DIAGNOSTICO DE ENTORNO COMPETITIVO

TIPO DE COMPETIDORES	QUIENES	¿POR QUE?
DIRECTOS	Generación XXI	▪ Provee a los jóvenes de entretenimiento e información, sobre las últimas tendencias de la farándula, música, tecnología y problemática juvenil. ▪ Utiliza un enfoque alternativo, interactivo y visualmente atractivo que motiva a integrarse con la revista y a generar su propio criterio. ▪ Maneja el Internet como elemento complementario para captar a la atención.

POTENCIALES	Tv y Novelas Tu Gia RBD Floricienta, etc	▪ Se concentran en un segmento específico. ▪ Realizan mejoras continuas en su producto. ▪ Siendo parte de una productora Internacional es fácil que los lectores la perciban como un producto estrella por ser una imagen creada.

TIPO DE COMPETIDORES	QUIENES	¿POR QUE?
INDIRECTOS	Internet Telefonía Móvil Juegos de Video	▪Proporcionan facilidad y rapidez para obtener información y entretenimiento. ▪A pesar de que la tendencia a leer es baja las revistas buscan innovar ideas y segmentos para atraer la atención del consumidor.
PRODUCTOS SUSTITOS	Comics, Novelas, Revista Coleccionables, Informativas	▪Satisfacen una necesidad específica. ▪Crean expectativa con la nueva edición.
CLIENTES	C. Consumo Masivo C. Individual	▪Existe mucha competencia en el mercado. ▪Posee una moderna distribución. ▪No buscar innovaciones y promociones, el cliente podría desvalorice el producto por centrar sus planes de actuación en la idea de un producto.

DIAGNOSTICO DE ENTORNO COMPETITIVO

TIPO DE COMPETIDORES	QUIENES	¿POR QUE?
PROVEEDORES	– S. Técnicos MAXIGRAF PACIFICTEL EASYNET –S. Operativos Servicios Básicos Suministros y Materiales	▪ Concentrarse en un solo proveedor es una desventaja a largo plazo. al momento de que ocurra un incidente que impida que la edición no salga al mercado en las fechas previstas. ▪ Están formados por las compañías que proporcionan servicios básicos, de apoyo y asesoramiento. Estos grupos no cuentan con poder de negociación.

Alta