



UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

Escuela Académico Profesional de Contabilidad

**RETO LABSAG ABRIL
2014**

Markestrated

INTEGRANTES:

-  **MAYRA ROXANA CABRERA CONTRERAS**
-  **ISSIS MADELEINE RAMIREZ REQUE**
-  **GLORIA JECELA TUESTA MONTEZA**

ASESOR : *MA. Luis F. Balarezo J.*

EL RETO LABSAG

Para nosotras, como estudiantes, esta competencia fue una experiencia satisfactoria y gratificante, ya que pusimos en práctica los conocimientos aprendidos en la Universidad Señor de Sipán.

A pesar de actuar en una economía simulada (pero que está muy cerca de la realidad), quedó demostrada la importancia de saber tomar decisiones; más aun cuando éstas tienen que ver con las personas, sus gustos, preferencias, y demás elementos que se deben tener presentes al tratar de satisfacer las necesidades del mercado.

Donde hay una empresa de éxito, alguien tomo alguna vez una decisión valiente (Peter Drucker)



UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN

USS

METODOLOGIA APLICADA

- Las reuniones las realizábamos después de culminar con nuestros horarios académicos.
- En estas reuniones, realizadas en el transcurso de dos intensas semanas; discutíamos las decisiones que íbamos a tomar a partir de los resultados obtenidos en cada periodo.

USS

Donde hay una empresa de éxito, alguien tomo alguna vez una decisión valiente (Peter Drucker)



SIRMA 5

PERIODO 0



FIRMA 5

Nos tocó trabajar con las marcas SUXI y SUTE de la firma 5.

La Contribución Neta de Marketing inicial fue de \$ 9'898,000; y nuestro Presupuesto para el siguiente año fue de \$ 7'000,000

Marcas	SUXI	SUTE	
Produccion (U)	64	120	
Unidades Vendidas (U)	31.986	120	
Inventario (U)	32.014	0	
Precio Final (\$)	\$ 225	\$ 470	
Precio Promedio (\$)	\$ 138	\$ 293	
Costo de Transferencia (\$)	\$ 85	\$ 183	
Ingresos	\$ 4,411	\$ 35,143	
Costo de Productos Vendidos	\$ 2,709	\$ 21,934	
Costo de Inventario	\$ 312	\$ 0	
Publicidad	\$ 1,200	\$ 3,500	
Contribucion Bruta de Marketing	\$ 190	\$ 9,709	\$ 9,898

USS

Donde hay una empresa de éxito, alguien tomo alguna vez una decisión valiente (Peter Drucker)

PERIODO 1

En el primer año vendimos todas las unidades de SUTE, quedándonos con un pequeño inventario de SUXI.

Decidimos crear nuevos productos tanto para el mercado Sonite como Vodite.

Los precios fueron ajustados con el objetivo de que generen la mayor contribución posible por marca.

(EN MILES DE \$ EXCEPTO CUANDO SE INDIQUE)

(U)=UNIDADES

(\$)=EN \$

Marcas	SUXI	SUTE
Produccion (U)	25.6	217.16
Unidades Vendidas (U)	36.414	217.16
Inventario (U)	21.2	0
Precio Final (\$)	\$ 279	\$ 583
Precio Promedio (\$)	\$ 171	\$ 363
Costo de Transferencia (\$)	\$ 85	\$ 156
Ingresos	\$ 6,232	\$ 78,803
Costo de Productos Vendidos	\$ 3,107	\$ 33,975
Costo de Inventario	\$ 208	\$ 0
Publicidad	\$ 305	\$ 294
Contribucion Bruta de Marketing	\$ 2,611	\$ 44,535
		\$ 47,146

Donde hay una empresa de éxito, alguien tomo alguna vez una decisión valiente (Peter Drucker)



UNIVERSIDAD SONORA DE LA PAZ

USS

PERIODO 2

Si bien SICA quedó con un inventario de 4,077 unidades; SIMO pudo vender todas sus unidades gracias al incremento de la publicidad.

