



---

## NUEVOS MODELOS DE NEGOCIO



# Índice

MODELOS

## NEGOCIO

Variables Competitiva

Innovación con valor

Análisis competencia

Ventaja Competitiva

PUV

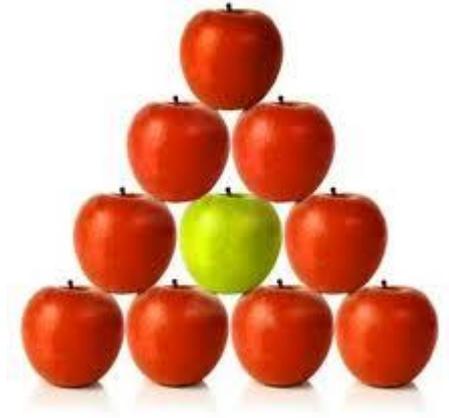
Practica

Deberes



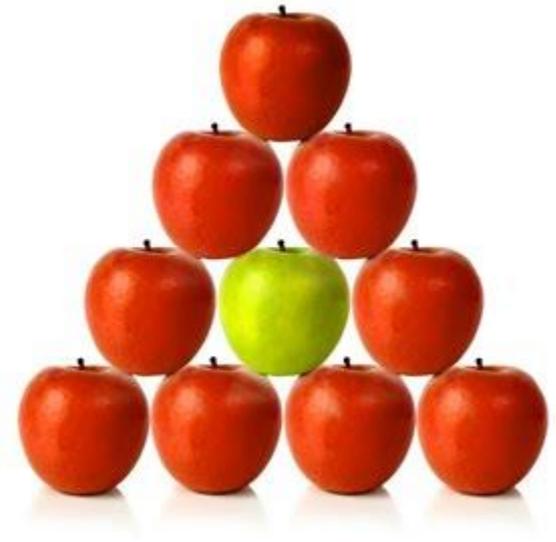
## Aportamos valor , cuando

1. Aportamos más **valor** a igual precio.
2. Igual valor a menor **precio**
3. **Mas** valor a **menor** precio



# Variables competitivas

- Ventaja competitiva valorada por nuestro cliente:
  - PRECIO
  - Surtido o gama
  - Servicio , atención al cliente , postventa
  - Calidad , durabilidad , resistencia
  - Comodidad , sencillez , funcionalidad
  - Exclusividad , prestigio
  - Marca
  - Belleza o el diseño
  - Otra
    - Social , ecológico
    - Etc.



# La innovación en valor



COMPETENCIA

---

# Competencia

Anota los nombres de tus competidores en el mercado que quieres operar, pregúntate cuáles son las **tres a cinco** marcas que van a competir contigo en tu mercado de forma mas directa.



# Que estudiar sobre la competencia

1. Precios
2. Surtidos
3. Otras variables competitivas
4. Principales debilidades
5. Principales fortalezas



# VENTAJA COMPETITIVA

---

# Ventaja competitiva

Ventaja competitiva es la superioridad que posee una empresa ante otras empresas del mismo sector o mercado, que le permite destacar o sobresalir ante ellas, y tener una posición competitiva en el sector o mercado



# Ventaja competitiva



- Al contar con una determinada tecnología que le permite producir productos de muy buena calidad.
- Al contar con un proceso productivo eficiente que le permite reducir costos, lo que, a su vez, le permite vender a precios más bajos.
- Al contar con un determinado sistema informático que le permite tomar y procesar rápidamente los pedidos del cliente, y brindar así una rápida atención.
- Al contar con un sistema de distribución eficiente, lo que le permite llegar a más puntos de ventas.
- Al contar con personal calificado, lo que le permite brindar un excelente servicio al cliente.
- Al contar con una moderna infraestructura, lo que permite brindar un ambiente cómodo y agradable a sus clientes.
- Al contar con una buena ubicación, lo que le permite tener una mayor visibilidad para los consumidores.

