

Pulsa Esc para salir del modo de pantalla completa

ESTRATEGIAS SIMULADOR MARKESTRATED

COCHABAMBA-BOLIVIA
INGENIERIA COMERCIAL

2° LUGAR - FIRMA 4

- Hermosa Estrada Gabriel
- Cespedes Belmonte Maria Jose
- Garcia Mendieta Katherin Melanin

Profesor: Ing. Jessi Alejandro Mendoza Garcia



UNIVERSIDAD PRIVADA
FRANZ TAMAYO





COCHABAMBA-BOLIVIA INGENIERIA COMERCIAL



SITUACIÓN INICIAL

SE NOS DIO LA FIRMA 1, CON 2 MARCAS EN EL MERCADO: SOTO UN PRODUCTO ESTRELLA DE BAJO COSTO Y SOLO UN PRODUCTO PERRO DE CRECIMIENTO LENTO. EL PRESUPUESTO SE DISTRIBUYÓ EN BASE A CANTIDAD DE PRODUCCIÓN.

MARCAS	SOTO	SOLO
Producción (Unidades)	192000	96000
Unid. Vends.(Unidades)	192000	27635
Inventario (Unidades)	0	68365
Precio Final (\$)	485	400
Precio Promoción (\$)	303	244
Costo Trans.(\$)	153	198
Ingresos	58089	6736
Costo Prods. Vendidos	29283	5474
Costo Inventarios	0	1557
Publicidad	2500	1800
Contri. Bruta Marketing	26306	-2096
		24210

Fuerza de Ventas	-1491
Investig. de Mercado	0
Costo/Util Excepcional	0
Contri. Neta Marketing	22719
Periodo	9740

RESULTADOS DECISION 1

COMO PRIMERA DECISIÓN SE ESTIMÓ UN CRECIMIENTO CONSIDERABLE PARA LA MARCA SOTO Y UNA CANTIDAD DE SOLO REDUCIDA. DIRIJIMOS A SOTO AL SEGMENTO 4 DE FORMA ESTRATÉGICA Y A SOLO DIRIGIMOS AL SEGMENTO 1.

MARCAS	SOTO	SOLO
Producción (Unidades)	280000	1600
Unid Vends(Unidades)	266831	47825
Inventario (Unidades)	13169	22140
Precio Final (\$)	550	420
Precio Promoción (\$)	343	256
Costo Trans(\$)	135	215
Ingresos	91416	12251
Costo Prods Vendidos	35940	10286
Costo Inventarios	204	548
Publicidad	3300	3000
Contri Bruta Marketing	51972	-1583
		50389

I & D	0
Fuerza de Ventas	-3285
Investig. de Mercado	-137
Costo/Util Excepcional	0
Contri. Neta Marketing	46968
Presupuesto Próximo Periodo	19418

RESULTADOS DECISION 2

NUESTROS PRODUCTOS ESTABAN TENIENDO ACEPTACIÓN DENTRO DEL MERCADO. SOTO SE CONVIERTE EN NUESTRA MARCA ESTRELLA Y SOLO TIENE UN COMPORTAMIENTO DE MARCA PERRO, PARA ESTO EVALUAMOS EL COMPORTAMIENTO DE LOS CANALES Y SE DESIGNÓ LA PUBLICIDAD EN BASE A LA PROPORCION DE ESTOS.

MARCAS	SOTO	SOLO
Producción (Unidades)	660000	33748
Unid. Vends.(Unidades)	673169	55888
Inventario (Unidades)	0	0
Precio Final (\$)	610	460
Precio Promoción (\$)	380	280
Costo Trans.(\$)	120	219
Ingresos	255928	15662
Costo Prods. Vendidos	80536	12222
Costo Inventarios	0	0
Publicidad	6420	4820
Contri. Bruta Marketing	168972	-1380
		167592

I & D	-1700
Fuerza de Ventas	-6345
Investig. de Mercado	-136
Costo/Uti Excepcional	0
Contri. Neta Marketing	159411
Presupuesto Próximo Periodo	62000

RESULTADOS DECISION 3

PARA ESTA DECISIÓN MANTUVIMOS LOS SEGMENTOS RESPECTIVO EN CADA UNA DE LAS MARCAS, A LOS QUE NOS ESTABAMOS DIRIGIENDO ANTERIORMENTE Y DECIDIMOS LANZAR UN VODITE, YA QUE ESTE MERCADO NO TENIALA PARTICIPACION QUE SE LE DEBE DAR

