

Maestría en Administración de Empresas (MBA) – PUCE Virtual

Guía para el análisis del caso Saxonville Sausage Company

Esta guía tiene como objetivo acompañarte paso a paso en el análisis del caso Saxonville Sausage Company. Encontrarás orientaciones para cada pregunta, ejemplos prácticos para que puedas aplicar las herramientas vistas en clase y sugerencias de fuentes que te ayudarán a fundamentar tu trabajo. Recuerda que el enfoque es que desarrolles tu pensamiento crítico y argumentes tus propuestas de manera clara y profesional.

1. Identifique el desafío principal que enfrenta la empresa en términos de marketing y posicionamiento

Para comenzar, identifica los síntomas observables en el caso. Pregúntate: ¿qué datos concretos o cifras muestran que existe un desafío? Puedes revisar ventas, participación de mercado, percepciones de los consumidores y cualquier otro dato relevante.

Reflexiona si la situación es un problema, un dilema, un desafío o una oportunidad. En este caso, Saxonville enfrenta un dilema sobre cómo posicionar la marca Vivio para su lanzamiento nacional.

Te sugerimos utilizar la técnica de los 5 porqués o el árbol de asuntos para profundizar en las causas del dilema de posicionamiento.

¿Cómo aplicar los 5 porqués?

1. Escribe el síntoma o situación observable.
2. Pregúntate “¿Por qué ocurre esto?” y anota la respuesta.
3. Repite la pregunta “¿Por qué?” sobre la respuesta anterior, hasta llegar a cinco niveles de profundidad o hasta identificar una causa raíz clara.

Ejemplo iniciado:

Síntoma: Existe un dilema sobre cómo posicionar la marca Vivio para su lanzamiento nacional.

¿Por qué? Porque hay dos territorios de posicionamiento principales (“conexión familiar” y “cocina inteligente”) que han recibido respuestas significativas en la investigación de mercado.

¿Por qué...?

(Continúa desarrollando los siguientes “porqués” para llegar a la causa raíz).

¿Cómo armar un árbol de asuntos?

1. Escribe el síntoma principal en la parte superior.
2. Identifica causas directas debajo del síntoma.
3. Para cada causa, identifica sub-causas, formando ramas.

Ejemplo iniciado:

Síntoma principal: Dilema de posicionamiento para la marca Vivio.

Causa 1: Preferencias de consumidores divididas entre “conexión familiar” y “cocina inteligente”.

Causa 2: Falta de posicionamiento claro en el mercado nacional.

(Agrega sub-causas para cada rama según tu análisis del caso).

No olvides analizar la identidad actual de la marca Saxonville y cómo encaja la línea Vivio en esa identidad. Considera también las tendencias del mercado de salchichas italianas y el panorama competitivo.

¿Qué se espera de ti?

Una declaración clara del desafío principal de marketing y posicionamiento, identificando los factores clave que lo originan y un resumen del contexto relevante.

Fuentes recomendadas:

- Caso “Saxonville Sausage Company” (anexo principal).
- Documento “Planteamiento del problema y alternativas de solución” (para metodología TOSCA, síntomas, 5 porqués y árbol de asuntos).
- Teaching note Saxonville Sausage (para contexto y guía docente).
- Cracked it! (capítulos sobre identificación y descomposición de problemas, uso de síntomas y causas raíz).
- Weiss Key Business Solutions (herramientas para clarificar problemas y estructurar análisis).

2. Analice el proceso de investigación de mercado y desarrollo de estrategia llevado a cabo por Ann Banks

Describe los objetivos de la investigación de Ann Banks. ¿Fueron claros y pertinentes?

Explica qué métodos de investigación se utilizaron (encuestas, focus groups, análisis de datos, etc.) y evalúa si fueron adecuados para los objetivos planteados.

Analiza cómo se recolectaron los datos. ¿La muestra fue representativa del mercado objetivo? ¿Existen posibles sesgos?

Identifica los hallazgos clave de la investigación. ¿Qué aprendió Ann Banks sobre las preferencias de los consumidores, tendencias del mercado y dinámica competitiva?

