



## VIVE, RIE Y AMA

### PROPOSICIÓN DE VALOR

#### ¿Qué necesidad o problema resolvéis?

Nuestra empresa, está en el sector de marketing de contenido. Diseñamos una estrategia de contenidos orientándolo en el mensaje positivo y de energía (hacer reír, motivar). El artículo que proponemos en nuestro proyecto es una taza con un diseño creativo que contenga un mensaje escrito positivo.

Hemos pensado que para poder transmitir este mensaje lo vamos hacer por medio de frases que nos hagan reflexionar. Algunos ejemplos de estas frases pueden ser:

"...Dale a cada día la posibilidad de ser el mejor día de tu vida..."

"... Sonríe!!! Porque nadie más... lo va hacer por ti;..."

"...Hoy voy a conseguir todo lo que me proponga..."

"...“La vida es como un espejo si lo miras sonriendo te sonríe...”"

Con nuestras tazas queremos motivar el día a día, sacar una sonrisa y sobre todo que nuestro producto marque la diferencia.

La diferencia que vamos a aportar a nuestras tazas es personalizarlas según el tipo de cliente que la demande. Ejemplo, si son taza para clientes que las van a utilizar en la oficina pondremos frases para motivar el trabajo diario, si nuestro cliente utiliza nuestra taza para desayunar todos los días en casa con su familia pondremos frases divertidas para alegrarnos las mañanas, etc..

**Son frases muy sencillas inundadas de optimismo y con un punto de humor .**

**¿Habéis notado que últimamente es casi una obligación ser positivo en esta vida?** Más que obligación es una moda sana que va de creciendo, y con nuestras tazas difundimos un mensaje de motivación que podrá arrancarnos una sonrisa o una reflexión a lo largo del día.

En nuestra opinión: las modas son una oportunidad para sacar a relucir las partes buenas de algo que hasta el momento pasaba desapercibido.

Esta reflexión puede ser para nosotros o aún más bonito: para regalar a quien la demande. De esta forma, no solo llegamos al cliente con nuestro mensaje sino que inspiramos de forma directa a la difusión de estos mensajes.



## VIVE, RIE Y AMA

Nosotras queremos ser una fábrica de sentimientos o sensaciones para inspirar a nuestros clientes porque hay que celebrar cada logro y aprender de cada error.

### ¿Qué es lo que te hace diferente y, por lo tanto, es por lo que tu cliente está dispuesto a pagarte?

La diferencia está en el mensaje y en el diseño (Muy ligados a la ilustración y nuestra genialísima ilustradora) El mensaje desde el lado de la motivación para todos los sectores sin discriminación de ninguno y el diseño de la mano del *handmade* (*corriente creativa*).

Con el *handmade* no solo estarás comprando diseño estarás comprando una pequeña parte de la nuestra ilustradora y de nuestro equipo, los cuales siempre te estarán agradecidos

Algo en lo que nosotras habremos puesto toda nuestra dedicación y cariño.

Identidad compuesta de optimismo, simpleza y “buen rollo” es lo que diferencia nuestro trabajo.

Foto de un producto de la empresa Mr. Wonderful que inspira un poco nuestra idea.





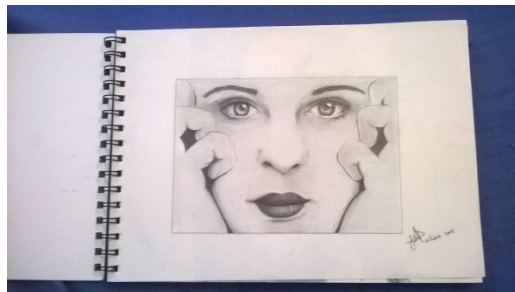
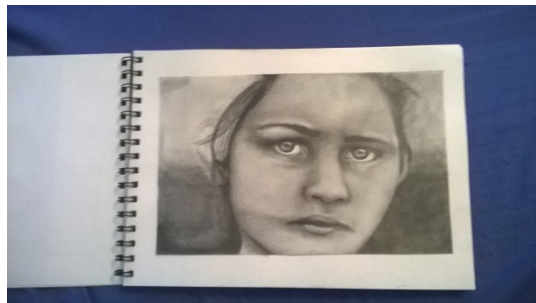
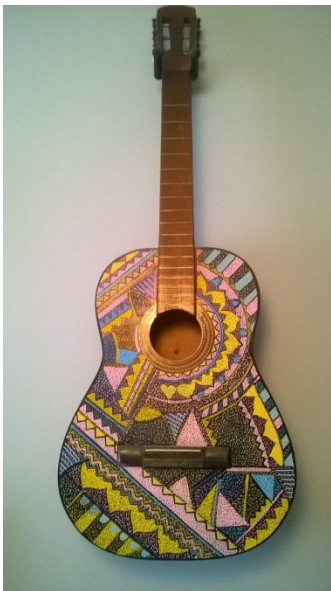
## VIVE, RIE Y AMA