MARCAS	SOTO	SOLO	SOWI
Producción (Unidades)	1058749	91220	320000
Unid, Vends,(Unidades)	1058749	91220	101953
Inventario (Unidades)	0	0	218047
Precio Final (\$)	700	520	440
Precio Promoción (\$)	436	318	270
Costo Trans,(\$)	112	211	131
Ingresos	461518	28971	27504
Costo Prods, Vendidos	118301	19220	13375
Costo Inventarios	0	0	3289
Publicidad	13000	12000	9800
Contri, Bruta Marketing	330217	-2249	1040
			329007

I & D	-7400
Fuerza de Ventas	-19680
Investig. de Mercado	-148
Costo/Util Excepcional	0
Contri. Neta Marketing	301780
Presupuesto Próximo Periodo	113686

RESULTADOS DECISION 4

SE DECIDIÓ PRODUCIR UNA NUEVA MARCA Y ADENTRARNOS EN EL MERCADO DE LOS VODITES , YA QUE IMPLEMENTAMOS ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO AGRESIVO.

MARCAS	SOTO	SOLO	SOWI	VOGA
Producción (Unidades)	1280000	192000	4000	208000
Unid, Vends,(Unidades)	999413	192000	204647	157713
Inventario (Unidades)	280587	0	17400	50287
Precio Final (\$)	775	550	450	700
Precio Promoción (\$)	484	334	276	420
Costo Trans,(\$)	109	200	143	193
Ingresos	483513	64134	56512	66239
Costo Prods, Vendidos	109296	38446	29177	30415
Costo Inventarios	3529	0	285	1115
Publicidad	22000	20000	14000	10000
Contri, Bruta Marketing	348688	5688	13049	24709
				392134

I & D	-4000
Fuerza de Ventas	-43321
Investig. de Mercado	-430
Costo/Util Excepcional	0
Contri. Neta Marketing	344384
Presupuesto Próximo Periodo	128882

RESULTADOS DECISION 5

EL PRESUPUESTO FUE DISTRIBUIDO EN BASE AL PRECIO Y AL COMPORTAMIENTO DE LOS CANALES Y SEGMENTOS, PARA ESTA DECISIÓN CADA MARCA ESTABA POSICIONADA EN SU PROPIO SEGMENTO DESIGNADO POR LO QUE LA APLICACION DE LA ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO TUVO RESULTADOS POSITIVOS.

MARCAS	SOTO	SOLO	SOWI	SOME	VOGA
Producción (Unidades)	800000	300000	326422	160000	242648
Unid, Vends,(Unidades)	1027527	300000	343822	147860	292935
Inventario (Unidades)	53060	0	0	12140	0
Precio Final (\$)	890	580	480	690	820
Precio Promoción (\$)	555	353	295	433	492
Costo Trans,(\$)	116	178	134	352	179
Ingresos	570791	105858	101445	64064	144124
Costo Prods, Vendidos	118822	53501	46225	52049	52329
Costo Inventarios	767	0	0	534	0
Publicidad	25000	22000	15000	3000	12000
Contri, Bruta Marketing	426.201,00	30356	40220	8481	79795
					585054

I & D	-5800
Fuerza de Ventas	-45929
Investig, de Mercado	-230
Costo/Util Excepcional	0
Contri, Neta Marketing	533095
Presupuesto Próximo Periodo	195193

RESULTADOS DECISION 6

IMPLEMENTAMOS ESTRATEGIAS PARA LIBERAR EL STOCK DE LA MAYORIA DE NUESTRAS MARCAS.TAMBIEN NOS DIRIJIMOS A LOS MISMO SECTORES TOMANDO EN CUENTA LOS FACTORES DENTRO DEL MERCADO, LA DEMANDA Y LOS PRODUCTOS NUEVOS QUE IMPLEMENTAMOS, CONSIDERAMOS IMPORTANTE SEGUIR IMPLEMENTANDO ESTRATEGIAS AGRESIVAS.

MARCAS	SOTO	SOJO	SOWI	VOGA	VONO
Producción (Unidades)	1280000	400000	660000	440000	224000
Unid Vends(Unidades)	963742	359742	660000	320202	122504
Inventario (Unidades)	369318	40258	0	119798	101496
Precio Final (\$)	1050	650	520	930	1050
Precio Promoción (\$)	656	396	319	558	630
Costo Trans(\$)	123	175	163	172	421
Ingresos	632021	142562	210705	178673	77178
Costo Prods Vendidos	118441	62893	107903	55111	51580
Costo Inventarios	6127	950	0	2784	5769
Publicidad	30000	30000	22500	20000	30000
Contri Bruta Marketing	477452	48719	80303	100778	-10172
					697080

I & D	-2100
Fuerza de Ventas	-59969
Investig de Mercado	-606
Costo/Util Excepconal	-4273
Contri Neta Marketing	630132
Presupuesto Próximo Periodo	228802

RESULTADOS DECISION 7

HEMOS IMPLEMENTADO DIFERENTES ESTRATEGIAS PARA CADA MARCA, SE OBTUVO UN ANALISIS EN LOS CANALES LO CUAL NOS LLEVO A TOMAR ESTRATEGIAS DETERMINADAS PARA CADA MARCA, SIENDO ASI QUE PERMITIO COMPRENDER DE MEJOR MANERA EL COMPORTAMIENTO DECADA MARCA EN LOS CANALES Y SEGMENTOS DONDE SE ENCUENTRAN CON MAYOR PORCION.