Aumentamos los precios de SICA y SIMO \$ 333 y \$ 746 respectivamente.

Con estas decisiones obtuvimos una contribución Neta de \$ 125,798.

Marcas	SICA	SIMO	
Produccion (U)	28,800	398,502	
Unidades Vendidas (U)	45,923	398,502	
Inventario (U)	4,077	0	
Precio Final (\$)	333	746	
Precio Promedio (\$)	204	465	
Costo de Transferencia (\$)	87	142	
Ingresos	9,374	185,330	
Costo de Productos Vendidos	4,002	56,617	
Costo de Inventario	41	0	
Publicidad	4,124	4,123	
Contribucion Bruta de Marketing	1,208	124,590	125,798

Donde hay una empresa de éxito, alguien tomo alguna vez una decisión valiente (Peter Drucker)



USS

PERIODO 3

En este periodo se vendieron todas las unidades de SUTE y SUXI.

También se lanzaron al mercado los nuevos productos SUXU, SURI y VUDA.

SURI vendió todas sus unidades, mientras que SUXU y VUDA se quedaron con un inventario de 4,832 y 55,518 unidades respectivamente.

1 - RESULTADOS GENERALES

(EN MILES DE \$ EXCEPTO CUANDO SE INDIQUE)

(U)=UNIDADES

(\$)=EN \$

Marcas	SUXU	SUTE	SUXU	SURI	VUDA	
Producción (U)	49,200	451,768	24,000	80,645	80,000	
Unidades Vendidas (U)	53,277	451,768	19,168	80,645	24,482	
Inventario (U)	0	0	4,832	0	55,518	
Precio Final (\$)	\$ 363	\$ 907	\$ 400	\$ 652	\$ 1,000	
Precio Promedio (\$)	\$ 223	\$ 567	\$ 246	\$ 406	\$ 600	
Costo de Transferencia (\$)	\$ 88	\$ 138	\$ 152	\$ 187	\$ 386	
Ingresos	\$ 11,869	\$ 255,943	\$ 4,713	\$ 32,727	\$ 14,689	
Costo de Productos Vendidos	\$ 4,665	\$ 62,546	\$ 2,918	\$ 15,068	\$ 9,447	
Costo de Inventario	\$ 0	\$ 0	\$ 65	\$ 0	\$ 2,464	
Publicidad	\$ 8,102	\$ 8,103	\$ 8,102	\$ 8,102	\$ 8,103	
Contribución Bruta de Marketing	\$ -890	\$ 185,293	\$ -6,391	\$ 9,557	\$ -5,324	\$ 182,237

Donde hay una empresa de éxito, alguien tomó alguna vez una decisión valiente (Peter Drucker)



U S R I N A S

USS

PERIODO 4



SUTE y SUXI siguen vendiéndose bien en este período; lo que no sucede con SUXU, SURI y VUDA

(EN MILES DE \$ EXCEPTO CUANDO SE INDIQUE)

(U)=UNIDADES

(\$)=EN \$

Marcas	SUXI	SUTE	SUXU	SURI	VUDA	
Produccion (U)	71,544	615,821	20,000	82,400	19,200	
Unidades Vendidas (U)	71,544	615,821	22,039	68,864	26,371	
Inventario (U)	0	0	2,793	15,536	48,347	
Precio Final (\$)	\$ 395	\$ 988	\$ 436	\$ 711	\$ 1,090	
Precio Promedio (\$)	\$ 243	\$ 618	\$ 268	\$ 438	\$ 654	
Costo de Transferencia (\$)	\$ 88	\$ 137	\$ 144	\$ 173	\$ 400	
Ingresos	\$ 17,362	\$ 380,347	\$ 5,908	\$ 29,294	\$ 17,247	
Costo de Productos Vendidos	\$ 6,283	\$ 84,277	\$ 3,173	\$ 11,549	\$ 10,547	
Costo de Inventario	\$ 0	\$ 0	\$ 46	\$ 309	\$ 2,224	
Publicidad	\$ 12,658	\$ 15,822	\$ 8,000	\$ 12,658	\$ 7,800	
Contribucion Bruta de Marketing	\$ -1,579	\$ 280,248	\$ -5,311	\$ 4,778	\$ -3,324	\$ 274,812

USS

Donde hay una empresa de éxito, alguien tomo alguna vez una decisión valiente (Peter Drucker)



U R N A S

PERIODO

5

Para este periodo pudimos observar que el panorama cambió. Ahora el incremento de las ventas de SUTE y VUDA disminuyeron y mas bien SUXI y SUXU vendieron todas sus unidades. Los productos se están consolidando.

