



P.E. Ing. En Desarrollo de Negocios y Gestión Empresarial

MARKESTRATED 2o Lugar Nivel 1

- **García García Angélica**
- **Nieto Rodríguez Nery Alberto**
- **Herrera Sánchez Jonathan Alfonso**
- **Vargas Córdoba Antonio**
- **Mata Scherrer Fernando**
- **Domingo Báez Rojas (asesor)**

Contenido:

- A través de este simulador de negocios, se implementan estrategias de mercado y publicidad mediante el uso de una estrategia básica, en la cual se pudiera manifestar un crecimiento acelerado en cada decisión.

Generalidades del simulador: MARKESTRATED

- Se basa en las estrategias de mercado efectivas para el posicionamiento de productos en un segmento específico.
- Existen 5 segmentos diferentes en los cuales a través de canales de distribución, fuerza de ventas, publicidad y precios, posiciona el producto de cada firma

ANÁLISIS DE NUESTROS COMPETIDORES

- Firma 1. Esta firma de la UCOL presentó un crecimiento significativo aún siendo la firma más difícil, por lo que lo llevó a estar debajo de nuestra firma.
- Firma 2. De la EAN de Colombia mostró una gran capacidad en juego pues se colocó en el 3er lugar del grupo.
- Firma 4. De las USTOTOMAS en Chile. Tuvo el mejor arranque en el primer duelo, sin embargo tropezó dentro de su estrategia y lo llevó al 5to lugar.
- Firma 5. EAN Colombia. Se mantuvo dentro del juego y después cayó, aunque pudo recuperarse y quedó en 4º lugar.

DECISIONES TOMADAS

PRIMERA DECISIÓN

Por la naturaleza de la firma que nos tocó 3, en esta decisión optamos por disminuir los costos de publicidad, a fin de maximizar nuestra contribución neta de marketing y con ello obtener el presupuesto necesario para en las siguientes dos decisiones, invertir en investigación y desarrollo de nuevos productos.

DECISIONES TOMADAS

SEGUNDA DECISIÓN

Como equipo decidimos con el buen presupuesto que nos dieron, diseñar 2 productos los cuales fueron aceptados y preparamos su lanzamiento; además de mandar el diseño de un nuevo producto para la TERCERA DECISIÓN, fue aceptado y al cubrir nuestra máxima capacidad de productos, concentrarnos en otros aspectos.

FIRMA: 3 Industria: 042012R15 Periodo: 4

Última decisión enviada el 12/4/2012 a las 7:02:06 PM

Fecha Actual: 26/4/2012 Hora Actual: 1:28:35 AM

Representa el plan de marketing de u

DECISIONES DE MARKETING

Nombre de Marcas ?	Nombre del Proyecto de I&D (Modificación o Introducción) ?	Planificación de la Producción (En miles de Unidades) ?	Presupuesto Publicitario (En miles de \$) ?	% de Estudios Publicitarios ?
SIMO		210	3000	1
SICA		230	3000	1
SITY		110	12000	1
SIYI		300	4000	1
VIDA		50	4000	1

FUERZA DE VENTAS ?

Canales de Distribución	1	
Número de Vendedores	80	80

RESULTADO

+ CONTRI.BRUT DE MARKETING	*	15112.*	63276.*	52385.*	88701.*	42146.*		
+							261619.	

I & D.....							0.	
FUERZA DE VENTAS.....							-7351.	
INVESTIGACION DE MERCADO.....							-368.	
COSTO/UTIL EXCEPCIONAL							0.	
CONTRI. NETA DE MARKETING.....							253900.	
PRESUPUESTO PROXIMO PERIODO...				96478.				

DECISIONES

FIRMA: 3 Industria: 042012R15 Periodo: 6

Última decisión enviada el 16/4/2012 a las 7:46:16 PM

Fecha Actual: 26/4/2012 Hora Actual: 1:29:39 AM

Representa el plan de marketing de un a

DECISIONES DE MARKETING

Nombre de Marcas ?	Nombre del Proyecto de I&D (Modificación o Introducción) ?	Planificación de la Producción (En miles de Unidades) ?	Presupuesto Publicitario (En miles de \$) ?	% de Estudios Publicitarios ?	F
SIMO		1000	10000	1	
SICA		480	10000	1	
SITY		370	14000	1	
SIYI		360	10000	1	
VIDA		390	10000	1	

FUERZA DE VENTAS ?

Canales de Distribución	1	
Número de Vendedores	80	80

RESULTADO

	*	*	*	*	*	*
+ CONTRI.BRUT						
DE MARKETING	* 163571.*	141954.*	156267.*	96243.*	175285.*	
+						733320.

