

Clase 15

MARKETING DE REDES (I)

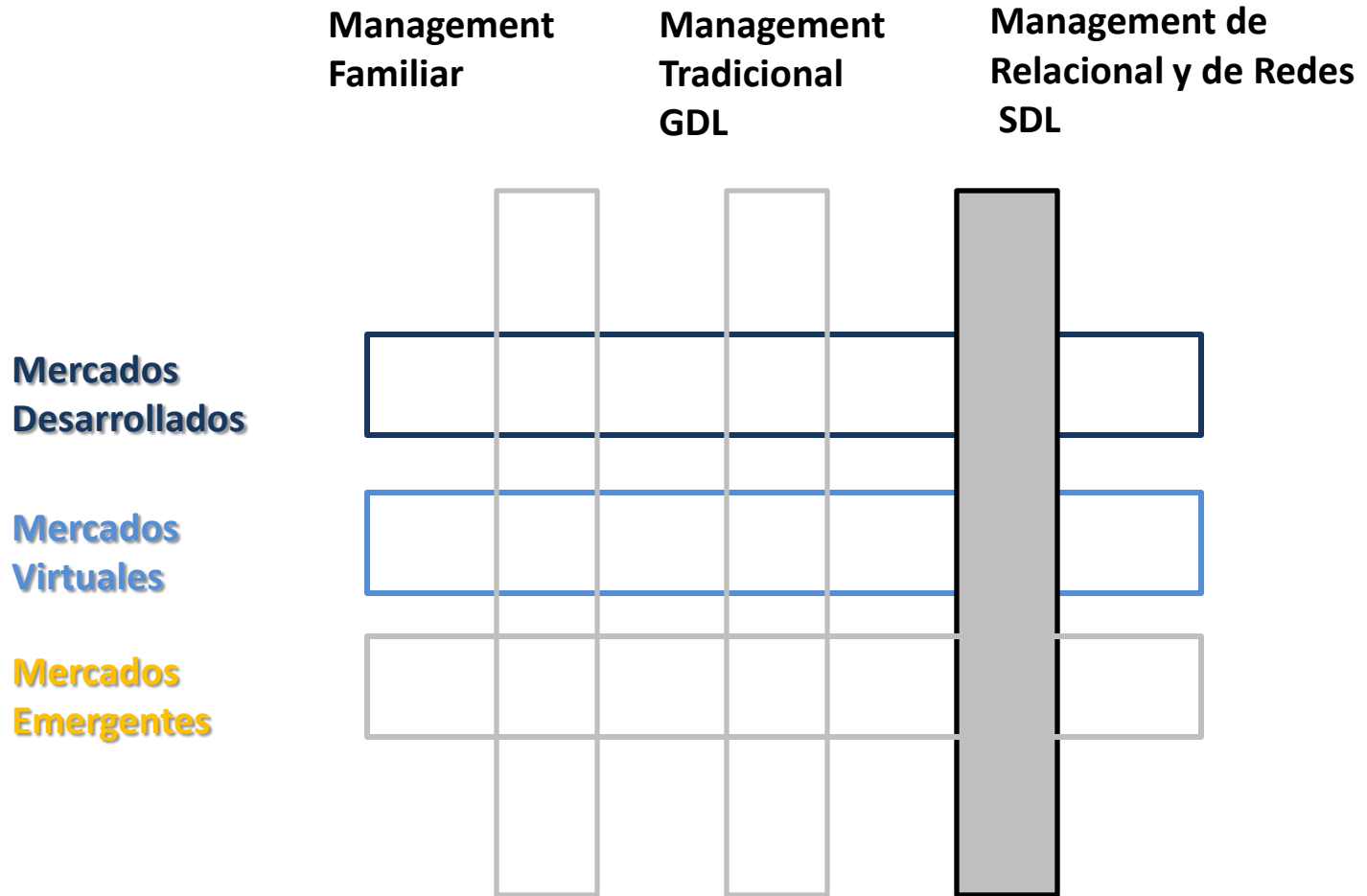


UNIVERSIDAD
TORCUATO DI TELLA

Programa Tópicos Emergentes de Mktg

	Martes 6	Jueves 8	Martes 13	Jueves 15	Martes 20	Jueves 22	Lunes 26	Martes 27	Jueves 29
Marzo	Introducción	Investigación de Mercado	Caso Starbucks	Mercados Emergentes	Conducta del Consumidor	Estrategias de Adaptación	Presentación de Proyectos en cartelera	Caso Unilever en Brasil Licitación	Empresas Sociales con Paula Cardenau
Abril	Martes 3	Jueves 5	Martes 10	Jueves 12	Martes 17	Jueves 19	Martes 24	Jueves 26	
	Estrategias de Innovación	Feriado	Caso Nike	Ecosistemas	GDL con Luis Massuh	SDL con Luis Massuh	SDL aplicado con Luis Massuh	Marketing de Redes (I)	
Mayo	Martes 1	Jueves 3	Del 7 al 18		Martes 22	Jueves 24	Martes 29	Jueves 31	
	Feriado	Caso Bioscience	Período de Parciales		Revisión de proyectos	Mktg de Redes (II) Estrategias de Coop.	Triple Bottom Line	Liderazgo y Complejidad con Pato Catterberg	
Junio	Martes 5	Jueves 7	Martes 12	Jueves 14	Martes 19	Jueves 21	Martes 26	Jueves 28	
	Liderazgo y Complejidad con Pato Catterberg	Presentac. Eficaces Marcela Gola	Microfinanzas y Emprededurismo con Matías Kelly	Presentac. Eficaces Marcela Gola	Presentación de los resultados a la cátedra	Presentación de los resultados a la cátedra	Presentación de los proyectos a las empresas	Presentación de los proyectos a las empresas	
Julio	Del 2 al 15								
	Período de Finales								

Ejes de Evolución del Management



Agenda

1. ¿Por qué surge el Mktg de Redes?
2. Redes de relaciones
3. Caso Hospital Maternal Ramón Sardá

