSIVA	2	0.29	4	0.29	0.65	A
		INDICADORES CLAVE DE DESEMPEÑO (105Y)		2	1	2	4	1	4	14	MODERADA	5	0.71	16		16.33	MP
SUBTOTAL FASE OPERATIVA (105Z)										1.00							

NOTAS NIVEL DE RIESGO: A.-ACEPTABLE/ T.-TOLERABLE/ ER.-EN RIESGO/ P.-PELIGROSO/ MP.-MUY PELIGROSO

TABLA 4

MODELO INNOVARE (101)			ANÁLISIS DE GENERACION DEL VALOR DE LA INNOVACION A SELECCIONAR: CALIDAD (102)															
ETAPAS (103)	VARIABLES (104)	DIMENSIONES (105)	INDICADORES (106)	TIPO DE INNOVACION EN LA CADENA DE VALOR DE LA EMPRESA PLANEADO POR LOS EPE_AD (110)							ANÁLISIS DE RIESGO (126)							
				PRODUCCION (111)	SERVICIO (112)	PROCESO (113)	MERCADOTECNIA (114)	ORGANIZACION (115)	TECNOLOGIA (116)	CÁLCULO TOTAL NIVEL DE MEJORAS PUNTO DE LOS EPE_AD (118)	CÁLCULO NIVEL DE ACCION DE INNOVACION POR ETAPAS VARIABLE DIMENSION DEL MODELO PARA LOS EPE_AD (119)	CÁLCULO DE CAPACIDAD DE REACCION DE LA EMPRESA (PROPIA) (NULO: 5/ CASI NULO: 4/ MEDIA: 3/ CASI NULO: 2/ ALTO: 1)	CÁLCULO DE PROBABILIDAD (126B)	CÁLCULO DE IMPACTO (CATASTROFICO: 20/ ALTO: 15/ MEDIO: 10/ BAJO: 5) (126C)	CÁLCULO DE INDICE DE VULNERABILIDAD (NINGUNA-<0/ ALTA:1) (126D)	CÁLCULO TOTAL DE RIESGO (126E)	CÁLCULO NIVEL DE RIESGO (126F)	
				MATERIALES (117A)	ENTREGA (117B)	MANUFACTURA (117C)	MARCA (117D)	ESTRUCTURA (117E)	INFRA (117F)									
				TIPO (117A1)	INTERNET (117B1)	VEL PROD (117C1)	POSICIONAMIENTO (117D1)	MATRICIA (117E1)	INTERNET (117F1)									
ESTRATEGIA (103A)	IDEA (104A)	REVISION PERMANENTE DEL MODELO ACTUAL DE NEGOCIOS (105A)	REVISIÓN GERENCIAL (106A)	4	4	2	4	2	1	17	INTENSIVA	4	0.4	3	0.44	2.37	A	
		REVISION PERMANENTE DE LAS NECESIDADES DEL CLIENTE (105B)		2	1	1	2	1	2	9	MODERADA	1	0.1	13		0.64	A	
		NUEVAS IDEAS COMO NEGOCIOS (105C)	GRUPAL (106B)		4	3	3	4	2	1	17	INTENSIVA	2	0.2		17	3.36	A
			INDIVIDUAL (106C)		4	4	1	1	4	1	15	MODERADA	2	0.2		8	1.58	A
		SUBTOTAL (105D)												1.0				7.95
	NOVEDAD EN EL MERCADO (104B)	VALOR DE MERCADO (105E)	SEGMENTO PREMIER (106D)		3	2	2	2	1	1	11	MODERADA	3	0.2	10	0.55	4.46	A
		ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA (105F)	DIRECTA (106E)		2	1	4	4	3	4	18	INTENSIVA	3	0.2	18		8.03	ER
			SUSTITUTO (106F)		2	3	3	3	1	2	14	MODERADA	5	0.4	5		1.24	A
	SUBTOTAL (105G)												1.0					
	NUEVO MODELO DE NEGOCIOS (104C)	VOZ DEL CONSUMIDOR (105H)	NOVEDAD (106G)		3	1	2	1	1	3	11	MODERADA	4	0.1	7	0.26	0.93	A
		VOZ DE LA FIRMA (105I)	TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTO (106H)		3	1	1	1	4	4	14	MODERADA	3	0.1	8		0.60	A
			INCORPORANDO EL VALOR EN EL DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS (106I)		4	3	1	3	4	4	19	INTENSIVA	5	0.1	6		1.25	A
		INGRESOS CON ANÁLISIS DE RIESGO TÉCNICO Y FINANCIERO (105J)		3	4	4	2	4	3	20	INTENSIVA	3	0.1	6	0.45		A	
		COSTOS CON ANÁLISIS DE RIESGO TÉCNICO Y FINANCIERO (105K)		4	3	3	3	4	4	21	INTENSIVA	5	0.1	18	3.75		A	
		ALINEAMIENTO DE LA VISION, MISIÓN Y VALORES (105L)		4	2	1	3	1	1	12	MODERADA	1	0.0	11	0.09		A	
		ANÁLISIS DE NUEVAS ESTRATEGIAS DE MERCADOTECNIA PARA LA ENTRADA (105M)	FRANQUICIA (106J)		3	2	3	2	1	3	14	MODERADA	1	0.0	4		0.03	A
			JOINT-VENTURE (106K)		3	1	2	3	1	4	14	MODERADA	5	0.1	20		4.16	A
			EXPORTACION (106L)		1	1	2	2	4	3	13	MODERADA	4	0.1	5		0.67	A
		SUBTOTAL (105N)												1.0				
	ORGANIZACION (104D)	CULTURA PARA EL CAMBIO POR LA INNOVACION (105O)	POR CONTRATO (106M)		1	3	4	4	3	2	17	INTENSIVA	2	0.3	19	0.33	4.22	A
		LUDICO (106N)		2	2	2	1	1	3	11	MODERADA	4	0.6	15	13.3		MP	
	SUBTOTAL (105P)																	
	CAPACIDAD (104E)	RELACION CON EL CLIENTE (105Q)	CRM (106O)		4	1	4	1	4	1	15	MODERADA	1	0.3	5	0.33	0.56	A
		ACTIVIDADES CLAVE (105R)	HUMANO (106P)		3	4	2	3	3	3	18	INTENSIVA	2	0.6	13		5.78	T
		SUBTOTAL (105S)												1.0				
RECURSOS (104F)	CANALES DE DISTRIBUCION (105T)	EXPERIENCIA (106Q)		1	2	2	4	2	3	14	MODERADA	4	0.8	20	0.80	51.2	MP	
	RECURSOS CLAVE DE LA FIRMA (105U)	R&D+ (106R)		3	1	1	4	2	2	13	MODERADA	1	0.2	18		2.88	A	
	SUBTOTAL (105V)												1.0					
SUBTOTAL FASE ESTRATEGICA (105W)																		
OPERACION (103B)	TIEMPO DE LANZAMIENTO (105X)	PM (106S)		2	1	4	3	4	2	16	MODERADA	1	0.2	1	0.25	0.06	A	
	INDICADORES CLAVE DE DESEMPEÑO (105Y)		4	4	2	4	1	4	4	19	INTENSIVA	3	0.7	6		3.38	A	
ALCANCES FINALES DE LA INNOVACION POR ETAPA EN LA CADENA DE VALOR DE LA EMPRESA (120)	CÁLCULO PONDERACION (121)	CÁLCULO DE VALOR ABSOLUTO (121A)		17	14	11	15	13										
		CÁLCULO % DE MEJORA		20.2%	17.1%	12.95%	18.15%	15.66	15.79%									
	CARACTERÍSTICAS DE LOS ATRIBUTOS DE INNOVACION PLANEADO POR LOS EPE_AD (122)		PET	Unidades Mes	Botellas/Minuto	Reciclable, Sustentable,	Número personas/Celda	Alta Velocidad										
	COMPARATIVO DE PLANEACION DE LOS EPE_AD DEL ACTUAL MODELO DE NEGOCIOS ENTRE LA EMPRESA PROPIA Y LAS RIVALES DEL SECTOR (123)	EMPRESA 1 (PROPIA) (123A)	Grosor 1	200	10	1	20	100										
		EMPRESA 2 (RIVAL) (123B)	Grosor 2	500	9	1	10	90										
		EMPRESA 2 (RIVAL) (123C)	Grosor 3	150	12	2	10	80										
	NMNBI OBJETIVO DE LA EMPRESA 1 (PROPIA) (124)		Grosor 2	400	10	3	5	140										
	CÁLCULO NIVEL DE ACCION EN EL TIPO DE INNOVACION PLANEADO POR LOS EPE_AD (125)		REDUCIDA	INCREMENTAL	INCREMENTAL	INCREMENTAL	INCREMENTAL	INCREMENTAL										
	ANÁLISIS DE RIESGO (127)	CÁLCULO DE CAPACIDAD DE REACCION (NULO: 5/ CASI NULO: 4/ MEDIA: 3/ CASI TOTAL: 2/ TOTAL: 1) (127A)			3	5	2	5	3	3								
		CÁLCULO DE PROBABILIDAD (127B)			0.20	0.17	0.13	0.18	0.16	0.16								
CÁLCULO DE IMPACTO (CATASTROFICO: 20/ ALTO: 15/ MEDIO: 10/ BAJO: 5) (127C)			16	1	17	13	14	9										
CÁLCULO DE INDICE DE VULNERABILIDAD (NINGUNA-<0/ ALTA:1) (127D)			0.52															
CÁLCULO TOTAL DE RIESGO (127E)			5.04	0.44	2.28	6.10	3.40	2.20										
CÁLCULO NIVEL DE RIESGO (127F)			P	A	T	MP	ER	T										

NOTAS NIVEL DE RIESGO: A-ACEPTABLE/ T.-TOLERABLE/ ER.-EN RIESGO/ P.-PELIGROSO/ MP.-MUY PELIGROSO

TABLA 5

## DESCRIPCIÓN DE LAS FIGURAS

A continuación, se presenta lista de componentes con funcionamiento independiente y/o complementario de la presente invención, describiéndose como sigue:

5

**FIGURA 1.** El cual es un esquema detallado, ejemplificativo mas no limitativo de una **carta de desarrollo de un nuevo modelo de negocios basado en la innovación (NMNBI)** resultante, con todas los **Partes** que lo constituyen como objeto de la invención, que se exponen como:

10 **Parte (101).- modelo INNOVARE.-** Asignación de valores de acuerdo a los criterios de los **EPE\_AD**, el cual consta de la:

**Subparte (103).-** Etapas.

**Subparte (103A).-** Estrategia.

**Subparte (103B).-** Operación.

15 **Subparte (104).-** Variables

**Subparte (104A).-** Idea.

**Subparte (104B).-** Novedad en el mercado.

**Subparte (104C).-** Nuevo modelo de negocios.

**Subparte (104D).-** Organización.

20 **Subparte (104E).-** Capacidades.

**Subparte (104F).-** Recursos.

**Subparte (104G).-** Ejecución y control.

**Subparte (105).-** Dimensiones

25 **Subpartes (105A...105Z,** sólo ejemplificativo y permiten identificar mejor a grupo(s) de indicadores).- Se generan a decisión del **EPE\_AD**, sin restricción.

**Subparte (106).-** Indicadores

**Subpartes (106A...106Z** sólo ejemplificativo y permiten detallar mejor a la(s) variable(s) del **NMNBI**).- Se generan a decisión del **EPE\_AD**, sin restricción.

**Parte (102).- Análisis de generación del valor de la innovación a seleccionar: calidad (caso ejemplo),** el cual consta de la:

**Subparte (107).-** Importancia modelo actual de negocios percibida por el **EPE\_AD**.

**Subparte (107A).-** Modelo actual de negocios.

5 **Subparte (107B).-** Cálculo % de ponderación.

**Subparte (108).-** Comparativo de percepción del consumidor del actual modelo de negocios entre la empresa propia y las rivales del sector.

**Subpartes (108A...108C** sólo ejemplificativo; **se recomienda máximo 5 empresas rivales).**-Se generan a decisión del **EPE\_AD**.

10 **Subparte (109).-** Metas de la planeación del nivel de la innovación por los **EPE\_AD**.

**Subparte (109A).-** Nivel del **NMNBI** planeada por los **EPE\_AD**.

**Subparte (109B).-** Cálculo radio de mejora.

**Subparte (109C).-** Nivel de fuerza de recursos planeada por los **EPE\_AD** del **NMNBI**.

**Subparte (109D).-** Cálculo ponderación.

15 **Subparte (109D1).-** Cálculo de valor absoluto.

**Subparte (109D2).-** Cálculo % de mejora.

**Subparte (110).-** Tipo de innovación en la cadena de valor de la empresa planeado por los **EPE\_AD**, sin restricción (**se recomienda sin ser limitativo sean máximo 10**).

**Subparte (111).-** Producto.

20 **Subparte (112).-** Servicio.

**Subparte (113).-** Proceso.

**Subparte (114).-** Mercadotecnia.

**Subparte (115).-** Organización.

**Subparte (116).-** Tecnología.

25 **Subparte (117).-** Nivel de atributos de innovación planeado por los **EPE\_AD**.

**Subparte (117A...117Z** sólo ejemplificativo y permiten detallar mejor a la(s) variable(s) del tipo de innovación en la cadena de valor de la empresa planeado por los **EPE\_AD**).- Se generan a decisión del **EPE\_AD**, sin restricción. **Se recomienda máximo 2**.

**Subparte (117A1...117Z1** sólo ejemplificativo y permiten detallar mejor a la(s) variable(s) del tipo de innovación en la cadena de valor de la empresa planeado por los **EPE\_AD**).- Se generan a decisión del **EPE\_AD**, sin restricción. **Se recomienda máximo 2.**

**Subparte (118).**- Total nivel de mejoras planeado por los **EPE\_AD**.

5 **Subparte (119).**- Cálculo nivel de acción de innovación por etapa/variable/dimensión del modelo **INNOVARE** planeada por los **EPE\_AD**.

**Subparte (126).**- Análisis de riesgo.

**Subparte (126A).**- Cálculo de capacidad de reacción (nulo: 5/ casi nulo: 4/ media: 3/ casi total: 2/ total: 1).

10 **Subparte (126B).**- Cálculo de probabilidad.

**Subparte (126C).**- Cálculo impacto (catastrófico: 20/ alto: 15/ medio: 10/ bajo: 5).

**Subparte (126D).**- Cálculo índice de vulnerabilidad (ninguna:<0/ alta:1).

**Subparte (126E).**- Cálculo total de riesgo.

**Subparte (126F).**- Cálculo nivel de riesgo.

15

**Parte (120).**- Alcances finales de la innovación por etapa en la cadena de valor de la empresa, el cual consta de la:

**Subparte (121).**- Cálculo ponderación.

**Subparte (122).**- Características de los atributos de innovación planeado por los **EPE\_AD**

20 **Subparte (123).**- Comparativo de planeación de los **EPE\_AD** del actual modelo de negocios entre la Empresa Propia y las rivales del sector.

**Subparte (124).**- **NMNBI** Objetivo de la Empresa 1 (Propia).

**Subparte (125).**- Cálculo nivel de acción en el tipo de innovación planeado por los **EPE\_AD**.

25 **Subparte (127).**- Análisis de riesgo.