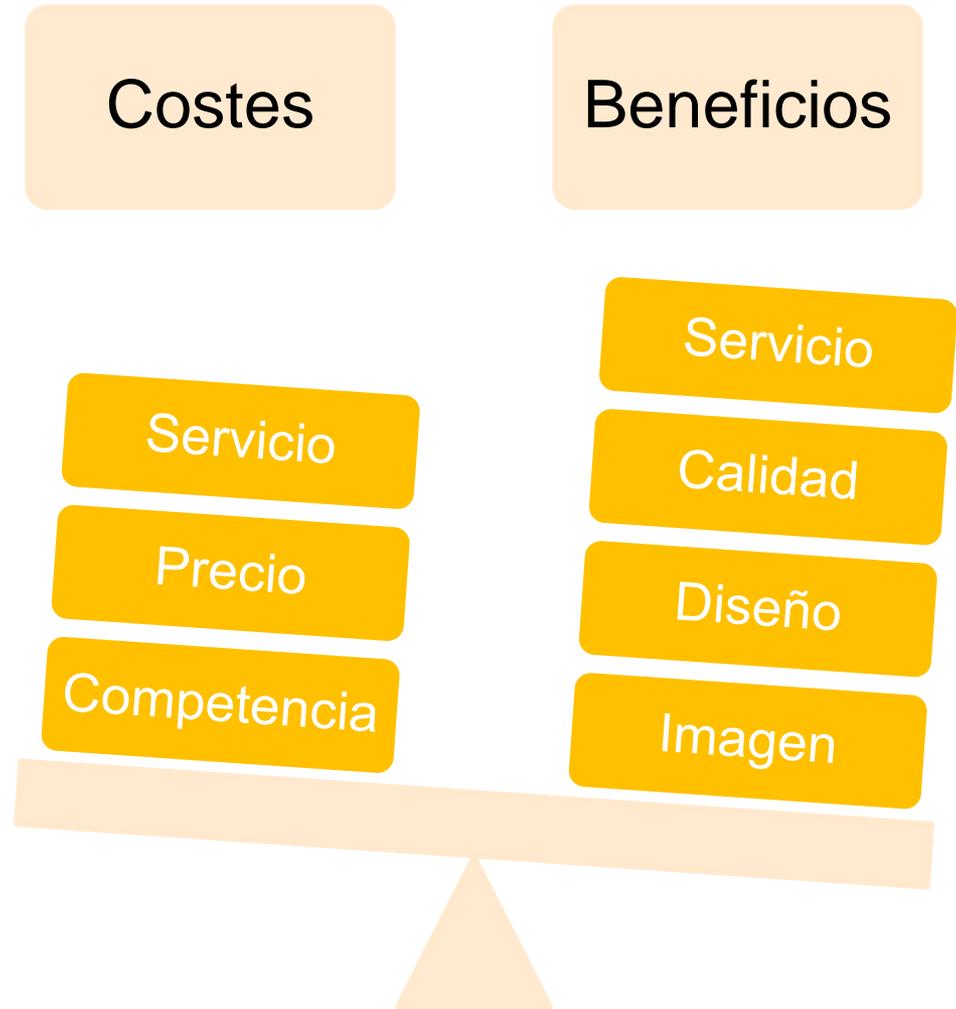


## Ventaja competitiva

Aportamos mas valor a igual precio.

Aportamos menor precio a igual valor.