Al final de la clase deberíamos poder...

- ✓ Obtener una perspectiva del Marketing acerca de dónde venimos y hacia donde vamos.
- ✓ Conocer la lógica detrás de nuevos negocios exitosos.

1. ¿Por qué surge el Mktg de Redes?

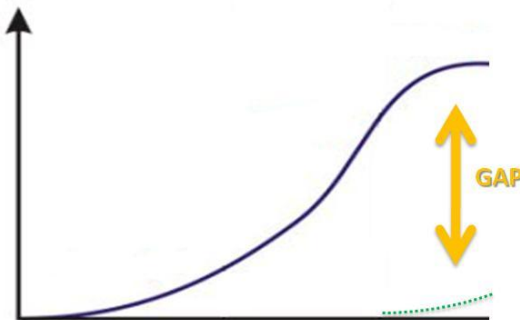
Ver Prezi: <http://prezi.com/k86jbvk7ff47/mktg-de-redes/>

Market Making



El desafío del futuro es “market making”, que parte de una **frustración (por una necesidad insatisfecha no atendida)**. Para que esto acontezca se necesita de la confianza, las relaciones y el educarnos mutuamente.

Jon Iwata, Vicepresidente Ejecutivo de Marketing y Comunicaciones de IBM a nivel Mundial, UTDT 2011



2. Redes de Relaciones [Holismo]



...UNA MIRADA MÁS AMPLIA... REDES:

➤ **Contribución de la literatura SDL:**

- ✓ el foco está en comprender cómo la propuesta se integra a otros procesos en la red
- ✓ el proveedor elabora propuestas de valor
- ✓ el usuario define el valor de la propuesta (facilita/libera) y co-crea el valor

➤ **Contribución de la literatura B2B: the Network Approach**

- ✓ *visualizar* la red de Actores - Recursos - Actividades (A-R-A) (holismo)
- ✓ *identificar* la propia posición en la red (holismo)
- ✓ *“gestionar”* las relaciones estratégicas (reduccionismo)

...UNA MIRADA MÁS AMPLIA... REDES:

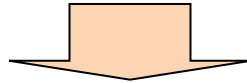
➤ Contribución de la literatura SDL:

- ✓ el foco está en comprender cómo la propuesta se integra a otros procesos en la red
- ✓ el proveedor elabora propuestas de valor
- ✓ el usuario define el valor de la propuesta (facilita/libera) y co-crea el valor