**Subparte (127A).**- Cálculo de capacidad de reacción (nulo: 5/ casi nulo: 4/ media: 3/ casi total: 2/ total: 1).

**Subparte (127B).**- Cálculo de probabilidad.

**Subparte (127C).**- Cálculo impacto (catastrófico: 20/ alto: 15/ medio: 10/ bajo: 5).

**Subparte (127D).**- Cálculo índice de vulnerabilidad (ninguna:<0/ alta:1).

**Subparte (126E).**- Cálculo total de riesgo.

**Subparte (127F).**- Cálculo nivel de riesgo.

5 **FIGURA 2. Diagrama de flujo menú despliegue carta de desarrollo de un nuevo modelo de negocios basado en la innovación (NMNBI)** el cual se muestra, con todas las **partes, subpartes y módulos** que lo constituyen como objeto de la invención, que se exponen como:

10 **Módulo 21. Tipo de ejecución del módulo: entrada/consulta/borrado/impresión de datos.**

**Parte 0:** menú despliegue carta de desarrollo de un nuevo modelo de negocios basado en la innovación **(NMNBI)**.

15 **Módulo 22. Tipo de ejecución del módulo: entrada/consulta/borrado/impresión de datos.** El cual consiste en:

**1.-Parte: PARÁMETROS MODELO INNOVARE ( o modelo INNOVARE (101)),** con salida a **etiqueta 10.**

20 **2.-Parte: VALOR (o análisis de generación del valor de la innovación a seleccionar (102))**, con salida a **etiqueta 20.**

**3.- Parte: REDISEÑO MODELO INNOVARE (o modelo INNOVARE (101) vs. cruce análisis de generación del valor de la innovación a seleccionar (102)),** con salida a **etiqueta 30.**

25 **4.- Parte: DISEÑO NMNBI (o alcances finales de la innovación por etapa en la cadena de valor de la empresa (120) vs. análisis de generación del valor de la innovación a seleccionar (102)),** con salida a **etiqueta 40.**

**Módulo 23. Tipo de ejecución del módulo: procesamiento fin aplicación/sesión**

30 **5-Parte:** fin de aplicación/sesión

**FIGURA 3.- Diagrama de Flujo que relaciona las partes contenidas en las descripciones** el cual se muestra, con todas las **partes, subpartes y módulos** que lo constituyen como objeto de la invención, que se exponen como:

5

**Inicio con etiqueta 10**

**Módulo 31. Tipo de ejecución del módulo: entrada/consulta/borrado/impresión de datos. (Ver ejemplo TABLA 1).**

10

**1.-Parte: modelo INNOVARE (101):** asignación de valores de acuerdo a los criterios de los **EPE\_AD** de las subpartes:

**1.1.-Subparte:** etapas (**103**), que considera a estrategia (**103A**), operación (**103B**).

15

**1.2.-Subparte:** variables (**104**), que considera: idea (**104A**); novedad en el mercado(**104B**); nuevo modelo de negocios (**104C**); organización (**104D**); capacidad (**104E**); recursos (**104F**); ejecución y control (**104G**).

**1.3.-Subparte:** dimensiones (**105**, subdividiéndose en **105A...105Z, como ejemplo no limitativo**) e indicadores (**106**, subdividiéndose en **106A...106Z, como ejemplo no limitativo**), que considera divisiones por rubro del modelo **INNOVARE** que se desglosan en la carta de despliegue **NMNBI**

**Módulo 32.- Tipo de ejecución del módulo: almacenamiento/ impresión de datos.**

**1.- Parte: modelo INNOVARE (101).** Asignación de valores de acuerdo a los criterios de los **EPE\_AD**: confirmación guardado de datos y/o impresión de datos

**Inicio etiqueta 20**

**Módulo 33.- Tipo de ejecución del módulo: entrada/consulta/borrado/impresión de datos. (Ver ejemplo Figura 5).**

5 **2.-Parte: análisis de generación del valor de la innovación a seleccionar (102):**  
asignación del valor de la empresa a analizar, proveniente de la visión y la misión

**Módulo 34.- Tipo de ejecución del módulo: almacenamiento/ impresión de datos.**

10 **2.- Partes: análisis de generación del valor de la innovación a seleccionar (102):**  
confirmación guardado de datos y/o impresión de datos.

**TABLA 1-** Tabla del modelo **INNOVARE (101)** que relaciona las partes contenidas en las descripciones, con datos ejemplo.

15 **TABLA 2.-** Tabla de análisis de generación del valor de la innovación a seleccionar **(102)**,  
datos ejemplo valor: calidad

20 **FIGURA 4.- Diagrama de Flujo que relaciona las partes contenidas en las descripciones** el cual se muestra, con todas las **partes, subpartes y módulos** que lo constituyen como objeto de la invención, que se exponen como:

**Inicio etiqueta 30**

**Módulo 41.- Tipo de ejecución del módulo: entrada/consulta/borrado/impresión de datos. (Ver ejemplo TABLA 3).**

25 **3.- Parte: modelo INNOVARE (101) vs. cruce análisis de generación del valor de la innovación a seleccionar (102)**

30 **3.1.-Subpartes:** estrategia **(103A)**; operación **(103B)** de etapas **(103)**; idea **(104A)**;  
novedad en el mercado**(104B)**; nuevo modelo de negocios **(104C)**; organización **(104D)**;

capacidad (104E); recursos (104F); ejecución y control (104G); de la variable (104); dimensiones (105) e indicadores (106) con subapartados según decisión de los EPE\_AD pertenecientes al modelo INNOVARE (101) vs. cruce de las subpartes: modelo actual de negocios (107A) perteneciente a la subparte: importancia modelo actual de negocios percibida por el EPE\_AD (107), de la parte: análisis de generación del valor de la innovación (102)

**3.2.-Subpartes:** estrategia (103A); operación (103B) de etapas (103); idea (104A); novedad en el mercado(104B); nuevo modelo de negocios (104C); organización (104D); capacidad (104E); recursos (104F); ejecución y control (104G); de la variable (104); dimensiones (105) e indicadores (106) con subapartados según decisión de los EPE\_AD pertenecientes al modelo INNOVARE (101) vs. cruce de las subpartes: empresa 1 (propia) (108A), empresa 2 (rival) (108B), empresa 3 (rival) (108C) pertenecientes a la subparte: comparativo de percepción del consumidor del actual modelo de negocios entre la empresa propia y las rivales del sector (108), de la parte: análisis de generación del valor de la innovación (102)

**3.3.- Subpartes:** estrategia (103A); operación (103B) de etapas (103); idea (104A); novedad en el mercado(104B); nuevo modelo de negocios (104C); organización (104D); capacidad (104E); recursos (104F); ejecución y control (104G); de la variable (104); dimensiones (105) e indicadores (106) con subapartados según decisión de los EPE\_AD pertenecientes al modelo INNOVARE (101) vs. cruce de la subparte: nivel del NMNBI planeada por los EPE\_AD (109A) perteneciente a la subparte: metas de la planeación del nivel de la innovación por los EPE\_AD (109), de la parte: análisis de generación del valor de la innovación (102)

**3.4.-Subparte:** estrategia (103A); operación (103B) de etapas (103); idea (104A); novedad en el mercado(104B); nuevo modelo de negocios (104C); organización (104D); capacidad (104E); recursos (104F); ejecución y control (104G); de la variable (104);

dimensiones (105) e indicadores (106) con subapartados según decisión de los **EPE\_AD** pertenecientes al modelo **INNOVARE (101)** vs. cruce nivel de fuerza de recursos planeada por los **EPE\_AD** del **NMNBI (109C)**, perteneciente a la subparte: metas de la planeación del nivel de la innovación por los **EPE\_AD (109)**, de la parte: análisis de generación del valor de la innovación (102).

**Módulo 42.- Tipo de ejecución del módulo: procesamiento de datos. (Ver ejemplo Figura 7).**

10 **3.6.-Subparte:** cálculo % de ponderación (107B), perteneciente a la subparte: importancia modelo actual de negocios percibida por el **EPE\_AD (107)**, de la parte: análisis de generación del valor de la innovación (102) vs. el cruce de estrategia (103A); operación (103B) de etapas (103); idea (104A); novedad en el mercado(104B); nuevo modelo de negocios (104C); organización (104D); capacidad (104E); recursos (104F); ejecución y control (104G); de la variable (104); dimensiones (105) e indicadores (106) con subapartados según decisión de los **EPE\_AD** pertenecientes al modelo **INNOVARE (101)**

20 **3.7.-Subparte:** cálculo radio de mejora (109B), perteneciente a la subparte: metas de la planeación del nivel de la innovación por los **EPE\_AD (109)**, de la parte: análisis de generación del valor de la innovación (102) vs. cruce de estrategia (103A); operación (103B) de etapas (103); idea (104A); novedad en el mercado(104B); nuevo modelo de negocios (104C); organización (104D); capacidad (104E); recursos (104F); ejecución y control (104G); de la variable (104); dimensiones (105) e indicadores (106) con subapartados según decisión de los **EPE\_AD** pertenecientes al modelo **INNOVARE (101)**

25 **3.8.-Subparte:** cálculo de valor absoluto (109D1); cálculo % de mejora (109D2) de cálculo de ponderación (109D), perteneciente a la subparte: metas de la planeación del nivel de la innovación por los **EPE\_AD (109)**, de la parte: análisis de generación del valor de la innovación (102) vs. cruce de estrategia (103A); operación (103B) de etapas (103); idea (104A); novedad en el mercado(104B); nuevo modelo de negocios (104C); organización

30

(104D); capacidad (104E); recursos (104F); ejecución y control (104G); de la variable (104); dimensiones (105) e indicadores (106) con subapartados según decisión de los EPE\_AD pertenecientes al modelo INNOVARE (101)

5 **Módulo 43.- Tipo de ejecución del módulo: almacenamiento/ impresión de datos.**

3.-Partes: modelo INNOVARE (101) vs. cruce de las subpartes: importancia modelo actual de negocios percibida por el EPE\_AD (107); comparativo de percepción del consumidor del actual modelo de negocios entre la empresa propia y las rivales del sector (108); metas de la planeación del nivel de la innovación por los EPE\_AD, pertenecientes a la parte: análisis de generación del valor de la innovación (102): confirmación guardado de datos y/o impresión de datos.

15 **TABLA 3.-** Tabla que muestra datos del modelo INNOVARE (101) vs. cruce análisis de generación del valor de la innovación a seleccionar: calidad (102) y que relaciona las partes contenidas en las descripciones, con datos ejemplo.

20 **FIGURA 5.- Diagrama de Flujo que relaciona las partes contenidas en las descripciones** el cual se muestra, con todas las partes, subpartes y módulos que lo constituyen como objeto de la invención, que se exponen como:

**Inicio etiqueta 40**

25 **Módulo 51.-Tipo de ejecución del módulo: entrada/consulta/borrado/impresión de datos. (Ver ejemplo TABLA 5).**

4.- Parte: alcances finales de la innovación por etapa en la cadena de valor de la empresa (120) vs. análisis de generación del valor de la innovación a seleccionar (102)

5 **4.1.-Subparte:** características de los atributos de innovación planeado por los **EPE\_AD (122)** pertenecientes a alcances finales de la innovación por etapa en la cadena de valor de la empresa (**120**) vs. cruce de campos seleccionados por los **EPE\_AD** como nivel de atributos de innovación planeado por los **EPE\_AD (117)** para: producto (**117A**), servicio (**117B**), proceso (**117C**), mercadotecnia (**117D**), organización (**117E**), tecnología (**117F**) pertenecientes a tipo de innovación en la cadena de valor de la empresa planeado por los **EPE\_AD (110)**

10 **4.2.-Subparte:** Empresa 1 (Propia) (**123A**); Empresa 2 (Rival); Empresa 3 (Rival) de comparativo de planeación de los epe\_ad del actual modelo de negocios entre la empresa propia y las rivales del sector (**123**) pertenecientes a alcances finales de la innovación por etapa en la cadena de valor de la empresa (**120**) vs. cruce de campos seleccionados por los **EPE\_AD** como nivel de atributos de innovación planeado por los **EPE\_AD (117)** para: producto (**117A**), servicio (**117B**), proceso (**117C**), mercadotecnia (**117D**), organización (**117E**), tecnología (**117F**) pertenecientes a tipo de innovación en la cadena de valor de la empresa planeado por los **EPE\_AD (110)**

15

20 **4.3.-Subparte:** **NMNBI** objetivo de la empresa 1 (propia) (**124**) pertenecientes a alcances finales de la innovación por etapa en la cadena de valor de la empresa (**120**) vs. cruce de campos seleccionados por los **EPE\_AD** como nivel de atributos de innovación planeado por los **EPE\_AD (117)** para: producto (**117A**), servicio (**117B**), proceso (**117C**), mercadotecnia (**117D**), organización (**117E**), tecnología (**117F**) pertenecientes a tipo de innovación en la cadena de valor de la empresa planeado por los **EPE\_AD (110)**

25

**Módulo 52.- Tipo de ejecución del módulo: procesamiento de datos. (Ver ejemplo TABLA 5).**

**4.4.-Subparte:** cálculo de valor absoluto (**121A**) y cálculo de % de mejora (**121B**) de ponderación (**121**) pertenecientes a alcances finales de la innovación por etapa en la cadena de valor de la empresa (**120**) vs. cruce de campos seleccionados por los **EPE\_AD** como nivel de atributos de innovación planeado por los **EPE\_AD** (**117**) para: producto (**117A**), servicio (**117B**), proceso (**117C**), mercadotecnia (**117D**), organización (**117E**), tecnología (**117F**) pertenecientes a tipo de innovación en la cadena de valor de la empresa planeado por los **EPE\_AD** (**110**)

**4.5.-Subparte:** cálculo nivel de acción en el tipo de innovación planeado por los **EPE\_AD** (**125**) pertenecientes a alcance finales de la innovación por etapa en la cadena de valor de la empresa (**120**) vs. cruce de campos seleccionados por los **EPE\_AD** como nivel de atributos de innovación planeado por los **EPE\_AD** (**117**) para: producto (**117A**), servicio (**117B**), proceso (**117C**), mercadotecnia (**117D**), organización (**117E**), tecnología (**117F**) pertenecientes a tipo de innovación en la cadena de valor de la empresa planeado por los **EPE\_AD** (**110**)

**4.6.-Subparte:** cálculo capacidad de reacción (nulo: 5/ casi nulo: 4/ media: 3/ casi total: 2/ total: 1) (**127A**); probabilidad (**127B**); impacto (catastrófico: 20/ alto: 15/ medio: 10/ bajo: 5) (**127C**); índice de vulnerabilidad (ninguna:<0/ alta:1) (**127D**); total de riesgo (**127E**); nivel de riesgo (**127F**) de análisis de riesgo (**127**) pertenecientes a alcances finales de la innovación por etapa en la cadena de valor de la empresa (**120**) vs. cruce de campos seleccionados por los **EPE\_AD** como nivel de atributos de innovación planeado por los **EPE\_AD** (**117**) para: producto (**117A**), servicio (**117B**), proceso (**117C**), mercadotecnia (**117D**), organización (**117E**), tecnología (**117F**) pertenecientes a tipo de innovación en la cadena de valor de la empresa planeado por los **EPE\_AD** (**110**).

**Módulo 53.- Tipo de ejecución del módulo: almacenamiento/impresión de datos.**

**4.-Parte: alcances finales de la innovación por etapa en la cadena de valor de la empresa (120) vs. análisis de generación del valor de la innovación a seleccionar (102):** Confirmación guardado/ impresión de datos. **(Ver TABLA 5)**

5

**TABLA 4.-** Tabla que muestra datos del modelo **INNOVARE (101)** vs. cruce tipo de innovación en la cadena de valor de la empresa planeado por los **EPE\_AD (110)**; análisis de riesgo **(126)** pertenecientes a análisis de generación del valor de la innovación a seleccionar: calidad **(102)** y que relaciona las partes contenidas en las descripciones, con datos ejemplo.

