



UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO - LIMA ESTE

SIMULADOR

LABSAG **MARKESTRATED**

ESTRATEGIAS

FIRMA 4

INDUSTRIA - 15RET112023_LIC



Universidad
César Vallejo



Lopez Tarazona, Yojhan Jordano

Espinoza Vega, Nayelly Josefina

Torres Barsallo, Alejandra Violeta

MBA. Aguirre Gonzales, Joseph Pavel

P
E
R
U

INTRODUCCIÓN

Durante todo el proceso del simulador se llevo a cabo diversas estrategias para la toma de decisiones, **un claro ejemplo, es la planificación de producción tomando en cuenta la tasa de PNB.**

Por otro lado, la fuerza de venta se determino con los datos y porciones del Estudio 14. El precio se obtuvo a través de una fórmula con la tasa de inflación de cada periodo.

Los objetivos perceptuales de cada producto fueron enfocados en las escalas semánticas y el mapa perceptual de similitudes del Estudio 5.

EXPECTATIVAS



El principal objetivo de la firma es conseguir una contribución neta mínima de 2,500,000 de dólares para el Año 8.



Para tomar la primera decisión fue indispensable analizar la situación actual de la Firma 4 y evaluar los productos y posicionamientos.



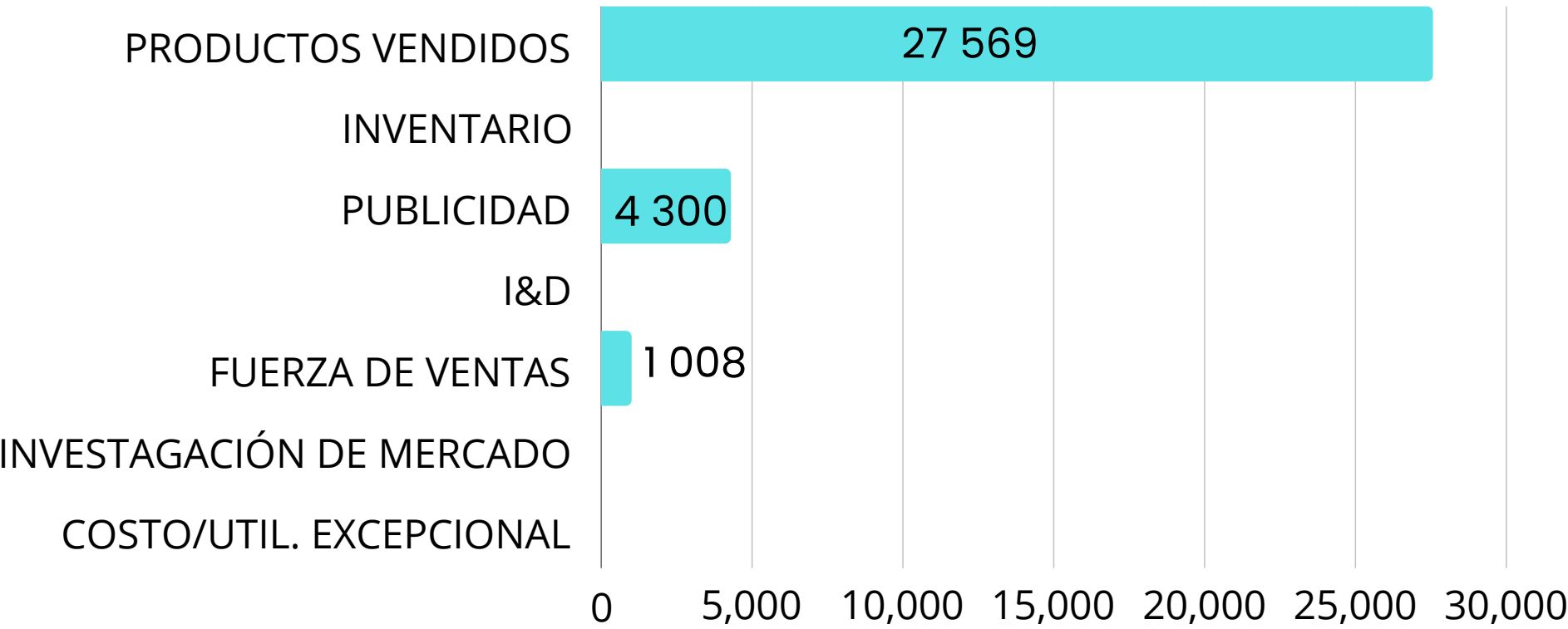
De acuerdo al capital inicial, se desarrolló estrategias claves para comercializar los productos en mayor cantidad para posteriormente ir mejorando los atributos de los productos, precio y producción.