➤ Contribución de la literatura B2B: the Network Approach

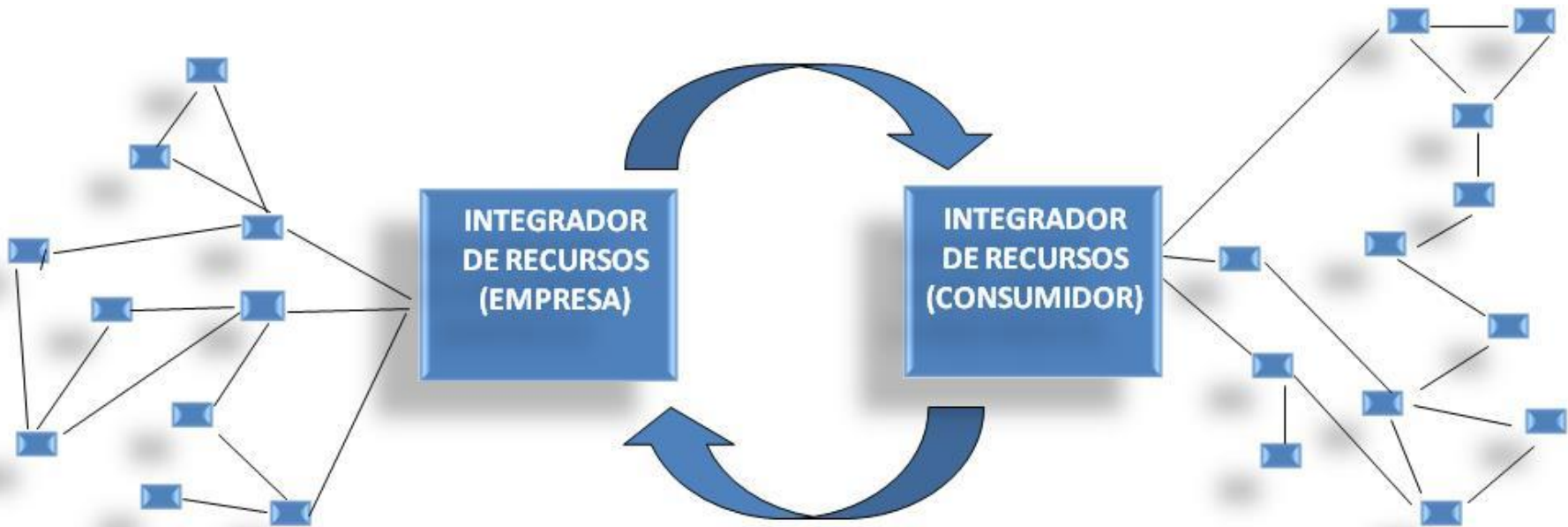
- ✓ *visualizar* la red de Actores - Recursos - Actividades (**A-R-A**) (holismo)
- ✓ *identificar* la propia posición en la red (holismo)
- ✓ *“gestionar”* las relaciones estratégicas (reduccionismo)

...UNA MIRADA MÁS AMPLIA... REDES:



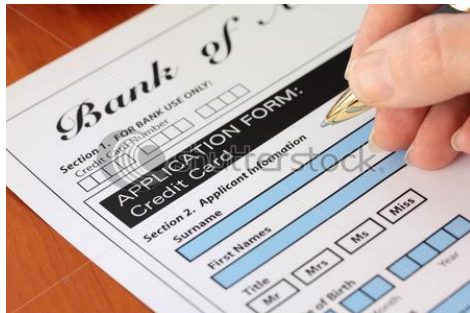
VALUE CO-CREATING SYSTEM

Son conjuntos de **actores**, **recursos** y **actividades** a los fines de co-crear valor para las partes involucradas

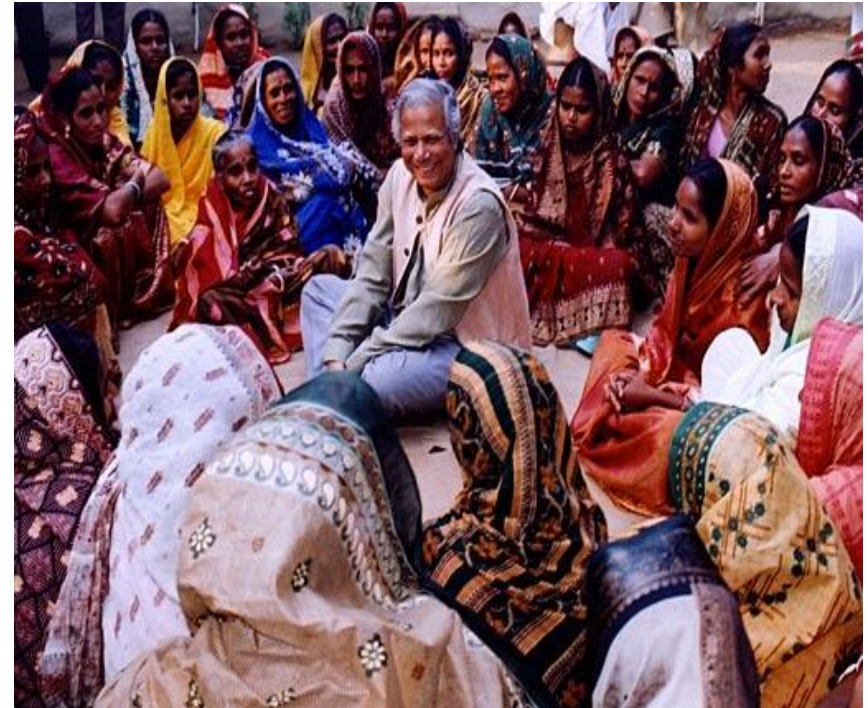
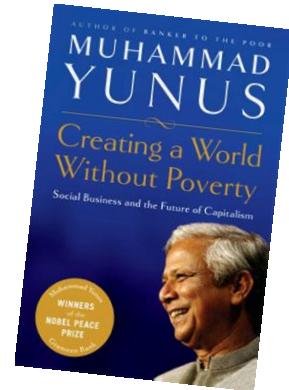