1 - RESULTADOS GENERALES

(EN MILES DE \$ EXCEPTO CUANDO SE INDIQUE)

(U)=UNIDADES

(\$)=EN \$

Marcas	SUXU	SUTE	SUXI	SURI	VUDA	
Produccion (U)	75,699	504,800	29,213	67,200	20,800	
Unidades Vendidas (U)	75,699	476,271	32,006	69,795	34,361	
Inventario (U)	0	28,529	0	12,941	34,786	
Precio Final (\$)	\$ 430	\$ 1,077	\$ 475	\$ 774	\$ 1,417	
Precio Promedio (\$)	\$ 264	\$ 673	\$ 292	\$ 477	\$ 850	
Costo de Transferencia (\$)	\$ 91	\$ 143	\$ 142	\$ 177	\$ 425	
Ingresos	\$ 19,971	\$ 320,686	\$ 9,335	\$ 33,276	\$ 29,214	
Costo de Productos Vendidos	\$ 6,920	\$ 68,289	\$ 4,540	\$ 12,343	\$ 14,590	
Costo de Inventario	\$ 0	\$ 511	\$ 0	\$ 286	\$ 1,846	
Publicidad	\$ 6,000	\$ 7,000	\$ 4,000	\$ 3,000	\$ 6,000	
Contribucion Bruta de Marketing	\$ 7,051	\$ 244,886	\$ 795	\$ 17,647	\$ 6,778	\$ 277,156

Donde hay una empresa de éxito, alguien tomo alguna vez una decisión valiente (Peter Drucker)



UNIVERSIDAD SAN CARLOS DE GUATEMALA

UNSS

PERIODO

6

En este periodo el único producto que vendió todas sus unidades fue SUXU.

SUXI, SUTE, SURI y VUDA se quedaron con inventario. Es preocupante que VUDA se esté quedando con el mayor inventario en almacén.

No obstante lo anterior, la Contribución Neta de \$ 219,551 nos permitió mantener el 2° lugar.

1 - RESULTADOS GENERALES

(EN MILES DE \$ EXCEPTO CUANDO SE INDIQUE)

(U)=UNIDADES

(\$)=EN \$

Marcas	SUXI	SUTE	SUXU	SURI	VUDA	
Produccion (U)	72,800	388,000	42,400	58,400	45,400	
Unidades Vendidas (U)	70,643	318,550	37,182	41,910	54,632	
Inventario (U)	2,157	24,908	0	24,421	44,564	
Precio Final (\$)	478	1127	528	860	\$ 1,601	
Precio Promedio (\$)	293	704	324	526	961	
Costo de Transferencia (\$)	98	157	147	190	443	
Ingresos	20732	254267	11069	22999	36716	
Costo de Productos Vendidos	6950	56586	5008	8309	16951	
Costo de Inventario	29	527	0	627	2668	
Publicidad	6600	7700	4400	3300	6600	
Contribucion Bruta de Marketing	7153	189475	1662	10764	10497	\$ 219551

Donde hay una empresa de éxito, alguien tomo alguna vez una decisión valiente (Peter Drucker)



U.S.C. 1955

USS

PERIODO 7

Los resultados del periodo 7 no son muy alentadores ya que nos quedamos con inventarios en todos nuestros productos.

A partir de este periodo, el Gobierno decretó que los precios no podían aumentar más del 5%.

Es notoria la disminución de la tendencia en el incremento de nuestras ventas.

