

# fundamentos para el éxito empresarial

CEEI VALENCIA

29 OCTUBRE 2015



desde perspectivas  
diferentes  
se perciben realidades  
diferentes



disonancia cognitiva

plasticidad

querencias



sistemas de creencias

áreas de confort

redes relacionales

somos lo que hacemos,  
hacemos según pensamos,  
pensamos según vemos,



según vemos sentimos  
y según sentimos  
hacemos

	producir	administrar	vender
operativa			
gestión			
estrategia			

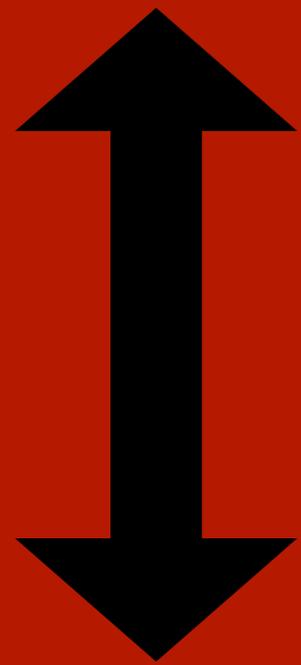


nuestros factores de éxito  
están directamente  
relacionados  
con nuestras principales  
capacidades



**Analizar**  
**Sintetizar**  
**Agrupar**  
**Priorizar**

**[ASAP]**



Estrategia  
Gestión  
Operativa



**la esencia estratégica se desarrolla  
con palabras (conceptos)  
y perspectiva de larguísimo plazo**

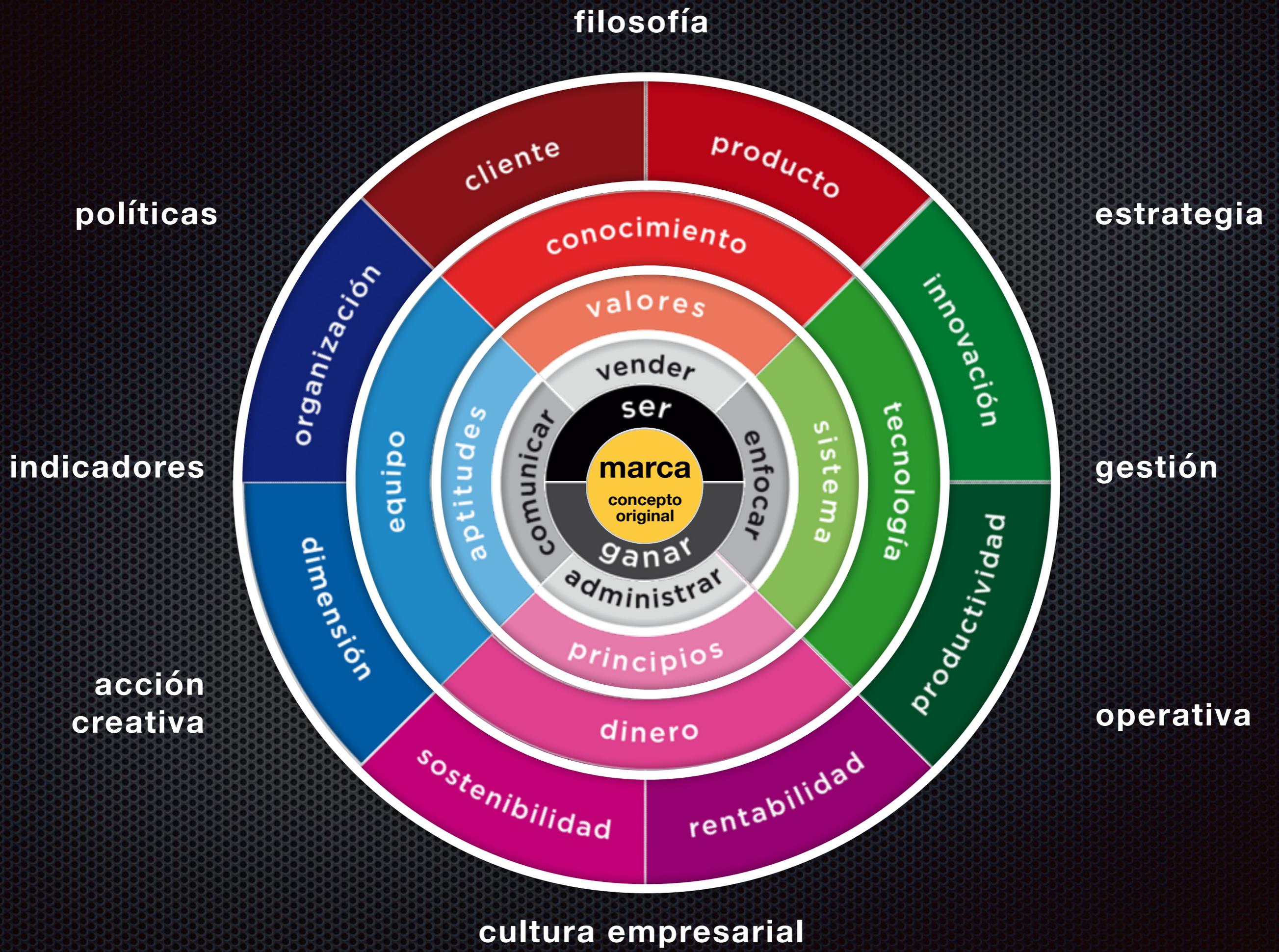
**la gestión se materializa  
con números y perspectiva anual**