Diferentes Miradas:

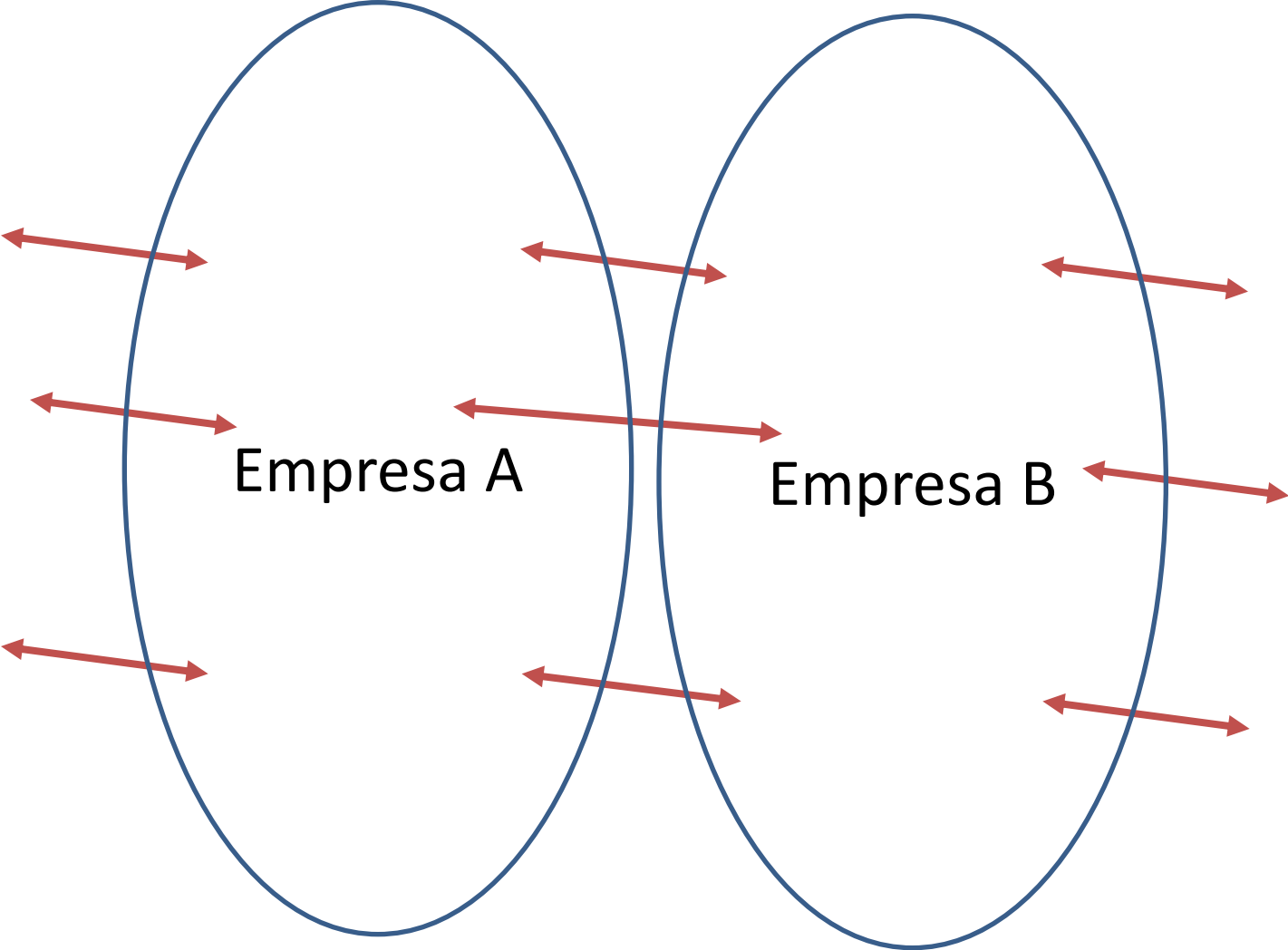
Banqueros Tradicionales