1 - RESULTADOS GENERALES

(EN MILES DE \$ EXCEPTO CUANDO SE INDIQUE)

(U)=UNIDADES

(\$)=EN \$

Marcas	SUXI	SUTE	SUXU	SURI	VUDA	
Producción (U)	88,000	388,000	42,400	58,400	46,400	
Unidades Vendidas (U)	72,488	318,550	37,182	41,910	54,632	
Inventario (U)	17,669	94,358	5,218	40,911	36,332	
Precio Final (\$)	\$ 502	\$ 1,183	\$ 554	\$ 903	\$ 1,681	
Precio Promedio (\$)	\$ 308	\$ 740	\$ 340	\$ 550	\$ 1,009	
Costo de Transferencia (\$)	\$ 108	\$ 175	\$ 197	\$ 209	\$ 482	
Ingresos	\$ 22,353	\$ 235,649	\$ 12,659	\$ 23,054	\$ 55,102	
Costo de Productos Vendidos	\$ 7,818	\$ 55,590	\$ 7,317	\$ 8,769	\$ 26,317	
Costo de Inventario	\$ 276	\$ 2,388	\$ 149	\$ 1,241	\$ 2,538	
Publicidad	\$ 6,600	\$ 7,700	\$ 4,400	\$ 3,300	\$ 6,600	
Contribución Bruta de Marketing	\$ 7,658	\$ 169,971	\$ 793	\$ 9,743	\$ 19,647	\$ 207,813

USS

Donde hay una empresa de éxito, alguien tomó alguna vez una decisión valiente (Peter Drucker)



U
R
N
A
S

PERIODO

8

De todos nuestros productos, el único que vendió todas sus unidades fue SUXU. Asimismo SUTE se quedó con la mayor cantidad de inventarios.

Decidimos no seguir aumentando el precio de VUDA para tratar de que el mercado reaccione.

Marcas	SUXI	SUTE	SUXU	SURI	VUDA	
Produccion (U)	80,000	304,800	53,235	54,400	70,400	
Unidades Vendidas (U)	96,171	346,790	58,453	54,394	58,712	
Inventario (U)	1,498	52,368	0	40,917	48,020	
Precio Final (\$)	527	1,442	582	848	1,681	
Precio Promedio (\$)	324	777	358	519	1,009	
Costo de Transferencia (\$)	118	193	184	228	509	
Ingresos	31,176	269,503	20,928	28,211	58,217	
Costo de Productos Vendidos	11,302	66,880	10,746	12,426	29,904	
Costo de Inventario	24	1,363	0	1,262	3,302	
Publicidad	8,000	12,000	7,000	5,000	12,000	
Contribucion Bruta de Marketing	11,849	189,259	3,182	9,523	14,011	227824

Donde hay una empresa de éxito, alguien tomo alguna vez una decisión valiente (Peter Drucker)



EMPRESAS

USS

PERIODO

9

A partir de este periodo orientamos nuestros productos a otros mercados logrando que SURI y VUDA incrementen sus ventas, vendiendo toda su producción

SUXI, SUTE y SUXU todavía no encontraron un mercado en el cual consolidarse.

1 - RESULTADOS GENERALES

(EN MILES DE \$ EXCEPTO CUANDO SE INDIQUE)

(U)=UNIDADES

(\$)=EN \$

Marcas	SUXI	SUTE	SUXU	SURI	VUDA	
Produccion (U)	240,000	280,000	280,000	102,303	120,000	
Unidades Vendidas (U)	170,985	264,372	203,678	143,220	168,020	
Inventario (U)	70,513	67,996	76,322	0	0	
Precio Final (\$)	553	1304	610	890	1680	
Precio Promedio (\$)	341	808	376	549	\$ 1,008	
Costo de Transferencia (\$)	120	210	148	240	521	
Ingresos	58249	213691	76506	78634	169364	
Costo de Productos Vendidos	20508	\$ 55,543	30177	34425	87490	
Costo de Inventario	1057	1786	1413	0	0	
Publicidad	14000	13000	14000	12000	14000	
Contribucion Bruta de Marketing	22684	143362	30916	32209	67874	297044

Donde hay una empresa de éxito, alguien tomo alguna vez una decisión valiente (Peter Drucker)



UNIVERSIDAD SAN CARLOS DE GUATEMALA

USS

PERIODO 10

Este era un periodo decisivo. Se trató de producir al máximo para copar el mercado; pero sin excederse ya que los inventarios podían resultar en una disminución de nuestras ganancias.