Una parte importante de nuestro trabajo, quizás el corazón, es nuestra ilustradora. Y por eso queremos añadir un poquito de ella en la presentación del proyecto.

Julieta nació en Buenos Aires, tiene veinte años y con su corta edad ya dedica mucho tiempo al mundo del arte y la ilustración. Estudió bachiller de artes y actualmente estudia dibujo. Dibujar, dibujar y dibujar... es lo que le ocupa gran parte del día. También toca el piano, la guitarra y el ukelele. Realiza trabajos a nivel personal y también para terceras personas. Entre estos trabajos encontramos retratos, obras abstractas, paisajes, trabajos en cerámica, madera y ahora se suma a nuestro equipo. Ella plasma de manera visual las palabras y frases de nuestros artículos: Transmite visualmente aquello que ha salido del corazón.

Su trabajo es completamente manual y es ahí donde nosotros damos importancia al *handmade*. La vida, el trabajo, la comida, los viajes, la rutina ya están bastante simplificadas e industrializadas, por eso, nosotras apostamos por lo “casero” por lo creativo. Todos deberíamos sacar un poco más de tiempo para distraernos y dar rienda suelta a nuestra creatividad, por eso nosotras creemos que nuestras herramientas más potentes son las manos, algunos lápices y como equipo nuestras mentes.

El *handmade* es alma, es amor y es entrega. Y si está de moda, bienvenido sea. Terminamos este punto con algunos trabajos de Julieta.





# VIVE, RIE Y AMA

## SEGMENTACIÓN DE MERCADO

- ¿Quién es tu cliente?
- ¿Cuáles son las características de estos clientes?

Para todo tipo de clientela que busque motivarse en el día a día para que sus vidas sean lo más productivas posible y lleven la vida con más entusiasmo y cautela. Hemos pensado que nuestra clientela puede estar ubicado al siguiente público:

- **Colegios:** Cómo ya conocemos hay comedores en todos los colegios y con la idea de la taza puede hacer que los alumnos en sus horas lucrativas tomen el desayuno o la comida con nuestras tazas para motivarse a la hora de estudiar y rendir mejor en las próximas horas. En este caso, se me ocurren frases como:

“...Lo bueno de equivocarte es la tranquilidad de saber que lo estas intentando...”

“...Lo único imposible es lo que no intentas...”

“...Todo es difícil hasta que empieza a ser sencillo...”

“...“No te dejes llevar por aquellos que dicen que estudiar es perder el tiempo, si estudias estarás



## VIVE, RIE Y AMA

preparado para la vida y podrás lograr muchas cosas con las que siempre soñaste.”

- **Empresas:** Cómo ya sabemos en todas las oficinas hay una sala para descansar y tomarte lo que te apetezca, y entre las cosas que puedes tomar una de ellas puede ser una taza de café o té en una de nuestras tazas y que al leer la frase los empresarios o trabajadores en este caso, se motiven y su trabajo después sea más productivo. Por ejemplo, se me ocurren las siguientes frases:

“...Dale a cada día la posibilidad de ser el mejor...”

“...Para lograr lo que no tienes haz lo que no haces...”

“...Si trabajas apasionadamente y realmente convencido de lo que estás haciendo, habrás encontrado la clave del éxito...”

“...El triunfo no está en vencer siempre, sino en nunca desanimarse...”

### Público en general:

Va dirigido a todo tipo de personas que existan en nueTodas las personas en algún momento del día a día, como me pasa a mí por ejemplo, tenemos un ratito para hacer un descanso. Cómo por ejemplo:



## VIVE, RIE Y AMA

“...Piensa menos y vive más la vida...”

