

ESTRATEGIAS SIMULADOR MARKESTRATED

1er Lugar - FIRMA 3

INDUSTRIA: 25RET062024_LIC

PARTICIPANTES:

JOSE FERNANDO MENESES OTERO (PROFESOR)

KELLY JOHANNA CAÑIZARES

CHRISTIAN ALBERTO GUTIERREZ



UNIMINUTO
Corporación Universitaria Minuto de Dios
Educación de calidad al alcance de todos
Vigilada MinEducación

SIMULADOR MARKESTRATED



**CHRISTIAN ALBERTO
GUTIERREZ**

**KELLY JOHANNA
CAÑIZARES**

**JOSE FERNANDO
MENESES OTERO
(PROFESOR)**



ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS
UNIMINUTO - CÚCUTA

OBJETIVOS Y EXPECTATIVAS

- Antes de iniciar la toma de la primera decisión analizamos muy bien la situación de nuestra firma, los productos disponibles y sus características frente al mercado en el que se encontraban. Nuestro objetivo siempre fue lograr que al finalizar el año 8, nuestro margen de contribución neta fuera superior a 2.5 millones. De igual manera, verificamos los segmentos y las necesidades de cada uno para potencializar en ellos la demanda de nuestros productos.
- Finalmente, nuestra estrategia se centró en tomar decisiones que apuntaran al crecimiento de nuestra firma, teniendo en cuenta las herramientas que nos ofrece el marketing estratégico.

SITUACIÓN INICIAL – AÑO 0

- Nos fue asignada la firma 3, donde encontramos 2 marcas de productos Sonites, SIMO y SICA, evidenciando que el producto con mayores ventas es SICA, aún cuando su precio es más alto que el producto SIMO. De igual manera, evidenciamos que la producción de los 2 productos es vendida en su totalidad.
- La contribución neta de marketing entregada fue de 6730 y el presupuesto de marketing disponible para la primera decisión, es decir, el año 1, es de 7.000.

Resultados generales Año 0

MARCAS	SIMO	SICA
Producción (Unidades)	76459.	96000.
Unid. Vends.(Unidades)	76459.	96000.
Inventario (Unidades)	0.	0.
Precio Final (\$)	200.	300.
Precio Promoción (\$)	123.	184.
Costo Trans.(\$)	58.	110.
Ingresos	9385.	17688.
Costo Prods. Vendidos	4437.	10564.
Costo Inventarios	0.	0.
Publicidad	1800.	2200.
Contri. Bruta Marketing	3148.	4923.
	8071.	

I & D	0.
Fuerza de Ventas	-1341.
Investig. de Mercado	0.
Costo/Util Excepcional	0.
Contri. Neta Marketing	6730.
Presupuesto Próximo Periodo	7000.

RESULTADOS DECISIÓN 1 – AÑO 1

- De los resultados del año 0 se revisó el presupuesto disponible para determinar la fuerza de ventas, la inversión en publicidad y para comprar los estudios de mercado para obtener información relevante para la siguiente decisión, se estimó un crecimiento superior al 30% con la intención de ganarle participación a otros competidores.

Resultados generales Año 1

MARCAS	SIMO	SICA
Producción (Unidades)	60000.	60000.
Unid. Vends.(Unidades)	60000.	60000.
Inventario (Unidades)	0.	0.
Precio Final (\$)	218.	390.
Precio Promoción (\$)	134.	240.
Costo Trans.(\$)	55.	107.
Ingresos	8031.	14412.
Costo Prods. Vendidos	3314.	6424.
Costo Inventarios	0.	0.
Publicidad	2500.	2500.
Contri. Bruta Marketing	2217.	5488.
	7705.	

I & D	0.
Fuerza de Ventas	-1426.
Investig. de Mercado	-71.
Costo/Util Excepcional	0.
Contri. Neta Marketing	6208.
Presupuesto Próximo Periodo	7630.

RESULTADOS DECISIÓN 2 – AÑO 2

- En esta decisión se estimó invertir en proyectos de investigación y desarrollo para fortalecer las marcas existentes, para la creación de un producto Vodite y orientar la marca SICA al segmento 4, manteniendo la fuerza de ventas, la publicidad y los estudios de mercado comprados, también se disminuyeron los volúmenes de producción para observar el comportamiento y finalmente se logró vender todo el inventario.

Resultados generales Año 2

MARCAS	SIMO	SICA
Producción (Unidades)	160000.	200000.
Unid. Vends.(Unidades)	158310.	155472.
Inventario (Unidades)	1690.	44528.
Precio Final (\$)	238.	450.
Precio Promoción (\$)	146.	278.
Costo Trans.(\$)	50.	96.
Ingresos	23112.	43237.
Costo Prods. Vendidos	7949.	14959.
Costo Inventarios	10.	493.
Publicidad	40.	200.
Contri. Bruta Marketing	15114.	27586.
	42700.	