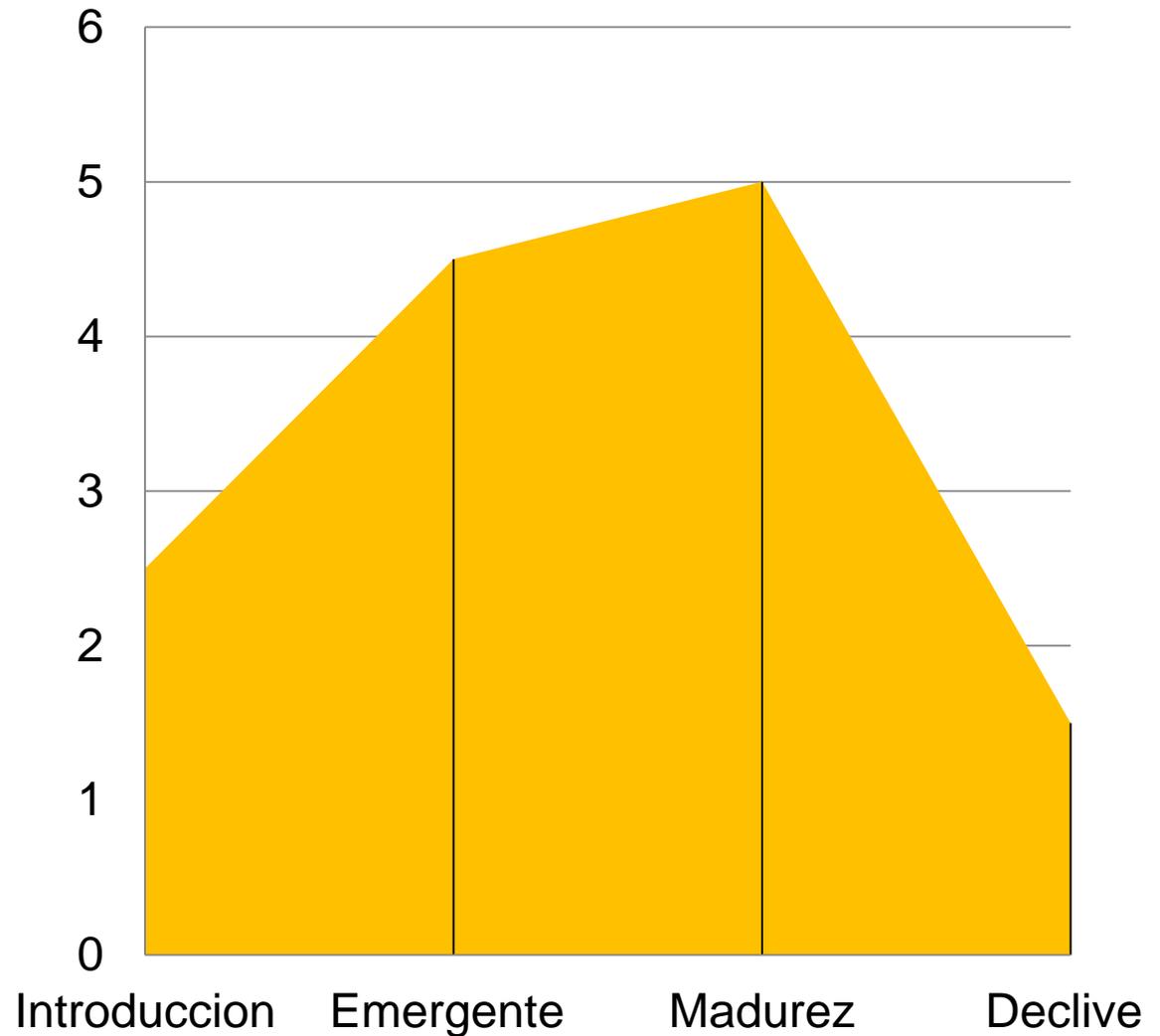
Aportamos mas **VALOR** a menor **PRECIO**



## Coherencia

En sectores con madurez y en especial con declive , la estrategia debe ser mas valor a menor precio

## Ciclo de Vida



# POSICIONAMIENTO

---

# Posicionamiento

Se llama **Posicionamiento** al 'lugar' que en la percepción mental de un cliente tiene una marca, lo que constituye la principal diferencia que existe entre ésta y su competencia. Si la ventaja competitiva coincide el atributo mas valorado por parte del cliente

Tenemos nuestra:

