



Introducción al Marketing

Elección del giro de negocio



www.christiancruzcastro.com

Facebook: @christian.investigador

christiancruz3@yahoo.com

1. Objetivo de la sesión

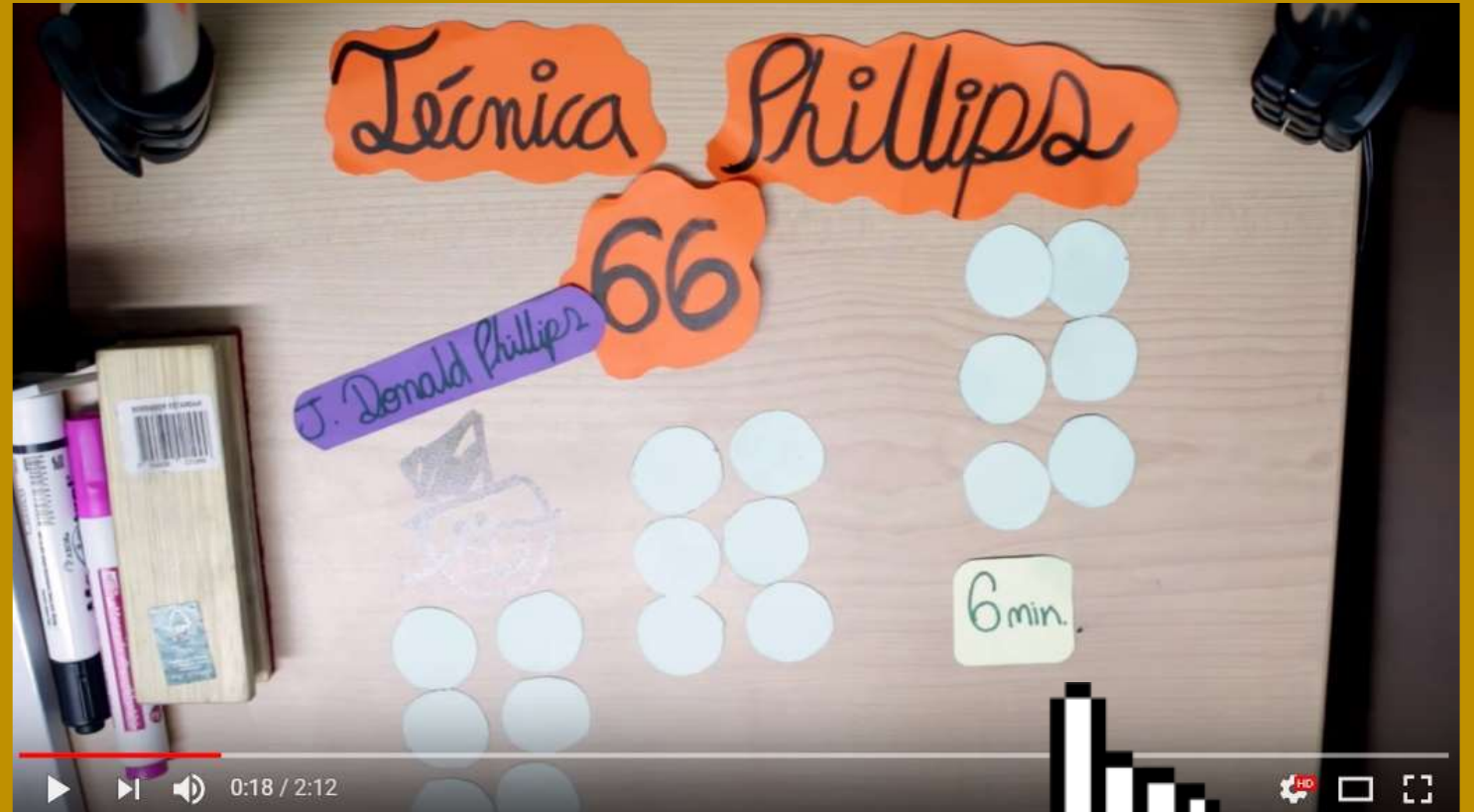
a)

Objetivo

Definir los equipos de trabajo y elegir el giro de negocio de los diferentes proyectos.