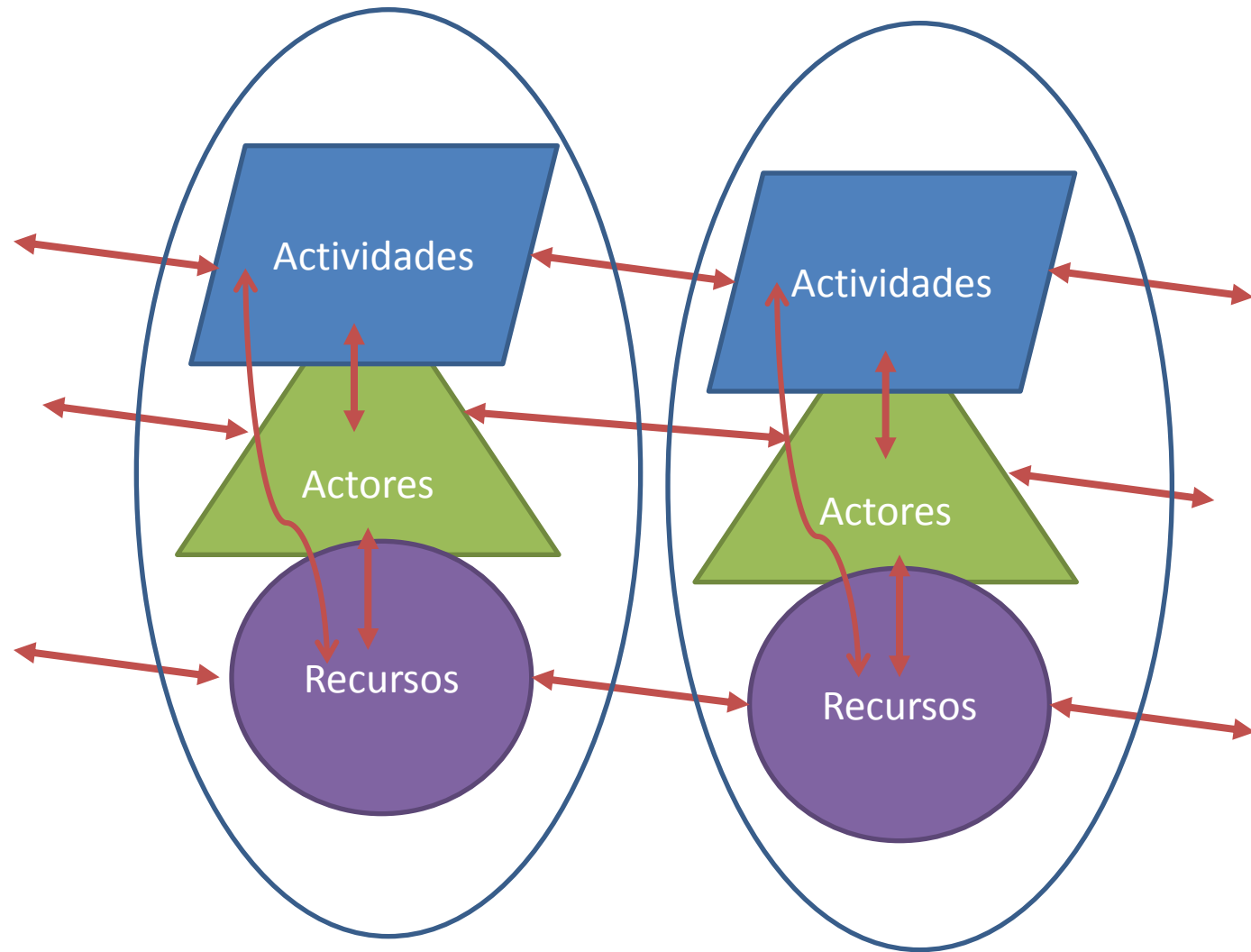
Yunus



Mirada Tradicional



Mirada de Tradicional + Mirada de Redes (A-R-A)



