



UNIVERSIDAD CONTINENTAL

Simulador de Negocios
MarketStrated – Octubre 2019

INTEGRANTES:

Ana Maritza Noa Ramírez
Cristian Wilbert Corahua Hilaccama
Jonathan Arturo Mollo Condori
Luis Fidel Ordoñez Silva
Harold Delfin Angulo Bustinza (DOCENTE)



AÑO 0

Nos encontramos con los productos SUXI y SUTE, que la anterior agencia había dejado sin Estudios de Mercado, con una contribución neta al marketing de 6 millones.

MARCAS	SUXI	SUTE
Producción (Unidades)	64000.	96000.
Unid. Vends.(Unidades)	45903.	96000.
Inventario (Unidades)	18097.	0.
Precio Final (\$)	225.	470.
Precio Promoción (\$)	138.	293.
Costo Trans.(\$)	85.	193.
Ingresos	6336.	28169.
Costo Prods. Vendidos	3888.	18488.
Costo Inventarios	176.	0.
Publicidad	1200.	3500.
Contri. Bruta Marketing	1072.	6181.
		7253.



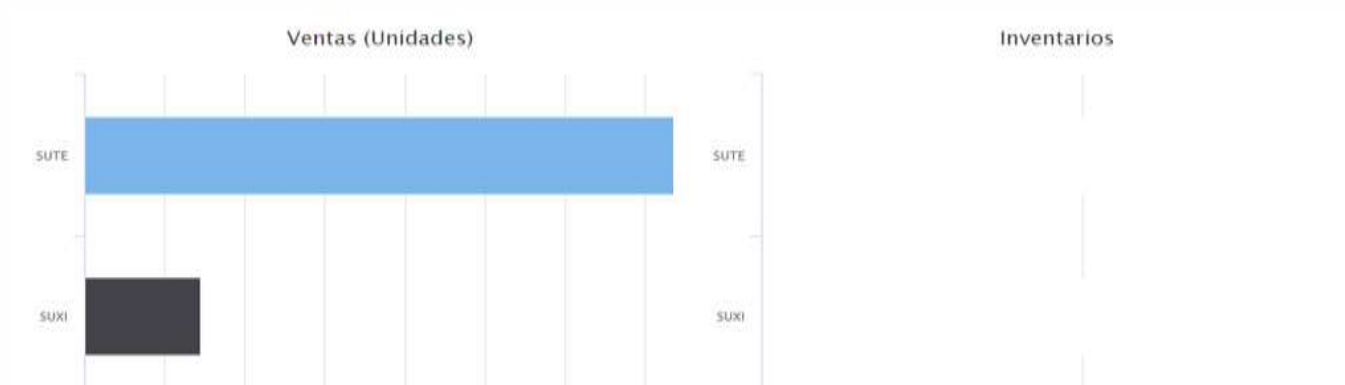
DECISIÓN AÑO 1

En base al año 0, tomamos la decisión para el año 1, ajustando la producción y aumentando los estudios del mercado para tener una mejor claridad de como actúa.



DECISIÓN AÑO 2

**Con el resultado positivo que
obtuvimos en el año 1
decidimos aumentar nuestra
producción y además gracias
al resultado positiva del año 1
aumentamos la publicidad**



MARCAS	SUTE	SUXI
Producción (Unidades)	368184.	54300.
Unid. Vends.(Unidades)	368184.	72397.
Inventario (Unidades)	0.	0.
Precio Final (\$)	611.	293.
Precio Promoción (\$)	380.	179.
Costo Trans.(\$)	145.	80.
Ingresos	139987.	12991.
Costo Prods. Vendidos	53450.	5789.
Costo Inventarios	0.	0.
Publicidad	2760.	2000.
Contri. Bruta Marketing	83777.	5202.
	88979.	



DECISIÓN AÑO 3

Observando la metodología de las decisiones anteriores, y logrando resultados positivos, decidimos ampliarla a más aumentando los 15 Estudio de Mercado ya que al siguiente año se lanzaba los nuevos productos.



Resultados Acumulados	
Ventas Totales al Detalle Acumuladas	742083.
Publicidad Total Acumulada	38460.
Contrib. Bruta de Marketing Total Acumulada	255851.
Inversiones I&D Acumuladas Totales	0.
Gasto en Fuerza de Ventas Acumulado	7318.
Gasto de Investigación de Mercado Tot. Acum.	841.
Contrib. Neta de Marketing Total Acumulada	247692.

Resultados Generales Marketing Mensajes I & D Resultados Acumulados Boletín Estudios de Mercado

MARKESTRATED

Estudio 1 Estudio 2 Estudio 3 Estudio 4 Estudio 5 Estudio 6 Estudio 7 Estudio 8 Estudio 9 Estudio 10 Estudio 11 Estudio 12
Estudio 13 Estudio 14 Estudio 15



DECISIÓN AÑO 4

En la cuarta decisión se procedió a la creación de dos nuevos productos y la modificación de los dos ya existentes que fueron puestos en I&D gracias a los resultados de los estudios de mercado obtenidos de terecera decisión.