I & D	-5500.
Fuerza de Ventas	-1845.
Investig. de Mercado	-78.
Costo/Util Excepcional	0.
Contri. Neta Marketing	35277.
Presupuesto Próximo Periodo	14795.

RESULTADOS DECISIÓN 3 – AÑO 3

- Se observó el crecimiento en ventas de las dos marcas, se falló en el estimado de producción y se perdió la posibilidad de crecer en las unidades vendidas, se aplicaron los proyectos de investigación y desarrollo para la creación de un producto Vodite y para acercar la referencia SICA a los objetivos perceptuales del segmento 4

Resultados generales Año 3

MARCAS	SIMO	SICA	VITO
Producción (Unidades)	270554.	211875.	104000.
Unid. Vends.(Unidades)	272244.	256403.	81239.
Inventario (Unidades)	0.	0.	22761.
Precio Final (\$)	259.	500.	600.
Precio Promoción (\$)	159.	309.	360.
Costo Trans.(\$)	47.	94.	184.
Ingresos	43325.	79298.	29246.
Costo Prods. Vendidos	12802.	24106.	14916.
Costo Inventarios	0.	0.	481.
Publicidad	3000.	3000.	1000.
Contri. Bruta Marketing	27522.	52191.	12849.
			92563.

I & D	-1500.
Fuerza de Ventas	-3255.
Investig. de Mercado	-815.
Costo/Util Excepcional	0.
Contri. Neta Marketing	86993.
Presupuesto Próximo Periodo	34875.

RESULTADOS DECISIÓN 4 – AÑO 4

Se continuaron observando los estimados del mercado de Sonites y Vodites para estimar el crecimiento de cada marca considerando la participación que se tenía en cada mercado, se continuó orientando la marca SICA al segmento 4 mientras que la marca SIMO continuaba con una mayor participación en los segmentos 2 y 5, el producto Vodite no tenía otro competidor en el mercado.

Resultados generales Año 4

MARCAS	SIMO	SICA	VITO
Producción (Unidades)	480000.	1200000.	120000.
Unid. Vends.(Unidades)	369777.	1200000.	62428.
Inventario (Unidades)	110223.	0.	80333.
Precio Final (\$)	282.	600.	700.
Precio Promoción (\$)	173.	372.	420.
Costo Trans.(\$)	44.	104.	167.
Ingresos	64050.	446597.	26220.
Costo Prods. Vendidos	16420.	124316.	10441.
Costo Inventarios	563.	0.	1545.
Publicidad	5000.	8000.	6000.
Contri. Bruta Marketing	42067.	314281.	8234.
			364582.

I & D	0.
Fuerza de Ventas	-9317.
Investig. de Mercado	-888.
Costo/Util Excepcional	0.
Contri. Neta Marketing	354377.
Presupuesto Próximo Periodo	132432.

RESULTADOS DECISIÓN 5 – AÑO 5

En este periodo se analizaron los estimados del mercado de Sonites y Vodites para identificar el crecimiento de cada marca considerando la participación que se tenía en cada mercado, se identificó el potencial del producto Vodite en una industria aún no se identificaba un competidor, se continuó orientando la marca SICA al segmento 4 mientras que la marca SIMO continuaba con una mayor participación en los segmentos 2 y 5.

Resultados generales Año 5

MARCAS	SIMO	SICA	VITO
Producción (Unidades)	800000.	2000000.	88000.
Unid. Vends.(Unidades)	469058.	1461218.	20407.
Inventario (Unidades)	441165.	538782.	147926.
Precio Final (\$)	308.	700.	800.
Precio Promoción (\$)	189.	434.	480.
Costo Trans.(\$)	43.	91.	172.
Ingresos	88637.	634885.	9795.
Costo Prods. Vendidos	20244.	133570.	3506.
Costo Inventarios	2380.	6156.	3176.
Publicidad	7000.	10000.	7000.
Contri. Bruta Marketing	59013.	485159.	-3887.
			540284.

I & D	0.
Fuerza de Ventas	-14934.
Investig. de Mercado	-985.
Costo/Util Excepcional	0.
Contri. Neta Marketing	524366.
Presupuesto Próximo Periodo	192155.

RESULTADOS DECISIÓN 6 – AÑO 6

En este periodo se analizaron los estimados del mercado de Sonites y Vodites para identificar el crecimiento de cada marca considerando la participación que se tenía en cada mercado, se identificó el potencial del producto Vodite en una industria aún no se identificaba un competidor, se continuó orientando la marca SICA al segmento 4 mientras que la marca SIMO continuaba con una mayor participación en los segmentos 2 y 5.

