

## TABLA DE CONTENIDO

1	INTRODUCCIÓN.....	1
2	OBJETIVOS.....	2
2.1	Objetivo General .....	2
2.2	Objetivos Específicos.....	2
3	METODOLOGÍA.....	2
3.1	Visita a Terreno.....	3
3.2	Definición de las Problemáticas.....	3
3.3	Identificación de las Fuentes de Información.....	4
3.4	Entrevistas .....	4
3.5	Escribir el Caso .....	4
4	MARCO TEÓRICO .....	5
4.1	Estrategia .....	5
4.2	Modelos de Negocios.....	6
4.3	Marketing .....	6
5	CASO DE ESTUDIO: LANZAMIENTO DE NUEVO OPERADOR MÓVIL EN CHILE.....	7
5.1	Introducción.....	7
5.2	Historia del Grupo Virgin.....	8
5.3	La Marca .....	8
5.4	Virgin Mobile .....	10
5.5	Telefonía Móvil en Chile.....	10
5.6	Buenas noticias para Virgin Mobile Chile.....	13
5.7	Fabricantes y Canales de Distribución.....	14
5.8	Competidores.....	16
5.8.1	ENTEL: Estrategia de Rentabilidad .....	16
5.8.2	TELEFÓNICA (MOVISTAR): Líder de Mercado en volúmen.....	16
5.8.3	CLARO: Precios Bajos.....	17
5.9	Datos Financieros .....	18
5.10	Modelo de Negocio de Virgin Mobile Chile .....	18
5.11	Productos y Servicios.....	19
5.12	Precio.....	20
5.13	Comunicación .....	21
5.14	Canales de Distribución .....	22
5.15	Logística y Operación .....	23
5.16	Tomadores de Decisión .....	23

5.17	Lanzamiento.....	24
6	NOTAS DOCENTES .....	25
6.1	Resumen del Caso.....	25
6.2	Objetivos Académicos.....	25
6.3	Enfoque Propuesto .....	26
6.4	Elementos de Decisión e Hitos a Considerar.....	26
6.5	Análisis.....	27
6.6	Estrategia .....	28
6.6.1	Cinco Fuerzas de Porter.....	28
6.6.2	Matriz del Consumidor, Percepción de Valor y Sistemas de Actividad .....	33
6.7	Modelos de Negocio .....	37
6.7.1	Formulación de un Modelo de Negocios: CANVAS .....	37
6.8	Marketing .....	38
6.8.1	Valor del Cliente: Customer Life Value.....	38
7	CONCLUSIONES .....	42
8	BIBLIOGRAFÍA.....	43
9	ANEXOS.....	46