**Resolución CASO: BSB Inc. La guerra de las Pizzas llega al campus**

**Nombres y Apellidos: David Paul Porras Cordova**

1. **¿BSB Tiene ventajas competitivas? ¿Competencias centrales?**

Definitivamente BSB posee tanto ventajas competitivas y ventajas centrales

|  |  |
| --- | --- |
| Ventajas Competitivas | Competencias Centrales |
| * BSB Inc. Es una compañía muy grande que opera en todo el país. * Posicionamiento de demanda en los últimos 10 años en el campus universitario. * La variedad de productos que ofrece BSB es muy variado. * Capacidad de realizar delivery (Entrega a domicilio). | * Tener la experiencia de llevar atenciones a los comensales durante 10 años con una ubicación céntrica en el campus. |

1. **¿Cómo decidió Kershaw utilizar los recursos de su negocio de pizza para competir con la venta de alimentos fuera del campus?**

De acuerdo con la lectura, aquí las decisiones más resaltantes:

* Realizar un análisis de mercado para determinar mejores estrategias.
* Amplió la extensión destinada en el campus para la preparación y almacenamiento de pizza quitando espacio de otras actividades para incrementar la variedad de productos.
* Instituyó la entrega a domicilio en todo el campus por lo que contrato más personal.

**¿Cuáles fueron sus prioridades competitivas?**

* Ampliar la variedad de comida ofrecida para que los estudiantes no opten en salir del campus.
* Realizar las entregas a domicilio en el campus.

1. **¿Qué impacto tendrían los nuevos competidores en el negocio de Kershaw?**

* Se considerará reducir espacios para el elaborado de pizzas para BSB en la que puedan ser incluidos los otros competidores (Pizza Hut, Taco Bell y Dunkin´ Donuts).
* Mayor competencia hará que se reduzca las ventas para BSB.

**¿Cuáles serían las prioridades competitivas ahora?**

* Reafirmar la entrega a domicilio con menor tiempo de entrega.
* Consolidar la publicidad de los productos de BSB para no reducir las ventas.

1. **¿Qué podrías hacer a nivel de estrategia?**

* Con el análisis se demostró que la reducción de ventas en pizza se debía a la reducida variedad de combinaciones en las presentaciones, por lo que se debería impulsar la variedad de nuevas combinaciones de los productos para ofrecer mejores ofertas a los clientes.
* Elevar el nivel de servicio y entrega a domicilio para fidelizar a los clientes.
* Incrementar las ofertas y promociones de productos para que los estudiantes vean opciones.
* Reducir el tiempo de entrega para diferenciarse de la competencia.
* Siguiendo el análisis de mercado, BSB deberá incrementar horarios de atención para captar la mayor cantidad de clientes.