

The Walt Disney Company: The Entertainment King

TheCaseSolution.com

Historia y Estrategias de Diversificación

"Sólo espero que no perdamos de vista una cosa: todo comenzó con un ratón"

Walt Disney



- 1921: Disney e Iwerks se unen en Kansas
- 1927: Nace "Oswald"
- 1928: Diversificación concéntrica basada en Mickey Mouse, pues se integra a la empresa dentro del mismo giro
- 1937: Blanca Nieves y los Siete Enanos, crecimiento de la empresa.
- 1965: 3 películas al año.
- 1955: Diversificación Horizontal: se inaugura Disneyland
- 1966: Muerte Walt Disney
- 1971: Abre Walt Disney World y Epcot: ganancias al primer año de US\$139 millones
- 1986: Diversificación conglomerada, nuevos clientes a partir de Disney Sunday Movie y Golden Girls en TV
- 1996: Compra de ABC
- Estrategias para el crecimiento de los parques. Extendiéndose a nuevos negocios, regiones y audiencias
- 2006: Compra de Pixar Animation Studios por US \$7.4 mil millones

Recurso Crítico

Tabla: Este recurso de la empresa está fundamentado en la creación de contenido, estrategias e inversiones de todo el mundo Disney.



Periodo de mayor cambio y potenciación del éxito. Transición de Eisner (1984-1993)

- Michael Eisner fue nombrado CEO.
- Identifica la inversión a través del crecimiento en las ventas. ROI promedio 20%.
- Marca Disney: calidad, creatividad, espíritu emprendedor y trabajo en equipo.
- Creador: mejor calidad, corporativa.
- Formación de necesidad de largo plazo.
- Reestructuración de televisión y películas.
- Reiniciar la televisión Disney y el regreso de las películas.
- 17 de las películas fueron nominadas.
- Se ganaron más de US\$200 millones cada una, incluyendo The Iron Giant y The Road to El Dorado.
- 1986: División de películas logró obtener 10% de la capitalidad de LDC.
- Traducir: 15 a 14 películas nominadas.
- Expansión del personal de producción: aumentó casi cuatro veces (de 22 a 86 millones).
- Incremento de US\$20 millones en inversión de producción: aumento por completo.
- 1988: US\$40 millones en The Princess and the Pea (película) lanzada con un costo más bajo que los anteriores (de US\$100 millones).
- Reestructuración de la necesidad de los parques temáticos.
- Más de millones de dólares en nuevas adquisiciones.
- Estrategias diseñadas para aumentar y lograr un mayor crecimiento, como: nuevos productos, películas, eventos, programas, servicios, promociones, ofertas en restaurantes y otras formas de crecimiento.
- Lograr la reestructuración de número de películas producidas, entre las películas de video y aumento e inversión de las películas.

¿En 2000/2001 tenía una mezcla correcta de negocios y una estrategia bien seleccionada?

Personas: ¿qué cambiarías?

Disney fue capaz de una mezcla de una estrategia bien seleccionada, ya que, 2000, se logró una mezcla y gestión, ya que se logró la gestión de todo que se hizo durante la transición.



Conclusión

El objetivo de The Walt Disney Company, desde 1928, ha estado en el crecimiento de su negocio, ya que en 1928 se creó Mickey Mouse y Disney se convirtió en un negocio de entretenimiento. En 1928, Disney creó Mickey Mouse y se convirtió en un negocio de entretenimiento. En 1928, Disney creó Mickey Mouse y se convirtió en un negocio de entretenimiento. En 1928, Disney creó Mickey Mouse y se convirtió en un negocio de entretenimiento.



The Walt Disney Company: The Entertainment King

TheCaseSolution.com

Historia y Estrategias de Diversificación

"Sólo espero que no perdamos de vista una cosa: todo comenzó con un ratón"

Walt Disney



- 1921: Disney e Iwerks se unen en Kansas
- 1927: Nace "Oswald"
- 1928: Diversificación concéntrica basada en Mickey Mouse, pues se integra a la empresa dentro del mismo giro
- 1937: Blanca Nieves y los Siete Enanos, crecimiento de la empresa.
- 1965: 3 películas al año.
- 1955: Diversificación Horizontal: se inaugura Disneyland
- 1966: Muere Walt Disney
- 1971: Abre Walt Disney World y Epcot: ganancias al primer año de US\$139 millones
- 1986: Diversificación conglomerada, nuevos clientes a partir de Disney Sunday Movie y Golden Girls en TV
- 1996: Compra de ABC
- Estrategias para el crecimiento de los parques. Extendiéndose a nuevos negocios, regiones y audiencias
- 2006: Compra de Pixar Animation Studios por US \$7.4 mil millones

Recurso Crítico

Tabla: Este recurso de la empresa está fundamentado en la creación de contenido, estrategias e inversiones de todo el mundo Disney.