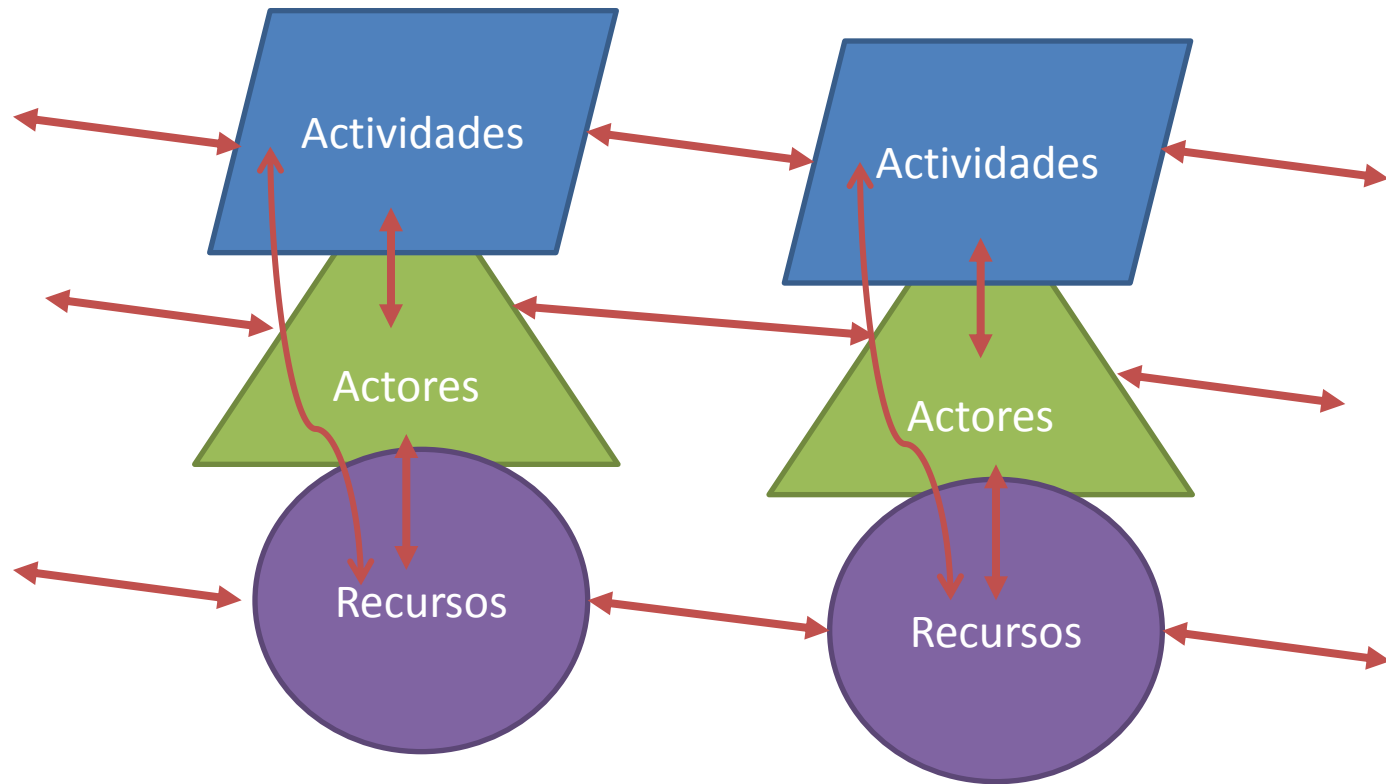
Mirada Tradicional: Core Competence of the Corporation

- Identificar la/s actividad/es y/o recurso/s que me diferencian.
- Identificar la/s actividad/es y/o recurso/s y/o actor/es que completan el nuevo modelo de negocios.

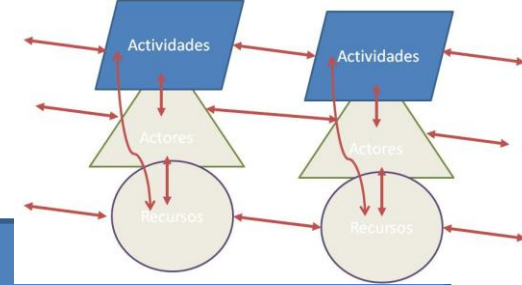


Prahalad & Hamel, 1990

Mirada de Redes (A-R-A)



Redes de Actividades

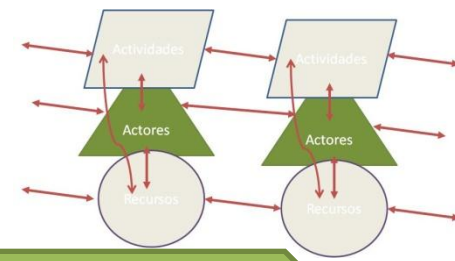


McDonalds concept is simple, they feel they can train people all over the world, irrespective of different religions, cultures, all those things to produce a product in the same way and deliver it in the same manner in hundreds of places.

