

# MODELOS PARA TOMA DE DECISIÓN ESTRATÉGICA DE MARKETING

Sergio Maturana V.  
Andrés Moreno S.

---

---

---

---

---

---

---

---

## Análisis de Decisión

- Estructuración del problema
- Asignar las probabilidades
- Asignar los costos o pagos
- Análisis del problema

---

---

---

---

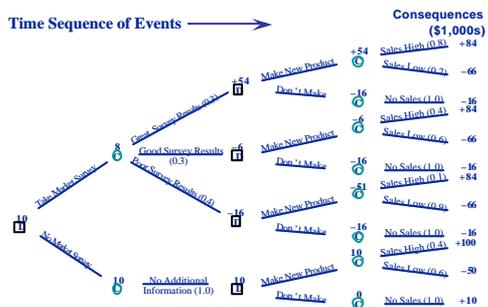
---

---

---

---

## Nuevo Producto, Árbol de Decisión




---

---

---

---

---

---

---

---

## Propuesta Experiencia Compartida PIMS

- PIMS (profit impact of marketing strategy) proyecto comenzó en General Electric 1960 como un análisis interno de las utilidades relativas de los negocios.
- Concepto: Experiencia recopilada de diversos casos exitosos y fracasos empresariales que permiten tener un conocimiento específico de un determinado negocio y una guía acerca de la rentabilidad de distintos negocios.
- “Negocio” se refiere a estrategias unitarias de negocio, que es una unidad operacional de venta de distintos productos a un grupo identificable de clientes con competidores bien definidos.
- Para los mediados de 1980, la colección de información terminó con una recolección de 100 ítems de información por negocio con aproximadamente 3,000 negocios en que participaron 450 empresas.

---

---

---

---

---

---

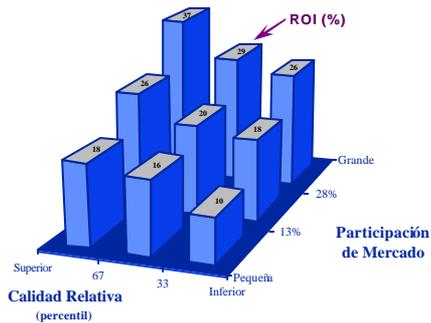
---

---

---

---

## Calidad Relativa, Participación de Mercado, Utilidad PIMS




---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## Algunos Principios PIMS

- |   |   |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>■ <b>Algunas características del mercado asociado con una alta rentabilidad:</b></li> <li>■ Un mercado creciente</li> <li>■ Principio del ciclo del producto</li> <li>■ Alta inflación</li> <li>■ Pocos proveedores</li> <li>■ Pequeños niveles de compra</li> <li>■ Bajos Sindicatos</li> <li>■ Exportaciones altas/ Importaciones bajas</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ <b>Algunos factores estratégicos asociados con una alta rentabilidad:</b></li> <li>■ Alta participación de Mercado</li> <li>■ Costo alternativo bajo</li> <li>■ Alta calidad percibida</li> <li>■ Baja intensidad de capital</li> <li>■ Nivel de integración vertical, intermedio</li> </ul> |
|---|---|

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## Un reporte PIMS LIM

	Este Negocio (%)	Perdedores (%)	Ganadores (%)
ROI Actual	18.0	5.9	26.2
Flujo de caja/inversión	-3.0	-1.3	4.7
Total R&D/ventas	6.2	4.8	2.8
Total marketing/ventas	1.2	9.1	11.4
% relativo a nuevos productos	0.0	3.7	-2.6
Intensidad de capital fijo	44.0	57.0	33.1

---

---

---

---

---

---

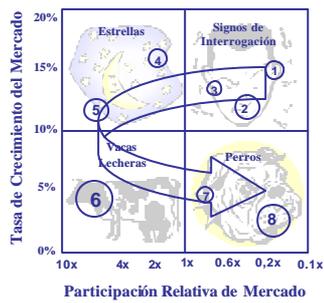
---

---

---

---

## Análisis de Cartera, Matriz del BCG




---

---

---

---

---

---

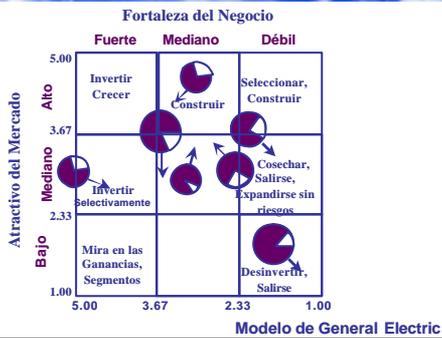
---

---

---

---

## Análisis de Cartera, Matriz GE




---

---

---

---

---

---

---

---

---

---