Evalúa cómo Ann Banks interpretó los datos y si sus conclusiones están respaldadas por la evidencia. Señala las limitaciones de la investigación y qué información adicional habría sido útil.

Describe las opciones de posicionamiento que Ann Banks consideró y los criterios que utilizó para evaluarlas. ¿Sus recomendaciones están alineadas con los hallazgos?

¿Qué se espera de ti?

Un análisis crítico del proceso de investigación y desarrollo de estrategia, identificando fortalezas, debilidades y posibles mejoras.

Fuentes recomendadas:

- Caso “Saxonville Sausage Company” (secciones de investigación de mercado).
- Teaching note Saxonville Sausage.
- Cracked it! (capítulos sobre análisis de casos, investigación y toma de decisiones).
- Weiss Key Business Solutions (herramientas para análisis de alternativas y toma de decisiones).

3. Evalúe las diferentes opciones de posicionamiento presentadas en el caso

Describe las opciones principales de posicionamiento, como “conexión familiar” y “cocina inteligente”. ¿Cuáles son los elementos clave de cada una? ¿Existen otras alternativas?

Analiza a qué público objetivo apela cada opción.

¿Cómo se diferencia cada opción frente a la competencia?

¿Qué tan bien encaja cada opción con la imagen y valores actuales de Saxonville?

¿Cómo se alinean con las tendencias del mercado y las preferencias de los consumidores?

Identifica los riesgos potenciales de cada opción y propone estrategias para mitigarlos.

¿Qué se espera de ti?

Una evaluación exhaustiva de las opciones de posicionamiento, con sus ventajas, desventajas y riesgos asociados.

Fuentes recomendadas:

- Caso “Saxonville Sausage Company” (sección de alternativas de posicionamiento).
- Teaching note Saxonville Sausage.
- Cracked it! (capítulos sobre generación y evaluación de alternativas).
- Weiss Key Business Solutions (herramientas de análisis comparativo y matrices de

decisión).

4. Proponga una estrategia de posicionamiento recomendada para la línea de salchichas italianas de Saxonville

Fundamenta tu recomendación en los datos del caso y los hallazgos de la investigación de mercado.

Define claramente el público objetivo de la estrategia recomendada (demografía, psicografía, necesidades).

Explica cómo Saxonville se diferenciará de la competencia a nivel nacional.

Reflexiona sobre los atributos únicos de la línea de salchichas italianas, los beneficios que recibirá el consumidor y los mensajes clave que se deben comunicar para transmitir el posicionamiento.

Detalla qué acciones de marketing (producto, precio, plaza, promoción) se utilizarán para apoyar la estrategia, así como el presupuesto estimado y el cronograma de implementación.

¿Qué se espera de ti?

Una estrategia de posicionamiento clara, justificada y alineada con los datos, junto con un plan de implementación práctico.

Fuentes recomendadas:

- Caso "Saxonville Sausage Company".
- Teaching note Saxonville Sausage.
- Cracked it! (capítulos sobre recomendaciones y planes de acción).
- Weiss Key Business Solutions (planificación e implementación de estrategias).

¿Cómo puedes usar los textos "Cracked it!" y "Weiss Key Business Solutions"?

Cracked it!

Este libro es una guía metodológica para estructurar tu análisis. Te ayudará a formular el problema correctamente, aplicar técnicas como los 5 porqués y el árbol de asuntos, generar y evaluar alternativas de solución, y redactar recomendaciones y planes de acción claros y persuasivos.

Weiss Key Business Solutions

Este texto es útil para aplicar herramientas prácticas de análisis de problemas y toma de decisiones, utilizar matrices comparativas y checklists para evaluar alternativas, y estructurar el informe y el plan de implementación de manera profesional.

Sugerencia:

Cita ejemplos, herramientas o esquemas de estos textos para fundamentar tu análisis y enriquecer la argumentación de tu informe.

Referencias (formato APA 7)

Garrette, B., Phelps, C., & Sibony, O. (2018). Cracked it! How to solve big problems and sell solutions like top strategy consultants. Palgrave Macmillan.

Weiss, D. (2012). Key business solutions: Essential problem-solving tools and techniques that every manager needs to know. FT Press.