Dr.G.Venkataswamy, Aravind Founder

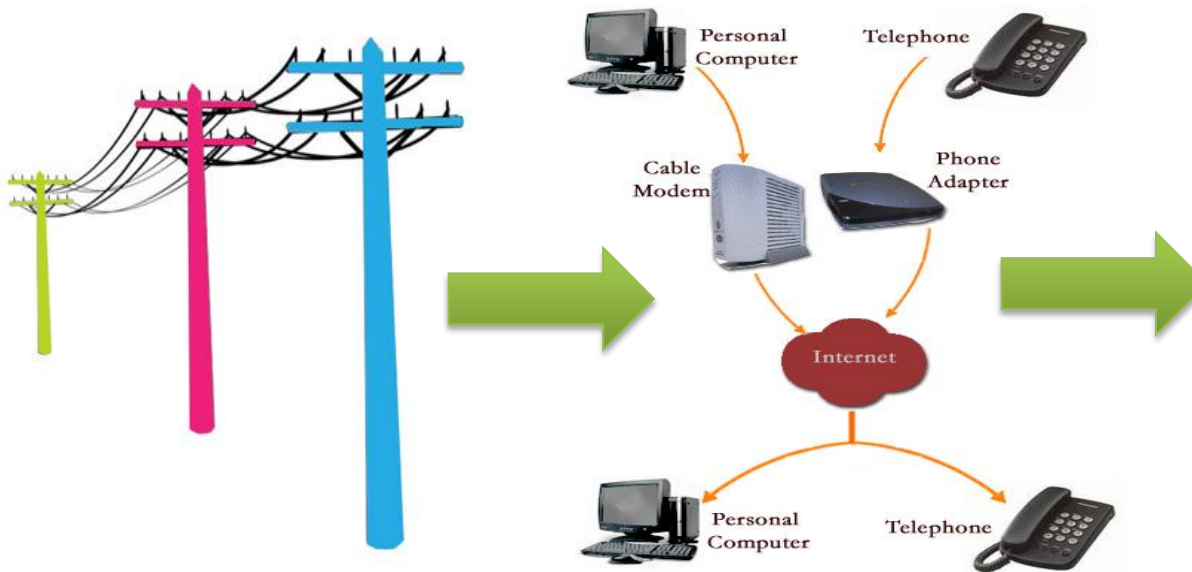


Redes de Recursos (I)

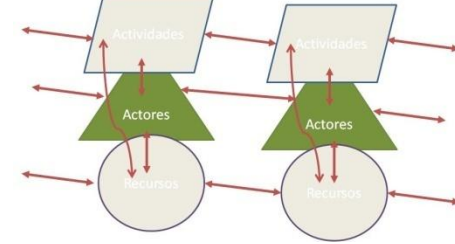


The telephone is a 100-year-old. If you could utilize the resources of the end users' computers and broadband Internet connection, you could do things much more efficiently. What we are doing is taking advantage of the broadband Internet to provide basically unlimited free calls to anyone at a higher voice quality than they can with the phone lines.

Niklas Zennstrom, Skype Founder (sold to Microsoft for \$8.5 billion)



Redes de Recursos (II)



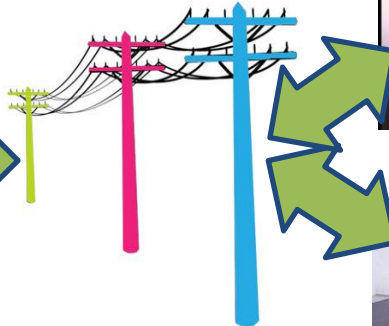
VOXIVA™

Perú no tenía infraestructura para realizar un sistema basado en la web como en otras ciudades grandes . Así que el teléfono público era el único dispositivo que podía utilizarse hasta el momento.

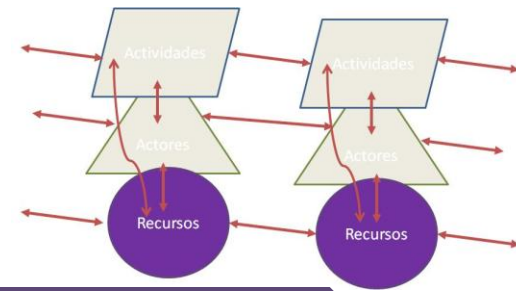
John Eberlich, Director Product Management, VOXIVA

El trabajo que ALERTA viene realizando puede muy rápidamente resolver más allá del problema de las enfermedades más sensibles o del alerta de situaciones de emergencia o de desastres, resuelve el punto más crítico y débil del sistema de salud que es el componente logístico.

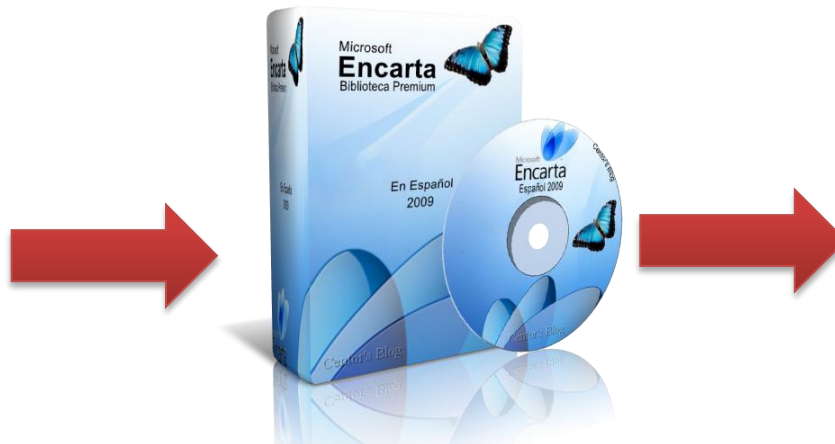
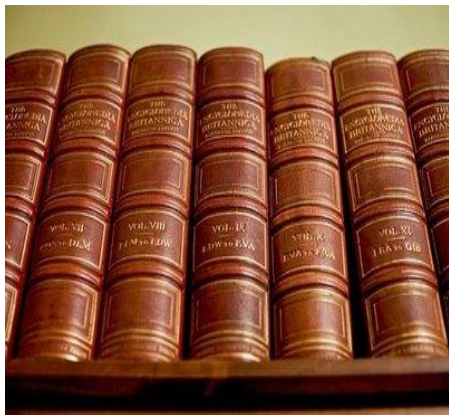
Dr. Luis Botton, Director, Mgt. Info. System, Mynistry of Health Perú