**la operativa con hechos  
en el día a día**



**clarificar, definir y desplegar  
la estrategia  
con inteligencia colectiva**





**“la verdad está fuera”**

**hacer**  
*acción creativa*

**operativa**  
*día a día*

**cultura empresarial**

**tener**  
*indicadores*

**gestión**  
*año*

**ser/vender  
ganar/administrar  
enfocar/comunicar**  
*políticas*

**estrategia**  
*largo plazo*

**transcender**  
*filosofía*

**marca**  
concepto original  
*larguísimo plazo*

**filosofía**

## relaciones

clientes

empleados

directivos

accionistas

gobiernos

competencia

sociedad

medios

líderes

## preguntas

qué

para qué

por qué

cuánto

quién

con qué

dónde

cuándo

cómo

## espacios

físico

social

cultural

moral

legal

ecológico

político

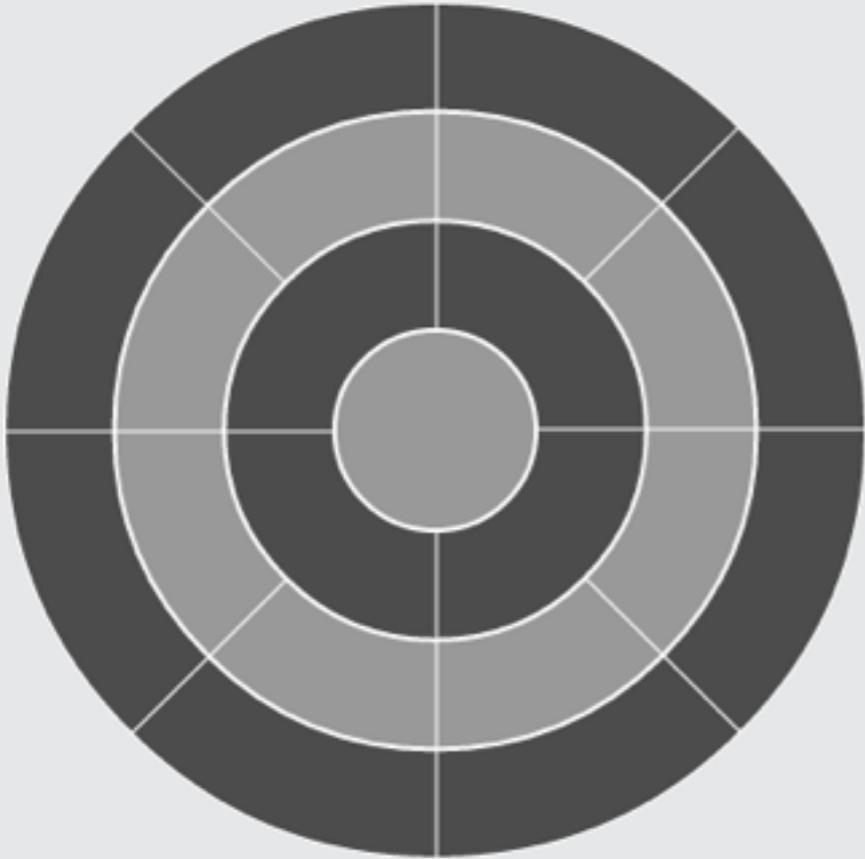
económico

tecnológico

# prionomy mixer empresa

Título de este Prionomy Mixer

Concepto central: eje principal de este Prionomy Mixer



Posición inicial    Deshacer    Rehacer

Aquí puedes escribir sobre este Prionomy Mixer

Autor

[Ir al sitio web del Instituto de Prionomía](#)

Niveles Prionomy Mixer ?

1 *Escribe los conceptos, separados por punto y coma ;*

2

3

4

5

6

7

Colorea los segmentos ?

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	32
33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48

Guardar    Imprimir    Clonar    Enlaces

Comparte tu Prionomy Mixer

[Twitter](#) [LinkedIn](#) [Pinterest](#) [Google+](#) [i!](#) [Facebook](#) [Email](#)

© Instituto de Prionomía, S.L.L. Todos los derechos reservados

para llegar a ser  
lo que se quiere ser



para tener  