Resultados generales Año 6

MARCAS	SIMO	SICA	VITO
Producción (Unidades)	640000.	1760000.	64000.
Unid. Vends.(Unidades)	505217.	1050620.	61808.
Inventario (Unidades)	575948.	1248162.	150118.
Precio Final (\$)	342.	800.	600.
Precio Promoción (\$)	210.	497.	360.
Costo Trans.(\$)	45.	93.	186.
Ingresos	106058.	522367.	22251.
Costo Prods. Vendidos	22982.	97944.	11486.
Costo Inventarios	3537.	15709.	3766.
Publicidad	7000.	10000.	5000.
Contri. Bruta Marketing	72538.	398714.	1999.
			473252.

I & D	-9900.
Fuerza de Ventas	-21323.
Investig. de Mercado	-1112.
Costo/Util Excepcional	0.
Contri. Neta Marketing	440917.
Presupuesto Próximo Periodo	162982.

RESULTADOS DECISIÓN 7 – AÑO 7

Durante el periodo se analizaron los estimados del mercado de Sonites y Vodites, se estudiaron los porcentajes de participación en el mercado, SIMO y SICA tenían cerca del 40% del mercado mientras que VITO tenía el 100% del mercado Vodite, se revisaron los estudios de fuerza de ventas y publicidad competitiva para realizar una inversión mayor a los competidores y seguir creciendo en ventas.

Resultados generales Año 7

MARCAS	SIMO	SICA	VITO
Producción (Unidades)	400000.	1200000.	64000.
Unid. Vends.(Unidades)	689778.	1354004.	169417.
Inventario (Unidades)	286170.	1094158.	44701.
Precio Final (\$)	350.	800.	600.
Precio Promoción (\$)	215.	497.	360.
Costo Trans.(\$)	51.	102.	206.
Ingresos	148428.	672955.	60990.
Costo Prods. Vendidos	34847.	137985.	34897.
Costo Inventarios	2096.	16168.	1335.
Publicidad	7000.	10000.	3000.
Contri. Bruta Marketing	104484.	508801.	21758.
			635043.

I & D	0.
Fuerza de Ventas	-31807.
Investig. de Mercado	-1278.
Costo/Util Excepcional	0.
Contri. Neta Marketing	601959.
Presupuesto Próximo Periodo	219073.

RESULTADOS DECISIÓN 8 – AÑO 8

En la última decisión se trabajó en controlar inventario, se proyectó tener un liderazgo absoluto en el mercado Vodite pero otros competidores entraron con otra referencia a un menor precio y se tuvo un mercado compartido, se analizaron los estimados del tamaño del mercado Sonite para definir los volúmenes de producción partiendo de los inventarios disponibles y se mantuvo el crecimiento en la fuerza de ventas y en la publicidad por marca.