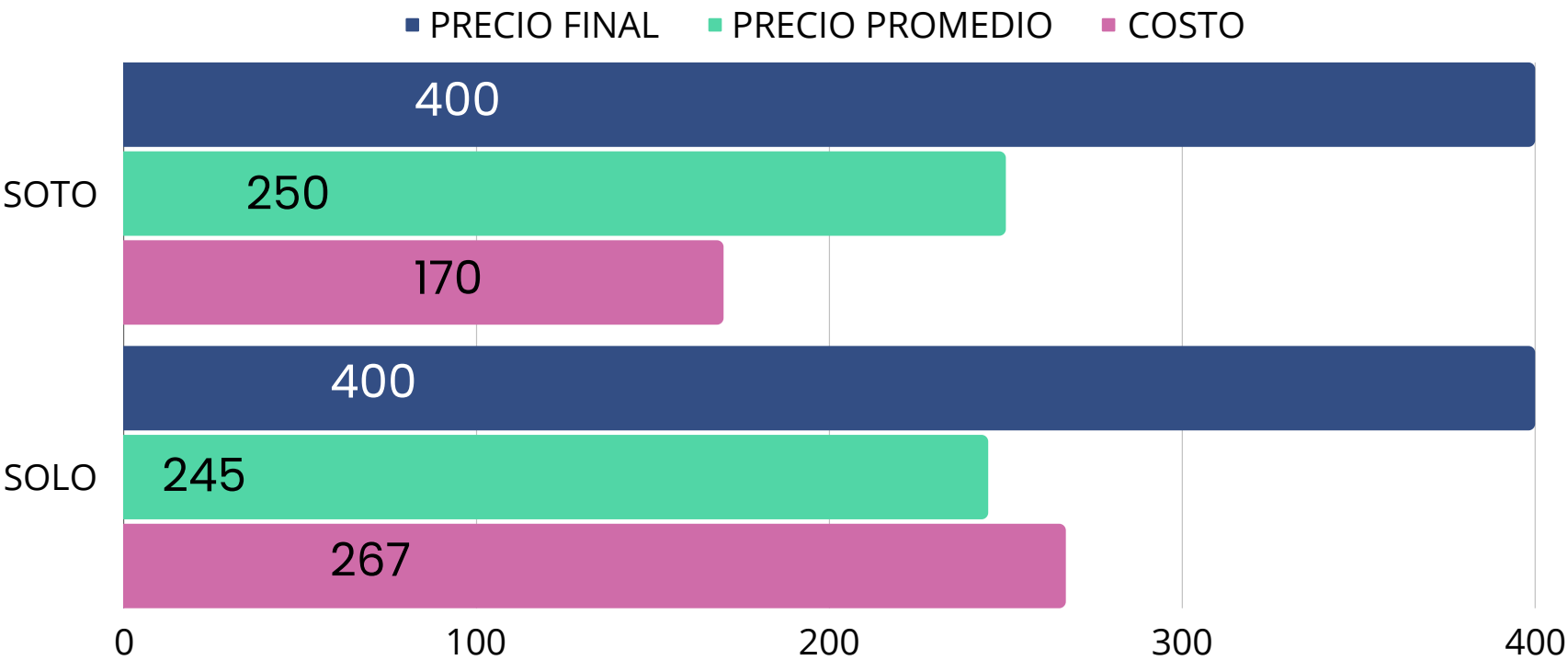
AÑO 0

DATOS

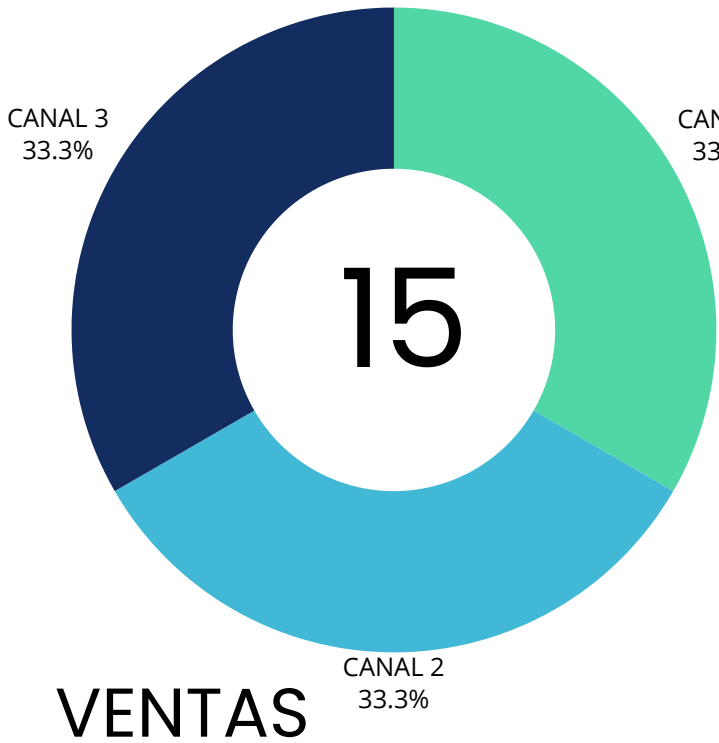
COSTOS