10

**TABLA 5-** Tabla **tipo de innovación en la cadena de valor de la empresa planeado por los EPE\_AD (110)** análisis de generación del valor de la innovación a seleccionar: calidad **(102)** vs. alcances finales de la innovación por etapa en la cadena de valor de la empresa **(120)** y análisis de riesgo **(127)** que relaciona las partes contenidas en las descripciones con datos ejemplo.

15

**FIGURA 6. Esquema del aparato para el procesamiento de información que calcula el nivel y determina para la empresa un nuevo modelo de negocios basado en la innovación (NMNBI) dentro de un sistema de información, el cual se conforma de:**

20

**Parte (201).-** Unidad de entrada de datos.

**Parte (202).-** Unidad central de procesamiento (CPU).

**Parte (203).-** Unidad central de almacenamiento.

25

**Parte (204).-** Programa despliegue carta **NMNBI**.

**Parte (205).-** Unidad despliegue datos.

**Parte (206).-** Unidad impresora de datos.

**Parte (207).-** Procesamiento de información del programa método y sistema que calcula el nivel y determina el tipo de innovación del modelo de negocios de la empresa **(NMNBI)**.

**Parte (208).**- Base de datos Modelo **INNOVARE**.Tablas:-Idea-Novedad en el Mercado-Nuevo Modelo de Negocios-Organización-cApacidades-Recursos -Ejecución y Control

**Parte (209).**- Base de datos análisis de generación del valor de la innovación a seleccionar. Tablas:-Importancia modelo actual de negocios percibida por el consumidor-  
5 Comparativo de percepción del consumidor del actual modelo de negocios entre la empresa propia y las rivales del sector.-Metas de la planeación del nivel de la innovación por los **EPE\_AD**- Tipo de innovación en la cadena de valor de la empresa planeado por los **EPE\_AD**- Análisis de riesgo.

**Parte (210).**- Base de datos alcances finales de la innovación por etapa en la cadena de  
10 valor de la empresa.Tablas: -Cálculo de ponderación-Características de los atributos de innovación planeado por los **EPE\_AD**

-Comparativo de planeación de los **EPE\_AD** del actual modelo de negocios entre la empresa propia y las rivales del sector-NMNBI objetivo de la empresa 1 (propia)-Cálculo nivel de acción en el tipo de innovación planeado por los **EPE\_AD**-Análisis de riesgo

15 **213.**-Red de comunicaciones (alámbrica/ inalámbrica).

## **RECOMENDACIONES PARA LA MEJOR EJECUCIÓN DE LA INVENCIÓN**

La ejecución del **método y aparato para el procesamiento de información que calcula  
20 el nivel y determina para la empresa un nuevo modelo de negocios basado en la innovación (NMNBI)** requiere:

### **1.-Como insumos:**

**1a.-** Declarar cuál es el valor pilar de la empresa del que realizará el análisis de  
25 generación del valor de la innovación a seleccionar (**102**)

**1b.-** Aplicar tanto la captura de percepciones de los de consumidores como de los **EPE\_AD** sobre el actual modelo de negocios para perfilar el **NMNBI**. Para lograrlo, por el lado consumidor se sugiere levantar encuestas y **Focus Group** que califiquen a las distintas etapas del modelo **INNOVARE (101)** tanto del modelo actual de negocios como

del comparativo con las empresas rivales; por el lado **EPE\_AD** se requiere capturar tanto sus percepciones del modelo actual de negocio, así como su planeación y nivel de compromiso de mejora de cada una de las etapas del modelo **INNOVARE (101)**.

- 5 **1c.-**Se obtienen tanto **cálculo % de mejora (109D2)**, cálculo nivel de acción de innovación por etapa/variable/dimensión del modelo innovare planeada por los **EPE\_AD (119)** que se traducen en: **baja, moderada, intensiva**, así como cálculo nivel de riesgo (**126F**), que se traduce en: **aceptable, tolerable, en riesgo, peligroso y muy peligroso**.
- 10 **1d.-**Por parte de los **EPE\_AD** realizar la propuesta **NMNBI** objetivo de la empresa 1 (propia) (**124**) a fin el nivel de atributos de innovación planeado por los **EPE\_AD (117)**, en los rubros del tipo de innovación en la cadena de valor de la empresa planeado por los **EPE\_AD (110)**: producto (**111**); servicio (**112**); proceso (**113**); mercadotecnia (**114**); organización (**115**); tecnología (**116**), etc.. Así se obtienen también cálculo % de mejora
- 15 **(121B)** del tipo de innovación en la cadena de valor de la empresa planeado por los **EPE\_AD (110)**, que se traducen como alcances finales de la innovación por etapa en la cadena de valor de la empresa (**120**).
- 1e.-** Se obtienen cálculo nivel de acción en el tipo de innovación planeado por los **EPE\_AD**
- 20 **(125)**, que se traducen en: **incremental o radical**, así como cálculo nivel de riesgo (**127F**), que se traduce en: **aceptable, tolerable, en riesgo, peligros y muy peligroso**.

## **2.-Como infraestructura:**

- Para un óptimo funcionamiento, se requiere codificar en lenguaje de programación de bajo
- 25 nivel que permita soportar a la **FIGURA 6** que muestra un esquema del aparato para el procesamiento de información que calcula el nivel y determina para la empresa un nuevo modelo de negocios basado en la innovación (**NMNBI**) dentro de un **sistema de información**.

### 3.-Como políticas de funcionamiento por los EPE\_AD:

**3a.-**Determinación de los integrantes del equipo **EPE\_AD**.

**3b.-**Conocimiento pleno del consumidor objetivo/meta.

- 5 **3c.-**Conocimiento pleno del modelo de negocio actual y NMNBI a alcanzar, tanto en las etapas del modelo **INNOVARE (101)**, así como de todas las etapas que la empresa 1 (propia) cubre a nivel producto (111); servicio(112), proceso (113), mercadotecnia (114); organización (115), tecnología (117), etc. suficiente y amplio para realizar el análisis de generación del valor de la innovación a seleccionar: calidad (**102**).
- 10 **3d.-** Interés, compromiso, disponibilidad por realizar el análisis a fin de generar las mejores alternativas para la toma de decisiones en el alcance del **NMNBI**.

### ALTERNATIVAS DE USO DE LA INVENCION

- 15 La ejecución del **método y aparato para el procesamiento de información que calcula el nivel y determina para la empresa un nuevo modelo de negocios basado en la innovación (NMNBI)**, tiene como alternativas de uso para los **EPE\_AD** de la empresa:
- 1.-Precisar el valor del modelo de negocio que se deberá reforzarpor medio de la innovación
- 20 **2.-** El incrementar el conocimiento cualitativo/cuantitativo del perfil y percepciones de sus consumidores.
- 3.-** El incrementar el conocimiento cualitativo/cuantitativo de su competencia.
- 4.-** El identificar con mayor precisión, tanto las etapas de su modelo actual de negocio como el de un **NMNBI**
- 25 **5.-** Realizar económica y anticipadamente, escenarios diversos tanto de base determinística como aleatoria, para determinar cualitativa/cuantitativamente:
- 5a.-** Fortalezas, debilidades y amenazas del modelo actual de negocio.
- 5b.-** Oportunidades para el desarrollo de un **NMNBI**.

**5c.-**% de mejora, identificados por colores, muy precisos de la etapa del modelo actual para llegar al **NMNBI** planeado

**5d.-** Niveles de acción para alcanzar al **NMNBI** planeado que implican recursos, tiempo y esfuerzo e identificados por colores (**bajo, moderado, intensivo**).

5 **5d.-** Nivel de innovación de cada parte de la cadena de valor de la empresa en el rubro: producto, servicio, proceso, organización, tecnología, etc. e identificados por colores (**incremental/radical**)

**5f.-** Niveles de riesgo identificados por colores (**aceptable, tolerable, en riesgo, peligroso, muy peligroso**)

10 **6.-** Tiene la capacidad de integrarse con el modelo **INNOVARE** (110) a nivel modular a las invenciones:

-MX/a/2013/011807.Método de Desarrollo de la Innovación para Productos y Servicios basados en el Valor.

Autores: Juan Mejía Trejo.

15 -Mx/a/2014/001033.Determinación del Posicionamiento Competitivo mediante el Método de Desarrollo de la Innovación para Productos y Servicios basados en el Valor.

Autor: Juan Mejía Trejo.

-Mx/a/2014/001057.Determinación de Estrategias Mercadotécnicas y Valuación del Riesgo mediante el Método de Desarrollo de la Innovación para Productos y Servicios basados en el Valor.

20

Autor: Juan Mejía Trejo.

-MX/a/2014/001068.Evaluación de las Estrategias Mercadotécnicas respecto a la Responsabilidad Social Empresarial mediante el Método de Desarrollo de la Innovación para Productos y Servicios basados en el Valor.

25 Autor: Juan Mejía Trejo.

## REIVINDICACIONES

Habiendo descrito suficientemente mi invención, que considero una novedad, por lo tanto reclamo de mi exclusiva propiedad lo contenido en las siguientes reivindicaciones:

- 5 1. Un **aparato** de procesamiento de información que ejecuta el **método** calcula el nivel y determina para la empresa, un nuevo modelo de negocios basado en la innovación (**NMNBI**), que comprende **partes** que soportan una versión modificada de la función de despliegue de la calidad, que comprende las partes de captura y procesamiento de datos, denominado como:
  - 10 a. **PARÁMETROS MODELO INNOVARE**, que es un conjunto de tablas relacionadas por medio de una base de datos que se caracteriza por capturar, consultar/ borrar/ imprimir datos que definen las etapas, tanto del modelo actual de negocio como el del **NMNBI** : **(I) idea, (N) novedad en el mercado, (N) nuevo modelo de negocios, (O) organización, (V) análisis de la generación del valor a seleccionar, (A) capacidades, (R) recursos, (E) ejecución y control, con cálculo y análisis de riesgo correspondiente.**
  - 15 b. **VALOR**, que es un conjunto de tablas relacionadas por medio de una base de datos que se caracteriza por capturar, consultar/ borrar/ imprimir datos que definen la selección del valor pilar de la empresa, que los **EPE\_AD** realizan para hacer el análisis de la innovación.
  - 20 c. **REDISEÑO MODELO INNOVARE**, que es un conjunto de tablas relacionadas por medio de una base de datos que se caracteriza por capturar, consultar/ borrar/ imprimir datos que definen en forma matricial, las percepciones de los consumidores del actual modelo de negocios así como de la proyección en compromiso de recursos que los **EPE\_AD** planean para el logro de un **NMNBI** en las etapas de: **(I) idea, (N) novedad en el mercado, (N) nuevo modelo de negocios, (O) organización, (V) análisis de la generación del valor a seleccionar, (A) capacidades, (R) recursos, (E) ejecución y control, con cálculo y análisis de riesgo correspondiente.**
  - 25

- d. **DISEÑO NMNBI**, que es un conjunto de tablas relacionadas por medio de una base de datos que se caracteriza por capturar, consultar/ borrar/ imprimir datos que definen en forma matricial, lo que los **EPE\_AD** muestran en distintos niveles de compromiso para innovar en los rubros de: producto, servicio, procesos, comercialización, organización tecnología, etc.
- e. Un **módulo del aparato** que realiza el procesamiento de información del programa método y sistema que calcula el nivel y determina el tipo de innovación del modelo de negocios de la empresa (**NMNBI**) en Modo: Determinístico o Aleatorio.
- f. Un módulo de del aparato que realiza el programa de despliegue carta **NMNBI**
2. El **aparato** en conformidad con la **reivindicación 1**, caracterizado por la **parte: PARÁMETROS DEL MODELO INNOVARE**, que comprende un código programa fuente que hace que la unidad procesadora de datos (**CPU**), realice:
- a. La captura/ consulta/ borrar / imprimir datos a través de la unidad de entrada de datos, de cada una de las etapas: **(I) idea, (N) novedad en el mercado, (N) nuevo modelo de negocios, (O) organización, (V) análisis de la generación del valor a seleccionar, (A) capacidades, (R) recursos, (E) ejecución y control como variables, dimensiones e indicadores subdivididos tanto se requiera por parte de los EPE\_AD**, los cuales se registran y guardan, en la unidad central de almacenamiento en su partición de bases de datos **PARÁMETROS DEL MODELO INNOVARE**. Son generados de forma determinística o aleatoria los campos a analizar tanto del modelo actual de negocios como del **NMNBI**.
- b. Lo anterior, presentado en forma tabular mediante un programa fuente que despliega la carta **NMNBI**.

3. El **aparato** en conformidad con la **reivindicación 1**, caracterizado por la **parte: VALOR**, que comprende un código programa fuente que hace que la unidad procesadora de datos (**CPU**), realice:

- a. La captura/ consulta/ borrar / imprimir datos a través de la unidad de entrada de datos, de los principales valores pilares de la empresa que son complementarios a la misión y visión de la misma, los cuales se registran y guardan, en la unidad central de almacenamiento en su partición de bases de datos VALOR.
- b. Lo anterior, presentado en forma tabular mediante un programa fuente que despliega la carta **NMNBI**.

4. El aparato en conformidad con la **reivindicación 1**, caracterizado por la **parte: REDISEÑO MODELO INNOVARE** que comprende un código programa fuente que hace que la unidad procesadora de datos (**CPU**), realice:

- a. La captura/ consulta/ borrar / imprimir datos a través de la unidad de entrada de datos, de cada una de las etapas: **(I) idea, (N) novedad en el mercado, (N) nuevo modelo de negocios, (O) organización, (V) análisis de la generación del valor a seleccionar, (A) capacidades, (R) recursos, (E) ejecución y control como variables**, dimensiones e indicadores subdivididos tanto se requiera por parte de los **EPE\_AD**, los cuales son **accesados** de la unidad central de almacenamiento en su partición de bases de datos **PARÁMETROS DEL MODELO INNOVARE**. Son generados de forma determinística o aleatoria los campos a analizar tanto del modelo actual de negocios como del **NMNBI**. Así, son capturados a nivel tabular las percepciones de los consumidores que como sugerencia y sin ser restrictivos se plantean en valores: 1.-nulo; 2

Su propósito en resumen, es capturar los datos de percepciones de los consumidores que tienen sobre el actual modelo de negocios así como los compromisos e intensidad de recursos que los **EPE\_AD**, están dispuestos a ofrecer. El resultado es el cual realiza un cruce con cada uno de los  **renglones** que produce para realizar ponderaciones a nivel

**captura de datos sugiriéndose sin ser limitativo, los valores: 1.-Nulo; 2.-Mínimo; 3.- Medio; 4.-Máximo** y que se presentan:

5 **a).- Importancia del modelo actual de negocios percibida por el consumidor**, el cual reporta la **columna de modelo actual de negocios**, como **captura de datos** y la **columna % de ponderación** como **cálculo de datos**, del modelo **INNOVARE (101)**.

10 **b).- Comparativo de percepción del consumidor del actual modelo de negocios entre la empresa propia y las rivales del sector**, donde se realiza **captura de datos** y se subdivide en tantas empresas como los **EPE\_AD** requieran sugiriéndose realizar con la propia y otras 2 rivales (**se sugiere sin ser limitativo hasta 5 empresas**).