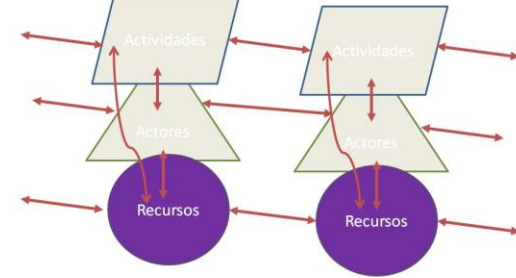
Redes de Actores (I)



Las personas que vieron cómo reconfigurar las redes, introduciendo o eliminando actores, reasignando actividades y/o recursos, son quienes fueron capaces de modificar exitosamente industrias o lograron crear nuevas propuestas de valor.



Redes de Actores (II)



“A partir de este proyecto FPVS no sólo han cumplido con su misión, sino que además mejoraron su inserción en los barrios y la confianza que la comunidad les deposita”.

Raúl Zavalía Lagos, Director Ejecutivo

*“Trabajando así unidos,
entre vecinos, se logra
mas”*

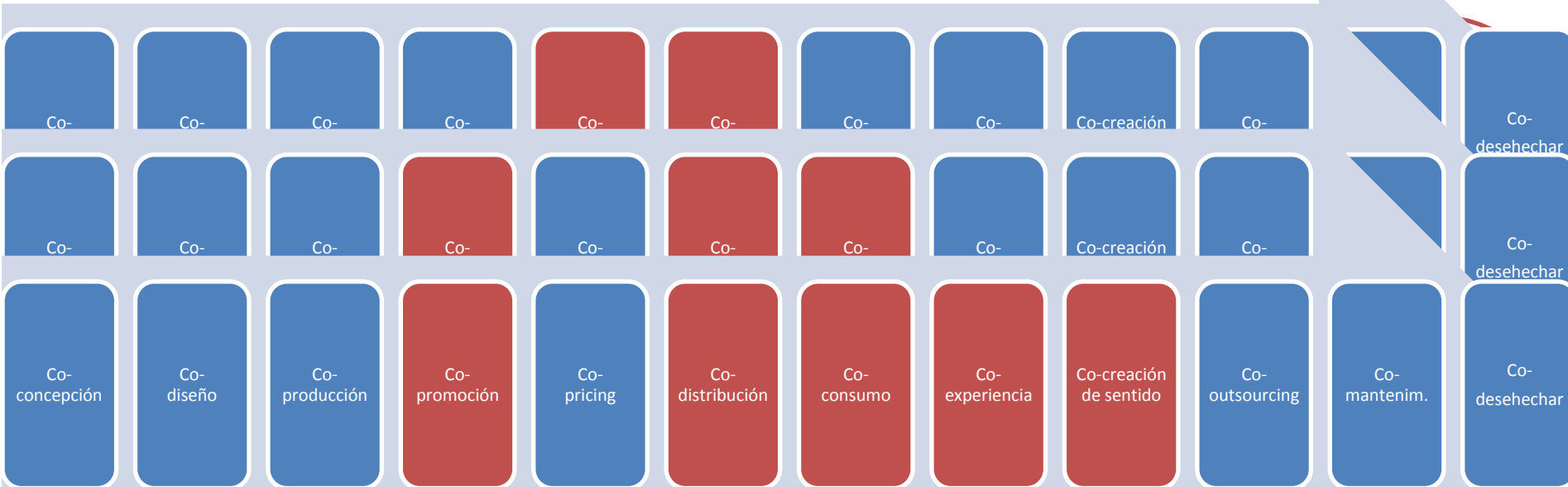
*“Acá sería lindo que se
haga el tema del agua,
de las cloacas...”*

gasNatural



A lot of companies will be trapped by the conventions and the legacies of what they've built.

Mark Zuckerberg (April 2010)



Guido Grinbaum, CEO en DRIDCO - lanacion.digitaleconomia.com.ar - lovedisa.com



3. Caso: Hospital Sardá

Consigna caso Hospital Maternal Ramón Sardá

- ¿Cuál es la red en la cual esta el Hospital Sardá?
- ¿Cuáles son los recursos críticos?
- ¿Cuáles son las actividades indispensables?

ACTORES	ACTIVIDADES	RECURSOS
Paciente Madre		
Médico		
Enfermeros		
...		
...		

crítico

no-crítico

Consigna

¿Cuáles son los conceptos que te resultaron más interesantes del día de hoy?