La combinación de precios, y posicionamiento produjo la mayor contribución neta que habíamos obtenido hasta el momento: \$ 639,936.

1 - RESULTADOS GENERALES

(EN MILES DE \$ EXCEPTO CUANDO SE INDIQUE)

(U)=UNIDADES

(\$)=EN \$

Marcas	SUXI	SUTE	SUXU	SURI	VUDA	
Producción (U)	480	400	560	400	796.8	
Unidades Vendidas (U)	298.873	335.563	460.79	284.88	437.135	
Inventario (U)	251.64	132.433	175.532	115.12	369.665	
Precio Final (\$)	\$ 580	\$ 1.369	\$ 641	\$ 935	\$ 1.680	
Precio Promedio (\$)	\$ 358	\$ 844	\$ 395	\$ 577	\$ 1.008	
Costo de Transferencia (\$)	\$ 117	\$ 223	\$ 130	\$ 228	\$ 440	
Ingresos	\$ 106.853	\$ 283.161	\$ 181.939	\$ 164.477	\$ 440.632	
Costo de Productos Vendidos	\$ 34.987	\$ 74.992	\$ 80.106	\$ 65.054	\$ 192.341	
Costo de Inventario	\$ 3.388	\$ 3.404	\$ 2.633	\$ 3.023	\$ 18.199	
Publicidad	\$ 16.000	\$ 15.000	\$ 16.000	\$ 16.000	\$ 16.000	
Contribución Bruta de Marketing	\$ 52.479	\$ 189.765	\$ 103.200	\$ 80.400	\$ 214.092	\$ 639.936