Dinámica de trabajo

La elección del giro de negocios se realizará en equipos, mediante la aplicación de la técnica Phillips-66



2. Paso 1: Etapa de preparación

Giro de negocio



Modelo de negocio



Pizza Pizza

40_{min}

ideas

a) Anexo 1: **Modelo de negocio**



La esencia de un plan de negocio es:

- a) Definir a forma en que la empresa entregará valor a los clientes*
- b) Motivar a los clientes a pagar por valor*
- c) Convertir esos pagos en utilidades*



Elementos de un plan de negocios:

- 1) Seleccionar tecnologías y características del producto/servicio*
- 2) Determinar el beneficio del consumo/uso del producto/servicio*
- 3) Identificar segmentos de mercado meta*
- 4) Confirmar las fuentes disponibles de utilidades*
- 5) Diseñar mecanismos para capturar valor*

Fuente: David J. Teece



Gillette™

Ejemplos captura de valor

1) **El modelo de las rasuradoras-navajas de afeitar:** *asignar un precio accesible a las rasuradoras y activar los flujos mediante las ventas de los consumibles (navajas).*



2) **El modelo de los patrocinios (Nike):** *Construir la marca “dentro de la cancha” mediante el patrocinio de equipos deportivos, entregándoles equipamiento, fondos por patrocinio y regalías por la venta de productos de réplica. Aprovechar la marca comercializando productos “fuera de la cancha”*



3) **El modelo de ventas directas (Dell):** *Los competidores de Dell difícilmente pueden imitar este modelo, ya que de hacerlo, generarían problemas con sus socios del canal y distribuidores.*



4) **El modelo “freemium”:** *Entregar un producto “anzuelo” sin costo, y generar los flujos por la venta de servicios adicionales o versiones mejoradas del producto.*



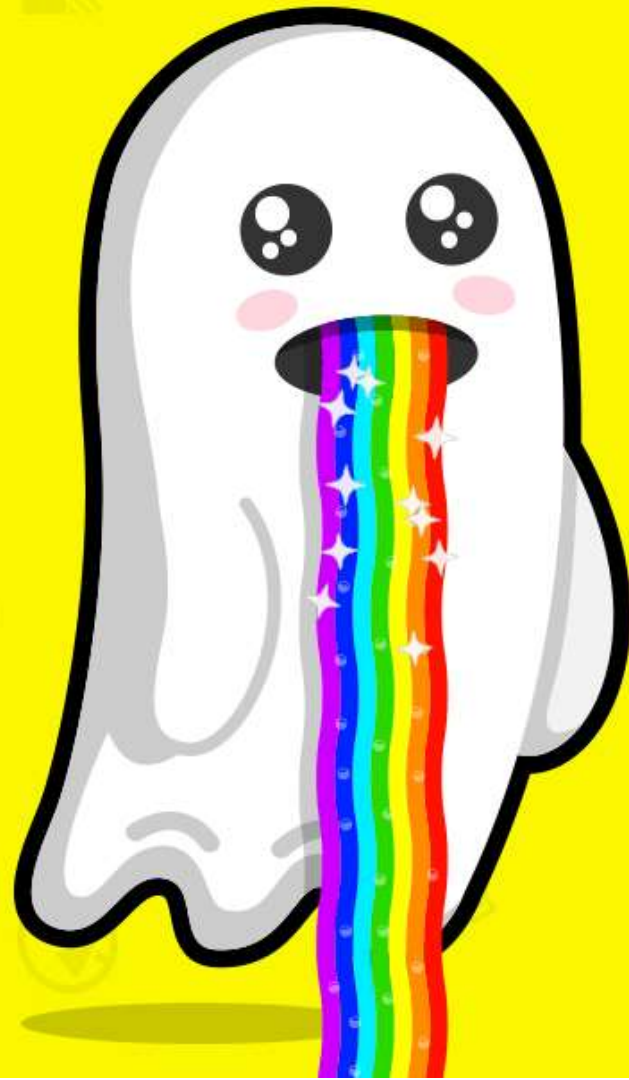
Existen modelos de captura paradigmáticos, provocan una inercia que reduce la visión de los fabricantes de capitalizar nuevas fuentes de ventajas competitivas.



Recordar el ejemplo del taladro...

Preguntas que deben formularse a propósito del plan de negocios

- 1) ¿Cómo se va a utilizar el producto o servicio? ¿De qué forma tal uso constituye una solución al problema del cliente?
- 2) ¿Qué podría motivar a los clientes a pagar más por el valor entregado?
- 3) ¿Qué tan grande es el segmento-mercado meta?
- 4) ¿Existen ofertas competitivas?
- 5) ¿En qué etapa de su evolución se encuentra la industria? ¿Ya emergió el diseño dominante?
- 6) ¿Cómo puede presentarse el producto como una solución al problema del cliente y no simplemente como una novedad?
- 7) ¿Cuál será el costo para entregar valor al cliente? ¿Los costos son sensibles al volumen si es así, cómo?



Tres decisiones centrales:

- 1) ¿Cuál es la propuesta de valor específica para el consumidor?*
- 2) ¿Cuál es el mecanismo de apropiación relacionado (ejemplo: periódicos)?*
- 3) ¿Cómo mantener alejados a los imitadores?*

2. Paso 2: Dinámica de grupo (Phillips 66)

i

Formar grupos 3-6
integrantes

ii

Seleccionar
coordinadores
(cronometrar)

iii

Exposiciones
individuales
(1 minuto)

iv

Retroalimentación:
positiva / negativa
(1 minuto)

v

Elección del
proyecto: **votación**
(5 minutos)