



Marklog simula un mercado de bienes intermedios típico del marketing industrial business-to-business, donde un ingrediente textil orgánico compete con uno químico. Los participantes deberán hacer la mayor cantidad de entregas al cliente sin disminuir la calidad del servicio y evitando altos costos de capital de trabajo.

## Características del escenario

- Las decisiones se toman por semanas, despachando embarques a través de diez medios de transporte alternativos desde aéreo hasta marítimo, cada uno con costos, tiempos y riesgos diferentes.
- Los inventarios deben de manejarse en la planta productora y también en el mercado final, para poder servir al cliente evitando un alto costo de capital de trabajo.
- El mercado es muy sensitivo a la calidad del servicio; cuando ésta es baja, el cliente opta por usar un sustituto, en este caso un ingrediente químico.
- Marklog demuestra la contribución a utilidades del marketing industrial y especialmente, la función logística.
- Gana la empresa con mejor record de entregas, que es la que genera mayores utilidades.

## Objetivos de aprendizaje

- Experimentar de qué manera el nivel de eficiencia en el traslado de los productos tiene un alto impacto en las utilidades.
- Entender que la capacidad de pronosticar el ajuste entre demanda actual y demanda futura produce utilidades y es vital para la empresa.
- Entrenarse en el uso de la mezcla logística: transporte y probabilidades multimodales.
- Constatar que llegar primero, a tiempo y a menor costo genera utilidades, y que la distribución es una parte de la mezcla de marketing con poder de veto.