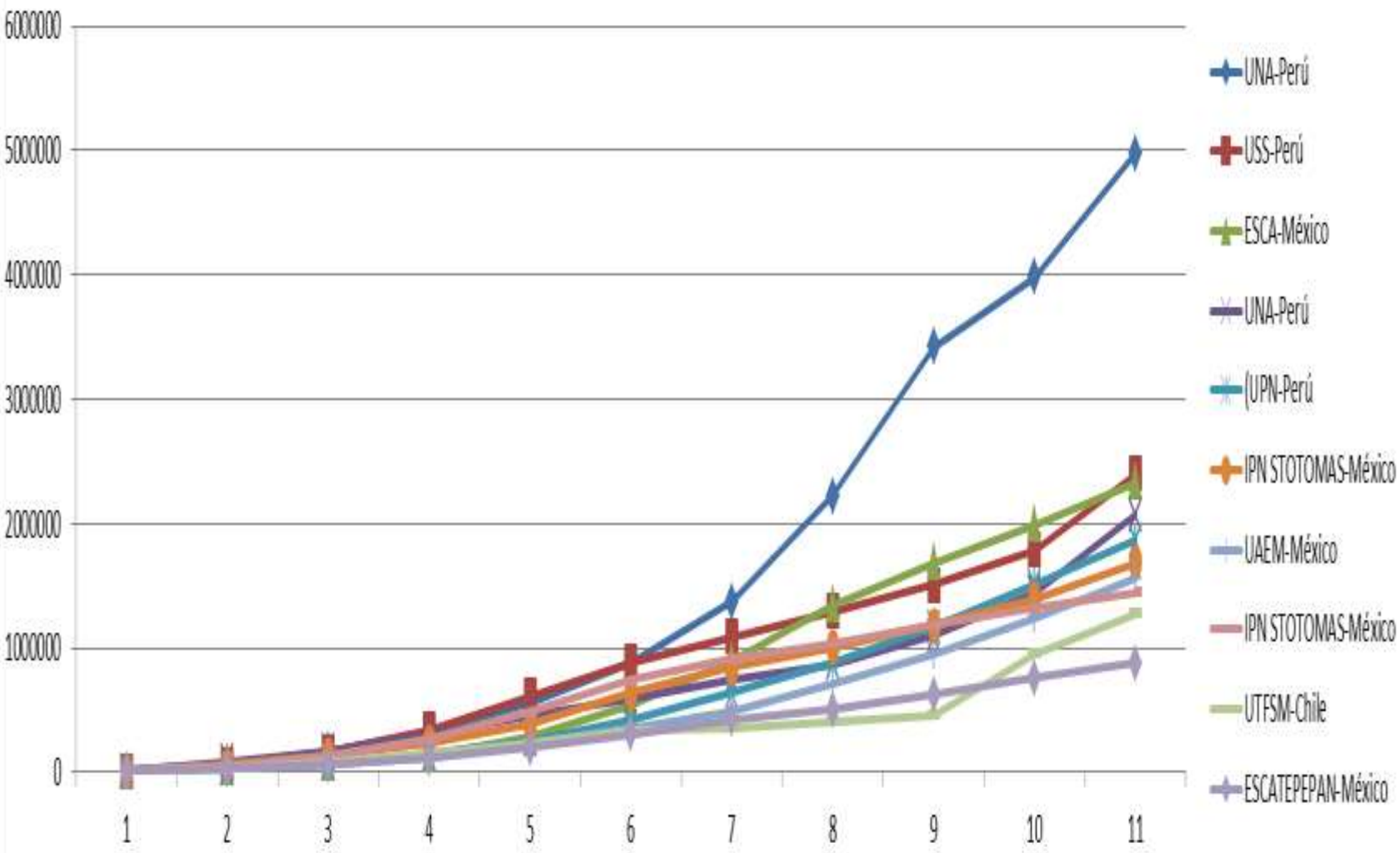
Donde hay una empresa de éxito, alguien tomo alguna vez una decisión valiente (Peter Drucker)



UNIVERSIDAD
SIMÓN BOLÍVAR

UNIVERSIDAD
SIMÓN BOLÍVAR

COMPORTAMIENTO DE LA CONTRIBUCION MARGINAL DENTRO DEL RANKING



USS

Donde hay una empresa de éxito, alguien tomo alguna vez una decisión valiente (Peter Drucker)



CONCLUSIONES

El haber participado en esta competencia ha incrementado nuestra capacidad de análisis de mercados, canales, precios y consumidores; y nos ha dado la oportunidad de experimentar las diferentes estrategias de mercadotecnia.

El simulador MARKESTRATED nos ha servido como plataforma para ganar la experiencia que se requiere para tomar decisiones en los negocios sin tener que poner en riesgo una empresa real.

USS

Donde hay una empresa de éxito, alguien tomo alguna vez una decisión valiente (Peter Drucker)



LIBRERÍA

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a Michelsen LASBAG Ltd. por realizar estos concursos que permiten a estudiantes de diferentes carreras profesionales participar, desarrollar y compartir conocimientos y habilidades.

Agradecemos a la Universidad Señor de Sipán por brindarnos la oportunidad de representarla internacionalmente en esta clase de competencias que nos ayudan a crecer personal y profesionalmente.

Agradecemos de manera especial a nuestro asesor, el MA. Luis Fernando Balarezo Jaime, por ayudarnos a obtener este reconocimiento internacional.

