

5.1.2. Caso Red No. 2: para este caso, se tenía la experiencia del caso anterior (5.1.1) y la Red se seleccionó teniendo un nicho de mercado ya establecido. El grupo decidió contratar una consultora experta en investigación y desarrollo, con quien viajaron a los países donde se llevaban a cabo las ferias más importantes a nivel mundial del sector para hacer una validación de mercados e identificación de un micro segmento al cual pudieran llegar con las capacidades de la Red. Acto seguido al viaje, se hizo todo un desarrollo de concepto de marca y de los primeros prototipos.

Para esta red, fue clara la identificación del nicho, sin embargo los recursos financieros fueron una limitante para el cumplimiento de los objetivos.

Solución: la red está buscando nuevos socios para poder capitalizar la compañía y obtener recursos frescos para trabajar.