Estudio 1	Estudio 2	Estudio 3	Estudio 4	Estudio 5	Estudio 6	Estudio 7	Estudio 8	Estudio 9	Estudio 10	Estudio 11	Estudio 12
Estudio 13	Estudio 14	Estudio 15									

Estudio 10: Escalas Semánticas - Mercado V

LAS 3 ESCALAS PERCIBIDAS COMO MAS IMPORTANTES, IMPORTANTES SON: 1-FRECUENCIA MAXIMA,2-PESO,3-VALOR. ALTO PUNTA,4 CORRESPONDE A ALTA FRECUENCIA, ALTO PESO Y BAJO VALOR

	MAX.FR.	PESO	VALOR
VALOR IDEAL SEG. 1	4.21	3.46	2.71
VALOR IDEAL SEG. 2	4.21	3.46	2.71
VALOR IDEAL SEG. 3	4.21	3.46	2.71
VALOR IDEAL SEG. 4	4.21	3.46	2.71
VALOR IDEAL SEG. 5	4.21	3.46	2.71

Resultados Generales	Marketing	Mensajes	I & D	Resultados Acumulados	Boletín	Estudios de Mercado					
MARKESTRATED											
Estudio 1	Estudio 2	Estudio 3	Estudio 4	Estudio 5	Estudio 6	Estudio 7	Estudio 8	Estudio 9	Estudio 10	Estudio 11	Estudio 12
Estudio 13	Estudio 14	Estudio 15									

Estudio 11: Pronóstico Mercado - Mercado V

TAMAÑO ESPERADO DEL MERCADO PARA P/IMO PER. (MILES U.)

SEGMENTO1	SEGMENTO2	SEGMENTO3	SEGMENTO4	SEGMENTO5	TOTAL
42	15	15	45	24	141

			Atributos					
	Nombre del	Gastos (en m	1	2	3	4	5	6
AÑO4	PSUMI	9000	10	7	50	25	20	150
	PSUTA	9000	10	5	50	30	45	170
	PSUDE	9000	15	7	40	20	70	210
	PVURI	9000	25	15	30	7	30	260



DECISIÓN 5

Decidimos lanzar al mercado los dos nuevos productos Vodite que habíamos enviado a I&D. Y además modificamos nuevamente SUXI y SUTE debido a que vimos nuevos cambios gracias a los estudios de Mercado.



Marcas:	PSUMI	PSUDE	PSUTA	PVURI
Inversión Acumulada	9000000.	9000000.	9000000.	9000000.
Proyecto Exitoso	SI	SI	SI	SI
1	10.	15.	10.	25.
2	7.	7.	5.	15.
3	50.	40.	50.	30.
4	25.	20.	30.	7.
5	20.	70.	45.	30.
6	150.	210.	170.	260.



DECISIÓN 6

La reacción fue buena hacia nuestros nuevos productos VODITES, pero encontramos inventario en nuestro producto SUTE por lo que decidimos mantener las producciones para ver como sigue reaccionando el Mercado.



MARCAS	SUTE	SUXI	SUTA	VURI
Producción (Unidades)	1360000.	240000.	96113.	240000.
Unid. Vends.(Unidades)	1035009.	240000.	96113.	240000.
Inventario (Unidades)	324991.	0.	0.	0.
Precio Final (\$)	820.	350.	450.	850.
Precio Promoción (\$)	511.	215.	276.	510.
Costo Trans.(\$)	127.	136.	190.	235.
Ingresos	528986.	51639.	26551.	122400.
Costo Prods. Vendidos	130990.	32558.	18306.	56434.
Costo Inventarios	5141.	0.	0.	0.
Publicidad	60000.	2500.	1500.	6500.
Contri. Bruta Marketing	332855.	16581.	6746.	59466.
				415648.



DECISIÓN 7

**Nos dimos cuenta que SUTE
había bajado en su
participación y decidimos
enfocarnos en otros
segmentos, desarrollando así
nuevas modificaciones en las
producciones y fuerza de
ventas. Además lanzamos al
Mercado VUPA, que había sido
aprobado por I&D**



MARCAS	SUTE	SUXI	SUTA	VURI
Producción (Unidades)	1360000.	240000.	102281.	240000.
Unid. Vends.(Unidades)	880825.	240000.	102281.	240000.
Inventario (Unidades)	804166.	0.	0.	0.
Precio Final (\$)	820.	350.	450.	850.
Precio Promoción (\$)	511.	215.	276.	510.
Costo Trans.(\$)	122.	130.	182.	226.
Ingresos	450110.	51661.	28278.	122400.
Costo Prods. Vendidos	107108.	31282.	18579.	54222.
Costo Inventarios	13201.	0.	0.	0.
Publicidad	60000.	2500.	1500.	6500.
Contri. Bruta Marketing	269801.	17879.	8199.	61678.
				357557.