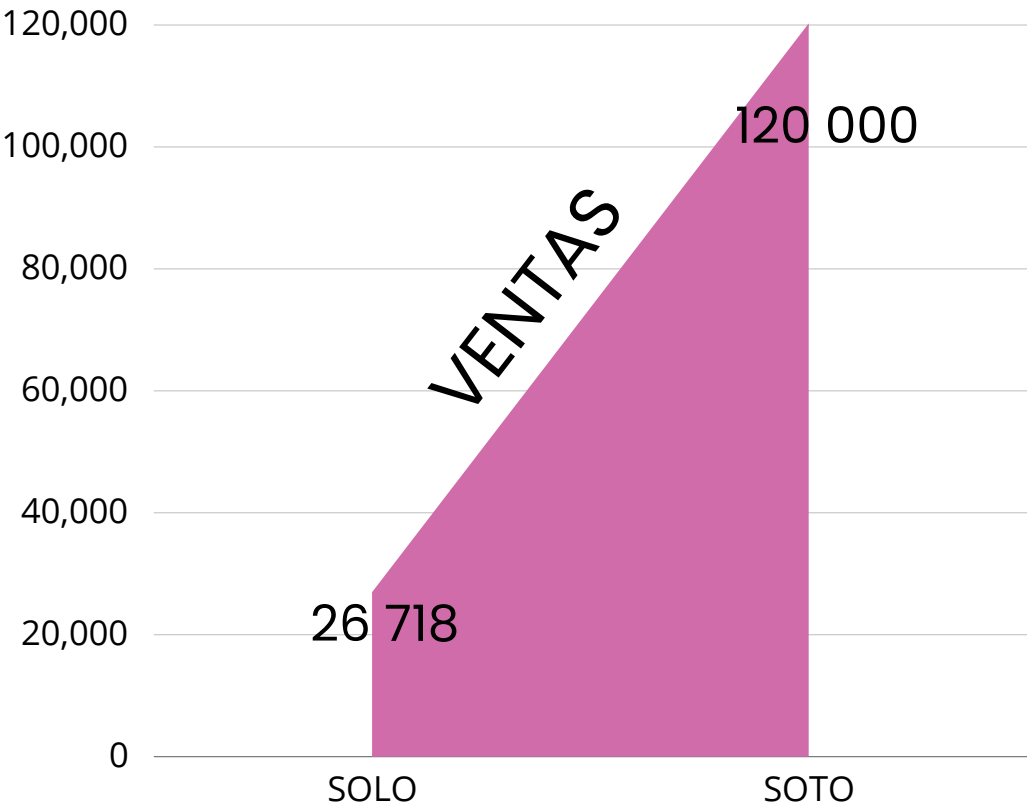
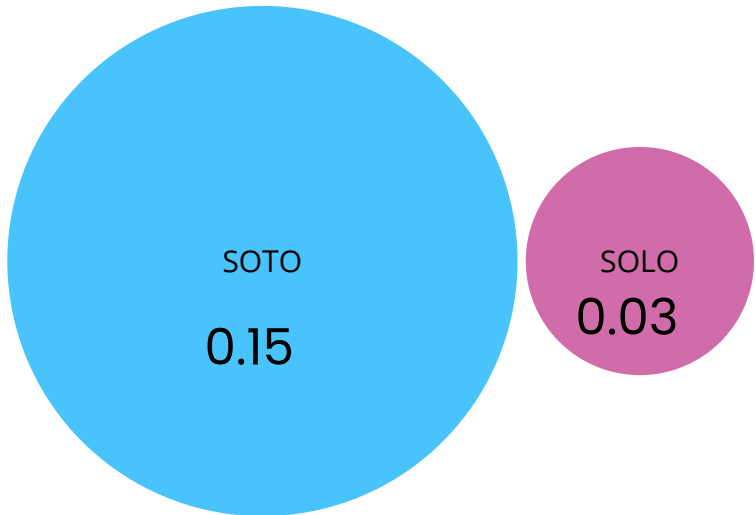
PRECIOS PRODUCTO