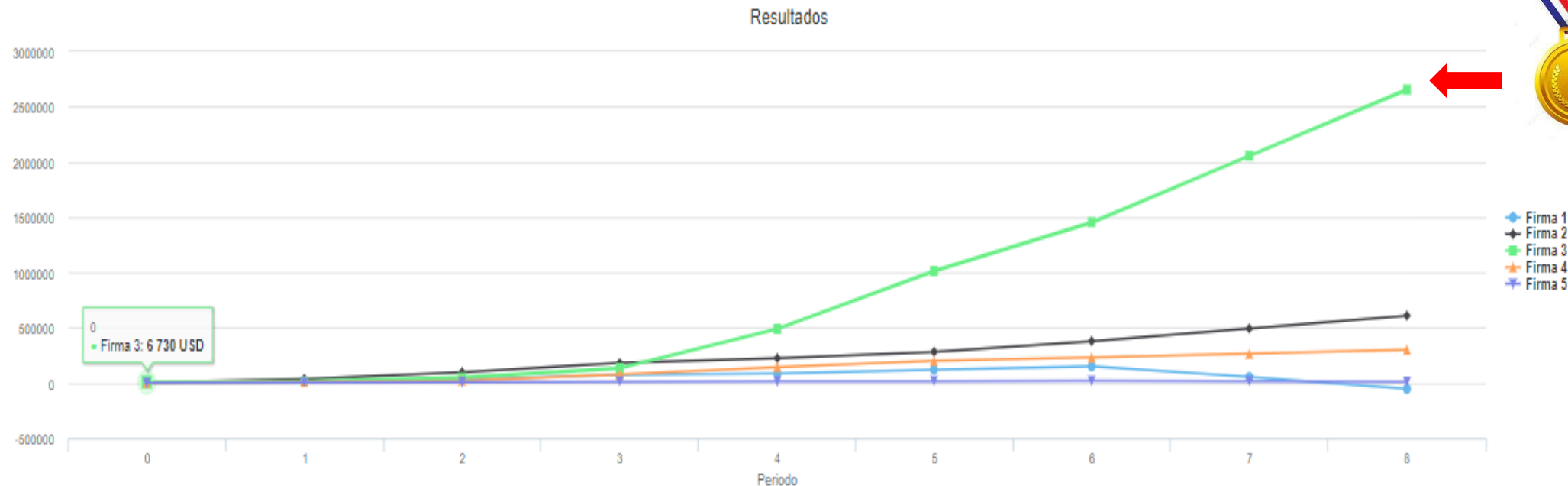
Resultados generales Año 8

MARCAS	SIMO	SICA	VITO
Producción (Unidades)	560000.	800000.	400000.
Unid. Vends.(Unidades)	666629.	1289337.	240276.
Inventario (Unidades)	179541.	604821.	204425.
Precio Final (\$)	367.	840.	600.
Precio Promoción (\$)	226.	522.	360.
Costo Trans.(\$)	55.	112.	200.
Ingresos	150478.	673236.	86499.
Costo Prods. Vendidos	36509.	144294.	48074.
Costo Inventarios	1327.	9138.	5522.
Publicidad	10000.	10000.	5000.
Contri. Bruta Marketing	102641.	509804.	27904.
		640350.	

I & D	0.
Fuerza de Ventas	-41019.
Investig. de Mercado	-1443.
Costo/Util Excepcional	0.
Contri. Neta Marketing	597888.
Presupuesto Próximo Periodo	217665.

RESULTADOS FINALES

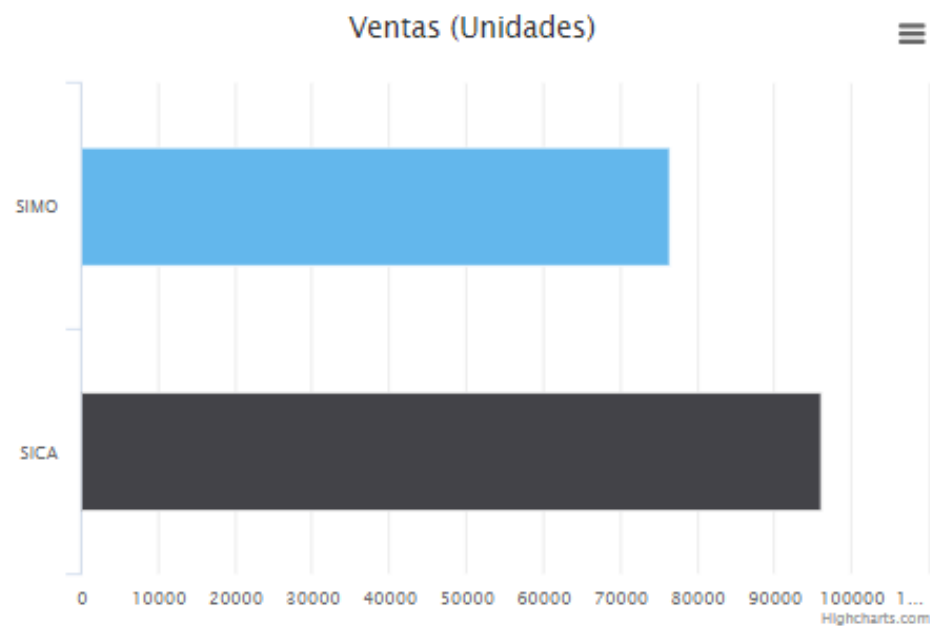
CONTRIBUCIÓN NETA DE MARKETING ACUM.