“...Disfruta de las cosas pequeñas es lo que hace la vida más grande...”

“...Deja salir tus miedos para dar más espacio a tus sueños...”

“...Sonríe porque nadie más lo hará por ti...”

Ese momento puede ser el más idóneo para tomarse un café o té en nuestras tazas leer el mensaje que contiene y motivarnos, por ejemplo, mientras te lees un libro, ves la televisión o simplemente quieres tomarte el lujo de tomarte un café para despejarte y relajarte.

*“Yo socia de esta empresa, creo la importancia de la motivación porque en mi caso, yo algunos días o mejor dicho, todos los días o casi todos lo veo todo negativo y cuando leo algunas de estas frases me animo y veo las cosas buenas que tengo en la vida y empiezo a valorarme más” y a quererme cada día a mí misma y a confiar más en mí.*



# VIVE, RIE Y AMA



## SOCIEDADES CLAVE

**¿Cuáles son los principales socios y proveedores que necesitáis para que vuestro proyecto funcione?**



## VIVE, RIE Y AMA

Los principales socios somos Paula, Nuria y Carlota nosotras tenemos talentos y habilidades muy diferentes. Al combinarlos en el proyecto, podemos alcanzar mejores resultados que por separado.

- Carlota se dedica a la parte de identificar a nuestros nuevos clientes.
- Paula se dedica a la parte de comunicación, relación con los clientes y a los canales de distribución.
- Nuria se dedica a la planificación y a la negociación

Necesitamos unos determinados proveedores que nos proporcione las **materias para poder llevar nuestro proyecto a cabo.**

### ¿Por qué son importantes para nosotros?

Son importantes para nosotros porque sin ellos no podemos llevar a cabo nuestro proyecto. Necesitamos la imprenta para poder plasmar nuestras frases en nuestros artículos, necesitamos buscar proveedores que nos proporcionen precios económicos para reducir al máximo nuestros costes de producción.



## FUENTES DE INGRESOS

¿Cuánto y cómo está dispuesto a pagar vuestro cliente por el producto/servicio que le está ofreciendo?





## VIVE, RIE Y AMA

Nuestro proyecto se dedica básicamente a la venta de activos, en nuestro caso accesorio con una frase emotiva para que cuando utilicemos este accesorio y leamos la frase que nos haga hacer una reflexión de la frase en nuestra vida cotidiana con varios diseños. Además se trata de una fuente de ingresos por pago único.

Para comenzar a producir este tipo de artículo necesitaremos una inversión inicial para poder adquirir los accesorios que vamos a transformar con las frases que queremos poner en cada producto. También necesitamos contratar una imprenta para que nos escriban dichas frases.

Después de analizar los costes de proveedores y de imprenta podemos deducir el precio del producto. También tendremos que hacer un estudio de la competencia para valorar si nuestro producto entra dentro de la competencia del mercado.

Nuestro producto tiene que ser asequible a nuestro cliente.



## RELACIONES CON LOS CLIENTES

### ¿Cómo vais atraer nuevos clientes, mantenerlos y hacerlos crecer?

Nuestros productos son de contenido, ofrecemos una idea, un mensaje, un impulso donde poder plasmarlo físicamente (Con los artículos) como es un contenido, sobre



## VIVE, RIE Y AMA

todo visual nos apoyamos en lo creativo y en marcar la diferencia. Nuestra mayor oportunidad de atraer clientes y convencerles de ello es a través de las redes sociales con una idea en concreto:

*Que se sientan identificados con la marca y productos.*

*Que formen parte de la marca con el mensaje que aportamos.*

Dentro de la red social, sobre todo Instagram, (Por la facilidad de impacto visual con las fotos) vamos a destacar el producto como primer paso para atraer la atención y terminar por encantar a nuestros clientes, que entrarán por los ojos.

La red social es una herramienta fundamental por la difusión en masa. Es nuestro boca a boca del siglo XXI. **Está claro que a la gente le encanta compartir y comentar fotos en Instagram. ¿Por qué no hacerlo a nivel empresarial?** El marketing digital es nueva forma de venta y publicidad, que utilizada de la manera correcta puede abrir muchas puertas a nivel empresarial.