15 **c).- Metas de la planeación del nivel de innovación por los EPE\_AD**, el cual reporta las **columnas: nivel del NMNBI planeada por los EPE\_AD**, con **captura de datos; radio de mejora**, como **cálculo de datos**, como razón de la **columna nivel del NMNBI planeada por los EPE\_AD/ el nivel de percepción de la empresa propia**.

20 Se reporta la **columna nivel de fuerza de recursos planeada por los EPE\_AD del NMNBI**, como **captura de datos** y finalmente la **columna ponderación**. Ésta última, presenta el reporte de las **columnas: absoluta**, la cual es el **producto de las columnas: modelo actual de negocios\* nivel del NMNBI planeada por los EPE\_AD\* nivel de fuerza de recursos planeada por los EPE\_AD del NMNBI**. Se reporta a su vez la **columna % de mejora**, al 100% por cada variable, dimensión e indicador del modelo **INNOVARE**, que hayan dispuesto los **EPE\_AD**, sin limitaciones.

**El funcionamiento consiste en:**

25 **3.1.-Subpartes:** estrategia (**103A**); operación (**103B**) de etapas (**103**); idea (**104A**); novedad en el mercado(**104B**); nuevo modelo de negocios (**104C**); organización (**104D**); capacidad (**104E**); recursos (**104F**); ejecución y control (**104G**); de la variable (**104**); dimensiones (**105**) e indicadores (**106**) con subapartados según decisión de los **EPE\_AD** pertenecientes al modelo **INNOVARE (101)** vs. **cruce** de las subpartes: modelo actual de

negocios (107A) perteneciente a la subparte: importancia modelo actual de negocios percibida por el EPE\_AD (107), de la parte: análisis de generación del valor de la innovación (102).

5 **El funcionamiento consiste en** recopilar las percepciones de los consumidores sobre el actual modelo de negocios respecto al valor seleccionado, pilar de la empresa y referido a cada una de las etapas del modelo **INNOVARE (1)**. La captura de datos se sugiere, sin ser limitativo, a registrar los valores: **1.-Nulo; 2.-Mínimo; 3.-Medio; 4.-Máximo**. El EPE\_AD deberá responder al cuestionamiento ejemplo, pero no limitativo: “¿**qué nivel de relación existe entre el valor seleccionado (102x) del indicador (106x)/dimensionamiento (105x)/variable (104x) de la etapa del modelo INNOVARE (1) respecto al modelo actual de negocio (107A)?**”. Como caso ejemplo, sin ser limitativo y tomando en cuenta la **TABLA 3**, tendríamos:

15 “¿**Qué nivel de relación existe entre el valor calidad (102) con el indicador: revisión gerencial (106A) de la revisión permanente del modelo actual de negocios (105A) / de la variable idea (105A) de la etapa del modelo INNOVARE (1) respecto al modelo actual de negocio (107A)?**”. Dado el poder de narrativa sugerido, se requiere abreviar y a manera de ejemplo, no limitativo, el EPE\_AD, se pregunta:

20 “¿**Qué nivel de relación existe entre el valor calidad con la revisión gerencial (106A) respecto al modelo actual de negocio (107A)?**”. Despliegue para captura de dato en las celdas ) respecto al modelo actual de negocio (107A).

Se despliega resultado en celdas respectivas. Ver ejemplo **TABLA 3**.

25 **3.2.-Subpartes:** estrategia (103A); operación (103B) de etapas (103); idea (104A); novedad en el mercado(104B); nuevo modelo de negocios (104C); organización (104D); capacidad (104E); recursos (104F); ejecución y control (104G); de la variable (104); dimensiones (105) e indicadores (106) con subapartados según decisión de los EPE\_AD pertenecientes al modelo **INNOVARE (101)** vs. cruce de las subpartes: empresa 1 (propia) (108A), empresa 2 (rival) (108B), empresa 3 (rival) (108C) pertenecientes a la subparte: comparativo de percepción del consumidor del actual modelo de negocios entre la

empresa propia y las rivales del sector (108), de la parte: análisis de generación del valor de la innovación (102)

**El funcionamiento consiste en** recopilar las percepciones de los consumidores sobre los modelos de negocios, tanto propio como de las empresas rivales respecto al valor seleccionado, pilar de la empresa y referido a cada una de las etapas del modelo **INNOVARE (1)**. La captura de datos se sugiere, sin ser limitativo, a registrar los valores: **1.-Nulo; 2.-Mínimo; 3.-Medio; 4.-Máximo. El consumidor** deberá responder al cuestionamiento, ejemplo pero no limitativo: “¿qué nivel de relación existe entre el valor seleccionado (102x) del indicador (106x)/dimensionamiento (105x)/variable (104x) de la etapa del modelo **INNOVARE (1)** respecto al modelo de negocio 1 (propio) (108A); empresa 2 (rival) (108B); empresa 3 (rival) (108C)?”. Como caso ejemplo, sin ser limitativo y tomando en cuenta la **TABLA 3**, tendríamos:

“¿Qué nivel de relación existe entre el valor calidad (102) con el indicador: revisión gerencial (106A) de la revisión permanente del modelo actual de negocios (105A) / de la variable idea (105A) de la etapa del modelo **INNOVARE (1)** respecto al modelo de negocio 1 (propio) (108A); empresa 2 (rival) (108B); empresa 3 (rival) (108C)?”. Dado el poder de narrativa sugerido, se requiere abreviar y a manera de ejemplo, no limitativo, el **consumidor** se pregunta:

“¿Qué nivel de relación existe entre el valor calidad con la revisión gerencial (106A) respecto al modelo de negocio 1 (propio) (108A); empresa 2 (rival) (108B); empresa 3 (rival) (108C)?”. Despliegue para captura de dato en las celdas **modelo de negocio 1 (propio) (108A); empresa 2 (rival) (108B); empresa 3 (rival) (108C)**.

. Se despliega resultado en celdas respectivas. Ver ejemplo **TABLA 3**.

**3.3.- Subpartes:** estrategia (103A); operación (103B) de etapas (103); idea (104A); novedad en el mercado(104B); nuevo modelo de negocios (104C); organización (104D); capacidad (104E); recursos (104F); ejecución y control (104G); de la variable (104); dimensiones (105) e indicadores (106) con subapartados según decisión de los **EPE\_AD** pertenecientes al modelo **INNOVARE (101)** vs. cruce de la subparte: nivel del **NMNBI**

planeada por los **EPE\_AD (109A)** perteneciente a la subparte: metas de la planeación del nivel de la innovación por los **EPE\_AD (109)**, de la parte: análisis de generación del valor de la innovación (**102**).

**El funcionamiento consiste** en recopilar las percepciones de los consumidores sobre los modelos de negocios, tanto propio como de las empresas rivales respecto al valor seleccionado, pilar de la empresa y referido a cada una de las etapas del modelo **INNOVARE (1)**. La captura de datos se sugiere, sin ser limitativo, a registrar los valores: **1.-Nulo; 2.-Mínimo; 3.-Medio; 4.-Máximo**. El consumidor deberá responder al cuestionamiento, ejemplo pero no limitativo:

5 “¿**Qué nivel de relación existe entre el valor seleccionado (102x) con el indicador (106x)/dimensionamiento (105x)/variable (104x) de la etapa del modelo INNOVARE (1) respecto al nivel del NMNBI planeada por los EPE\_AD (109A)?**”. Como caso ejemplo, sin ser limitativo y tomando en cuenta la **TABLA 3**, tendríamos:

10 “¿**Qué nivel de relación existe entre el valor calidad (102) con el indicador: revisión gerencial (106A) de la revisión permanente del modelo actual de negocios (105A) / de la variable idea (105A) de la etapa del modelo INNOVARE (1) respecto al nivel del NMNBI planeada por los EPE\_AD (109A)?**”. Dado el poder de narrativa sugerido, se requiere abreviar y a manera de ejemplo, no limitativo, el **EPE\_AD** se pregunta:

15 “¿**Qué nivel de relación existe entre el valor calidad con la revisión gerencial (106A) respecto al nivel del NMNBI planeada por los EPE\_AD (109A)?**”. Despliegue para captura de dato en las celdas **nivel del NMNBI planeada por los EPE\_AD (109A)**.

Se despliega resultado en celdas respectivas. Ver ejemplo **TABLA 3**.

25 **3.4.-Subparte:** estrategia (**103A**); operación (**103B**) de etapas (**103**); idea (**104A**); novedad en el mercado(**104B**); nuevo modelo de negocios (**104C**); organización (**104D**); capacidad (**104E**); recursos (**104F**); ejecución y control (**104G**); de la variable (**104**); dimensiones (**105**) e indicadores (**106**) con subpartados según decisión de los **EPE\_AD** pertenecientes al modelo **INNOVARE (101)** vs. cruce nivel de fuerza de recursos planeada por los **EPE\_AD** del **NMNBI (109C)**, perteneciente a la subparte: metas de la planeación

del nivel de la innovación por los **EPE\_AD (109)**, de la parte: análisis de generación del valor de la innovación (**102**).

**El funcionamiento consiste en** recopilar las percepciones de los consumidores sobre los modelos de negocios, tanto propio como de las empresas rivales respecto al valor seleccionado, pilar de la empresa y referido a cada una de las etapas del modelo **INNOVARE (1)**. La captura de datos se sugiere, sin ser limitativo, a registrar los valores: **1.-Nulo; 2.-Mínimo; 3.-Medio; 4.-Máximo**. El **EPE\_AD** deberá responder al cuestionamiento, ejemplo pero no limitativo:

10 “¿**Qué nivel de relación existe entre el valor seleccionado (102x) con el indicador (106x)/dimensionamiento (105x)/variable (104x) de la etapa del modelo INNOVARE (1) respecto al nivel de fuerza de recursos planeada por los EPE\_AD del NMNBI (109C)?**”. Como caso ejemplo, sin ser limitativo y tomando en cuenta la **TABLA 3**, tendríamos:

15 “¿**Qué nivel de relación existe entre el valor calidad (102) con el indicador: revisión gerencial (106A) de la revisión permanente del modelo actual de negocios (105A) / de la variable idea (105A) de la etapa del modelo INNOVARE (1) respecto al nivel de fuerza de recursos planeada por los EPE\_AD del NMNBI (109C)?**”. Dado el poder de narrativa sugerido, se requiere abreviar y a manera de ejemplo, no limitativo, el **EPE\_AD** se pregunta:

20 “¿**Qué nivel de relación existe entre el valor calidad con la revisión gerencial (106A) respecto al nivel de fuerza de recursos planeada por los EPE\_AD del NMNBI (109C)?**”. Despliegue para captura de dato en las celdas nivel de fuerza de recursos planeada por los **EPE\_AD del NMNBI (109C)**.

Se despliega resultado en celdas respectivas. Ver ejemplo **TABLA 3**.

25 **Módulo 42.- Tipo de ejecución del módulo: procesamiento de datos. (Ver ejemplo TABLA 3)**, cuyo funcionamiento consiste en:

30 **3.5.-Subparte:** cálculo % de ponderación (**107B**), perteneciente a la subparte: importancia modelo actual de negocios percibida por el **EPE\_AD(107)**, de la parte: análisis de

generación del valor de la innovación (102) vs. el cruce de estrategia (103A); operación (103B) de etapas (103); idea (104A); novedad en el mercado(104B); nuevo modelo de negocios (104C); organización (104D); capacidad (104E); recursos (104F); ejecución y control (104G); de la variable (104); dimensiones (105) e indicadores (106) con subapartados según decisión de los EPE\_AD pertenecientes al modelo INNOVARE (101)

5 **El funcionamiento consiste en** calcular el porcentaje del gran total de puntuaciones obtenidas del modelo actual de negocios (107A) referidas al 100% por cada una de las etapas del modelo INNOVARE (101). Despliegue de resultado en la celda (107B). A manera de ejemplo, sin ser limitativo, se sugiere reportar en porcentaje a 2 decimales.

10 Se despliega resultado en celdas respectivas. Ver ejemplo **TABLA 3**.

**3.6.-Subparte:** cálculo radio de mejora (109B), perteneciente a la subparte: metas de la planeación del nivel de la innovación por los EPE\_AD (109), de la parte: análisis de generación del valor de la innovación (102) vs. cruce de estrategia (103A); operación (103B) de etapas (103); idea (104A); novedad en el mercado(104B); nuevo modelo de negocios (104C); organización (104D); capacidad (104E); recursos (104F); ejecución y control (104G); de la variable (104); dimensiones (105) e indicadores (106) con subapartados según decisión de los EPE\_AD pertenecientes al modelo INNOVARE (101)

15 **El funcionamiento consiste en** calcular la división de cada uno de los campos nivel del NMNBI planeada por los EPE\_AD (109A) / empresa 1 (propia) (108A) **por cada una de las etapas del modelo INNOVARE (101)**. Despliegue de resultado en la celda (109B). A manera de ejemplo, sin ser limitativo, se sugiere reportar a 2 decimales.

20 Se despliega resultado en celdas respectivas. Ver ejemplo **TABLA 3**.

25 **3.7.-Subparte:** cálculo de valor absoluto (109D1) y cálculo % de mejora (109D2) de cálculo de ponderación (109D), perteneciente a la subparte: metas de la planeación del nivel de la innovación por los EPE\_AD (109), de la parte: análisis de generación del valor de la innovación (102) vs. cruce de estrategia (103A); operación (103B) de etapas (103); idea (104A); novedad en el mercado(104B); nuevo modelo de negocios (104C);

organización (104D); capacidad (104E); recursos (104F); ejecución y control (104G); de la variable (104); dimensiones (105) e indicadores (106) con subapartados según decisión de los EPE\_AD pertenecientes al modelo INNOVARE (101).

5 Para el caso del cálculo de valor absoluto (109D1), el funcionamiento consiste en calcular el producto de cada uno de los campos:

**modelo actual de negocios (107A) \* cálculo radio de mejora (109B) \* nivel de fuerza de recursos planeada por los EPE\_AD del NMNBI (109C) por cada una de las etapas del modelo INNOVARE (101).** Despliegue de resultado en la celda cálculo de valor absoluto (109D1). A manera de ejemplo, sin ser limitativo, se sugiere reportar a 2  
10 decimales.

Para el caso del cálculo % de mejora (109D2), el funcionamiento consiste en calcular la expresión algebraica, de cada uno de los campos:

Sumatoria vertical del porcentaje del gran total de puntuaciones obtenidas del cálculo de valor absoluto (109D1) referidas al 100% por cada una de las etapas del modelo  
15 **INNOVARE (101).** Se sugiere, sin ser restrictivo, hacer cambio colores de fondo de las celdas con los valores cálculo % de mejora (109D2): **>0.8= rojo, >0.5 y <=0.8= amarillo, 0 y <=0.5= verde.**

Despliegue de resultado en la celda cálculo de valor absoluto (109D2). A manera de ejemplo, sin ser limitativo, se sugiere reportar en porcentaje en números enteros sin  
20 decimales.