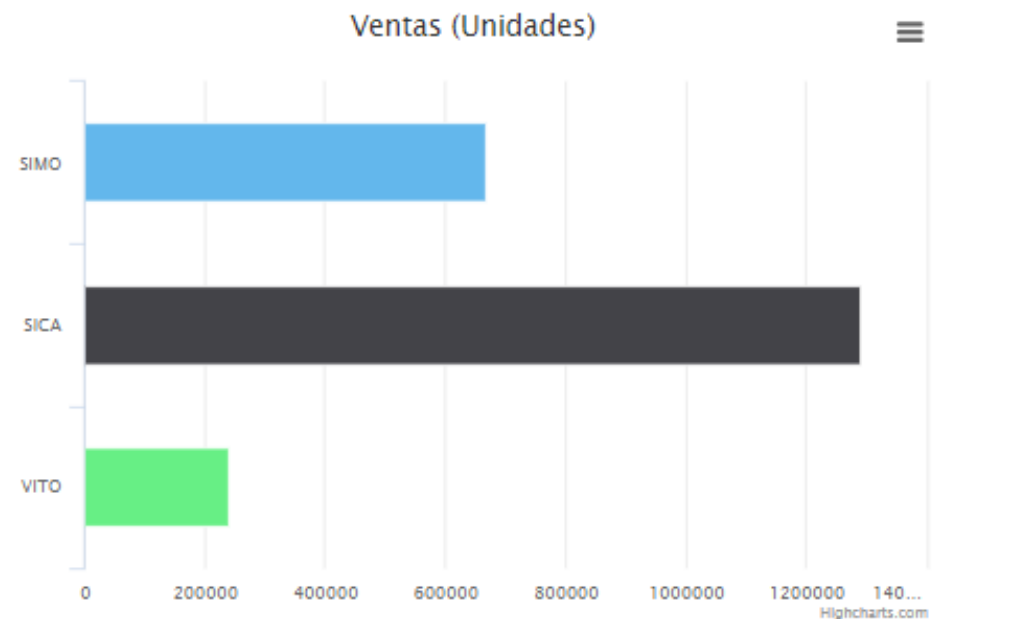
Firmas	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8
Firma 1	2578.	13973.	33108.	72441.	86346.	120956.	149746.	53382.	-53490.
Firma 2	4922.	36196.	97359.	180012.	224287.	282571.	379190.	493333.	609448.
Firma 3	6730.	12938.	48215.	135208.	489585.	1013950.	1454867.	2056826.	2654714.
Firma 4	1392.	10113.	21176.	75729.	143855.	199960.	230595.	264978.	302265.
Firma 5	488.	4702.	9101.	13110.	14657.	17538.	18551.	16437.	11184.