En estos días **Instagram** ha hecho oficial su cifra de **usuarios superando los 150 millones**. Esto evidencia la importancia que están ganando las Redes Sociales para compartir **contenido visual vs textual**. Es por ello, nosotras como empresa tenemos en cuenta la opción de Instagram como estrategia de Marketing Digital; utilizando con criterio los *hashtags*, ofreciendo contenido de valor, o dar a conocer promociones, descuentos, concursos... En definitiva, es un canal cada vez más imprescindible para **conectar con la audiencia** que serán nuestros futuros clientes.

El 93% de las marcas líderes del mercado están dentro de Instagram, el 57% de los usuarios (Sí...esos 150 millones) se conecta a la red social al menos una vez al día. Instagram es además un puente para marcar nuevas tendencias en moda, literatura y objetos nuevos que atraen la atención del público.

Instagram es un espacio en donde se tiene la oportunidad de profundizar en la historia de la marca a través de imágenes que hablan no exclusivamente de productos, sino también del proceso de elaboración, la inspiración, los procesos de diseño, las raíces de la marca; en vez de enterarnos de ello a través de largos textos que, lastimosamente, nadie lee.

Instagram se encarga de, a través de imágenes o videos de máximo 30 segundos de duración, dibujar la esencia y espíritu de la marca; y lograr una conexión con personas que gustan de la misma línea de productos o aspiran a un estilo de vida que se refleja a través de ella y lo que presenta. Por ello, es de suma importancia que lo que se presenta sea real y creíble.

Otro punto importante es el papel que juega nuestra ilustradora: Instagram se ha convertido en una de las principales redes para la exposición de artistas independientes y la innovación en contenidos de diseño e ilustración y con el apoyo



## VIVE, RIE Y AMA

de las nuevas tecnologías los artistas abren un nuevo camino para la promoción de su trabajo sin reducir la estética que los caracteriza.

A través de estas nuevas redes se forman lazos entre los artistas y colectivos que en conjunto construyen una participación más sólida e interactiva entre cada actor artístico: quienes lo producen, los promotores y quienes lo consumen.

Definitivamente Instagram es la plataforma que mejor se ajusta a la naturaleza súper visual del producto de contenido que queremos ofrecer a nuestros clientes.



### RECURSOS CLAVE:

#### **RECURSOS FISICOS:**

Son todos aquellos elementos que existen para facilitar el trabajo, además de los lugares físicos, como la oficina, edificios, consultas médicas, etc., que son para establecerse en una dirección determinada. Este tipo de recursos carece de complejidad y tecnología.

Hemos trabajado en el aula de informática con el ordenador, consultando en Internet y también por teléfono.

EMPRESA EN EL AULA



# VIVE, RIE Y AMA

## **RECURSOS INTELECTUALES Y HUMANOS:**

El Capital Intelectual lo podemos definir como el conjunto de Activos Intangibles de una organización que, pese a no estar reflejados en los estados contables tradicionales, en la actualidad genera valor o tiene potencial de generarlo en el futuro (Euro fórum, 1998).

Otra definición de Capital intelectual: es la suma y la sinergia de todos los conocimientos que reúne una compañía, toda la experiencia acumulada en sus integrantes, todo lo que ha conseguido en términos de relaciones, procesos, descubrimientos, innovaciones, presencia en el mercado e influencia de la comunidad.

La creatividad de cada una de nosotras, los conocimientos de informática de Carlota, el diseño web y el dominio de las redes sociales de Paula, las habilidades comerciales de Nuria y las habilidades sociales de Paula.

## **RECURSOS FINANCIEROS:**

Son los necesarios para efectuar las operaciones básicas de la organización, ya sea para prestar servicios especializados o para producir bienes o productos, el espacio físico, (los terrenos, predios y edificios) el proceso productivo, la tecnología que orienta, los métodos y los procesos de trabajo dirigidos a la elaboración de los bienes y los servicios producidos por la organización. Las empresas son diferentes entre sí dados los recursos y capacidades que poseen en un momento determinado, en razón de las diferentes características de los mismos y que estos no están disponibles para todas las empresas en las mismas condiciones. Los recursos y capacidades tienen cada día más un papel relevante para definir la estrategia que cada empresa debe aplicar. El beneficio de la empresa es consecuencia, tanto de las características competitivas del entorno, como de la combinación de los recursos que dispone. A partir de este enfoque la empresa es considerada como un conjunto de activos, tecnologías, habilidades, conocimientos, etc., que se generan y aplican con el tiempo, es decir, como combinación única de recursos y capacidades heterogéneas de carácter tangible e intangible, para darle mayor importancia a los segundos en el soporte de la actuación competitiva de la empresa. El criterio para establecer la clasificación deriva de la naturaleza de los recursos.