I & D.....						0.
FUERZA DE VENTAS.....						-9194.
INVESTIGACION DE MERCADO.....						-528.
COSTO/UTIL						
EXCEPCIONAL						0.
CONTRI. NETA						
DE MARKETING.....						723598.
PRESUPUESTO PROXIMO PERIODO...	260929.					

DECISIONES

FIRMA: 3 Industria: 042012R15 Periodo: 8

Última decisión enviada el 18/4/2012 a las 9:47:53 PM

Fecha Actual: 26/4/2012 Hora Actual: 1:30:18 AM

Representa el plan de marketing de un a

DECISIONES DE MARKETING

Nombre de Marcas ?	Nombre del Proyecto de I&D (Modificación o Introducción) ?	Planificación de la Producción (En miles de Unidades) ?	Presupuesto Publicitario (En miles de \$) ?	% de Estudios Publicitarios ?	P
SIMO		1400	11000	1	
SICA		700	11000	1	
SITY		650	14000	1	
SIYI		300	10000	1	
VIDA		1550	11000	1	

FUERZA DE VENTAS ?

Canales de Distribución	1	:
Número de Vendedores	80	80

RESULTADO

+ CONTRI.BRUT DE MARKETING	* 185872.* 196676.* 187960.* 70790.* 570687.*	
+		1211985.

I & D.....		0.
FUERZA DE VENTAS.....		-11933.
INVESTIGACION DE MERCADO.....		-337.
COSTO/UTIL EXCEPCIONAL		0.
CONTRI. NETA DE MARKETING.....		1199716.
PRESUPUESTO PROXIMO PERIODO...	421817.	

DECISIONES

FIRMA: 3 Industria: 042012R15 Periodo: 10

Última decisión enviada el 20/4/2012 a las 2:50:57 PM

Fecha Actual: 26/4/2012 Hora Actual: 1:38:57 AM

Representa el plan de marketing de un año

DECISIONES DE MARKETING

Nombre de Marcas ?	Nombre del Proyecto de I&D (Modificación o Introducción) ?	Planificación de la Producción (En miles de Unidades) ?	Presupuesto Publicitario (En miles de \$) ?	% de Estudios Publicitarios ?	Pre De
SIMO		1600	12000	1	
SICA		700	11000	1	
SITY		400	14000	1	
SIYI		200	10000	1	
VIDA		2300	12000	1	

FUERZA DE VENTAS ?

Canales de Distribución	1	2
Número de Vendedores	80	80

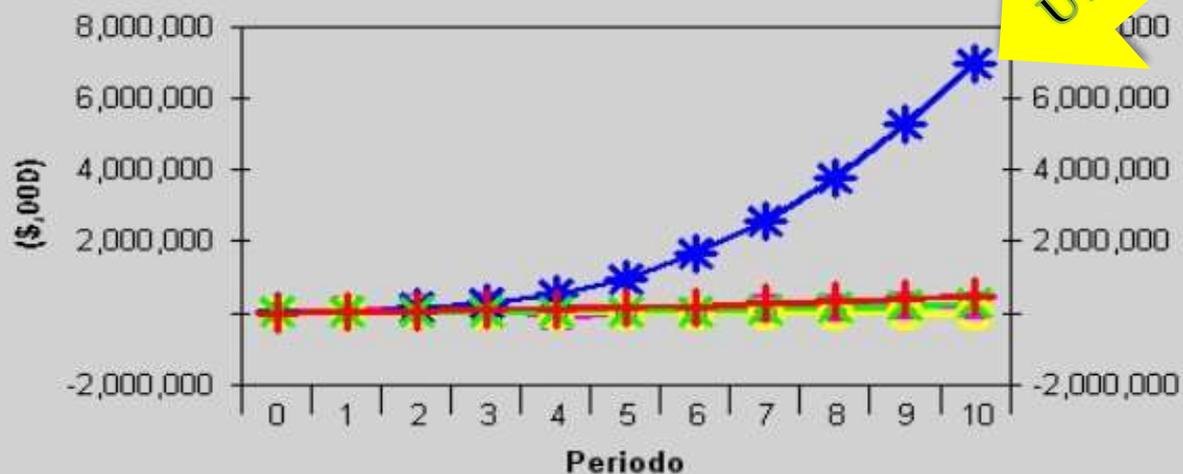
RESULTADO

+ CONTRI. BRUT DE MARKETING	* 344308.* 219115.* 171818.* 62351.* 934689.*	
+		1732280.

