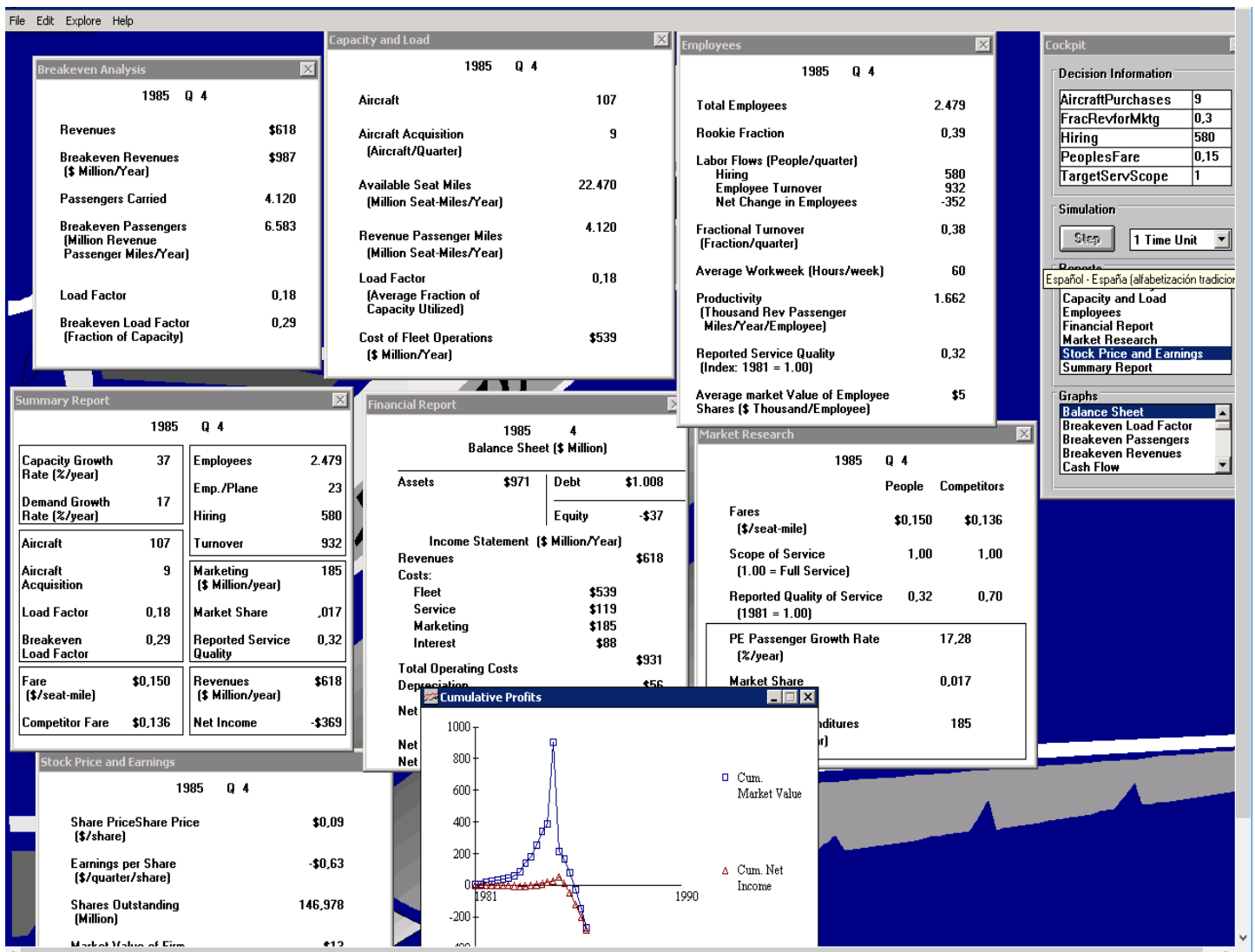


Imitación del proyecto de Don Burr

PHAL: Mario Llorente, Víctor Arranz, Juan Herruzo, Javier Perrote



Para conseguir imitar el resultado que obtuvo Don Burr, nosotros enfocamos nuestra estrategia de forma agresiva; compramos aviones, al ritmo de doblar la flota anualmente, al mismo tiempo fuimos contratando personal para mantener alrededor de 50 empleados por avión. Subimos el marketing levemente, de 0,1 a 0,12. Mientras, mantuvimos el service scope y el people's fare constantes. Cuando llegamos al punto en que decidimos hundir la empresa, igualamos el precio de la competencia, subimos el marketing y los servicios disponibles, lo que llevó al rápido hundimiento de la misma debido a que no podíamos ofrecer nada mejor que nuestros competidores al mismo precio puesto que nuestra empresa tenía en un principio un enfoque low-cost.