MARCAS	SOTO	SOJO	SOKE	VOGA	VONO
Producción (Unidades)	627057	555852	840000	406040	168000
Unid Vends(Unidades)	996375	596110	457221	525838	269496
Inventario (Unidades)	0	0	382779	0	0
Precio Final (\$)	1103	682	598	976	1103
Precio Promoción (\$)	689	417	367	586	662
Costo Trans(\$)	138	164	157	181	425
Ingresos	686505	248452	167932	307931	178352
Costo Prods Vendidos	137337	97747	71899	95322	114475
Costo Inventarios	0	0	8728	0	0
Publicidad	35400	33600	27000	26800	35600
Contri Bruta Marketing	513768	117104	60305	185809	28277
					905263

I & D	0
Fuerza de Ventas	-68989
Investig de Mercado	-298
Costo/Util Excepconal	0
Contri Neta Marketing	835976
Presupuesto Próximo Periodo	299284

RESULTADOS DECISION 8

COMO ÚLTIMA DECISIÓN, OPTAMOS POR DESTINAR LA MAYOR PARTE DEL PRESOPUESTO EN LA PUBLICIDAD DE NUESTRAS MARCAS, CON EL FIN DE QUE LOGREMOS ELIMINAR EL STOCK QUE TENIAMOS EN ALGUNAS MARCAS. EN ALGUNAS DE LAS MARCAS SE AUMENTO LA PRODUCCION CONSIDERABLEMENTE.

MARCAS	SOTO	SOJO	SOKE	VOGA	VONO
Producción (Unidades)	1120000	960000	360000	697961	536000
Unid Vends(Unidades)	698348	836659	742779	697961	395281
Inventario (Unidades)	421652	123341	0	0	140719
Precio Final (\$)	1120	716	627	1010	1158
Precio Promoción (\$)	700	439	386	606	695
Costo Trans(\$)	211	157	163	185	392
Ingresos	488888	367157	286445	422964	274641
Costo Prods Vendidos	147513	131748	121420	129266	155084
Costo Inventarios	12024	2622	0	0	7453
Publicidad	47000	40000	40000	36000	42000
Contri Bruta Marketing	282352	192787	125025	257698	70104
					927965

I & D	0
Fuerza de Ventas	-94210
Investig de Mercado	-87
Costo/Util Excepconal	0
Contri Neta Marketing	833668
Presupuesto Próximo Periodo	298499

