Alicante, 10 de enero de 2013

"Cómo reinventar tu modelo de negocio"

Prof. José María Gómez Gras
Catedrático de Organización de Empresas
Universidad Miguel Hernández

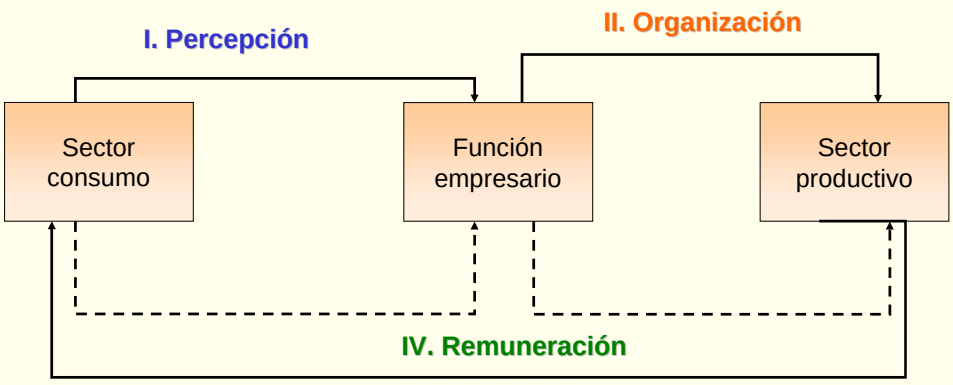
TEMAS A TRATAR

- Características de la función empresarial en un entorno competitivo
- Reflexiones sobre el modelo de negocio de las empresas
- Definición de un negocio y diferenciación dentro de su sector
- Posibilidades de cambios en el modelo de negocio
- Sugerencias y conclusiones para reinventar las empresas

Conceptos fundamentales “empresas excelentes”

- Orientación hacia los resultados
- Orientación al cliente
- Liderazgo y constancia de objetivos
- Gestión por procesos y hechos
- Desarrollo e implicación de las personas (con valores)
- Desarrollo de alianzas
- Aprendizaje, Innovación y Mejora Continua
- Responsabilidad social

CRISIS? WHAT CRISIS?



¿MODELO DE NEGOCIO?

¿QUÉ ES UN MODELO DE NEGOCIO?

"Expresa la lógica de

***cómo* una organización**

crea, entrega y captura valor

para los clientes buscando su satisfacción

¿MODELO DE NEGOCIO?

IBERIA

Vs

EASY JET

RYANAIR

MONARCH

VUELING

IB EXPRESS

¿Sabemos dónde queremos llegar?

ANÁLISIS ESTRATÉGICO

…. para poder fijar objetivos

ESCENARIO DE CAMBIO

.... en múltiples aspectos....

- ✓ Cambios Demográficos
- ✓ Cambios Sociales
- ✓ Cambios Culturales
- ✓ Cambios Económicos
- ✓ Cambios Tecnológicos
- ✓ Cambios Legales....

Estudio exhaustivo del mercado:

- Clientela potencial y
- Competencia

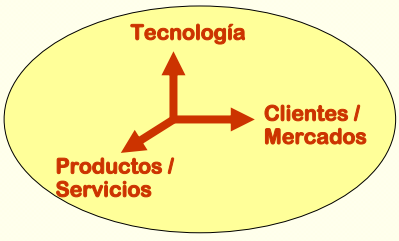
Orientación a necesidades mercado

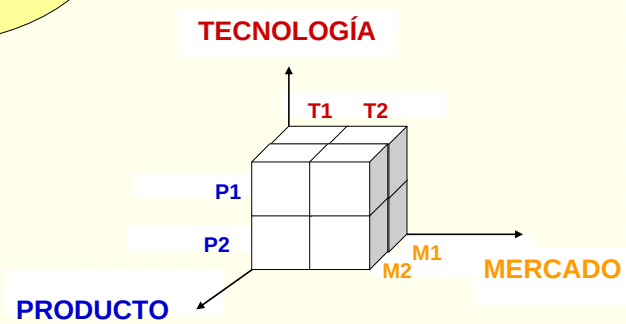
en cuanto a: precio, calidad, diseño,

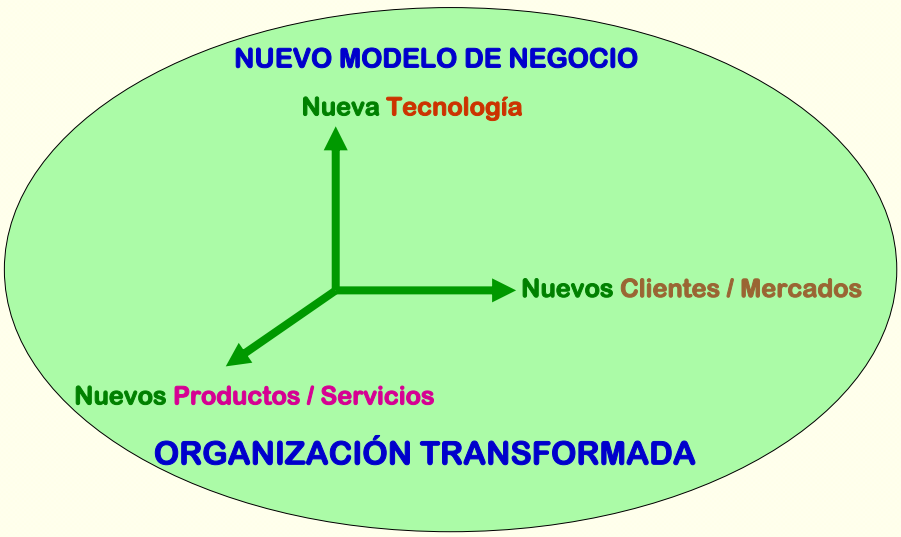
garantías, forma de pago, distribución,

promoción, publicidad, servicio ….

¿MODELO DE NEGOCIO?







Operar en segmentos con futuro

o escogidos de los tradicionales

y posicionarse en nichos especializados

CASOS EXPLICADOS:

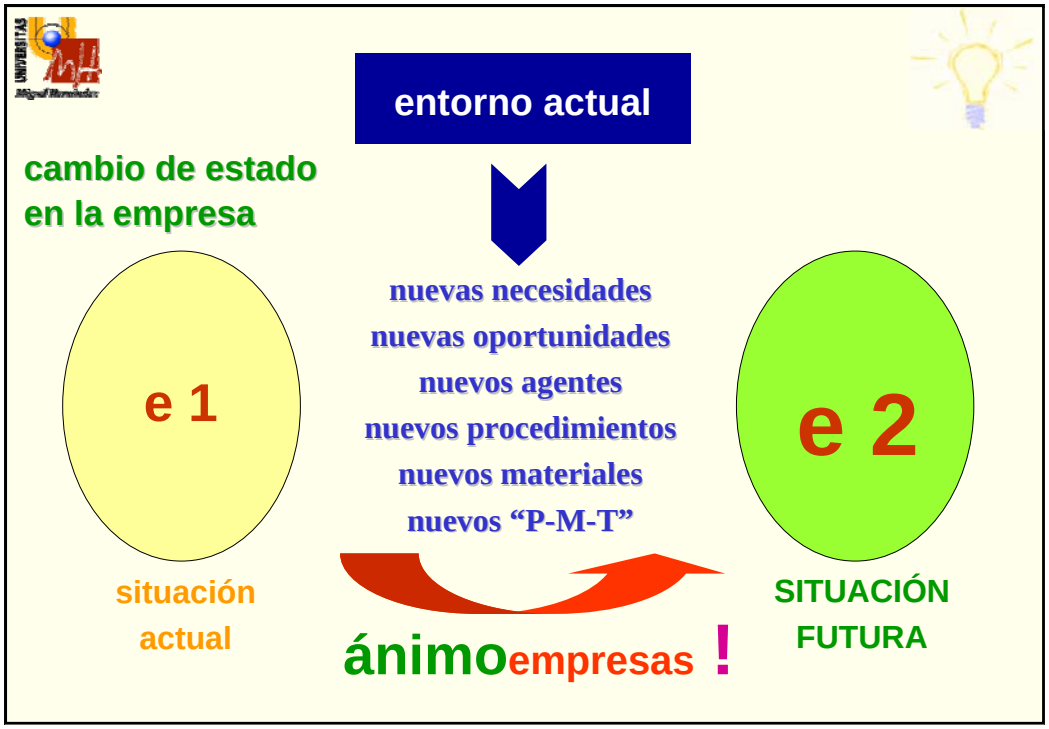
-Carnicería de Gijón
- 24Fab.com
- Gimnasios CURVES

- Muñecas Antonio Juan
- Calzados Victoria
- tucalzado.es

- La Barbería de Gracia
- Chicquitas
- Margarita Bonita

- UVASDOCE
- Ramón Espí
- IMAGINARIUM
- GIEM SPORTS

- REDINSA
- Rubio
- ECO WASH



Chequear periódicamente el P-M-T innovándolo para seguir satisfaciendo las necesidades del mercado

REFLEXIÓN SOBRE POSICIONAMIENTO COMPETITIVO

- PORQUÉ Y PARA QUÉ ESTAMOS EN EL MERCADO
- EN QUÉ TIPO DE NEGOCIO ESTAMOS Y QUÉ NECESIDADES SATISFACEMOS
- CUÁLES SON LOS PRINCIPALES MERCADOS Y A QUÉ OTROS DEBÍAMOS DIRIGIRNOS
- QUÉ ES DIFERENTE EN NUESTRO SECTOR COMPARANDO DESDE 5-10 AÑOS
- CÓMO HEMOS EVOLUCIONADO PARA RESPONDER A ESOS CAMBIOS
- QUÉ DEBERIA SER DIFERENTE PARA ADECUARSE AL FUTURO

… la única crisis amenazadora es la tragedia de no querer luchar por superarla

Albert Einstein 1879-1955

“Haríamos muchas más cosas
si creyeramos que son
muchas menos las imposibles”

Proverbio de la UMH

... y muchas gracias por su atención