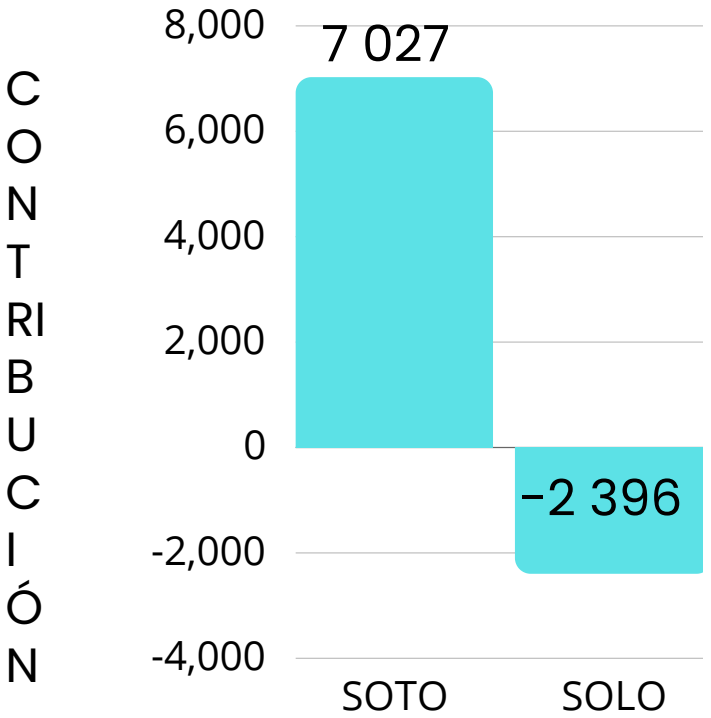
FUERZA DE VENTAS



PERCIÓN DE MERCADO



CONTRIBUCIÓN



BRUTA