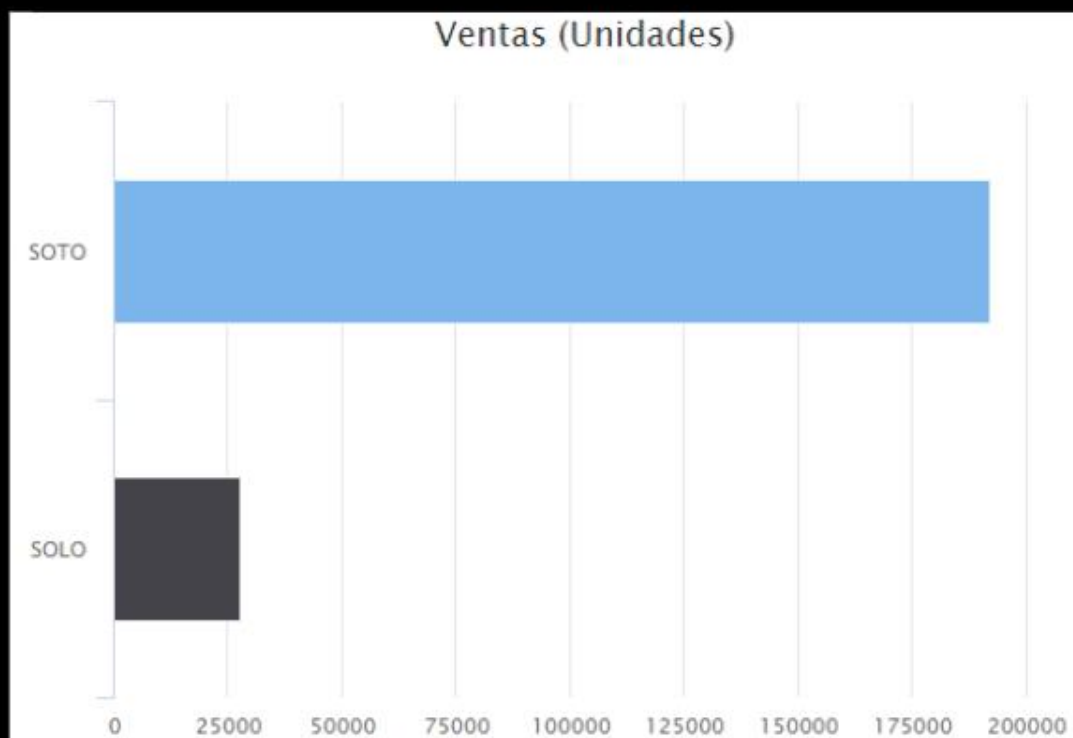
SITUACIÓN FINAL

SOTO Y SOJO TERMINARON SIENDO NUESTROS PRODUCTOS ESTRELLA SEGUIDO DE SOKE. SE PUEDE VER QUE NUESTRAS PORCIONES DE VENTA ERAN LAS MAS COMPETITIVAS DEL MERCADO POR QUE DEJAMOS ATRAS A LA COMPETENCIA.

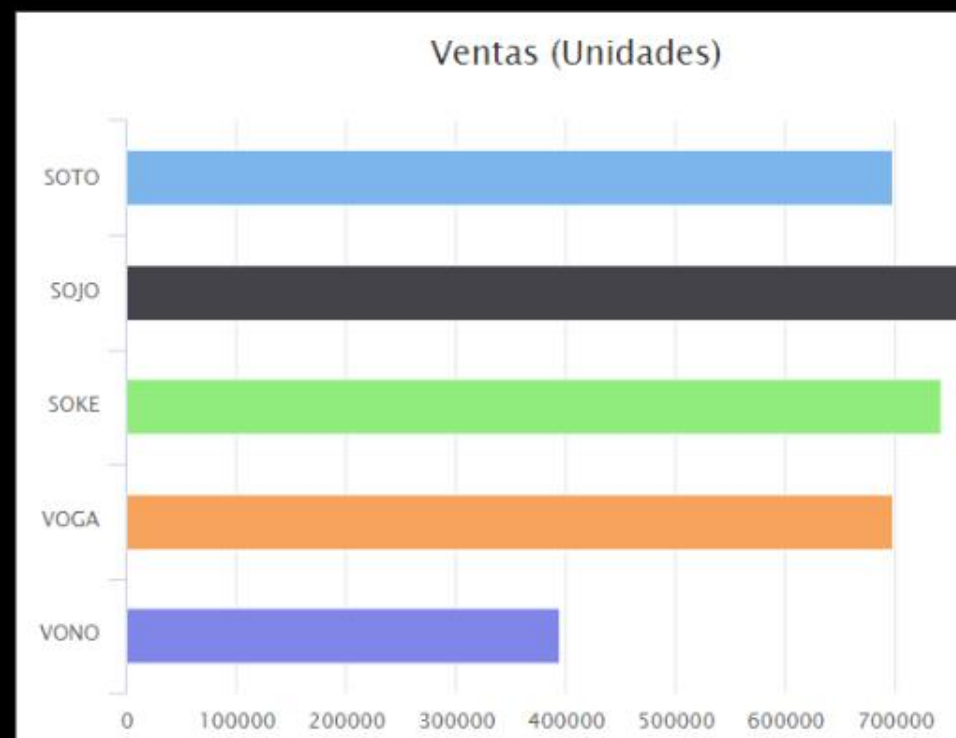
Marcas	Ventas en Unidades	% Porción (Unidades)	Precio Detalle	Ventas en \$	% Porción \$ Venta
SAKA	99,281	3 %	457.00	45,371,420	2 %
SATO	48,000	1 %	692.00	33,216,000	1 %
SERI	326,369	8 %	600.00	195,821,400	7 %
SEFA	164,765	4 %	950.00	156,526,800	6 %
SEKE	35,923	1 %	550.00	19,757,650	1 %
SICA	181,451	5 %	636.00	115,402,800	4 %
SIMO	145,301	4 %	291.00	42,282,590	2 %
SOTO	698,348	18 %	1,120.00	782,149,800	28 %
SOJO	836,659	21 %	716.00	599,047,900	22 %
SOKE	742,779	19 %	627.00	465,722,400	17 %
SUXI	400,817	10 %	327.00	131,067,200	5 %
SUTE	224,018	6 %	822.00	184,142,800	7 %
Total	3903711.	100 %		2770508674.	100 %
Precio Promedio = \$ 709.71					