Periodo de mayor cambio y potenciación del éxito. Transición de Eisner (1984-1993)

- Michael Eisner fue nombrado CEO.
- Identifica la inversión a través del crecimiento en las ventas. ROI promedio 20%.
- Marca Disney: calidad, creatividad, espíritu emprendedor y trabajo en equipo.
- Creación: mejor calidad, corporativa.
- Inversión de necesidad de largo plazo.
- Reestructuración de televisión y películas.
- Reestructuración la televisión Disney y el negocio de las películas.
- 17 de 33 películas fueron nominadas.
- Ganan más de US\$200 millones cada una, incluyendo The Iron Giant y The Road to El Dorado.
- 1986: División de películas logró obtener 10% de la capitalidad de LDC.
- Traducción: 15 a 18 películas transgeneración.
- Expansión del personal de producción, entrada en nuevos mercados, inversión en más de 22 o 23 meses.
- Inversión de US\$20 millones en nuevos de producción, inversión por competencia.
- 1988: US\$20 millones en The Princess Margaret ("Princesa") inversión con acciones más ganancias gracias de la capitalidad (1988 US\$220 millones).
- Fortalecimiento la rentabilidad de los parques temáticos.
- Más de millones de dólares en nuevas adquisiciones.
- Estrategias diseñadas para aumentar y lograr un mayor crecimiento, incluir nuevos productos, servicios, mercados, expansión geográfica, expansión, innovación, difusión en canales y otras formas de crecimiento.
- Lograr la rentabilidad en el número de películas producidas, entre las películas las ventas y aumento e precio de las películas.

¿En 2000/2001 tenía una mezcla correcta de negocios y una estrategia bien seleccionada?

Personas ¿qué cambiarías?

Disney fue capaz de una mezcla de una estrategia bien seleccionada, ya que 2000 se logró una mezcla y generación de los que logran la ventaja de haber que el más importante de la industria.



Conclusión

El objetivo de The Walt Disney Company, desde 1928, ha estado en proporcionar a los consumidores con los más altos niveles de calidad y creatividad en sus productos. Desde entonces, la empresa ha crecido y se ha convertido en una de las más importantes del mundo. La empresa ha logrado esto gracias a su estrategia de diversificación, que le ha permitido expandirse en diferentes industrias y mercados. La empresa ha logrado esto gracias a su estrategia de diversificación, que le ha permitido expandirse en diferentes industrias y mercados. La empresa ha logrado esto gracias a su estrategia de diversificación, que le ha permitido expandirse en diferentes industrias y mercados.



The Walt Disney Company: The Entertainment King

TheCaseSolution.com

Historia y Estrategias de Diversificación

“Sólo espero que no perdamos de vista una cosa: todo comenzó con un ratón”

Walt Disney

1921: Disney e Iwerks se unen en Kansas
1927: Nace "Oswald"
1928: Diversificación concéntrica basada en Mickey Mouse, pues se integra a la empresa dentro del

Recurso Crítico

Talento: Base esencial de la empresa. Está involucrado en la creación de contenidos, estrategias e innovación de todo el mundo Disney.
Del talento depende la idea creativa, que es el sello de garantía que distingue a Disney de la competencia. Es lo que aporta esa diferencia del resto del género del entretenimiento.



Periodo de mayor cambio y notificación del éxito

Historia y Estrategias de Diversificación

“Sólo espero que no perdamos de vista una cosa: todo comenzó con un ratón”

Walt Disney



1921: Disney e Iwerks se unen en Kansas

1927: Nace "Oswald"

1928: Diversificación concéntrica basada en Mickey Mouse, pues se integra a la empresa dentro del mismo giro

1937: Blanca Nieves y los Siete Enanos, crecimiento de la empresa.

1965: 3 películas al año.