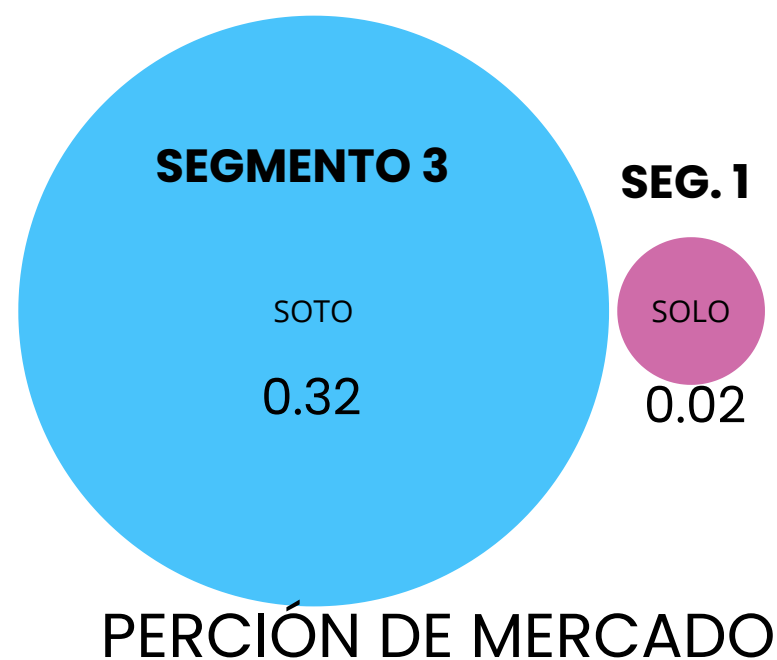
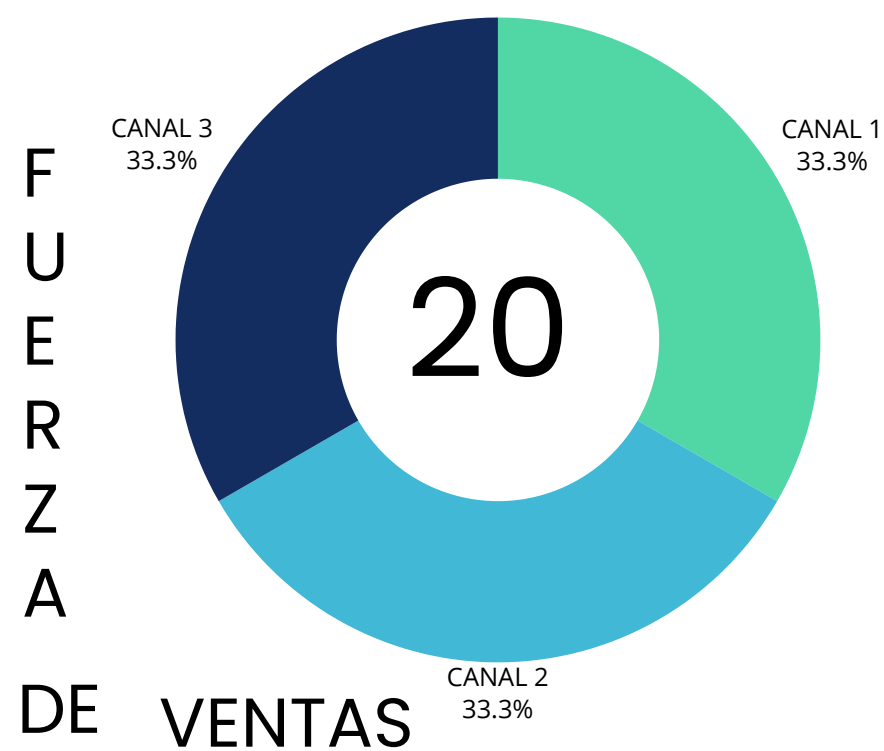
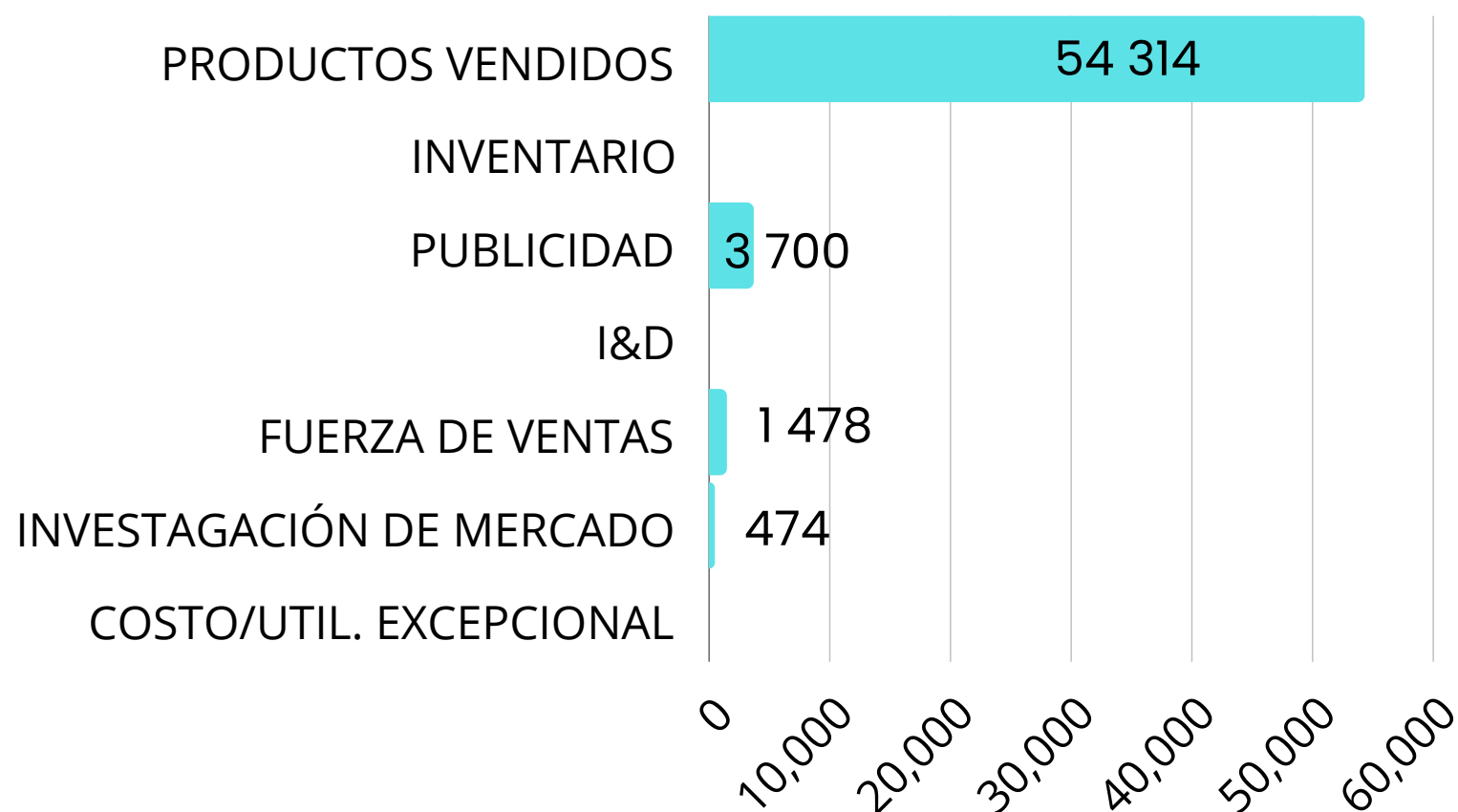
DE MARKETING