Marca	Año de Lanzamiento	Unidades Vendidas	Publicidad	Contr. Bruta Mercado Acumulada
SOTO	0.	6876.	184620.	2625928.
SOLO	0.	715.	63620.	28737.
SOWI	3.	1310.	61300.	134612.
VOGA	4.	1995.	104800.	648789.
SOME	5.	148.	3000.	8481.
SOJO	6.	1793.	103600.	358611.
VONO	6.	787.	107600.	88209.
SOKE	7.	1200.	67000.	185330.

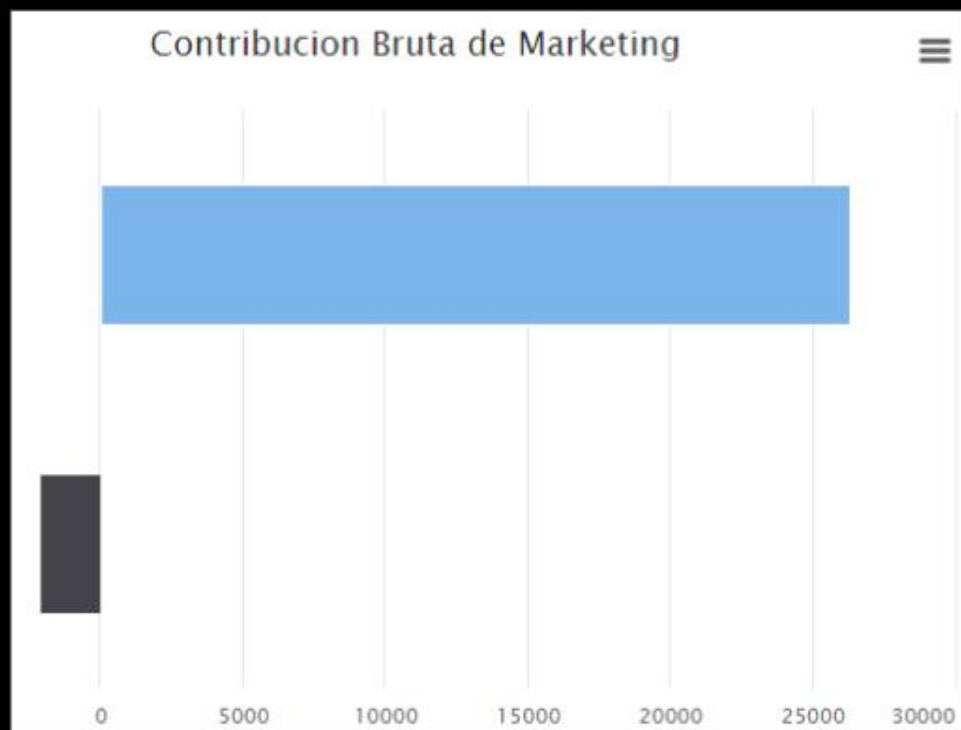
SITUACIÓN INICIAL



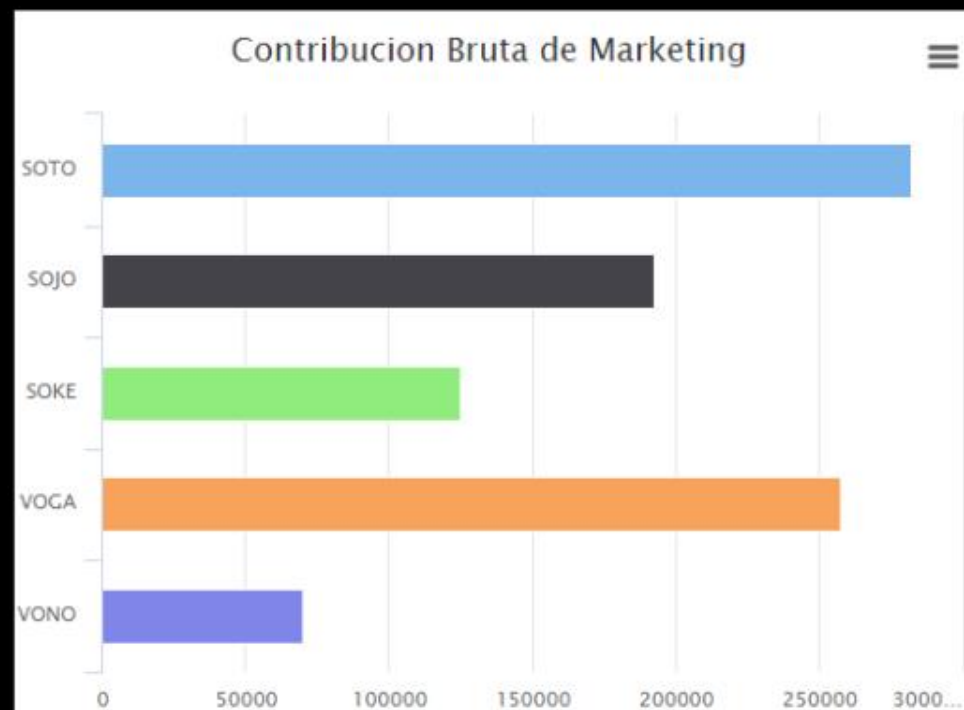
SITUACIÓN FINAL



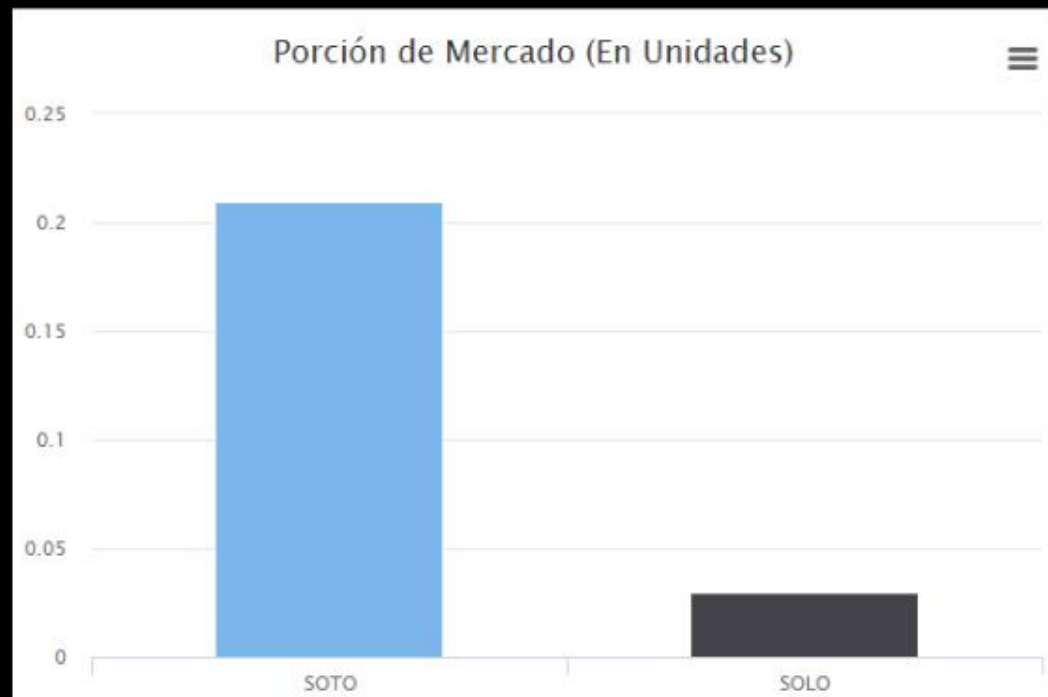
SITUACIÓN INICIAL



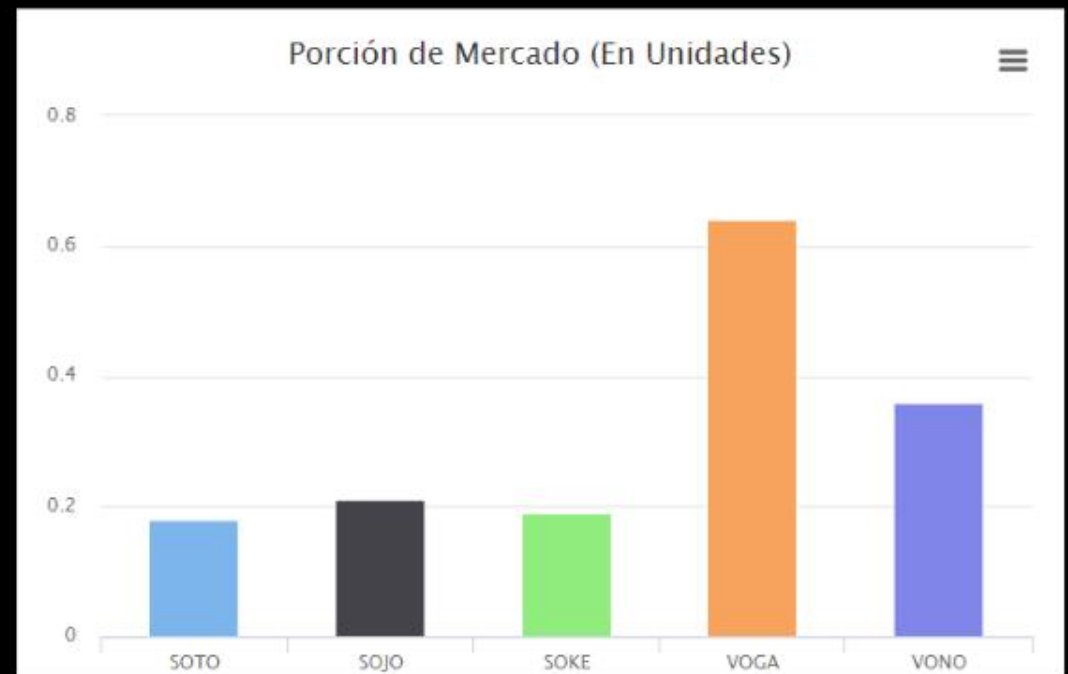
SITUACIÓN FINAL