Se despliega resultado en celdas respectivas. Ver ejemplo **TABLA 3.**

#### **Módulo 43.- Tipo de ejecución del módulo: almacenamiento/ impresión de datos.**

Cuyo funcionamiento consiste en:

25 **3.8.-Partes: 3.1, 3.2, 3.4, 3.5, 3.6, 3.7, 3.8.**

Confirmación guardado de datos. **El funcionamiento consiste en:** el aparato despliega aviso de confirmación guardado de datos, mediante el cuestionamiento: ¿Continúa/ Entrada / Consulta / Borrado/ Impresión de Datos? ; Si es Sí, encauza proceso a **etiqueta 30.** Si es No, encauza proceso a **etiqueta 00.**

\*\*\*\*\*

5

10

15

20

25

5

10

15

20

25

5

10

15

20

25

- 5 5. Lo anterior, presentado en forma tabular mediante un programa fuente que despliega la carta NMNBI.
- 6.
- 7.
- 10
- 15 8. El **aparato** en conformidad con el **método de la reivindicación 1**, que calcula el **coeficiente de innovación p**, se realice mediante un código programa fuente que hace que la unidad procesadora de datos (**CPU**) calcule el **coeficiente de innovación p** mediante los datos del nivel de los porcentajes ponderados de la **voz del consumidor** en productos y servicios, mencionados en la **reivindicación 2** y sea
- 20 mostrado a través de las unidades de despliegue y/o impresora de datos y es presentado mediante un programa fuente que despliega la carta **DIPSV**.
- 25 9. El **aparato** en conformidad con el **método de la reivindicación 3**, que calcula el **coeficiente de imitación q**, se realice mediante un código programa fuente que hace que la unidad procesadora de datos (**CPU**) calcule el **coeficiente de imitación q** mediante los datos del nivel de los porcentajes ponderados de la **voz de la mercadotecnia** en marca, objetividad y subjetividad, mencionados en la **reivindicación 3** y sea mostrado a través de las unidades de despliegue y/o impresora de datos y es presentado mediante un programa fuente que despliega la carta **DIPSV**.

10. El **aparato** en conformidad con la **reivindicación 1**, caracterizado por la **voz de la firma**, que comprende un código programa fuente que hace que la unidad procesadora de datos (**CPU**), realice:

- 5 a. La captura de datos, a través de la unidad de entrada de datos, respecto a características del **POal** los cuales se registran y guardan, en la unidad central de almacenamiento en su partición de bases de datos voz de la firma a través de unidades monetarias, que implican el costo unitario de manufactura del **POal** y sus requerimientos del **POal**.
- 10 b. Lo anterior, es mostrado a través de las unidades de despliegue y/o impresora de datos y es presentado mediante un programa fuente que despliega la carta **DIPSV**.
- 15 c. La captura de datos, a través de la unidad de entrada de datos, respecto al arreglo matricial de las características del **POal**, que se registran y guardan, en la unidad central de almacenamiento en su partición de bases de datos voz de la firma a niveles de prioridades a atender, en el cruce de la matriz.
- d. Lo anterior, es mostrado a través de las unidades de despliegue y/o impresora de datos y es presentado mediante un programa fuente que despliega la carta **DIPSV**.

20 11. El **aparato** en conformidad con la **reivindicación 1**, caracterizado por la **voz de los requerimientos**, que comprende un código programa fuente que hace que la unidad procesadora de datos (**CPU**), realice:

- 25 a. La captura de datos, a través de la unidad de entrada de datos, respecto al arreglo matricial de atributos y características de la voz del consumidor y la voz de la mercadotecnia y que se registran y guardan, en la unidad central de almacenamiento en su partición de bases de datos voz de los requerimientos a niveles de prioridades a atender, en el cruce de la matriz.

- b. Lo anterior es concentrado en forma matricial, mostrado a través de las unidades de despliegue y/o impresora de datos y es presentado mediante un programa fuente que despliega la carta **DIPSV**.

5 12.El **aparato** en conformidad con la **reivindicación 1**, caracterizado por la **voz de la tecnología**, que comprende un código programa fuente que hace que la unidad procesadora de datos (**CPU**), realice:

- 10 a. La captura de datos, a través de la unidad de entrada de datos, respecto a la estimación final del posicionamiento del **POal** a nivel tecnología, que se guardan, en la unidad central de almacenamiento en su partición de bases de datos voz de la tecnología y costos de manufactura respecto de la competencia, debidas a las percepciones del consumidor, ordenados y agrupadas en: elemento, sistema, proceso, comercialización y organización.
- 15 b. La captura de datos, a través de la unidad de entrada de datos, respecto a la propuesta de especificaciones tecnológicas del **POal** y que se guardan, en la unidad central de almacenamiento en su partición de bases de datos voz de la tecnología y costos de manufactura.
- 20 c. La captura de datos, a través de la unidad de entrada de datos, respecto a la dificultad tecnológica de la firma para alcanzar la propuesta de especificaciones tecnológicas del **POal** y que se guardan, en la unidad central de almacenamiento en su partición de bases de datos voz de la tecnología y costos de manufactura.
- 25 d. El cálculo y reporte de puntos ponderados es mostrado a través de las unidades de despliegue y/o impresora de datos, y es presentado mediante un programa fuente que despliega la carta **DIPSV**.
- e. b. La captura de datos para la mejora del **POal** a nivel tecnología, debidas a las percepciones del consumidor y que se guardan, en la unidad central de almacenamiento en su partición de bases de datos voz de la tecnología y costos de manufactura.

- f. El cálculo y reporte del total de puntos ponderados es mostrado a través de las unidades de despliegue y/o impresora de datos y es presentados mediante un programa fuente que despliega la carta **DIPSV**.
- 5 g. La captura de datos para la mejora del **POal** a nivel tecnología, debidas a las percepciones del consumidor y que se guardan, en la unidad central de almacenamiento en su partición de bases de datos voz de la tecnología y costos de manufactura.
- 10 h. El cálculo y reporte del porcentaje ponderado es mostrado a través de las unidades de despliegue y/o impresora de datos y es presentado mediante un programa fuente que despliega la carta **DIPSV**.
- i. La captura de datos para la mejora del **POal** a nivel tecnología, debidas a las percepciones del consumidor y que se guardan, en la unidad central de almacenamiento en su partición de bases de datos voz de la tecnología y costos de manufactura.
- 15 j. El cálculo y reporte del total del porcentaje ponderado es mostrado a través de las unidades de despliegue y/o impresora de datos, y es presentado mediante un programa fuente que despliega la carta **DIPSV**.
- k. La captura de datos para la mejora del **POal** a nivel tecnología, debidas a las percepciones del consumidor y que se guardan, en la unidad central de almacenamiento en su partición de bases de datos voz de la tecnología y costos de manufactura.
- 20 l. El cálculo y reporte final es mostrado a través de las unidades de despliegue y/o impresora de datos y es presentado mediante un programa fuente que despliega la carta **DIPSV** de las prioridades de mejora del producto objetivo a nivel tecnología, debidas a las percepciones del consumidor y que se guardan, en la unidad central de almacenamiento en su partición de bases de datos voz de la tecnología y costos de manufactura.
- 25

13. El **aparato** en conformidad con la **reivindicación 1**, caracterizado por la determinación cálculo de la **relación valor-precio del producto objetivo a innovar**, que comprende un código programa fuente que hace que la unidad procesadora de datos (**CPU**), realice:
- 5 a. La captura de datos, a través de la unidad de entrada de datos, del nivel de percepción del consumidor sobre el valor de las características del **POal** así como la de los productos del mercado, los cuales se registran a través de niveles de ponderación que se guardan, en la unidad central de almacenamiento en su partición de base de datos con la relación valor-precio de los productos
- 10 del mercado el cálculo, conforme a la **reivindicación 1**, caracterizado por el cálculo de porcentaje ponderado para el **POal** a nivel de las percepciones en necesidades y satisfacción del consumidor y que es insumo para el cálculo y reporte del valor incremental del **POal** así como la de los productos del mercado.
- 15 b. El cálculo y reporte del valor incremental del **POal** así como la de los productos del mercado es mostrado a través de las unidades de despliegue y/o impresora de datos y es presentado mediante un programa fuente que despliega la carta **DIPSV**.
- 20 14. El **aparato** en conformidad con la **reivindicación 1 y la reivindicación 9**, el cual es caracterizado por el cálculo de **beneficios y desempeño percibidos por el consumidor del producto objetivo a innovar contra los precios de los productos ofrecidos en el mercado**, que comprende un código programa fuente que hace que la unidad procesadora de datos (**CPU**), realice:
- 25 a. El cálculo y reporte del total de beneficios, en valor monetario percibidos por el consumidor de los productos ofrecidos en el mercado, los cuales se despliegan por **POal** así como los de los productos del mercado es mostrado a través de las unidades de despliegue y/o impresora de datos, es presentado mediante un programa fuente que despliega la carta **DIPSV** y que se guardan, en la unidad

central de almacenamiento en su partición de base de datos con la relación valor-precio de los productos del mercado y que **provienen en conformidad de la reivindicación 9**, caracterizado por el cálculo de la suma y reporta el valor incremental total del **POal** así como la de los productos del mercado.

- 5 b. El cálculo y reporte del nivel de desempeño percibido por el consumidor del **POal** así como de los productos ofrecidos en el mercado es mostrado a través de las unidades de despliegue y/o impresora de datos y es presentado mediante un programa fuente que despliega la carta **DIPSV** y que se guardan, en la
- 10 unidad central de almacenamiento en su partición de base de datos con la relación valor-precio de los productos del mercado el cálculo y reporte del valor incremental del **POal** así como la de los productos del mercado.
- c. El cálculo y reporte del desempeño total de las **PdC**, que **provienen en conformidad de la reivindicación 9**, caracterizado por el promedio del desempeño de los productos ofrecidos en el mercado es mostrado a través de
- 15 las unidades de despliegue y/o impresora de datos, es presentado mediante un programa fuente que despliega la carta **DIPSV** y que se guardan, en la unidad central de almacenamiento en su partición de base de datos con la relación valor-precio de los productos del mercado el cálculo y reporte del valor incremental del **POal** así como la de los productos del mercado.
- 20 d. El cálculo y reporte de la pendiente entre los precios, que **provienen en conformidad de la reivindicación 12**, caracterizado por el precio de venta de los productos de la competencia, expresado en unidades monetarias y el nivel de desempeño percibidos por el consumidor del **POal**, es mostrado a través de
- 25 las unidades de despliegue y/o impresora de datos, y es presentado mediante un programa fuente que despliega la carta **DIPSV** y que se guardan, en la unidad central de almacenamiento en su partición de base de datos con la relación valor-precio de los productos del mercado el cálculo y reporte del valor incremental del **POal** así como la de los productos del mercado.

- 15.El **aparato** en conformidad con la **reivindicación 1, la reivindicación 9 y la reivindicación 10** el cual es caracterizado por el cálculo de **ahorro en costos de manufactura propuestos para el producto objetivo a innovar y los productos ofrecidos en el mercado**, que comprende un código programa fuente que hace que la
- 5 unidad procesadora de datos (**CPU**), realice:
- a. La captura de datos, a través de la unidad de entrada de datos, del ahorro a obtener, de la agrupación de recursos del **POal** y de los productos del mercado, el cual se registra a nivel unidad monetaria y que se guardan, en la unidad central de almacenamiento en su partición de base de datos con la relación

10 valor-precio de los productos del mercado el cálculo y reporte del valor incremental del **POal** así como la de los productos del mercado.

  - b. El cálculo y reporte del total de ahorro en costos de manufactura propuestos para el **POal** y su competencia, expresado en unidades monetarias es mostrado a través de las unidades de despliegue y/o impresora de datos, es presentado

15 mediante un programa fuente que despliega la carta **DIPSV** y que se guardan, en la unidad central de almacenamiento en su partición de base de datos con la relación valor-precio de los productos del mercado el cálculo y reporte del valor incremental del **POal** así como la de los productos del mercado.

  - c. El cálculo y reporte del valor diferencia entre los productos del mercado vs. el

20 **POal**, el cual se registra a nivel unidad monetaria es mostrado a través de las unidades de despliegue y/o impresora de datos, es presentado mediante un programa fuente que despliega la carta **DIPSV** y que se guardan, en la unidad central de almacenamiento en su partición de base de datos con la relación valor-precio de los productos del mercado el cálculo y reporte del valor

25 incremental del **POal** así como la de los productos del mercado.

  - d. El cálculo y reporte del total del valor diferencia entre los productos del mercado vs. el producto objetivo a innovar, el cual se registra a nivel unidad monetaria es mostrado a través de las unidades de despliegue y/o impresora de datos, es presentado mediante un programa fuente que despliega la carta **DIPSV** y que se

guardan, en la unidad central de almacenamiento en su partición de base de datos con la relación valor-precio de los productos del mercado el cálculo y reporte del valor incremental del **POal** así como la de los productos del mercado.

5

16.El **aparato** en conformidad con la **reivindicación 1, la reivindicación 9, la reivindicación 10 y la reivindicación 11**, el cual es caracterizado por el cálculo de la **relación valor-precio del producto objetivo a innovar y los productos ofrecidos en el mercado**, que comprende un código programa fuente que hace que la unidad procesadora de datos (**CPU**), realice:

10

a. La captura de datos, a través de la unidad de entrada de datos, del precio de venta de los productos de la competencia, expresado en unidades monetarias y que se guardan, en la unidad central de almacenamiento en su partición de base de datos con la relación valor-precio de los productos del mercado el cálculo y reporte del valor incremental del **POal** así como la de los productos del mercado.

15

b. La captura del dato, a través de la unidad de entrada de datos, del cálculo del precio de venta sugerido del **POal**, que **provienen en conformidad de los datos en conformidad de la reivindicación 1**, caracterizado por el costo de retención del consumidor de los productos ofrecidos en el mercado, que se cita más adelante, expresado en unidades monetarias que se guardan, en la unidad central de almacenamiento en su partición de base de datos con la relación valor-precio de los productos del mercado el cálculo y reporte del valor incremental del **POal** así como la de los productos del mercado.

20

25

c. El cálculo y reporte del total promedio del precio de venta de los productos ofrecidos en el mercado, expresado en unidades monetarias es mostrado a través de las unidades de despliegue y/o impresora de datos, es presentado mediante un programa fuente que despliega la carta **DIPSV** y que se guardan, en la unidad central de almacenamiento en su partición de base de datos con la

relación valor-precio de los productos del mercado el cálculo y reporte del valor incremental del **POal** así como la de los productos del mercado.

- 5
- d. El cálculo y reporte del total de ahorro en costos - precio de venta, expresado en unidades monetarias es mostrado a través de las unidades de despliegue y/o impresora de datos, es presentado mediante un programa fuente que despliega la carta **DIPSV** y que se guardan, en la unidad central de almacenamiento en su partición de base de datos con la relación valor-precio de los productos del mercado el cálculo y reporte del valor incremental del **POal** así como la de los productos del mercado.
- 10
- e. El cálculo y reporte del valor monetario percibido por el consumidor como precio justo de los productos ofrecidos en el mercado, expresado en unidades monetarias, es mostrado a través de las unidades de despliegue y/o impresora de datos, es presentado mediante un programa fuente que despliega la carta **DIPSV** y que se guardan, en la unidad central de almacenamiento en su partición de base de datos con la relación valor-precio de los productos del mercado el cálculo y reporte del valor incremental del **POal** así como la de los productos del mercado.
- 15
- f. El cálculo y reporte del valor monetario percibido por el consumidor que conjunta beneficios, relación precio desempeño y ahorro en costos de los productos ofrecidos en el mercado, expresado en unidades monetarias es mostrado a través de las unidades de despliegue y/o impresora de datos, es presentado mediante un programa fuente que despliega la carta **DIPSV** y que se guardan, en la unidad central de almacenamiento en su partición de base de datos con la relación valor-precio de los productos del mercado el cálculo y reporte del valor incremental del **POal** así como la de los productos del mercado.
- 20
- g. El cálculo y reporte del plus del consumidor: valor percibido por el consumidor - precio de venta de los productos ofrecidos en el mercado, expresado en unidades monetarias, es mostrado a través de las unidades de despliegue y/o impresora de datos, es presentado mediante un programa fuente que despliega
- 25

la carta **DIPSV** y que se guardan, en la unidad central de almacenamiento en su partición de base de datos con la relación valor-precio de los productos del mercado el cálculo y reporte del valor incremental del **POal** así como la de los productos del mercado.