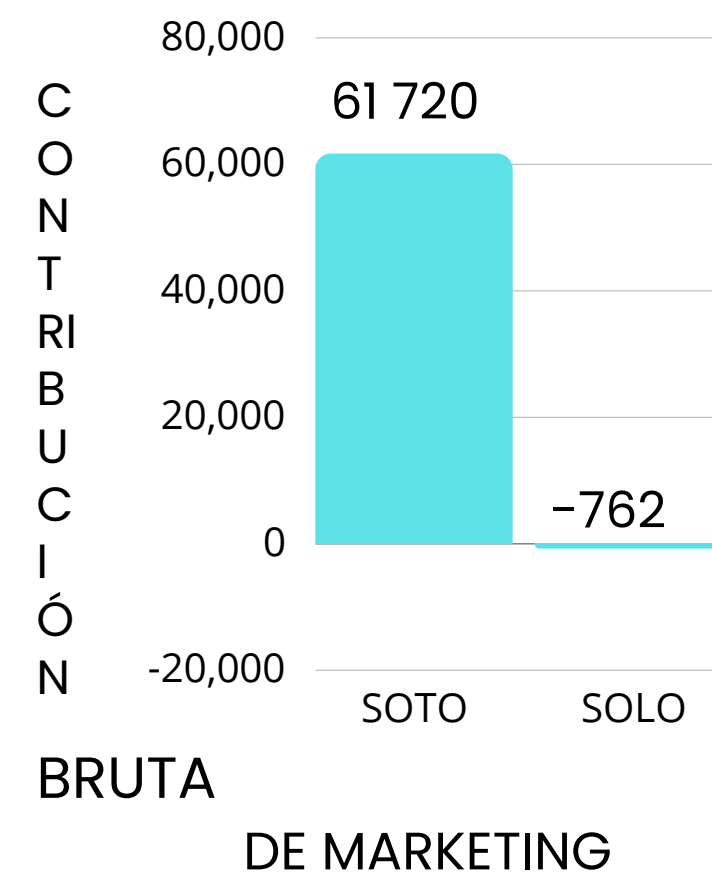
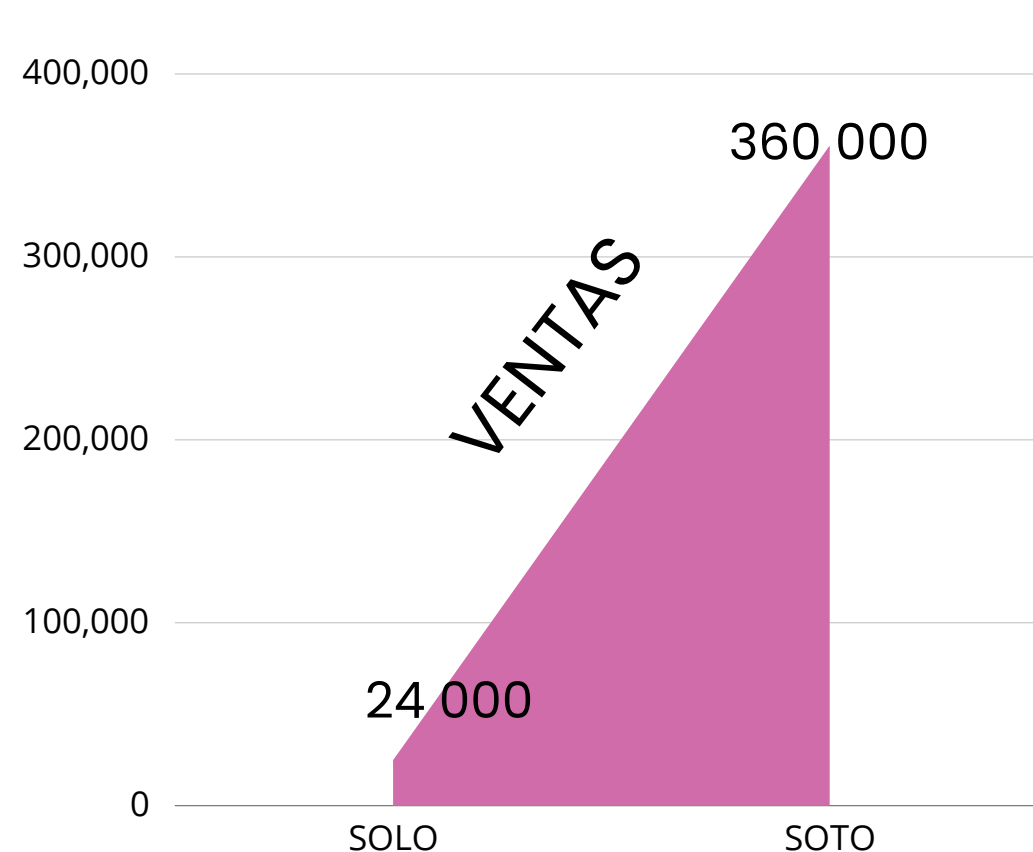
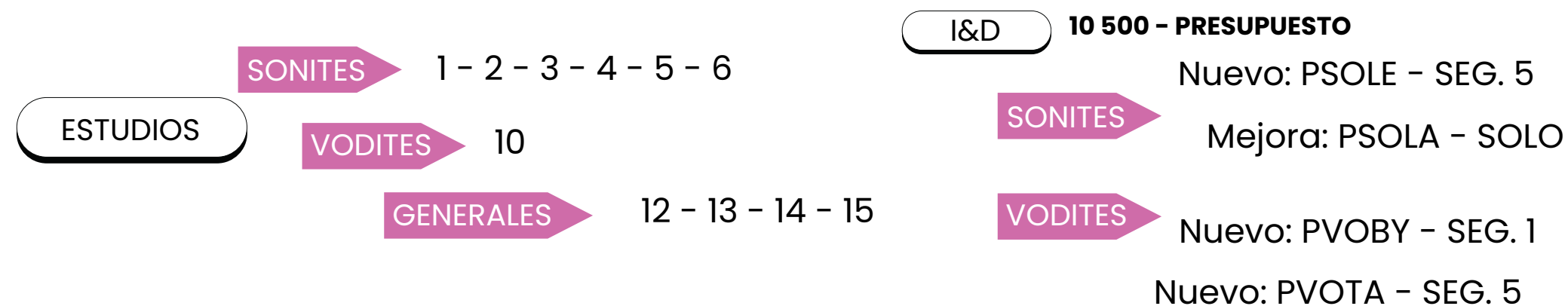
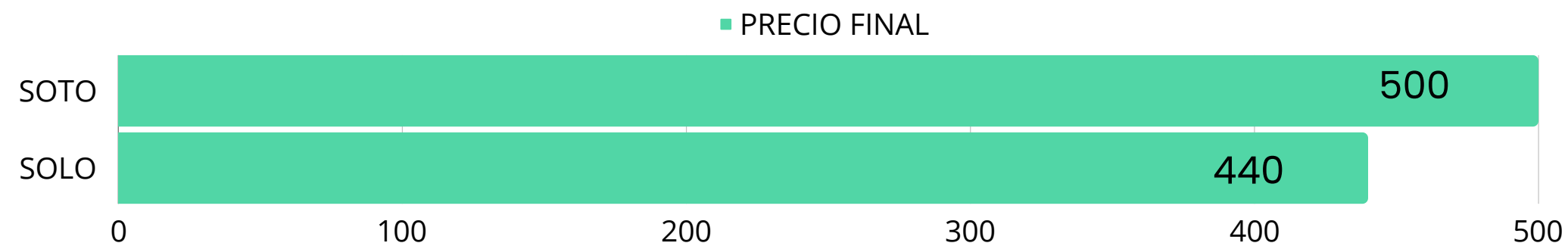
AÑO 1