SITUACIÓN INICIAL

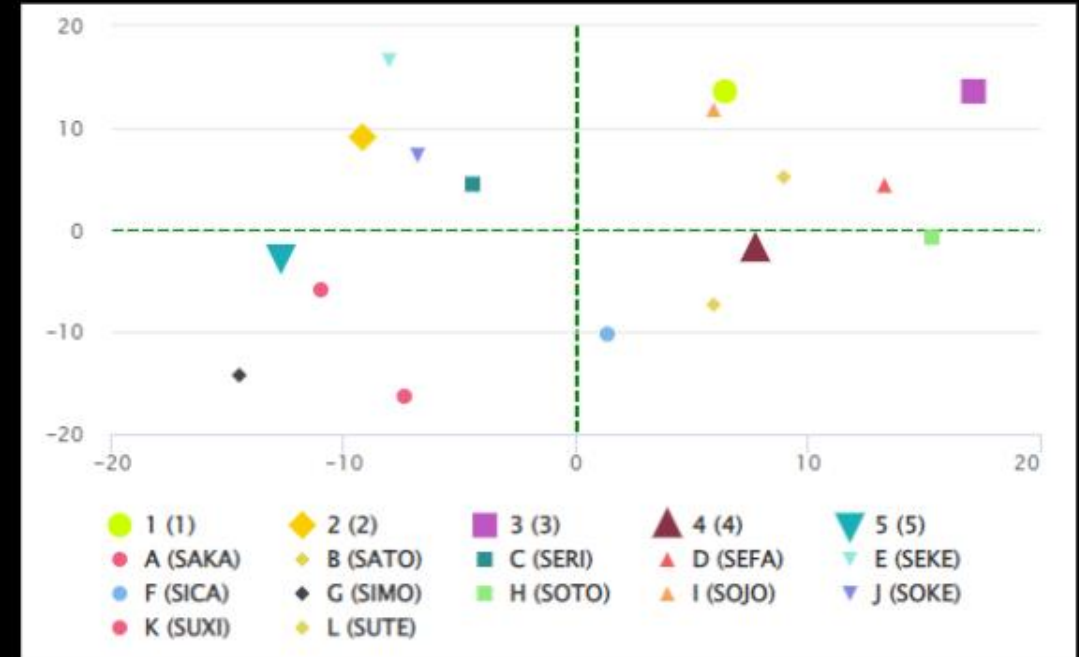


SITUACIÓN FINAL

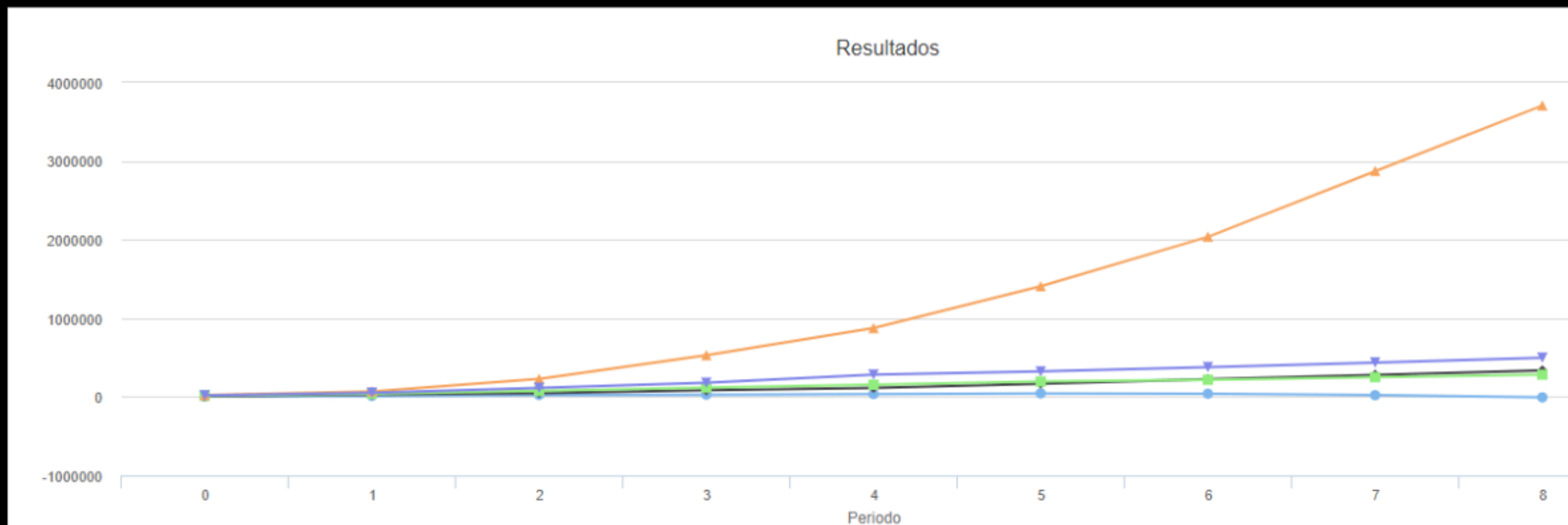


SITUACIÓN FINAL

**TODAS NUESTRAS MARCAS COMO LIDERES EN
SUS SEGMENTOS, POR TODAS TOMADAS
ANTERIORMENTE.**



SITUACIÓN FINAL

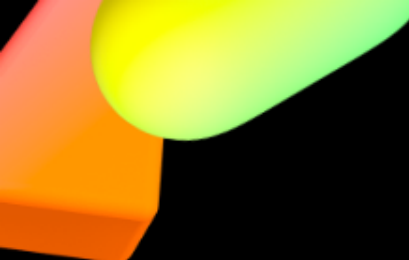


Firmas	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8
Firma 1	4700.	12602.	24802.	28393.	36778.	44143.	39798.	21365.	-7023.
Firma 2	7308.	29481.	48947.	83026.	115011.	168634.	225662.	280608.	335769.
Firma 3	15950.	40207.	75840.	116691.	153253.	195978.	216873.	250703.	282186.