Donde hay una empresa de éxito, alguien tomó alguna vez una decisión valiente (Peter Drucker)

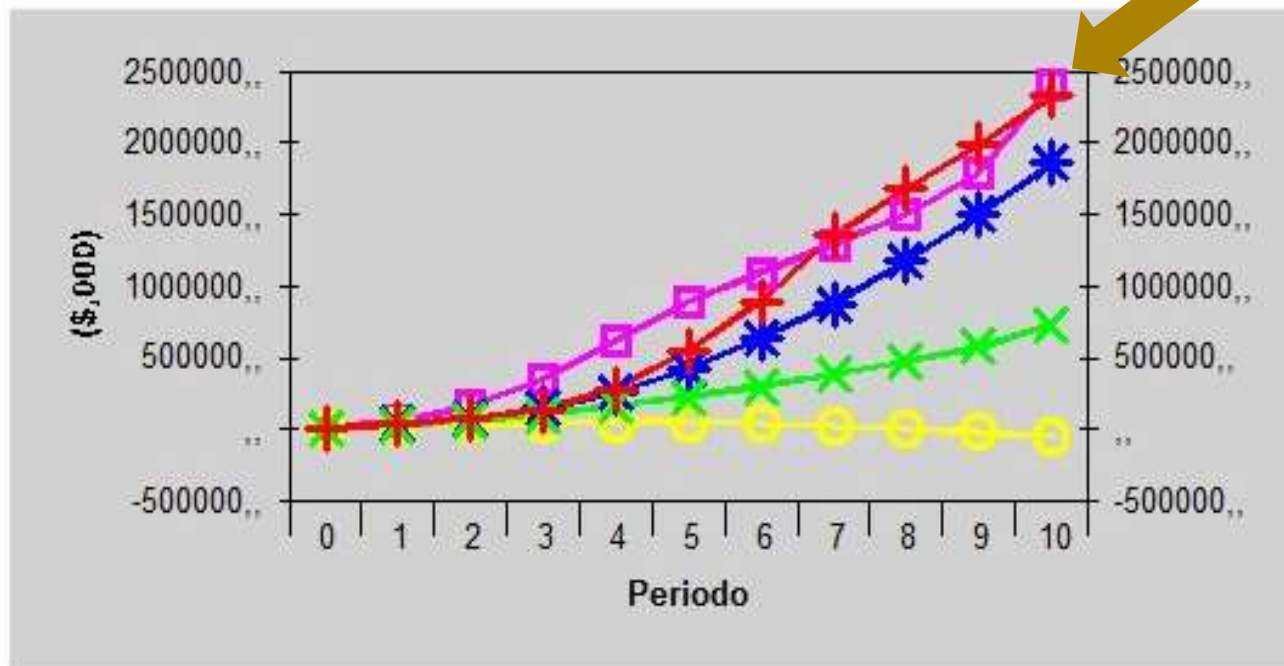


U
S
S

U
S
S

GRAFICA DEL COMPORTAMIENTO DE LA FIRMA 5

Contribución Neta de Marketing Acum. - MARKESTRATED



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

Donde hay una empresa de éxito, alguien tomo alguna vez una decisión valiente (Peter Drucker)



FIRMA 5

USS

RESULTADO FINAL



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	8.937	33.987	74.983	136.919	280.638	541.552	898.588	1.350.618	1.685.644	1.995.212	2.331.268
Firma 2	9.523	29.618	54.467	99.727	164.353	226.682	295.858	383.173	472.238	572.254	733.700
Firma 3	10.837	31.754	74.594	143.937	255.834	422.237	637.587	878.935	1.171.019	1.508.246	1.881.549
Firma 4	10.112	21.835	31.400	38.097	42.499	42.909	37.372	23.795	4.104	-21.160	-51.285
Firma 5	8.482	53.634	167.491	345.019	614.375	885.437	1.093.476	1.292.744	1.506.684	1.787.009	2.402.582



USS

Donde hay una empresa de éxito, alguien tomo alguna vez una decisión valiente (Peter Drucker)



FIRMAS

Gracias

Cabrera Contreras Mayra Roxana

Ramirez Reque Issis Madeleine

Tuesta Monteza Gloria Jesela

USS

Donde hay una empresa de éxito, alguien tomo alguna vez una decisión valiente (Peter Drucker)



FIRMA S



US BIBLIOTECA

Mayra R. Cabrera C. Issis M. Ramírez R. Gloria J. Tuesta M.

MA. Luis F. Balarezo J.
(Docente)