COSTOS



PRECIO PRODUCTO

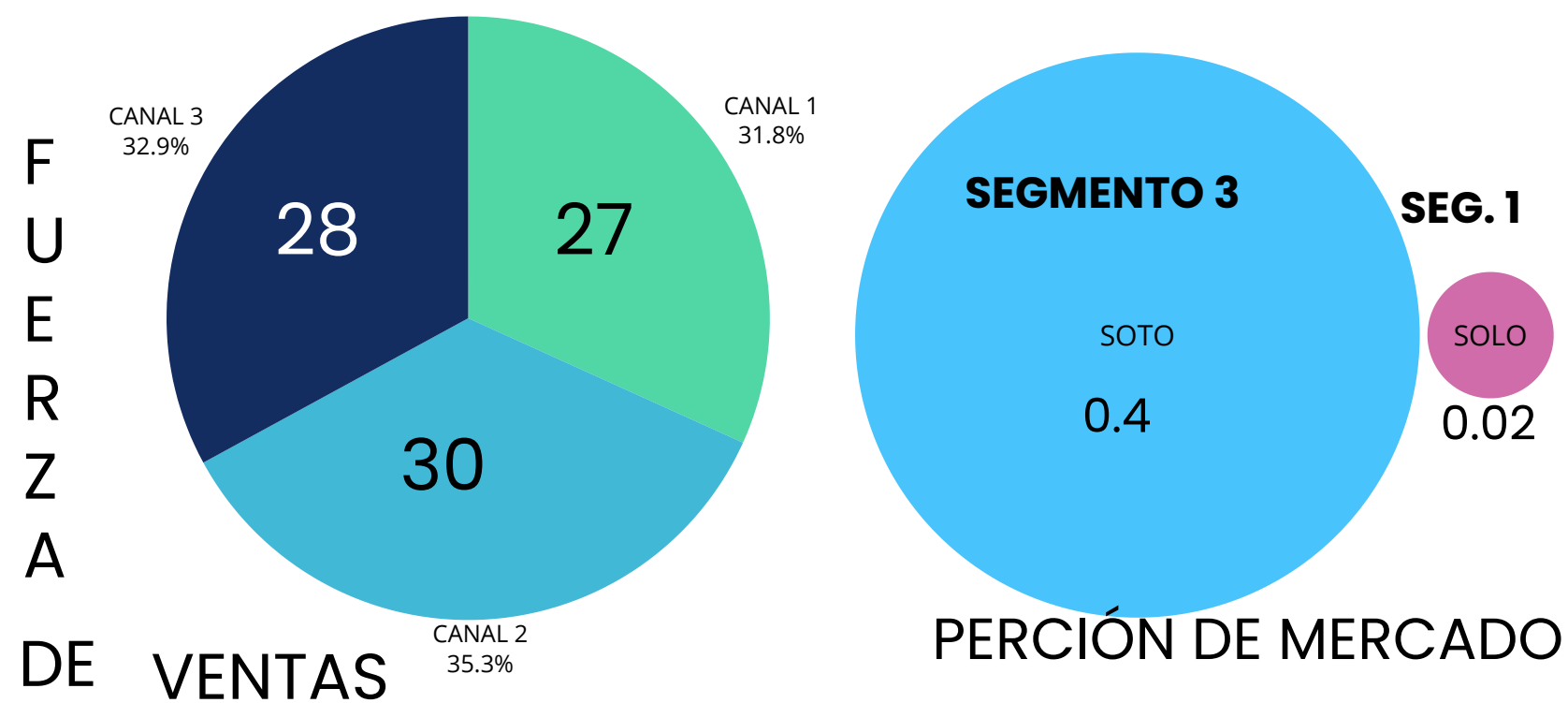
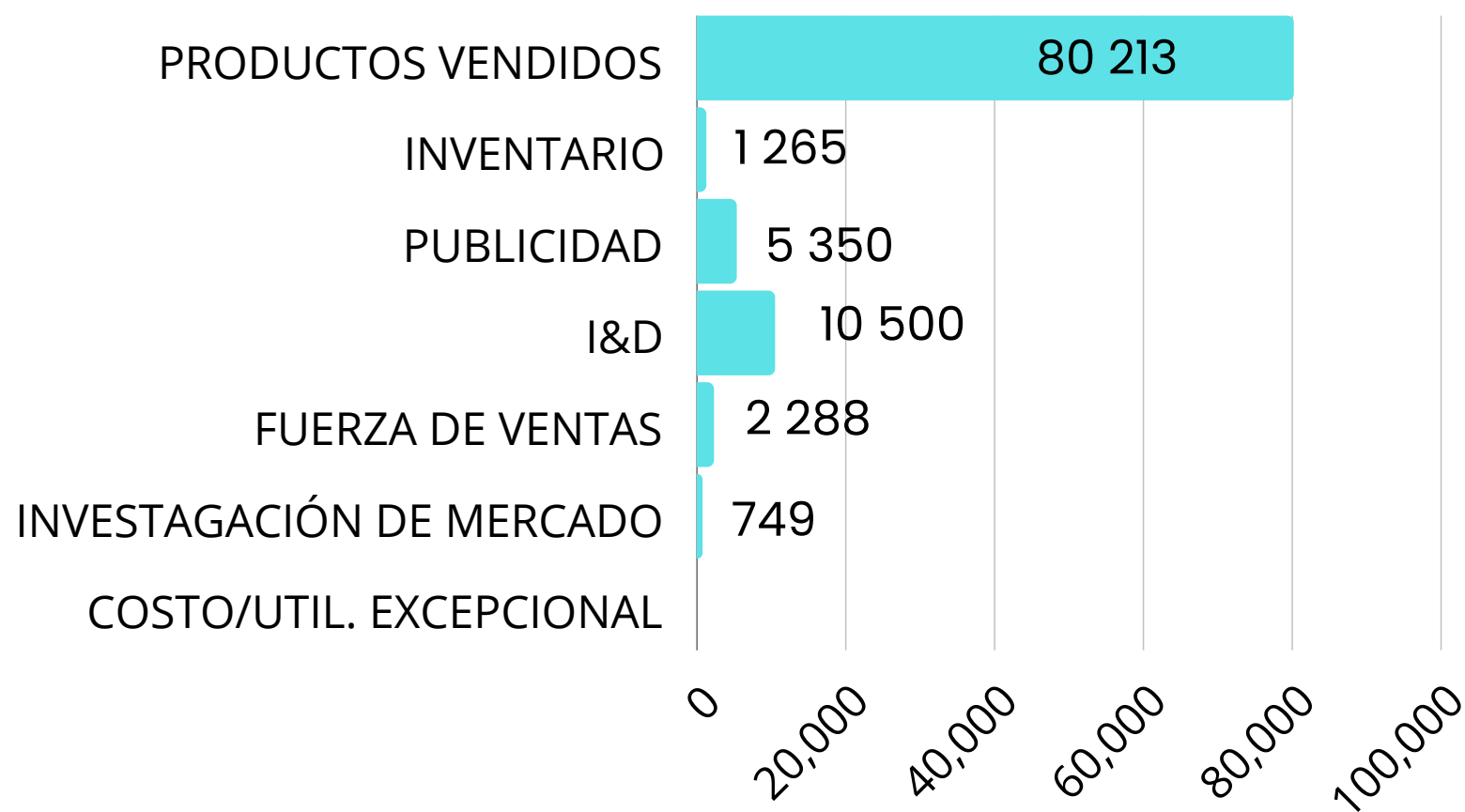