Firma 4	22719.	69686.	229098.	530877.	875261.	1408356.	2038488.	2874464.	3708132.
Firma 5	19323.	53799.	115530.	179278.	283083.	322741.	378509.	437473.	498644.

SITUACIÓN FINAL

#	INDUSTRIAS	FIRMAS	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	GANADORES
1	RET052022_62	Firma 4	22719	106213	342745	779877	1283075	1976561	2905969	4079534	5349983	1ro.(UNFV-Perú)
2	RET052022_56	Firma 4	22719	69686	229098	530877	875261	1408356	2038488	2874464	3708132	2do.(UNIFRANZ-Bolivia)
3	RET052022_58	Firma 1	4700	17819	34166	86032	171547	366977	851196	1532020	2775640	3ero.(UNIFRANZ-Bolivia)

**CONCLUIMOS EL RETO CON UN
PRESUPUESTO DE 3708132**

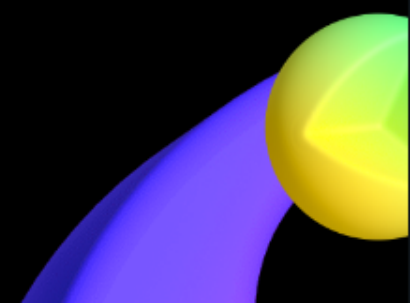


CONCLUSIONES

IMPLEMENTAR ESTRATEGIAS DIFERENTES, ARRIESGARSE AL MOMENTO DE TOMAR DECISIONES E IMPLEMENTAR LOS CONOCIMIENTO HASTA EL MOMENTO, NOS HAN AYUDADO BASTANTE PARA CADA DECISIÓN.

NOS HA LLEVADO A VER MUCHAS REALIDADES EL PARTICIPAR EN EL PRESENTE RETO

NOS ENOROGULLESE COMO EQUIPO HABER PARTICIPADO DEL CONCURSO INTERNACIONAL Y MÁS APUN HABER LLEGADO TAN LEJOS.





Internacionalízate