PVUPA
9000000.
SI
70.
17.
40.
8.
17.
275.



DECISIÓN 8

**Obtuvimos Buenos resultados,
por lo que decidimos aumentar
las producciones en cada
product para así aumentar
nuestros ingresos.**



MARCAS	SUTE	SUXI	SUTA	VURI	VUPA
Producción (Unidades)	240000.	480000.	166945.	272482.	144000.
Unid. Vends.(Unidades)	240000.	480000.	166945.	272482.	144000.
Inventario (Unidades)	0.	0.	0.	0.	0.
Precio Final (\$)	760.	350.	450.	850.	750.
Precio Promoción (\$)	473.	215.	277.	510.	450.
Costo Trans.(\$)	178.	112.	181.	234.	290.
Ingresos	113614.	103327.	46169.	138966.	64800.
Costo Prods. Vendidos	42726.	53537.	30231.	63725.	41815.
Costo Inventarios	0.	0.	0.	0.	0.
Publicidad	9000.	15000.	5000.	5000.	5000.
Contri. Bruta Marketing	61888.	34790.	10938.	70241.	17985.
					195841.

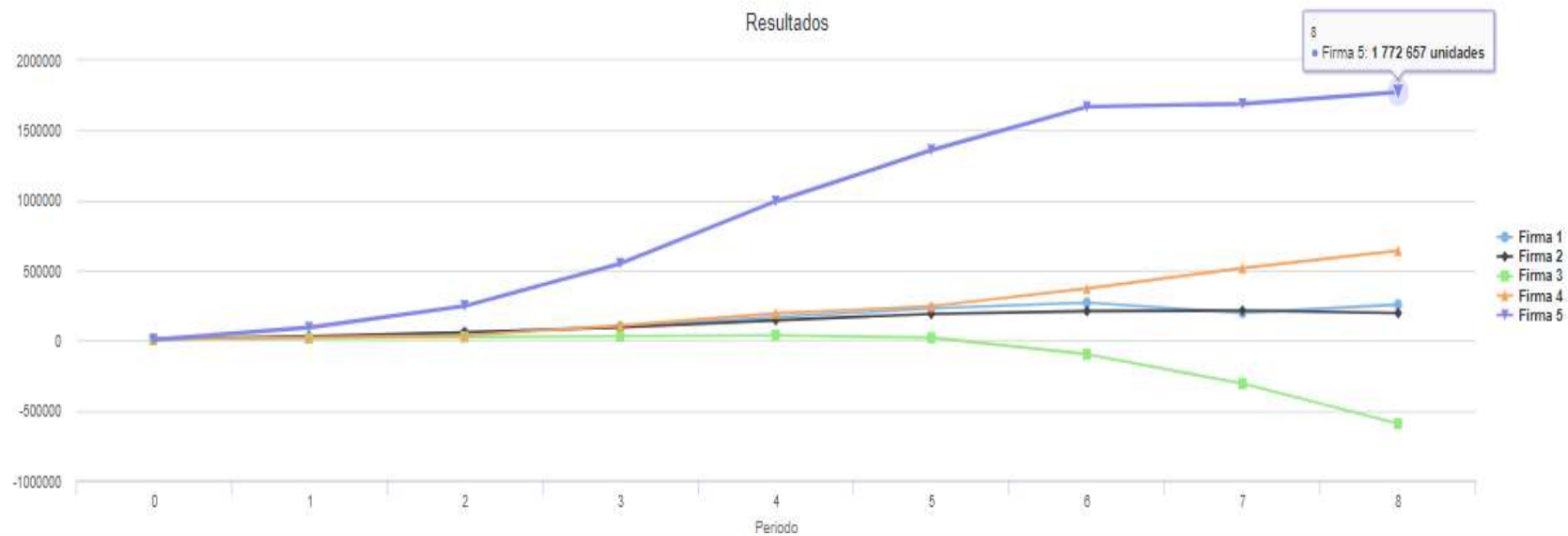


RESULTADOS FINALES

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8
ventas totales al detalle acumuladas	55448	301585	742083	1497985	2627821	3807779	4864082	5629217	5970653
publicidad total acumulada	4700	9460	38460	73460	119460	189960	260460	299460	299460
contrib bruta de marketing total acumulada	7253	96232	255851	565925	1056923	1472571	1830128	2025969	2121178
inversiones I&D Acumuladas totales	0	0	600	0	36000	63000	90000	126000	126000
gasto en fuerza de ventas acumulado	1090	3368	7318	13968	24358	43339	63641	103531	115780
gasto de investigacion de mercado total acumulado		339	841	1657	2545	3529	4641	5919	5919
contrib neta de marketing total acumulada	6163	92525	247092	550300	994021	1359667	1668809	1689696	1772657



CONTRIBUCIÓN NETA DE MARKETING ACUM.





**Campus
Arequipa**