Para poder llevar a cabo nuestro proyecto cada una vamos a aportar un capital principal para poder desarrollar un prototipo del producto que vamos a comercializar.



# VIVE, RIE Y AMA



## CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y COMUNICACIONES

### ¿Cómo vais a hacer para que vuestro producto/servicio llegue a vuestros clientes?

Nuestros canales de distribución son fundamentalmente a través de internet con nuestra gran herramienta: la red social.

Vamos a empezar la distribución de los productos en Instagram y Facebook, que es la mejor forma de dar a conocer y promocionar nuestros artículos que son de contenidos.

La red social nos dará a parte de una fácil manera de darnos a conocer la posibilidad de que los clientes y futuros clientes interactúen con el producto y se sientan identificados con él, además de aspectos favorables para la empresa como:

EMPRESA EN EL AULA



## VIVE, RIE Y AMA

**Exposición:** la exposición en las redes sociales es una de las ventajas más importantes en la actualidad, las estadísticas muestran que al menos el 80% de las personas en la red tiene una cuenta en una red social. Esto sin duda alguna se vuelve vital si deseas llegar a un grupo amplio de usuarios de manera económica.

**Ventas potenciales:** las redes sociales nos proporciona una importante fuente de ventas, si logramos posicionar correctamente nuestro producto podemos llegar a aumentar las ventas hasta un 100% con un buen trabajo de marketing.

**Costo bajo:** como sabemos lograr llegar a un número amplio de personas por medio de los medios tradicionales como la televisión y la radio resulta en una inversión fuerte para una empresa, mientras que podemos llegar a un público más amplio por medio de las redes sociales gastando solo el 10% de lo que gastaríamos en medios tradicionales.

Estas son algunas de las muchas ventajas que nos ofrece la inversión de marketing en las redes sociales en nuestra empresa.

Otra opción será el blog, que ofrece, en nuestra opinión un trato más cálido con el cliente, por esta serie de razones:

- **El contenido tiene un toque más cercano y personal:** los sitios web de las empresas se caracterizan por tener contenidos generales, corporativos y estándar, mientras que el blog permite atribuir cierta naturalidad al contenido, de manera que sea más fluido, directo y personal.

- **Existe una mayor interacción con el usuario:** el blog tiene la opción de permitir la inserción de comentarios y opiniones de los lectores. Esta interactividad permite a la empresa mantener una comunicación fluida con sus seguidores para ofrecer información, pero también para obtener información relevante sobre los gustos y preferencias de sus clientes.

- **Alcanza un mejor posicionamiento en Google:** Google otorga a los blogs una situación de supremacía en sus resultados de búsqueda. Esto se debe a que los blogs se actualizan de forma constante y con mayor frecuencia que la web de la empresa, de manera que Google siempre identifica contenidos nuevos y los sitúa en una posición relevante.

- **El contenido se difunde rápidamente por la red:** los blogs disponen del RSS (Really Simple Sindicación), un formato que avisa al usuario de las actualizaciones que se incorporan al blog. El usuario a través de esta herramienta recibe un aviso de las actualizaciones sin necesidad de tener que visitar el sitio. El blog es, en este sentido una herramienta de comunicación viral automática. Cuantos más suscriptores al RSS del blog tenga la empresa, mayor será la difusión de contenidos de forma automática.



## VIVE, RIE Y AMA

- **Es rápido y sencillo de usar:** a diferencia de la web de la empresa, en la que subir nuevos contenidos puede resultar algo complejo, publicar contenidos en un blog es sencillo e inmediato. No se necesita ningún tipo de conocimiento de programación y es prácticamente como escribir con un programa como el Word de Microsoft o similar.
- **Orientado a proporcionar valor añadido, en lugar de la venta directa:** muchos usuarios de Internet se muestran reacios a recibir demasiada publicidad online; de ahí que procuren evitar aquellos sitios web donde tienen la sensación de que lo único que quieren es «venderles algo».