SITUACIÓN INICIAL vs SITUACIÓN FINAL

AÑO 0

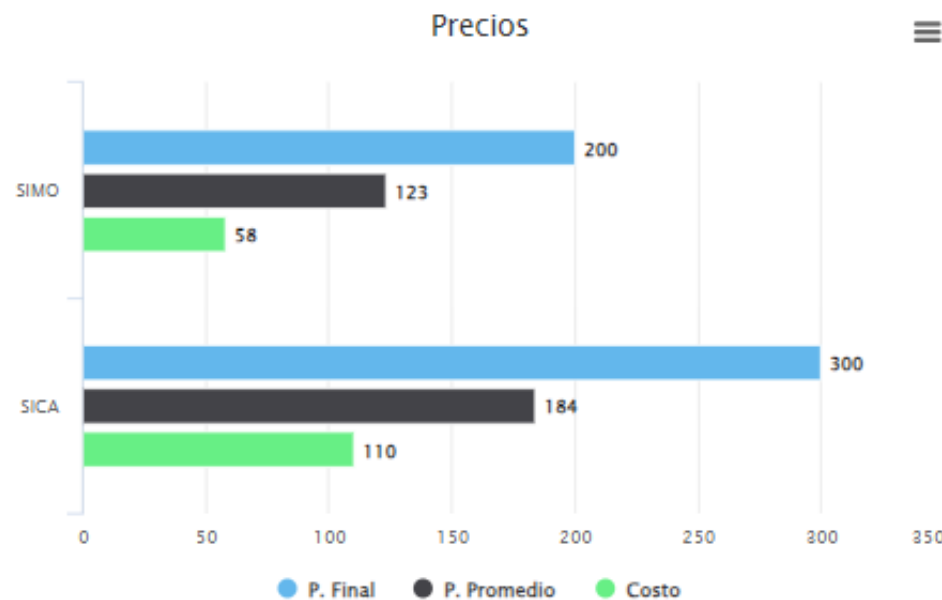


AÑO 8

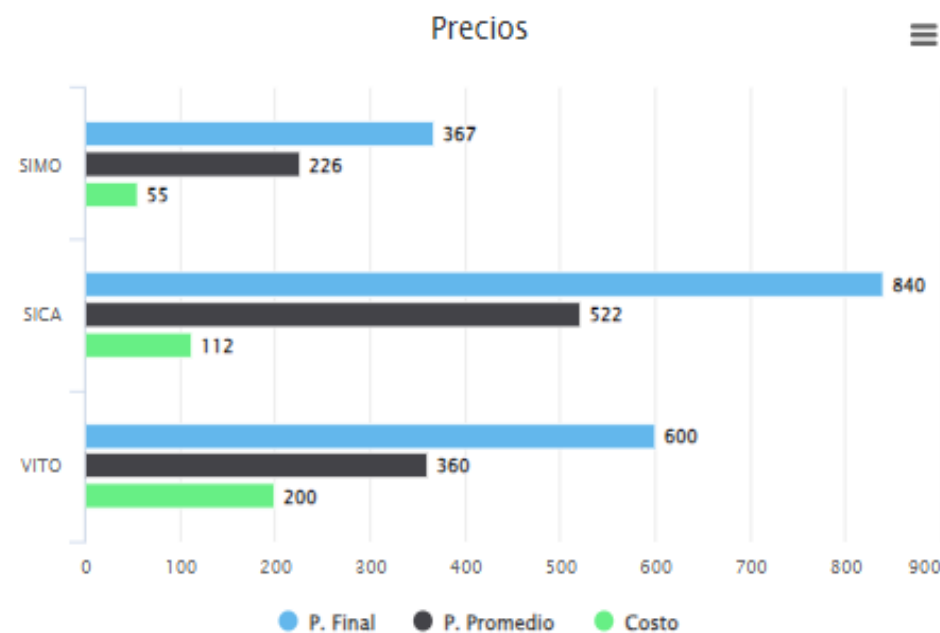


SITUACIÓN INICIAL vs SITUACIÓN FINAL

AÑO 0



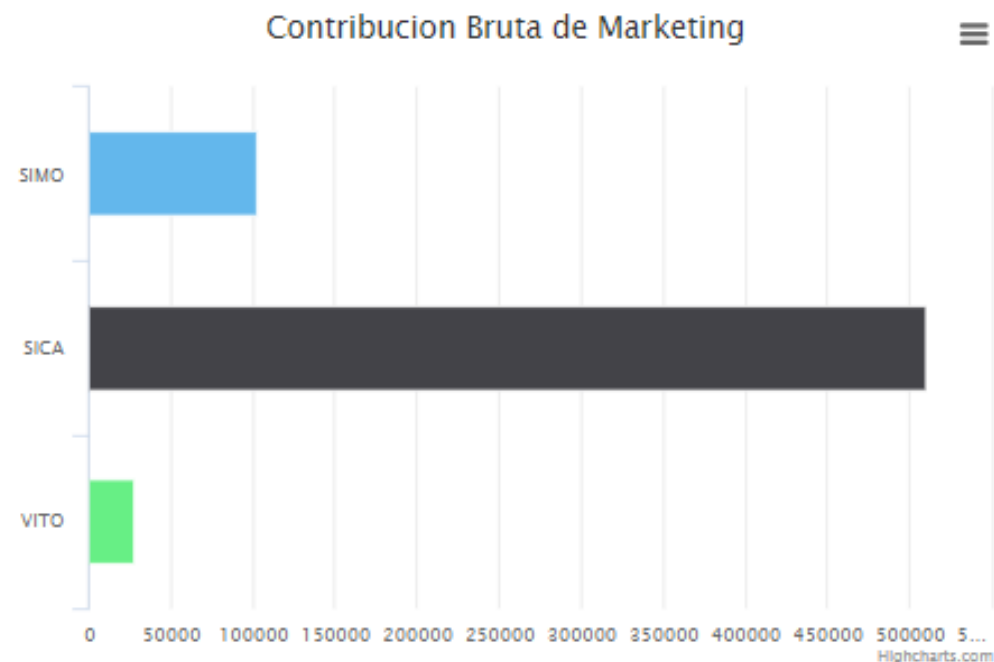
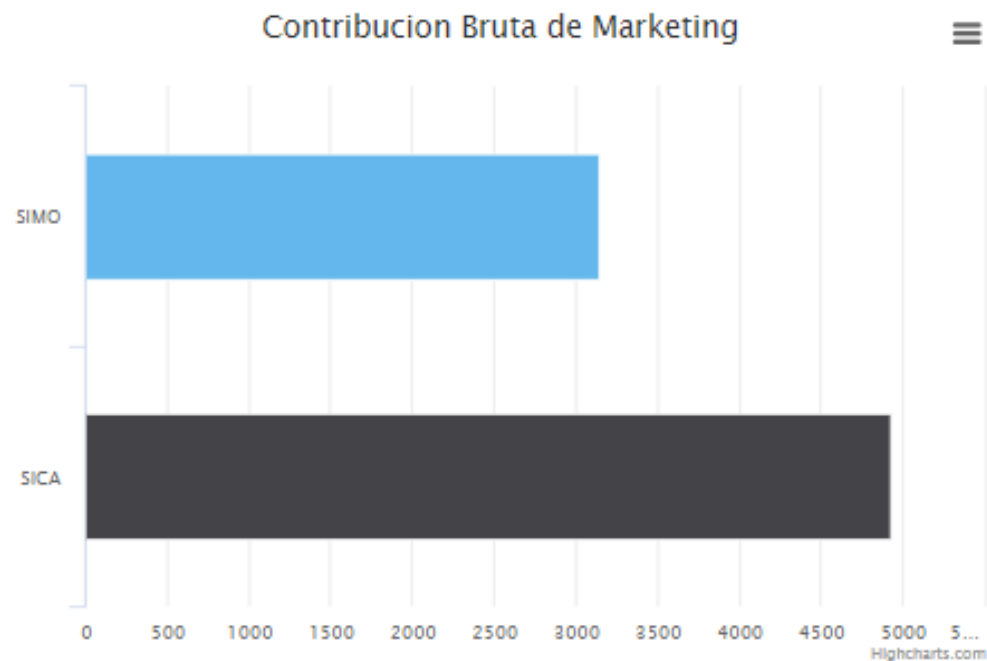
AÑO 8