- 5 h. El cálculo y reporte del porcentaje del valor competitivo relativo (%) es mostrado a través de las unidades de despliegue y/o impresora de datos, es presentado mediante un programa fuente que despliega la carta **DIPSV** y que se guardan, en la unidad central de almacenamiento en su partición de base de datos con la relación valor-precio de los productos del mercado el cálculo y reporte del valor incremental del **POal** así como la de los productos del mercado.
- 10 i. El costo unitario de manufactura del **POal**, el cual es capturado en conformidad con la **reivindicación 1** y caracterizado como la suma de los costos que la firma está dispuesta a pagar como impacto en el elemento, sistema, proceso, comercialización y organización producto del **POal** y es expresado en unidades monetarias, es mostrado a través de las unidades de despliegue y/o impresora de datos, es presentado mediante un programa fuente que despliega la carta **DIPSV** y que se guardan, en la unidad central de almacenamiento en su partición de base de datos con la relación valor-precio de los productos del mercado el cálculo y reporte del valor incremental del **POal** así como la de los productos del mercado.
- 15 j. Margen de ganancia del producto objetivo a innovar, expresado en unidades monetarias, es mostrado a través de las unidades de despliegue y/o impresora de datos, es presentado mediante un programa fuente que despliega la carta **DIPSV** y que se guardan, en la unidad central de almacenamiento en su partición de base de datos con la relación valor-precio de los productos del mercado el cálculo y reporte del valor incremental del **POal** así como la de los productos del mercado.
- 20 k. Se producen los Gráficos correspondientes a los arboles de Valor-Precio.
- 25

17. El **aparato** en conformidad con la **reivindicación 1**, caracterizado por el cálculo del **costo de retención del consumidor (CLV) de los productos ofrecidos en el mercado**, que comprende un código programa fuente que hace que la unidad procesadora de datos (**CPU**), realice:

- 5 a. La captura de datos, a través de la unidad de entrada de datos, del % retención de mercado, y que se guardan, en la unidad central de almacenamiento en su partición de base de datos con la relación valor-precio de los productos del mercado el cálculo y reporte del valor incremental del **POal** así como la de los productos del mercado.
- 10 b. La captura de datos, a través de la unidad de entrada de datos, % de descuento de mercado y que se guardan, en la unidad central de almacenamiento en su partición de base de datos con la relación valor-precio de los productos del mercado el cálculo y reporte del valor incremental del **POal** así como la de los productos del mercado.
- 15 c. La captura de los datos, a través de la unidad de entrada de datos, de los costos variables por unidad, expresado en unidades monetarias y que se guardan, en la unidad central de almacenamiento en su partición de base de datos con la relación valor-precio de los productos del mercado el cálculo y reporte del valor incremental del **POal** así como la de los productos del mercado.
- 20 d. La captura del dato, a través de la unidad de entrada de datos, mercado potencial (m), expresada en cantidad de compradores y que se guardan, en la unidad central de almacenamiento en su partición de base de datos con la relación valor-precio de los productos del mercado el cálculo y reporte del valor incremental **POal** así como la de los productos del mercado.
- 25 e. La captura del dato, a través de la unidad de entrada de datos, del % ganancia estimada por unidad, y que se guardan, en la unidad central de almacenamiento en su partición de base de datos con la relación valor-precio de los productos

del mercado el cálculo y reporte del valor incremental del **POal** así como la de los productos del mercado.

- 5 f. El cálculo y reporte del costo unitario del **POal** es mostrado a través de las unidades de despliegue y/o impresora de datos, es presentado mediante un programa fuente que despliega la carta **DIPSV** y que se guardan, en la unidad central de almacenamiento en su partición de base de datos con la relación valor-precio de los productos del mercado el cálculo y reporte del valor incremental del **POal** así como la de los productos del mercado.
- 10 g. El cálculo y reporte del precio de venta sugerido del **POal** es mostrado a través de las unidades de despliegue y/o impresora de datos, es presentado mediante un programa fuente que despliega la carta **DIPSV** y que se guardan, en la unidad central de almacenamiento en su partición de base de datos con la relación valor-precio de los productos del mercado el cálculo y reporte del valor incremental del **POal** así como la de los productos del mercado.
- 15 h. El cálculo y reporte del costo de retención de consumidor, en que son tomados datos insumo en conformidad con la **reivindicación 12**, caracterizado por el valor cálculo del valor plus del consumidor , así como en conformidad con la **reivindicación 13** caracterizado por el valor del % de retención de mercado y el % de descuento de mercado que son mostrados por
- 20 producto a través de las unidades de despliegue y/o impresora de datos, es presentado mediante un programa fuente que despliega la carta **DIPSV** y que se guardan, en la unidad central de almacenamiento en su partición de base de datos con la relación valor-precio de los productos del mercado el cálculo y reporte del valor incremental del **POal** así como la de los productos del
- 25 mercado.

18. El **aparato** en conformidad con la **reivindicación 1**, caracterizado por el cálculo de **la difusión de la innovación**, que comprende un código programa fuente que hace que la unidad procesadora de datos (**CPU**), realice:

- 5 a. El proceso y reporte del dato de la **reivindicación 13**, caracterizado por la captura del dato mercado potencial ( $m$ ), expresada en cantidad de compradores, que es mostrado a través de las unidades de despliegue y/o impresora de datos, es presentado mediante un programa fuente que despliega la carta **DIPSV** y que se guardan, en la unidad central de almacenamiento en su partición de base de datos de la proyección de la difusión de la innovación.
- 10 b. El proceso y reporte del dato de la **reivindicación 4**, caracterizado por el **coeficiente de innovación  $p$** , que es mostrado a través de las unidades de despliegue y/o impresora de datos, que es presentado mediante un programa fuente que despliega la carta **DIPSV** y que se guardan, en la unidad central de almacenamiento en su partición de base de datos de la proyección de la difusión de la innovación.
- 15 c. El proceso y reporte del dato de la **reivindicación 5**, caracterizado por el **coeficiente de imitación  $q$** , que es mostrado a través de las unidades de despliegue y/o impresora de datos, que es presentado mediante un programa fuente que despliega la carta **DIPSV** y que se guardan, en la unidad central de almacenamiento en su partición de base de datos de la proyección de la difusión de la innovación.
- 20 d. El cálculo y reporte de la máxima cantidad de consumidores, resultado de la **reivindicación 14**, caracterizada por la magnitud de la difusión de la innovación citada líneas más abajo, expresada en por el período de tiempo expresado en días, meses o años (como sugerencia, desde 36 meses), y calculada como sugerencia a 36 o más meses, que es mostrado a través de las unidades de despliegue y/o impresora de datos, es presentado mediante un programa fuente
- 25 que despliega la carta **DIPSV** y que se guardan, en la unidad central de almacenamiento en su partición de base de datos de la proyección de la difusión de la innovación.
- e. La expresión a nivel tabular, del:

- 5
- i. Período de tiempo expresado en días, meses o años (como sugerencia, desde 36 meses), que es mostrado a través de las unidades de despliegue y/o impresora de datos, es presentado mediante un programa fuente que despliega la carta **DIPSV** y que se guardan, en la unidad central de almacenamiento en su partición de base de datos de la proyección de la difusión de la innovación.
- 10
- ii.  $n(t)$  = número de adoptadores acumulativos de la innovación en el tiempo  $t$ , que es mostrado a través de las unidades de despliegue y/o impresora de datos, es presentado mediante un programa fuente que despliega la carta **DIPSV** y que se guardan, en la unidad central de almacenamiento en su partición de base de datos de la proyección de la difusión de la innovación.
- 15
- iii. Efecto de la innovación [ $p \times$  mercado potencial], que es mostrado a través de las unidades de despliegue y/o impresora de datos, es presentado mediante un programa fuente que despliega la carta **DIPSV** y que se guardan, en la unidad central de almacenamiento en su partición de base de datos de la proyección de la difusión de la innovación.
- 20
- iv. Efecto de la imitación [ $q \times$  adoptadores  $\times$  mercado potencial], que es mostrado a través de las unidades de despliegue y/o impresora de datos, es presentado mediante un programa fuente que despliega la carta **DIPSV** y que se guardan, en la unidad central de almacenamiento en su partición de base de datos de la proyección de la difusión de la innovación.
- 25
- v. Magnitud de la difusión de la innovación, que es mostrado a través de las unidades de despliegue y/o impresora de datos, es presentado mediante un programa fuente que despliega la carta **DIPSV** y que se guardan, en la unidad central de almacenamiento en su partición de base de datos de la proyección de la difusión de la innovación.

- vi. Acumulación de la difusión de la innovación, que es mostrado a través de las unidades de despliegue y/o impresora de datos, es presentado mediante un programa fuente que despliega la carta **DIPSV** y que se guardan, en la unidad central de almacenamiento en su partición de base de datos de la proyección de la difusión de la innovación.
- 5
- f. El cálculo y reporte de cantidades de la adopción de la innovación, la cual ubica el segmento de los compradores del **POal** clasificándolos en: innovadores, adoptadores tempranos, tardanza temprana, mayoría temprana, mayoría, tardía y rezagados, que es mostrado a través de las unidades de despliegue y/o impresora de datos, es presentado mediante un programa fuente que despliega la carta **DIPSV** y que se guardan, en la unidad central de almacenamiento en su partición de base de datos de la proyección de la difusión de la innovación.
- 10
- 19.El **aparato**, que se apoya en un código programa fuente que hace que la unidad procesadora de datos (**CPU**), realice de la **ecuación de Rogers (1983)**:
- 15
- a. Gráficos en conformidad con la **reivindicación 14**, caracterizada por el efecto de la innovación [  $p \times$  mercado potencial] que es mostrado a través de las unidades de despliegue y/o impresora de datos, es presentado mediante un programa fuente que despliega la carta **DIPSV** y que se guardan, en la unidad central de almacenamiento en su partición de base de datos de la proyección de la difusión de la innovación.
- 20
- b. Gráficos en conformidad con la **reivindicación 14**, caracterizada por el efecto de la imitación [  $q \times$  adoptadores  $\times$  mercado potencial] que es mostrado a través de las unidades de despliegue y/o impresora de datos, es presentado mediante un programa fuente que despliega la carta **DIPSV** y que se guardan, en la unidad central de almacenamiento en su partición de base de datos de la proyección de la difusión de la innovación.
- 25
- c. Gráficos en conformidad con la **reivindicación 14**, caracterizada por la magnitud de la difusión de la innovación, que es mostrado a través de las

unidades de despliegue y/o impresora de datos, es presentado mediante un programa fuente que despliega la carta **DIPSV** y que se guardan, en la unidad central de almacenamiento en su partición de base de datos de la proyección de la difusión de la innovación.

- 5 d. Gráficos en conformidad con la **reivindicación 14**, caracterizada por la acumulación de la difusión de la innovación que es mostrado a través de las unidades de despliegue y/o impresora de datos, es presentado mediante un programa fuente que despliega la carta **DIPSV** y que se guardan, en la unidad central de almacenamiento en su partición de base de datos de la proyección
- 10 de la difusión de la innovación.

20.

21. El **método**, que es soportado a través de las características del **aparato descritos en conformidad con las reivindicaciones anteriores**, capaz de interactuar en un **sistema** de cómputo a través de unidades de entrada de datos tales como: teclados, mouse, dispositivos hardware/software *touch-screen*, etc.; unidad de procesamiento central (CPU) de: doble, cuádruple o cantidades superiores de núcleos (RISC, CISC o similares); Unidad central de almacenamiento, basado en discos múltiples o estado sólido; el Programa de despliegue del formato de carta **DIPSV**, el cual es diseñado en lenguaje de programación o equivalente a cualquier otro intermedio al lenguaje de máquina; Unidades de despliegue de datos, tales como *displays*: LCD, LED, Plasma, Teléfonos Inteligentes, etc.; unidad impresora de datos, del tipo láser o de inyección de tinta; una base de datos voz del consumidor que contenga los campos y registros correspondientes a la según el segmento, necesidades, satisfacción de desempeño de los consumidores que se identifique para atender, así como la de los competidores, de acuerdo a lo requerido como formato de carta **DIPSV**; una base de datos voz de la tecnología y costos de manufactura, que contenga los campos y registros correspondientes, según el tipo de elementos componentes y sistemas que los agrupen como producto que se identifique como satisfactor de las necesidades del consumidor, así como la de los competidores, de acuerdo a lo requerido por el formato
- 15
- 20
- 25

de carta **DIPSV**; una base de datos voz de la mercadotecnia, que contenga los campos y registros correspondientes según los atributos y las características del tipo de producto que se identifique como satisfactor de las necesidades del consumidor, así como la de los competidores, de acuerdo a lo requerido por el formato de carta **DIPSV**;

5 una base de datos relación valor precio de los productos del mercado, que contenga los campos y registros correspondientes según los atributos y las características del tipo de producto que se identifique como satisfactor de las necesidades del consumidor, así como la de los competidores, de acuerdo a lo requerido por el formato de carta **DIPSV**; una base de datos con la proyección de la difusión de la innovación,

10 que contenga los campos y registros correspondientes a la *proyección* del producto propuesta desarrollado, de acuerdo a lo requerido por el formato de carta **DIPSV**; una subrutina, realizada en lenguaje de programación o equivalente a cualquier otro intermedio al lenguaje de máquina que contenga el procesamiento de cálculo que determine: *la relación valor-precio, el costo de retención del consumidor y la difusión de*

15 *la innovación de producto, mediante el uso del método desarrollo de la Innovación de productos y servicios basado en el valor (DIPSV)*; finalmente, una red de comunicaciones LAN, MAN, WAN soportado por cable, fibra óptica y/o enlaces inalámbricos de baja y alta velocidad.

20

25

5

10

## RESUMEN

El presente invento, describe un **aparato** basado en hardware y software que permite:  
15 ingresar, procesar, almacenar, recuperar y controlar datos por sí mismo a la vez de transmitirlos e interactuar con otros equipos, mediante un **sistema de información**. El **aparato**, es el recurso tecnológico de soporte del **método** para el procesamiento de información que calcula el nivel y determina para la empresa, un nuevo modelo de negocios basado en la innovación. Perfila el valor de la innovación, pilar de la empresa,  
20 las percepciones del consumidor a los productos y servicios entregados por la misma, sus competidores, y marca métricas a seguir por los especialistas en planeación y alta dirección (**EPE\_AD**) en la percepción del modelo de negocio actual así como el nuevo modelo de negocio basado en la innovación (**NMNBI**) a lograr. Así, identifica las nuevas y/o modificadas etapas del modelo de negocio actual, la cadena de valor en los rubros:  
25 producto, servicio, proceso, comercialización, organización, tecnología, etc. en diversos escenarios determinísticos o aleatorios, para encontrar la mejor combinación que involucre los mayores porcentajes de mejora con bajos riesgos, costos y mayores ventajas para la toma de decisiones gerenciales en la introducción de productos innovadores al mercado.