<http://viverieamaviverieama.blogspot.es/>

Intastagram: [@viverieamaviverieama](https://www.instagram.com/viverieamaviverieama)





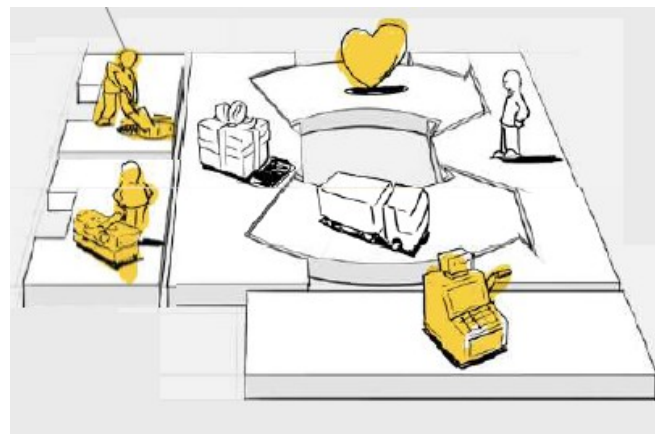
# VIVE, RIE Y AMA

## ACTIVIDADES CLAVE

### ACTIVIDADES CLAVE

**El bloque de Actividades Clave describe las cosas más importantes que una empresa debe hacer para que un modelo de negocios funcione.**

Cada modelo de negocios requiere de un número de actividades clave. Estas son las acciones más importantes que debe realizar la empresa para operar exitosamente. Como los recursos clave, estos son necesarios para crear y ofertar una proposición de valor, alcanzar mercados, mantener las relaciones con los clientes, y generar ingresos. Y como los recursos clave, las actividades clave dependen del tipo de modelo de negocios. Para el fabricante de software Microsoft, las actividades clave incluyen desarrollo de software. Para el fabricante de PP Dell, las actividades clave incluyen la gerencia de la cadena de proveedor. Las actividades clave pueden incluir la solución de problemas.



- ¿Cuáles actividades clave requieren nuestras proposiciones de valor?
  - ¿Nuestros Canales de distribución?
  - ¿Nuestras Relaciones con los clientes?
  - ¿Nuestras Fuentes de Ingresos?





# VIVE, RIE Y AMA

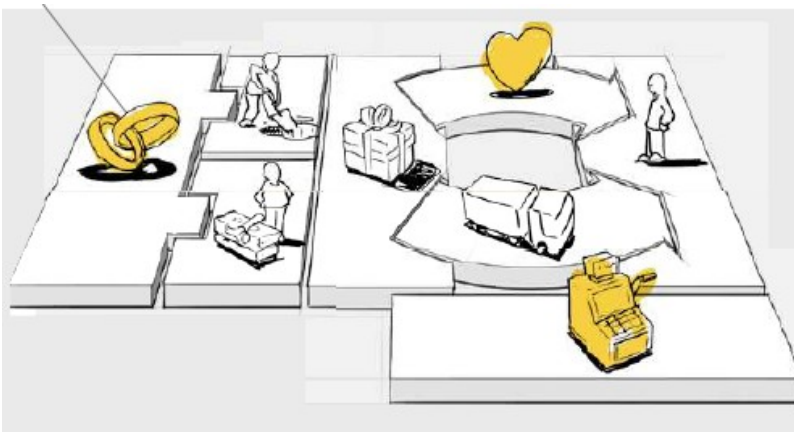
Las actividades clave pueden ser categorizadas como sigue:

**Producción** Estas actividades están relacionadas con el diseño, elaboración y la entrega de un producto en cantidades substanciales y/o de superior calidad. La actividad productiva domina el modelo de negocios de las firmas de manufactura.

**Solución de Problemas** Las actividades clave de este tipo se relacionan con desarrollar nuevas soluciones a problemas individuales de los clientes. Las operaciones de servicios como la consultoría, servicios médicos y hospitalarios, y otras organizaciones de servicio están típicamente dominadas por actividades de solución de problemas. Sus modelos de negocios requieren actividades como gerencia del conocimiento y entrenamiento continuo.