SITUACIÓN INICIAL vs SITUACIÓN FINAL

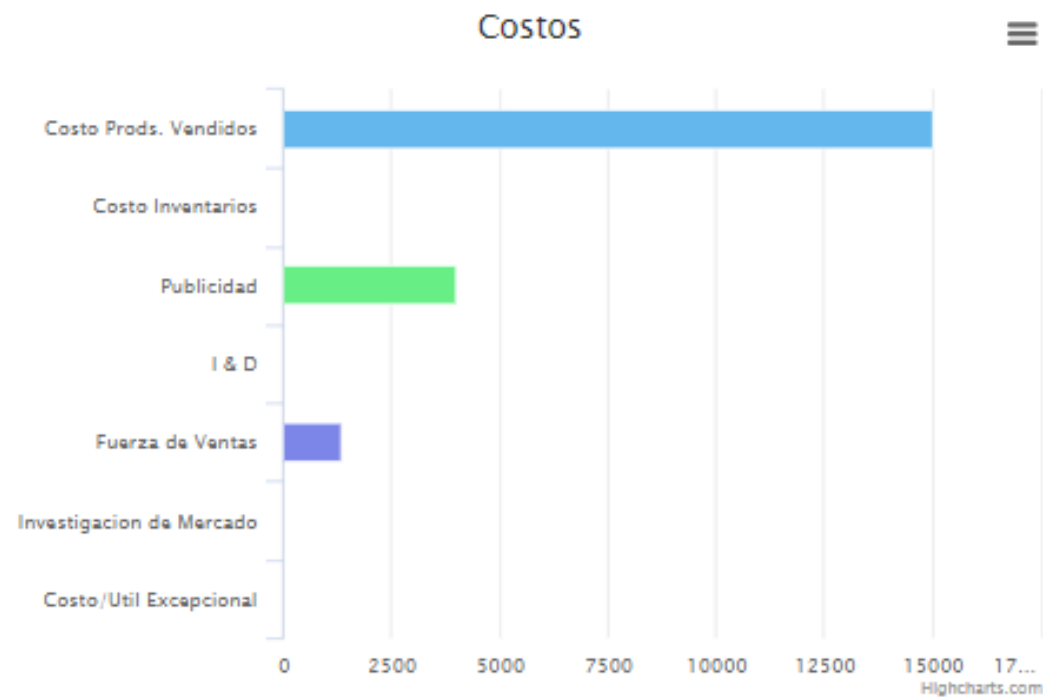
AÑO 0

AÑO 8

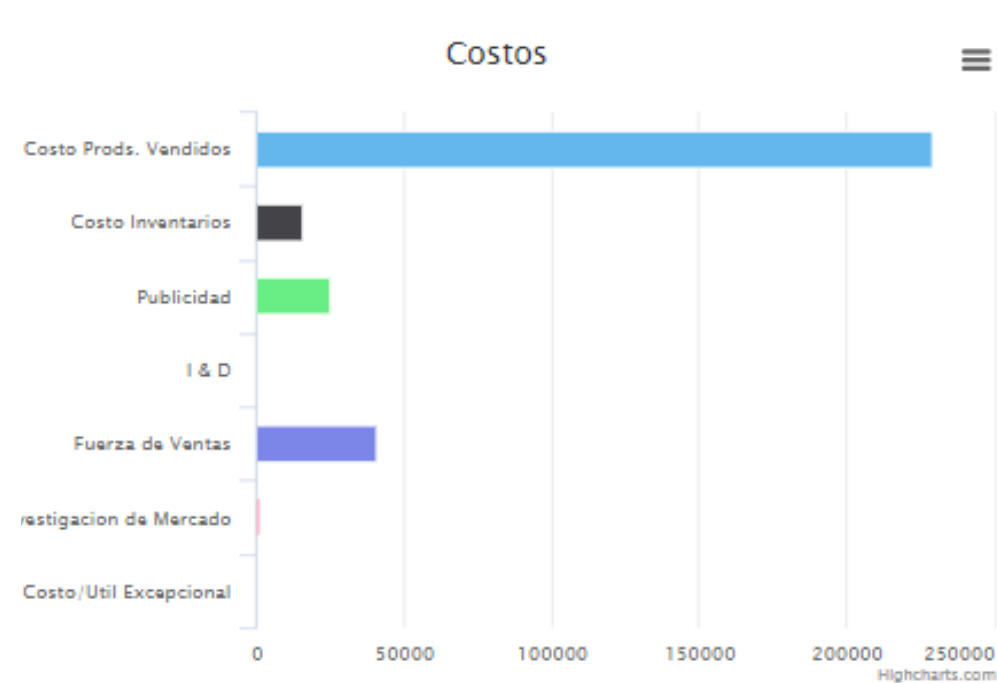


SITUACIÓN INICIAL vs SITUACIÓN FINAL

AÑO 0

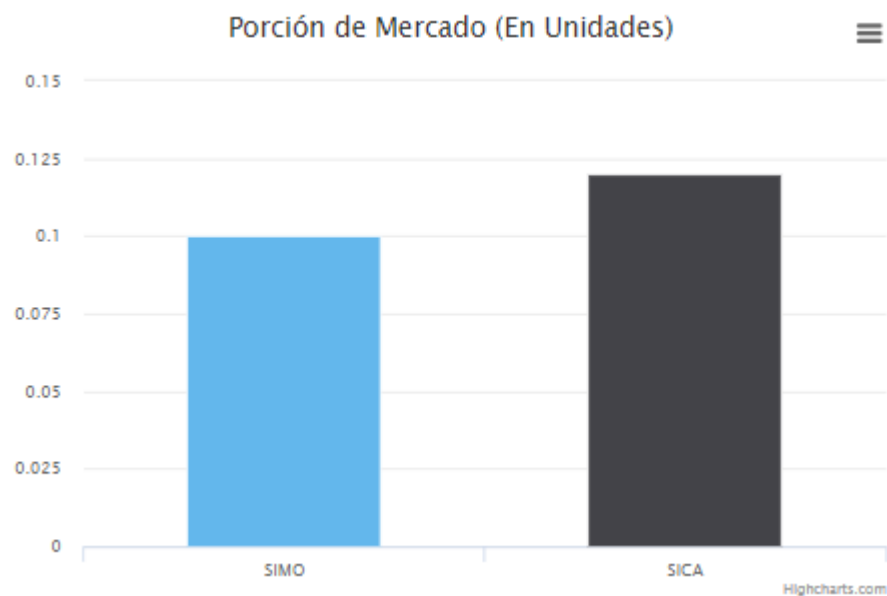


AÑO 8

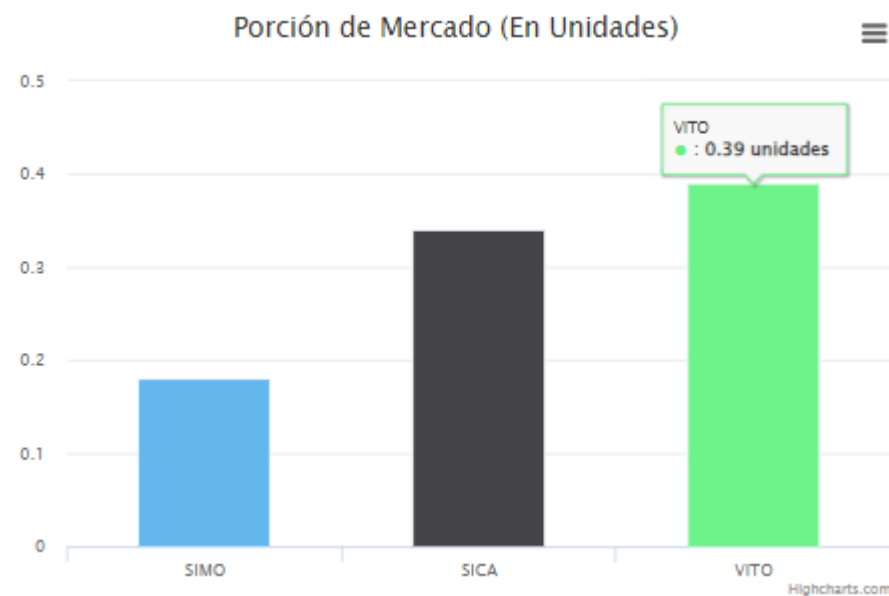


SITUACIÓN INICIAL vs SITUACIÓN FINAL

AÑO 0



AÑO 8



CONCLUSIONES

- Gracias a la orientación de nuestro docente y al trabajo en equipo logramos los resultados obtenidos, donde se muestra el crecimiento importante y significativo de la firma 3, lo cual nos llevó a ser ganadores.
- Nos sentimos honrados por participar en este escenario educativo representando nuestro hermoso país Colombia y especialmente a la Corporación Universitaria Minuto de Dios, en la seccional Cúcuta.



GRACIAS!