1955: Diversificación Horizontal: se inaugura Disneyland

1966: Muere Walt Disney

1971: Abre Walt Disney World y Epcot: ganancias al primer año de US\$139 millones

1986: Diversificación conglomerada, nuevos clientes a partir de Disney Sunday Movie y Golden Girls en TV

1996: Compra de ABC

Estrategias para crecimiento de los parques.

Extendiéndose a nuevos negocios, regiones y audiencias

2006: Compra de Pixar Animation Studios por US \$7.4 mil millones

Recurso Crítico

Talento: Base esencial de la empresa. Está involucrado en la creación de contenidos, estrategias e innovación de todo el mundo Disney.

Del talento depende la idea creativa, que es el sello de garantía que distingue a Disney de la competencia. Es lo que aporta esa diferencia del resto del gremio del entretenimiento.



Periodo de mayor cambio y potenciación del éxito.

Transición de Eisner (1984-1993)

- Michael Eisner fue nombrado CEO.
- Maximizar la inversión a través del crecimiento en las ventas. ROI excedería 20%.
- Marca Disney: calidad, creatividad, espíritu emprendedor y trabajo en equipo.
- Creatividad: mayor distintivo corporativo.
- Potencial de rentabilidad de largo plazo.

Revitalización de televisión y películas.

- Reconstruir la televisión Disney y el negocio de las películas.
- 27 de 33 películas fueron rentables.
- 6 ganaron más de US\$50 millones cada una, incluyendo Three Men and a Baby y Good Morning Vietnam.
- 1988: División de películas logró obtener 19% de la taquilla total de USA.
- Touchstone: 15 a 18 películas nuevas por año.

- Expansión del personal de animación, estrenando una nueva producción animada cada 12 o 18 meses.
- inversión de US\$30 millones en sistema de producción animado por computadora.
- 1988: US\$45 millones en Who Framed Roger Rabbit? (animación con acción real) Máximas ganancias de la taquilla de 1988 (US\$220 millones).

Maximizando la rentabilidad de los Parques Temáticos.

- Miles de millones de dólares en nuevas atracciones.
- Estrategias diseñadas para aumentar y lograr un rápido crecimiento, incluía avisos publicitarios nacionales, eventos especiales, artículos promocionales, difusión en medios y otras formas de promoción.
- Levantó la restricción en el número de visitantes permitidos, abrió sus puertas los lunes y aumentó el precio de las entradas.

Coordinación entre negocios.

- 1987: Gerencia de marketing corporativo fue incorporada para estimular y coordinar actividades de comercialización.
- Eventos importantes como el cumpleaños 50 de Blanca Nieves en 1987 y los 60 años de Mickey el año siguiente.
- Nuevas ideas, coordinó calendarios y estimuló el compromiso y entusiasmo.

Ampliándose a nuevos negocios, regiones y audiencias.

- 1987: Retail como entretenimiento: ventas superiores al promedio al por menor.
- Tiendas diseñadas para simular un escenario Disney.
- Hollywood Records, Disney Press, Hyperion: llegar a más mercados.
- 1988 y 1994, inversión de más de US \$1 billón en la expansión de parques temáticos

- 1992: Proyecto más importante: EuroDisney en París.
- En sus otros parques, agregó atracciones e intensificó la extensión de hoteles y resorts.
- Llegan The Little Mermaid (1989), Beauty and the Beast (1991) y Aladdin (1992).
- Buena Vista Home Video: pionero en la comercialización de videos a bajo precio. Con 30 millones de copias, Aladdin se convirtió en el video mejor vendido de todos los tiempos

- A fines de 1993, Disney reveló su primera producción teatral para Broadway, una versión de The Beauty and The Beast. El show, de US\$10 millones, fue un éxito.

- En 1994, Disney invirtió US\$29 millones para restaurar el teatro de New Amsterdam en Nueva York, proporcionándole a Disney un lugar en Broadway.



¿En 2000/2001 tenía una mezcla correcta de negocios y una estrategia bien seleccionada?

¿Porqué? ¿Qué cambiarías?

Disney no tenía ni una mezcla ni una estrategia bien seleccionada, ya que trato de tener más alcance y ganancias, y lo único que logró fue perder su "sello" que lo hacía diferente de la competencia.

Realizaría cambios estratégicos en el ámbito horizontal: nuevas formas de entretenimiento; y cambios en el plano vertical: nuevos medios de distribución.

Volver a sus raíces: mayor atención a los personajes principales de Disney, antes que a los nuevos proyectos. Además, una bien establecida planificación financiera de cada división de la empresa.