**Plataforma / Red** Los modelos de negocio diseñados con una plataforma como un recurso están dominados por actividades relacionadas con la plataforma o la red. Redes, plataformas de conexión, software e incluso marcas pueden funcionar como una plataforma. El modelo de negocio de eBay requiere que la empresa desarrolle y de mantenimiento continuo a su plataforma: la página web de eBay. El modelo de negocio de Visa requiere de actividades relacionadas con la plataforma de transacciones de los comercios, clientes y bancos. El modelo de negocios de Microsoft requiere la gerencia de la interfaz con otros vendedores de software y el sistema operativo Windows. Las actividades clave en esta categoría se relacionan con la gerencia de la plataforma, provisión de servicios.

## ALIADOS CLAVE



**El bloque de Aliados Clave describe la red de proveedores y socios que hacen que un modelo de negocios funcione.**

¿Quiénes son nuestros Asociados Clave?

¿Quiénes son nuestros Suplidores Clave?

¿Cuáles Recursos Clave estamos adquiriendo de nuestros socios?

¿Cuáles Actividades Clave realizan nuestros socios?



## VIVE, RIE Y AMA

Las empresas forjan sociedades por muchas razones y las sociedades se están convirtiendo en una piedra angular de los modelos de negocios. Las empresas crean alianzas para optimizar sus modelos de negocios, reducir el riesgo o adquirir recursos.

Podemos distinguir cuatro tipos diferentes de sociedades:

- Alianzas estratégicas entre empresas no competidoras.
- Competencia. Alianzas estratégicas entre competidores.
- Asociación de Empresas para desarrollar nuevos negocios.
- Relaciones de comprador-proveedor para asegurar disponibilidad de materiales.

Puede ser útil distinguir tres motivaciones para crear sociedades:

**Optimización y Economía de Escala.** La forma más básica de asociación o relación de comprador y suplidor se diseña para optimizar la disponibilidad de recursos y actividades. Es ilógico para una empresa poseer todos los recursos o realizar cada actividad por sí misma. La asociación de empresas para la optimización y la economía de escala se forman usualmente para reducir costos y frecuentemente involucran subcontratación o compartir infraestructura.

**Reducción de Riesgo e Incertidumbre.** Las asociaciones pueden reducir el riesgo en un ambiente competitivo caracterizado por la incertidumbre. No es inusual que parte de los competidores formen una alianza estratégica en un área mientras compiten en otra. Blu-Ray, por ejemplo, es un formato de disco óptico desarrollado por un grupo de los líderes en electrodomésticos, computadoras personales y productores de media. El grupo cooperó para introducir la tecnología Blu-Ray al mercado pero de manera individual los miembros compiten al vender sus propios productos Blu-Ray.

**Adquisición de recursos.** Pocas empresas poseen todos los recursos o realizan todas las actividades descritas por sus modelos de negocios. En vez de esto, ellos extienden sus propias capacidades al usar otras empresas para suplir recursos específicos y reducir los montos de inversión inicial.

### ¿Cuáles son las cosas más importantes que debéis hacer para que vuestro proyecto funcione?

En nuestro caso, cada una de nosotras desempeñamos varias funciones que son las siguientes:



## VIVE, RIE Y AMA

- Nuria se dedica a la parte de las habilidades comerciales que son las Sociedades Clave, Fuentes de Ingresos y Estructura de Costes.
- Paula se dedica a la parte del diseño e ilustración y habilidades sociales (Red social) que son la Proposición de Valor,
- Carlota se dedica a la parte de conocimiento de informática que consiste en la Segmentación de Mercado, Recursos Clave y Actividades Clave.



## ESTRUCTURA DE COSTES

### ¿Cuáles son los costes más importantes de vuestro proyecto?

Vamos a resumir esta estructura con una serie de cuestiones:

¿Como?

Nuestro primer paso será la investigación del mercado acerca de nuestros futuros proveedores y valorar cual será el mejor precio o el que más nos convenga para ajustar nuestros costes. Vamos a analizar sobre el mercado online y el local.

¿Quién?

Nuestro segundo paso es un estudio de la competencia para saber cuál es el precio más competitivo hacia nuestros clientes.



## VIVE, RIE Y AMA

¿Cuánto?

Valorar que margen podemos aplicar para tener un beneficio para compensar los gastos de costes con los ingresos.