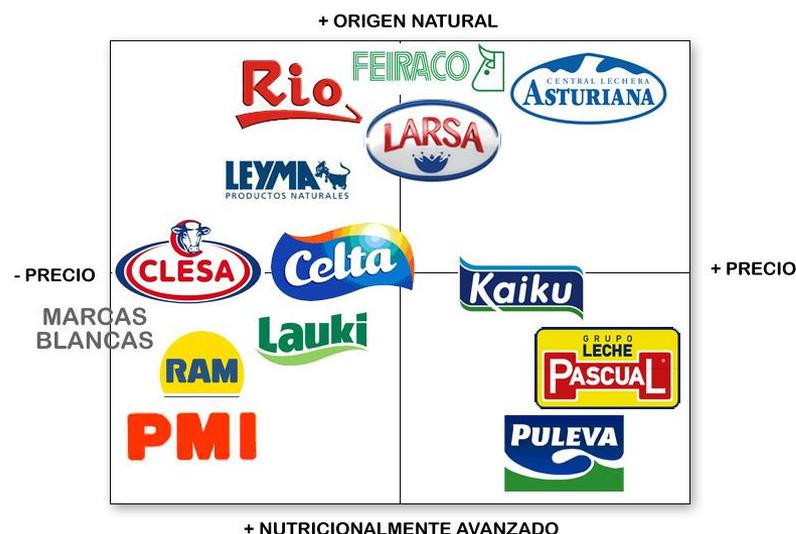
PROPOSICIÓN

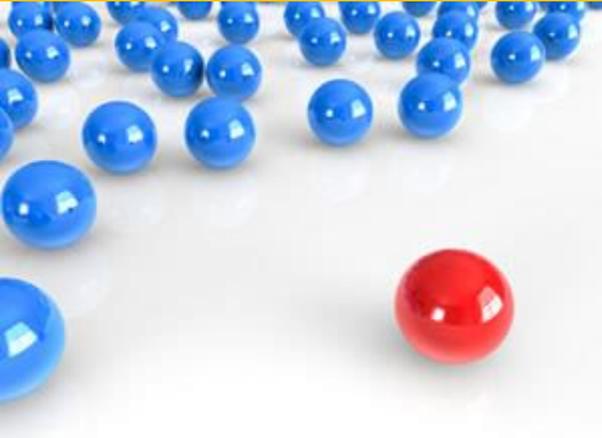
UNICA

DE

VENTA

Posicionamiento marcas de leche:





# Proposición única de venta

Es la respuesta a la pregunta :

¿Por qué van a comprarnos a nosotros y no a nuestra competencia?



DINAMICA

---

# Dinamica

- Definir que variable compite el sector del ejercicio siguiente
- Definir estrategia competitiva acorde al momento actual del sector plasmado en la tabla competitiva vista en la teoría



# Dinamica

		VIVEMU	XTI	ZALANDO	ZARA
<i>VARIABLE 1</i>	<b>PRECIO MEDIO</b>	- €	- €	- €	- €
La mejor oferta	5				
Muy Competitiva	4,99-4,00				
Normal	3,99-3,00				
Poco Competitiva	2,99-2,00				
La peor oferta	1				
	<b>PUNTUACION</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
<i>VARIABLE 2</i>					
La mejor oferta	5				
Muy Competitiva	4,99-4,00				
Normal	3,99-3,00				
Poco Competitiva	2,99-2,00				
La peor oferta	1				
	<b>PUNTUACION</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
<i>VARIABLE 3</i>					
La mejor oferta	5				
Muy Competitiva	4,99-4,00				
Normal	3,99-3,00				
Poco Competitiva	2,99-2,00				
La peor oferta	1				
	<b>PUNTUACION</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
<i>VARIABLE 4</i>					
La mejor oferta	5				
Muy Competitiva	4,99-4,00				
Normal	3,99-3,00				
Poco Competitiva	2,99-2,00				
La peor oferta	1				



DEBERES

---

# Deberes

- Competencia
  - Identificar de 3 a 5 competidores directos
    - Similar tamaño
    - Aunque uno puede ser el líder del sector
    - Web
    - NIF o CIF
- Variables competitivas
  - Obtener la información para comparar
  - Valorar cada variable en tabla competitiva
- Ventaja competitiva:
  - Realizar de nuevo la tabla competitiva ahora comparando también nuestro proyecto
  - Identificar si obtenemos ventaja competitiva y proposición única de venta



# Planning

enero						
L	M	X	J	V	S	D
		2	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

febrero						
L	M	X	J	V	S	D
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28		

marzo						
L	M	X	J	V	S	D
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						

abril						
L	M	X	J	V	S	D
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30				

	Consultoría
	Liderazgo e ideas de negocio
	Análisis del Microentorno

	Modelos de negocio
	Marketing y ventas
	Innovación y finanzas

	Técnicas de Comunicación y Presentación
	Presentación de proyectos



# Preguntas

Próxima Píldora



**PLAN EMPRENDEDORAS**

**vivemu**  
Vivero de Empresas para Mujeres de Yecla

*Plan Emprendedoras*  
**2014**

**MATERIA**  
**Emprender**

**PILDORA**  
**FORMATIVA**