lo que hay que tener



cumplir todos los días  
con lo que hay que hacer

**SER**  
**somos**  
**lo que vendemos**  
**y a quién**  
**se lo vendemos**

las grandes preguntas

¿qué queremos ser?

¿qué queremos ganar?

¿qué queremos vender?

¿a quién queremos vender?



¿qué queremos ser?

¿volumen o valor?  
espacio/tiempo



¿qué queremos ganar?

**dinero**

**tecnología**

**equipo**

**conocimiento**



¿qué queremos vender?

**lo que mejor hacemos,  
lo que más nos apasiona,  
¡y haciéndolo diferente!**



¿a quién queremos vender?

**a un segmento**  
**a un nicho**  
**a un micronicho**



¿Qué queremos ser?  
**visión/misión**

¿Qué queremos ganar?  
**rentabilidad-sostenibilidad**

¿Qué queremos vender?  
**producto-servicio**

¿A quién queremos vender?  
**clientes-usuarios**

¿A quién queremos como competencia?  
**competencia principal**

¿A través de quién queremos vender?  
**distribución**

¿Dónde, cuándo y cuánto  
queremos vender?  
**dimensión**

¿Con qué modelo comercial?  
**fuerza de ventas**

¿Qué imagen queremos transmitir?  
**personalidad-valores**

¿Cómo queremos comunicar?  
**estilo-creatividad**

¿Qué necesitamos para hacerlo realidad?  
**conocimiento, tecnología, equipo, dinero**

# ¿Cómo lo vamos a hacer?



## compromiso con una ruta y sus hitos

# ser

ilusión



# tener

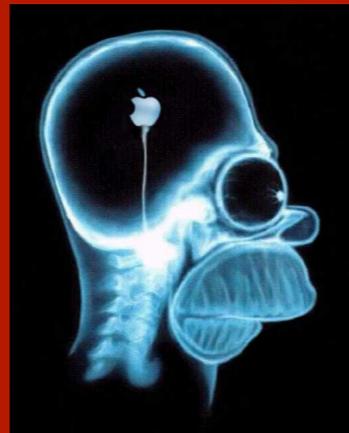
guión



# hacer

compromiso

**coherencia**  
**simplicidad**  
**diferencia**  
**A.S.A.P**





“quien tiene un modelo  
tiene un tesoro”

MERCADONA  
Memoria Anual 2009

gracias por vuestra atención

**[pcrespo@prionomy.com](mailto:pcrespo@prionomy.com)**