I & D.....		0.
FUERZA DE VENTAS.....		-14414.
INVESTIGACION DE MERCADO.....		-29.
COSTO/UTIL EXCEPCIONAL		0.
CONTRI. NETA DE MARKETING.....		1717837.
PRESUPUESTO PROXIMO PERIODO...	593243.	
1MARKESTRATED - MICHELSEN CONSULTING - LABSAG 2010		

COMPORTAMIENTO DE LA FIRMA DENTRO DE LA INDUSTRIA

Contribución Neta de Marketing Acum. - MARKESTRATED



UTTECAMAC

+ Firma 1
 + Firma 2
 * Firma 3
 + Firma 4
 + Firma 5

FIRMAS	Periodo 0	Periodo 1	Periodo 2	Periodo 3	Periodo 4	Periodo 5	Periodo 6	Periodo 7	Periodo 8	Periodo 9	Periodo 10
Firma 1	4,700	24,189	55,026	89,224	124,125	167,907	180,220	251,071	324,487	402,748	486,404
Firma 2	7,308	12,029	19,059	22,655	34,487	46,289	59,862	94,271	142,851	203,184	278,229
Firma 3	15,950	40,031	130,059	271,592	525,491	932,948	1,656,546	2,580,136	3,779,852	5,260,442	6,978,279
Firma 4	22,719	17,884	10,664	2,149	-2,950	-8,557	-13,451	-14,103	-6,877	-9,282	-45,990
Firma 5	19,323	71,010	153,733	195,438	-100,466	-9,800	64,192	148,144	179,401	204,647	218,350

COMPORTAMIENTO DE LA FIRMA DENTRO DEL RANKING

MARKESTRATED - Contribución Neta de Marketing (\$)

Pto.	Simulador	Industria	Firma	Periodo 0	Periodo 1	Periodo 2	Periodo 3	Periodo 4	Periodo 5	Periodo 6	Periodo 7	Periodo 8	Periodo 9	Periodo 10
1	MARKESTRATED	042012R10	2	7308.00	36436.00	104026.00	347845.00	865977.00	1550204.00	2578398.00	3974982.00	5620990.00	7757519.00	10931860.00
2	MARKESTRATED	042012R15	3	15950.00	40031.00	130059.00	271592.00	525491.00	932948.00	1656546.00	2580136.00	3779852.00	5260442.00	6978279.00
3	MARKESTRATED	042012R12	2	7308.00	40036.00	196211.00	488332.00	968969.00	1584953.00	2142417.00	2945402.00	4000892.00	5056117.00	6106126.00
4	MARKESTRATED	042012R17	2	7308.00	37634.00	227257.00	515363.00	837961.00	1199365.00	1591050.00	2014477.00	2497920.00	3155068.00	4477659.00
5	MARKESTRATED	042012R13	3	15950.00	40602.00	125278.00	240050.00	433727.00	693930.00	1084664.00	1593751.00	2263871.00	3188833.00	4281648.00
6	MARKESTRATED	042012R11	1	4700.00	24656.00	74552.00	173090.00	351608.00	643480.00	1075014.00	1592171.00	2114719.00	2857808.00	3887744.00
7	MARKESTRATED	042012R14	3	15950.00	51284.00	149102.00	327127.00	511505.00	759936.00	1086962.00	1509659.00	2065394.00	2774514.00	3635544.00
8	MARKESTRATED	042012R16	4	22719.00	65539.00	120807.00	220208.00	497396.00	924016.00	1187724.00	1595885.00	1912858.00	2249351.00	2682278.00
9	MARKESTRATED	042012R9	4	22719.00	42011.00	130372.00	302944.00	539007.00	734739.00	975644.00	1232734.00	1482688.00	1753093.00	2065327.00
10	MARKESTRATED	042012R11	2	7308.00	43627.00	95617.00	172504.00	311646.00	475811.00	673429.00	953693.00	1287773.00	1586350.00	1855294.00

CONCLUSIONES

El simulador MARKESTRATED ha sido una gran aportación para nosotros como estudiantes, para adquirir experiencia en los negocios principalmente en lo que se refiere a:

- Toma de decisiones
- Planeación estratégica
- Análisis de presupuestos
- Comportamiento del mercado, etc.

CONCLUSIONES

El haber participado en este simulador nos ha brindado un mayor entendimiento en el uso de la estrategia de mercado y las variantes dentro de la misma.

CONCLUSIONES

Así como aprender a tomar decisiones en base a pronósticos, análisis e interpretación del comportamiento y características de diferentes segmentos del mercado.

CONCLUSIONES

Gracias por darnos la oportunidad de participar en este simulador, ha sido una experiencia enriquecedora pues además del aprendizaje, la adrenalina que se siente a lo largo de dos semanas es algo rudo.