101			102										110						126							
103	104	105	107		108			109					111	112	113	114	115	116	118	119	126A	126B	126C	126D	126E	126F
			107A	107B	108A	108B	108C	109A	109B	109C	109D		117													
										109D 1	109D 2	117A 1	117B 1	117C 1	117D 1	117E 1	117F 1									
104	A	105A	106A	1-4	X%	1-4	1-4	1-4	1-4	X	1-4	X	X%	1-4						B/M/I	X	X	X	X	A/T/ER/P/M/P	
		105B		X	X%							X	100%	1-4	1-4	1-4	1-4	1-4	1-4	X	B/M/I	X	X	X	X	A/T/ER/P/M/P
		105C	106B	1-4	X%	1-4	1-4	1-4	1-4	X	1-4	X	X%	1-4	1-4	1-4	1-4	1-4	1-4	X	B/M/I	X	X	X	X	A/T/ER/P/M/P
		105D	106C	1-4	X%	1-4	1-4	1-4	1-4	X	1-4	X	X%	1-4	1-4	1-4	1-4	1-4	1-4	X	B/M/I	X	X	X	X	A/T/ER/P/M/P
		105E	106D	1-4	X%	1-4	1-4	1-4	1-4	X	1-4	X	X%	1-4	1-4	1-4	1-4	1-4	1-4	X	B/M/I	X	X	X	X	A/T/ER/P/M/P
	B	105F	106E	1-4	X%	1-4	1-4	1-4	1-4	X	1-4	X	X%	1-4	1-4	1-4	1-4	1-4	1-4	X	B/M/I	X	X	X	X	A/T/ER/P/M/P
		105G	106F	1-4	X%	1-4	1-4	1-4	1-4	X	1-4	X	X%	1-4	1-4	1-4	1-4	1-4	1-4	X	B/M/I	X	X	X	X	A/T/ER/P/M/P
		105H	106G	1-4	X%	1-4	1-4	1-4	1-4	X	1-4	X	X%	1-4	1-4	1-4	1-4	1-4	1-4	X	B/M/I	X	X	X	X	A/T/ER/P/M/P
		105I	106H	1-4	X%	1-4	1-4	1-4	1-4	X	1-4	X	X%	1-4	1-4	1-4	1-4	1-4	1-4	X	B/M/I	X	X	X	X	A/T/ER/P/M/P
		105J	106I	1-4	X%	1-4	1-4	1-4	1-4	X	1-4	X	X%	1-4	1-4	1-4	1-4	1-4	1-4	X	B/M/I	X	X	X	X	A/T/ER/P/M/P
104	C	105K	106J	1-4	X%	1-4	1-4	1-4	X	1-4	X	X%	1-4	1-4	1-4	1-4	1-4	1-4	X	B/M/I	X	X	X	X	A/T/ER/P/M/P	
		105L	106K	1-4	X%	1-4	1-4	1-4	1-4	X	1-4	X	X%	1-4	1-4	1-4	1-4	1-4	X	B/M/I	X	X	X	X	A/T/ER/P/M/P	
		105M	106L	1-4	X%	1-4	1-4	1-4	1-4	X	1-4	X	X%	1-4	1-4	1-4	1-4	1-4	1-4	X	B/M/I	X	X	X	X	A/T/ER/P/M/P
		105N	106M	1-4	X%	1-4	1-4	1-4	1-4	X	1-4	X	X%	1-4	1-4	1-4	1-4	1-4	1-4	X	B/M/I	X	X	X	X	A/T/ER/P/M/P
		105O	106N	1-4	X%	1-4	1-4	1-4	1-4	X	1-4	X	X%	1-4	1-4	1-4	1-4	1-4	1-4	X	B/M/I	X	X	X	X	A/T/ER/P/M/P
	D	105P	106O	1-4	X%	1-4	1-4	1-4	1-4	X	1-4	X	X%	1-4	1-4	1-4	1-4	1-4	1-4	X	B/M/I	X	X	X	X	A/T/ER/P/M/P
		105Q	106P	1-4	X%	1-4	1-4	1-4	1-4	X	1-4	X	X%	1-4	1-4	1-4	1-4	1-4	1-4	X	B/M/I	X	X	X	X	A/T/ER/P/M/P
		105R	106Q	1-4	X%	1-4	1-4	1-4	1-4	X	1-4	X	X%	1-4	1-4	1-4	1-4	1-4	1-4	X	B/M/I	X	X	X	X	A/T/ER/P/M/P
		105S	106R	1-4	X%	1-4	1-4	1-4	1-4	X	1-4	X	X%	1-4	1-4	1-4	1-4	1-4	1-4	X	B/M/I	X	X	X	X	A/T/ER/P/M/P
		105T	106S	1-4	X%	1-4	1-4	1-4	1-4	X	1-4	X	X%	1-4	1-4	1-4	1-4	1-4	1-4	X	B/M/I	X	X	X	X	A/T/ER/P/M/P
103	B	105U	106S	1-4	X%	1-4	1-4	1-4	X	1-4	X	X%	1-4	1-4	1-4	1-4	1-4	1-4	X	B/M/I	X	X	X	X	A/T/ER/P/M/P	
		105V	106T	1-4	X%	1-4	1-4	1-4	1-4	X	1-4	X	X%	1-4	1-4	1-4	1-4	1-4	1-4	X	B/M/I	X	X	X	X	A/T/ER/P/M/P
		105W	106U	1-4	X%	1-4	1-4	1-4	1-4	X	1-4	X	X%	1-4	1-4	1-4	1-4	1-4	1-4	X	B/M/I	X	X	X	X	A/T/ER/P/M/P
		105X	106V	1-4	X%	1-4	1-4	1-4	1-4	X	1-4	X	X%	1-4	1-4	1-4	1-4	1-4	1-4	X	B/M/I	X	X	X	X	A/T/ER/P/M/P
		105Y	106W	1-4	X%	1-4	1-4	1-4	1-4	X	1-4	X	X%	1-4	1-4	1-4	1-4	1-4	1-4	X	B/M/I	X	X	X	X	A/T/ER/P/M/P
104	120	105Z	106X	1-4	X%						X	X%												100%		
107C		106Y	1-4	X%							X	X%														
		121	121A	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X							
		121B	X%	X%	X%	X%	X%	X%	X%	X%	X%	X%	X%	X%	X%	X%	X%	X%	X%							
		122	123A	ABC	ABC	ABC	ABC	ABC	ABC	ABC	ABC	ABC	ABC	ABC	ABC	ABC	ABC	ABC	ABC							
		123	123B	XA	XB	XC	XD	XE	XF	XG	XH	XI	XJ	XK	XL	XM	XN	XO	XP							
		123C	XQ	XR	XS	XAG	XBH	XC	XDJ	XEQ	XFLS															
		124	R/I	R/I	R/I	R/I	R/I	R/I	R/I	R/I	R/I															
		125	127A	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X							
		127B	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X							
	127C	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X								
	127D																									
	127E																									
	127F	X/T/E	R/P/M	P	X/T/E	R/P/M	P	X/T/E	R/P/M	P	X/T/E	R/P/M	P	X/T/E	R/P/M	P	X/T/E	R/P/M	P							

FIGURA 1

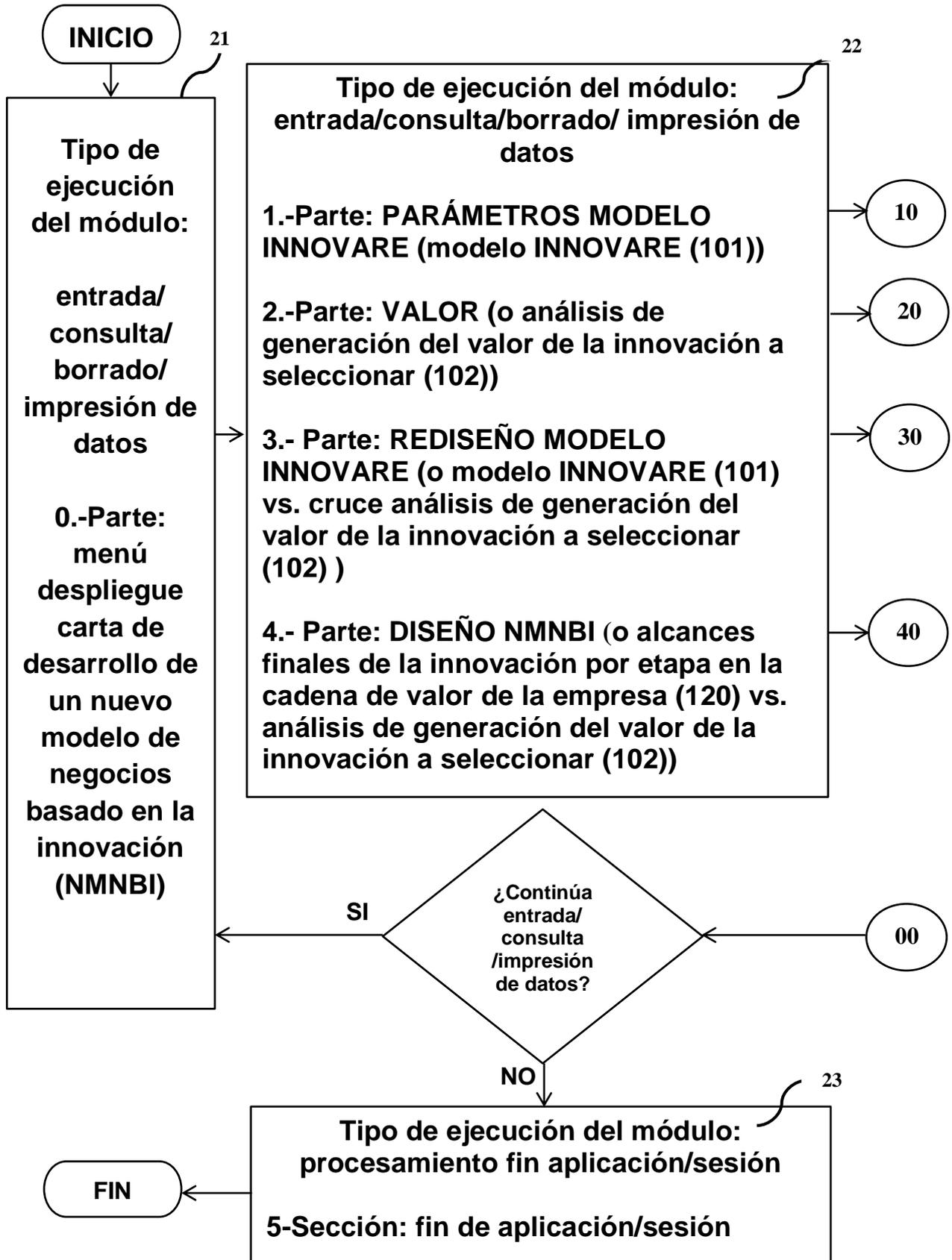


FIGURA 2

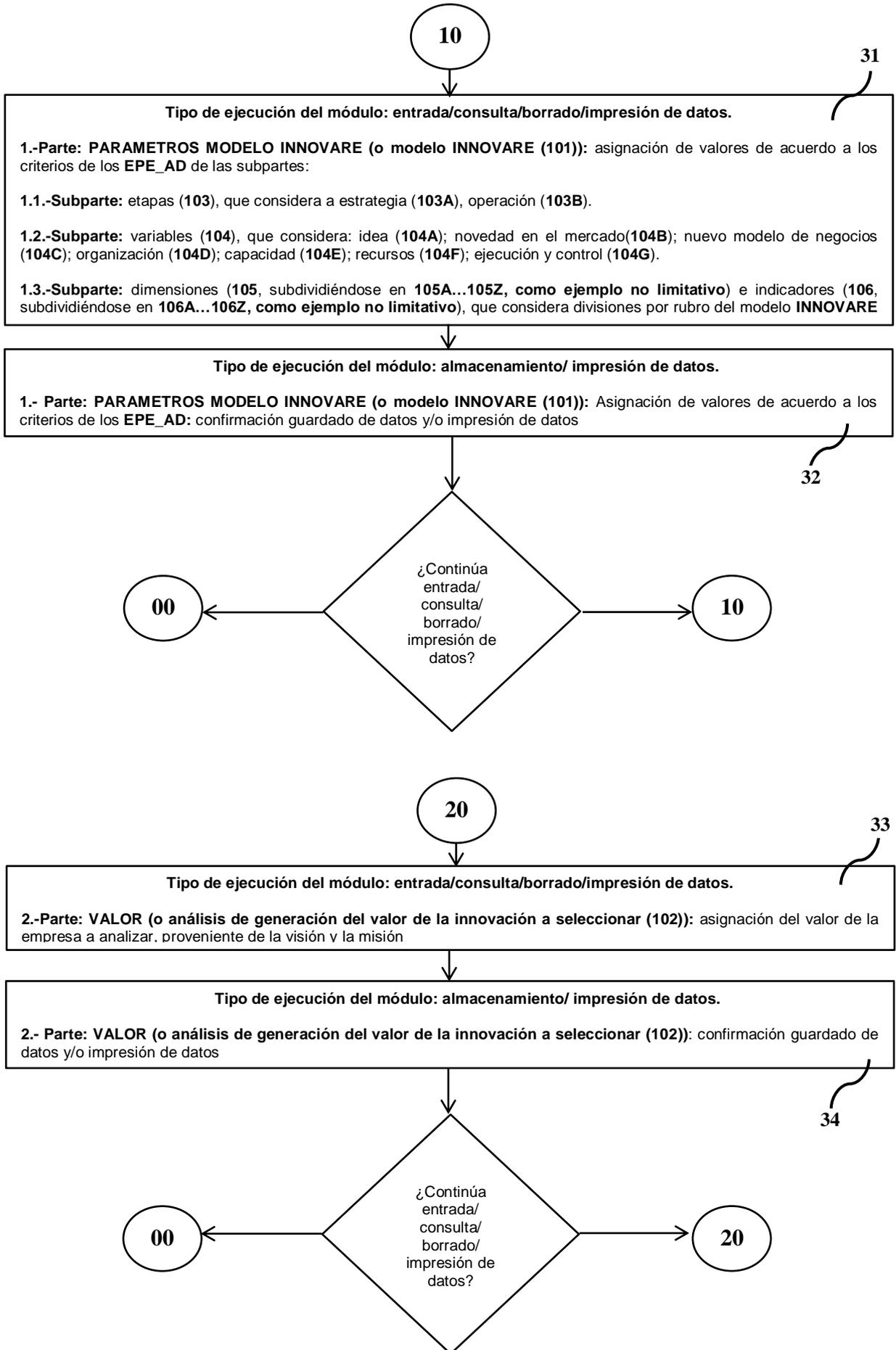


FIGURA 3

Tipo de ejecución del módulo: entrada/consulta/borrado/impresión de datos.

**3.- Parte: RESIDEÑO MODELO INNOVARE (o modelo INNOVARE (101) vs. cruce análisis de generación del valor de la innovación a seleccionar (102) )**

**3.1.- Subpartes:** estrategia (103A); operación (103B) de etapas (103); idea (104A); novedad en el mercado(104B); nuevo modelo de negocios (104C); organización (104D); capacidad (104E); recursos (104F); ejecución y control (104G); de la variable (104); dimensiones (105) e indicadores (106) con subpartados según decisión de los EPE\_AD pertenecientes al modelo INNOVARE (101) vs. cruce de las subpartes: modelo actual de negocios (107A) perteneciente a la subparte: importancia modelo actual de negocios percibida por el cliente (107), de la parte: análisis de generación del valor de la innovación (102)

**3.2.-Subpartes:** estrategia (103A); operación (103B) de etapas (103); idea (104A); novedad en el mercado(104B); nuevo modelo de negocios (104C); organización (104D); capacidad (104E); recursos (104F); ejecución y control (104G); de la variable (104); dimensiones (105) e indicadores (106) con subpartados según decisión de los EPE\_AD pertenecientes al modelo INNOVARE (101) vs. cruce de las subpartes: empresa 1 (propia) (108A), empresa 2 (rival) (108B), empresa 3 (rival) (108C) pertenecientes a la subparte: comparativo de percepción del cliente del actual modelo de negocios entre la empresa propia y las rivales del sector (108), de la parte: análisis de generación del valor de la innovación (102)

**3.3.- Subpartes:** estrategia (103A); operación (103B) de etapas (103); idea (104A); novedad en el mercado(104B); nuevo modelo de negocios (104C); organización (104D); capacidad (104E); recursos (104F); ejecución y control (104G); de la variable (104); dimensiones (105) e indicadores (106) con subpartados según decisión de los EPE\_AD pertenecientes al modelo INNOVARE (101) vs. cruce de la subparte: nivel del NMNBI planeada por los EPE\_AD (109A) perteneciente a la subparte: metas de la planeación del nivel de la innovación por los EPE\_AD (109), de la parte: análisis de generación del valor de la innovación (102)

**3.4.-Subparte:** estrategia (103A); operación (103B) de etapas (103); idea (104A); novedad en el mercado(104B); nuevo modelo de negocios (104C); organización (104D); capacidad (104E); recursos (104F); ejecución y control (104G); de la variable (104); dimensiones (105) e indicadores (106) con subpartados según decisión de los EPE\_AD pertenecientes al modelo INNOVARE (101) vs. cruce nivel de fuerza de recursos planeada por los EPE\_AD del NMNBI (109C), perteneciente a la subparte: metas de la planeación del nivel de la innovación por los EPE\_AD (109), de la parte: análisis de generación del valor de la innovación (102)

Tipo de ejecución del módulo: procesamiento de datos.

**3.5.-Subparte:** cálculo % de ponderación (107B), perteneciente a la subparte: importancia modelo actual de negocios percibida por el cliente (107), de la parte: análisis de generación del valor de la innovación (102) vs. el cruce de estrategia (103A); operación (103B) de etapas (103); idea (104A); novedad en el mercado(104B); nuevo modelo de negocios (104C); organización (104D); capacidad (104E); recursos (104F); ejecución y control (104G); de la variable (104); dimensiones (105) e indicadores (106) con subpartados según decisión de los EPE\_AD pertenecientes al modelo INNOVARE (101)

**3.6.-Subparte:** cálculo radio de mejora (109B), perteneciente a la subparte: metas de la planeación del nivel de la innovación por los EPE\_AD (109), de la parte: análisis de generación del valor de la innovación (102) vs. cruce de estrategia (103A); operación (103B) de etapas (103); idea (104A); novedad en el mercado(104B); nuevo modelo de negocios (104C); organización (104D); capacidad (104E); recursos (104F); ejecución y control (104G); de la variable (104); dimensiones (105) e indicadores (106) con subpartados según decisión de los EPE\_AD pertenecientes al modelo INNOVARE (101)

**3.7.-Subparte:** cálculo de valor absoluto (109D1); cálculo % de mejora (109D2) de cálculo de ponderación (109D), perteneciente a la subparte: metas de la planeación del nivel de la innovación por los EPE\_AD (109), de la parte: análisis de generación del valor de la innovación (102) vs. cruce de estrategia (103A); operación (103B) de etapas (103); idea (104A); novedad en el mercado(104B); nuevo modelo de negocios (104C); organización (104D); capacidad (104E); recursos (104F); ejecución y control (104G); de la variable (104); dimensiones (105) e indicadores (106) con subpartados según decisión de los EPE AD pertenecientes al modelo INNOVARE (101)

Tipo de ejecución del módulo: almacenamiento/ impresión de datos.

**3.8-Partes:** modelo INNOVARE (101) vs. cruce de las subpartes: importancia modelo actual de negocios percibida por el cliente (107); comparativo de percepción del cliente del actual modelo de negocios entre la empresa propia y las rivales del sector (108); metas de la planeación del nivel de la innovación por los EPE\_AD, pertenecientes a la parte: análisis de generación del valor de la innovación (102): confirmación guardado de datos y/o impresión de datos

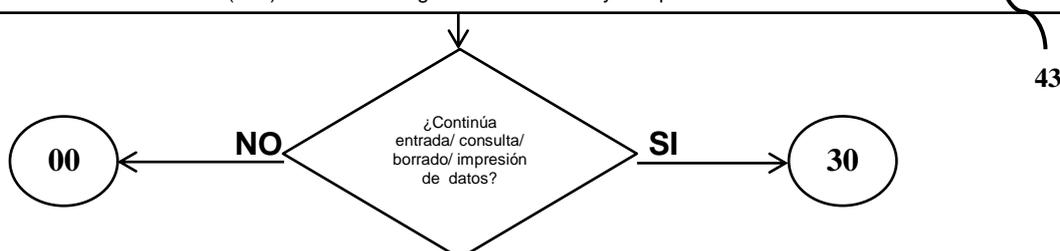
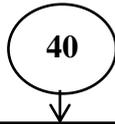


FIGURA 4



**Tipo de ejecución del módulo: entrada/consulta/borrado/impresión de datos.**

**4.- Parte: DISEÑO NMNBI (o alcances finales de la innovación por etapa en la cadena de valor de la empresa (120) vs. análisis de generación del valor de la innovación a seleccionar (102))**

**4.1.-Subparte:** características de los atributos de innovación planeado por los **EPE\_AD (122)** pertenecientes a alcances finales de la innovación por etapa en la cadena de valor de la empresa (120) vs. cruce de campos seleccionados por los **EPE\_AD** como nivel de atributos de innovación planeado por los **EPE\_AD (117)** para: producto (117A), servicio (117B), proceso (117C), mercadotecnia (117D), organización (117E), tecnología (117F) pertenecientes a tipo de innovación en la cadena de valor de la empresa planeado por los **EPE\_AD (110)**

**4.2.-Subparte:** Empresa 1 (Propia) (123A); Empresa 2 (Rival); Empresa 3 (Rival) de comparativo de planeación de los epe\_ad del actual modelo de negocios entre la empresa propia y las rivales del sector (123) pertenecientes a alcances finales de la innovación por etapa en la cadena de valor de la empresa (120) vs. cruce de campos seleccionados por los **EPE\_AD** como nivel de atributos de innovación planeado por los **EPE\_AD (117)** para: producto (117A), servicio (117B), proceso (117C), mercadotecnia (117D), organización (117E), tecnología (117F) pertenecientes a tipo de innovación en la cadena de valor de la empresa planeado por los **EPE\_AD (110)**

**4.3.-Subparte:** NMNBI objetivo de la empresa 1 (propia) (124) pertenecientes a alcances finales de la innovación por etapa en la cadena de valor de la empresa (120) vs. cruce de campos seleccionados por los **EPE\_AD** como nivel de atributos de innovación planeado por los **EPE\_AD (117)** para: producto (117A), servicio (117B), proceso (117C), mercadotecnia (117D), organización (117E), tecnología (117F) pertenecientes a tipo de innovación en la cadena de valor de la empresa planeado por los **EPE\_AD (110)**



**Tipo de ejecución del módulo: procesamiento de datos.**

**4.4.-Subparte:** total nivel de mejoras planeado por los **EPE\_AD (118)** y cálculo nivel de acción de innovación por etapa/variable/dimensión del modelo innovare planeada por los **EPE\_AD (119)** vs. cruce campos modelo **INNOVARE (101)**.

**4.5.-Subparte:** capacidad de reacción (nulo: 5/ casi nulo: 4/ media: 3/ casi total: 2/ total: 1) (126A); cálculo probabilidad (126B); cálculo de impacto (catastrófico: 20/ alto: 15/ medio: 10/ bajo: 5) (126C); cálculo índice de vulnerabilidad (ninguna:<0/ alta:1) (126D); total de riesgo (126E); cálculo de nivel de riesgo (126F) de análisis de riesgo análisis de generación del valor de la innovación a seleccionar (102) vs. cruce de campos modelo **INNOVARE (101)**.

**4.6.-Subparte:** cálculo de valor absoluto (121A) y cálculo de % de mejora (121B) de ponderación (121) pertenecientes a alcances finales de la innovación por etapa en la cadena de valor de la empresa (120) vs. cruce de campos seleccionados por los **EPE\_AD** como nivel de atributos de innovación planeado por los **EPE\_AD (117)** para: producto (117A), servicio (117B), proceso (117C), mercadotecnia (117D), organización (117E), tecnología (117F) pertenecientes a tipo de innovación en la cadena de valor de la empresa planeado por los **EPE\_AD (110)**.

**4.7.-Subparte:** cálculo nivel de acción en el tipo de innovación planeado por los **EPE\_AD (125)** pertenecientes a alcance finales de la innovación por etapa en la cadena de valor de la empresa (120) vs. cruce de campos seleccionados por los **EPE\_AD** como nivel de atributos de innovación planeado por los **EPE\_AD (117)** para: producto (117A), servicio (117B), proceso (117C), mercadotecnia (117D), organización (117E), tecnología (117F) pertenecientes a tipo de innovación en la cadena de valor de la empresa planeado por los **EPE\_AD (110)**.

**4.8.-Subparte:** cálculo capacidad de reacción (nulo: 5/ casi nulo: 4/ media: 3/ casi total: 2/ total: 1) (127A); cálculo de probabilidad (127B); cálculo impacto (catastrófico: 20/ alto: 15/ medio: 10/ bajo: 5) (127C); cálculo índice de vulnerabilidad (ninguna:<0/ alta:1) (127D); total de riesgo (127E); cálculo de nivel de riesgo (127F) de análisis de riesgo (127) pertenecientes a alcances finales de la innovación por etapa en la cadena de valor de la empresa (120) vs. cruce de campos seleccionados por los **EPE\_AD** como nivel de atributos de innovación planeado por los **EPE\_AD (117)** para: producto (117A), servicio (117B), proceso (117C), mercadotecnia (117D), organización (117E), tecnología (117F) pertenecientes a tipo de innovación en la cadena de valor de la empresa planeado por los **EPE\_AD (110)**

**Tipo de ejecución del módulo: almacenamiento/impresión de datos.**

**4.9.-Parte: DISEÑO NMNBI (o alcances finales de la innovación por etapa en la cadena de valor de la empresa (120) vs. análisis de generación del valor de la innovación a seleccionar (102)): Confirmación guardado/ impresión de datos**

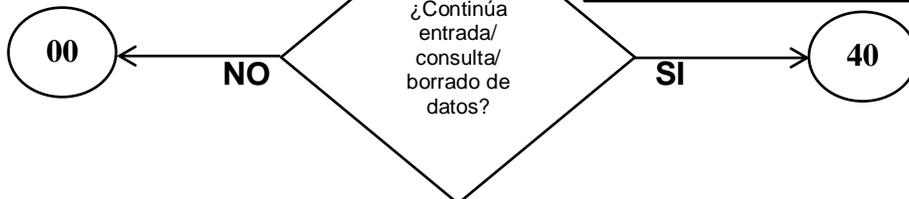


FIGURA 5

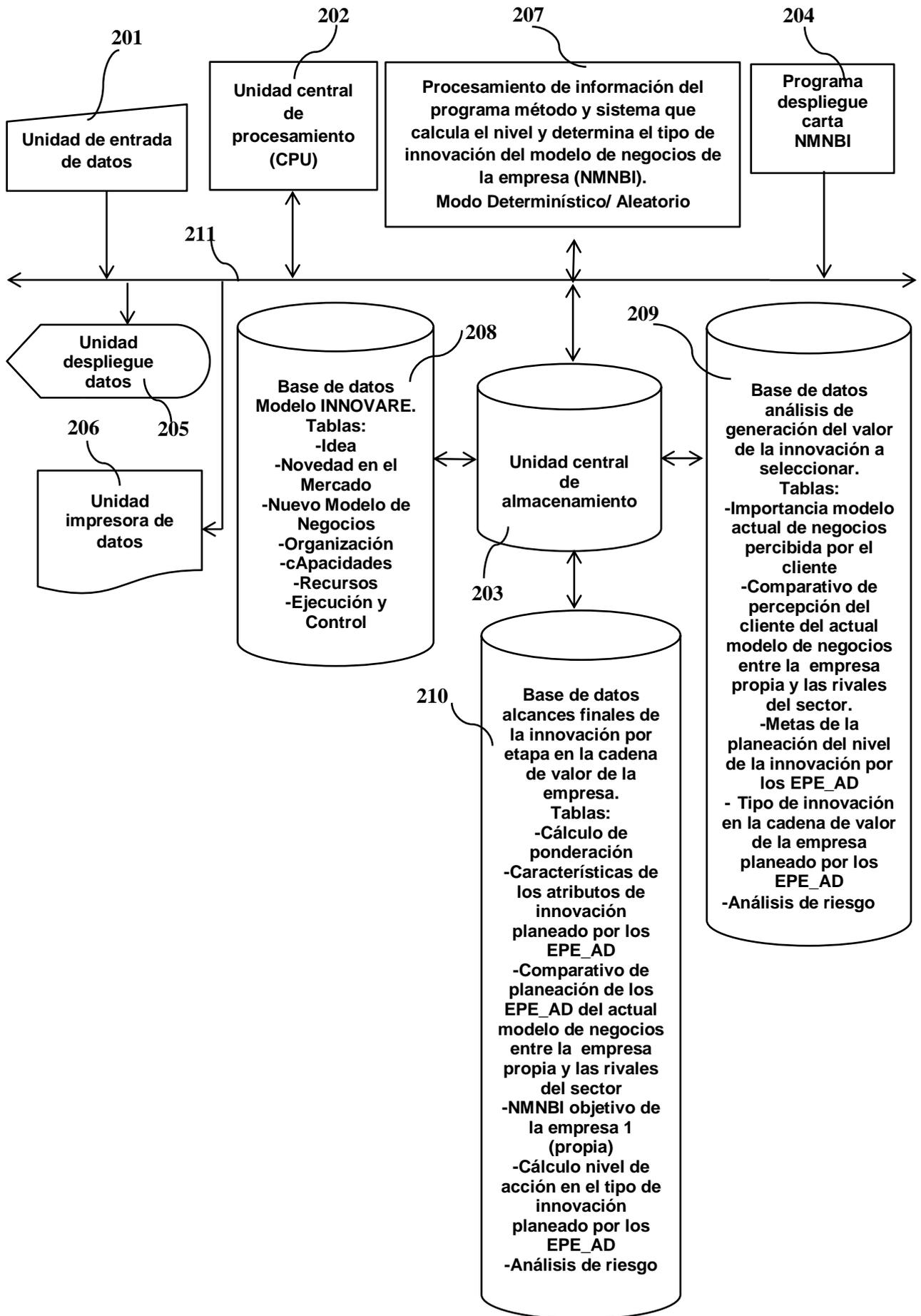


FIGURA 6