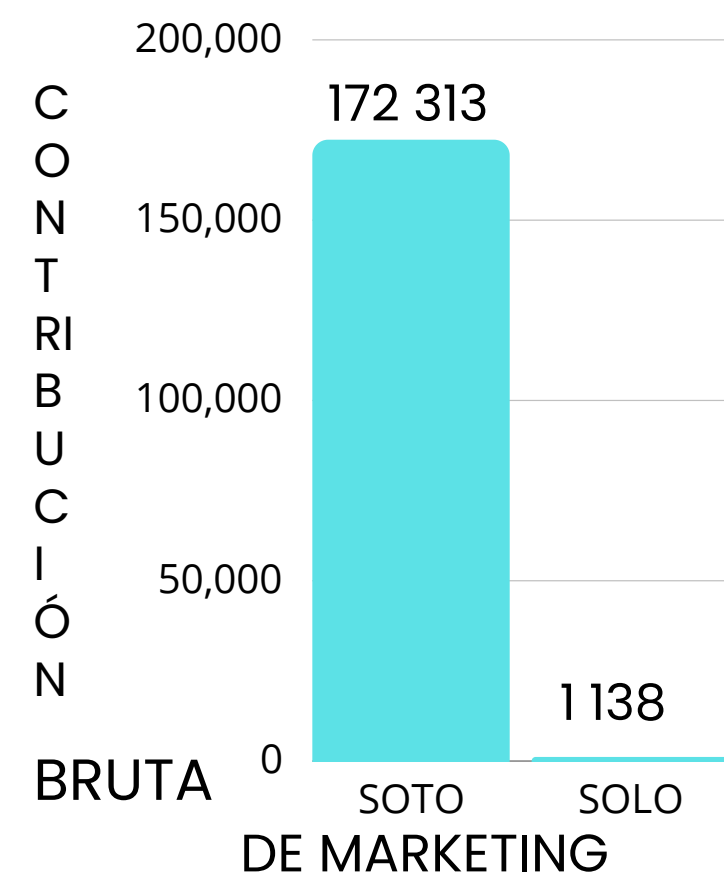
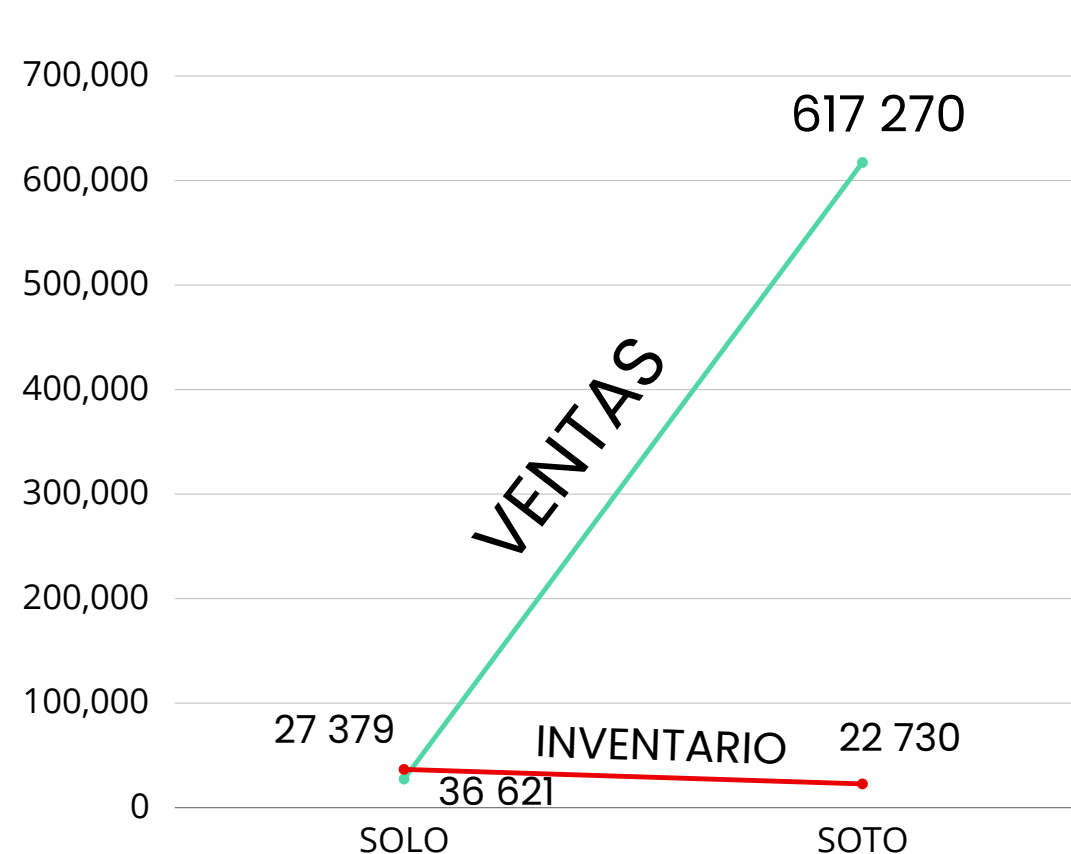
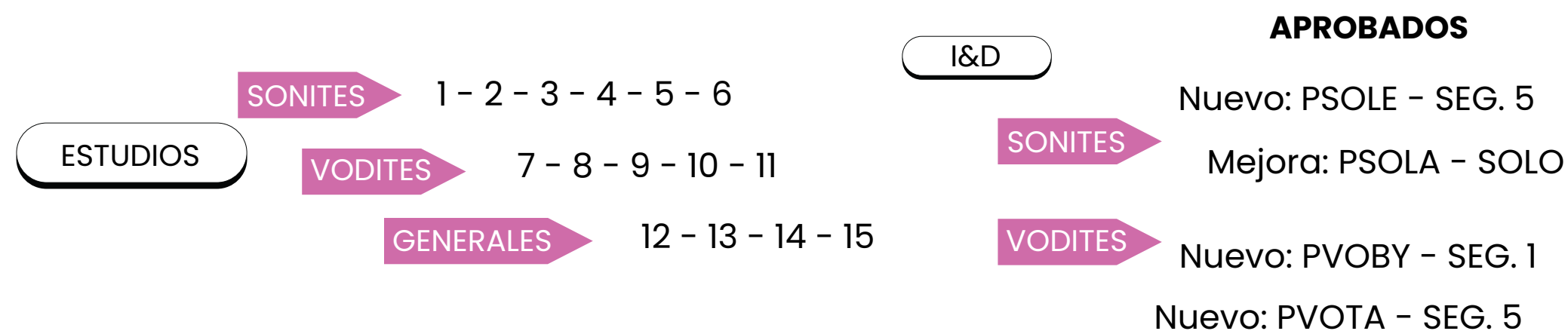
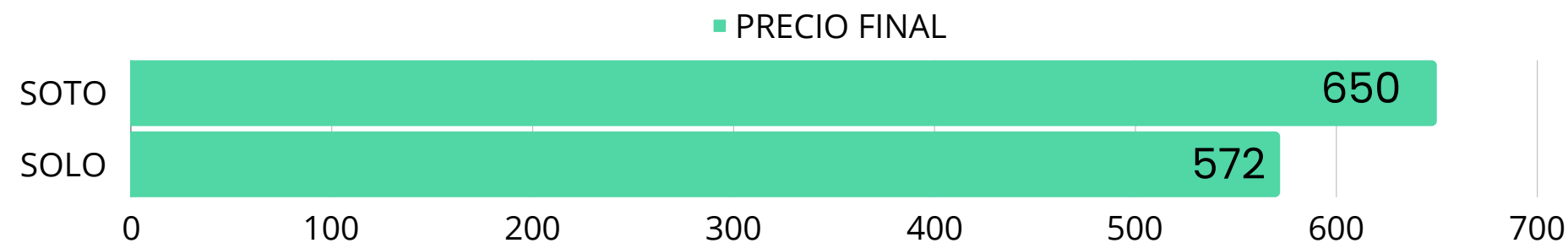
AÑO 2



COSTOS



PRECIO PRODUCTO

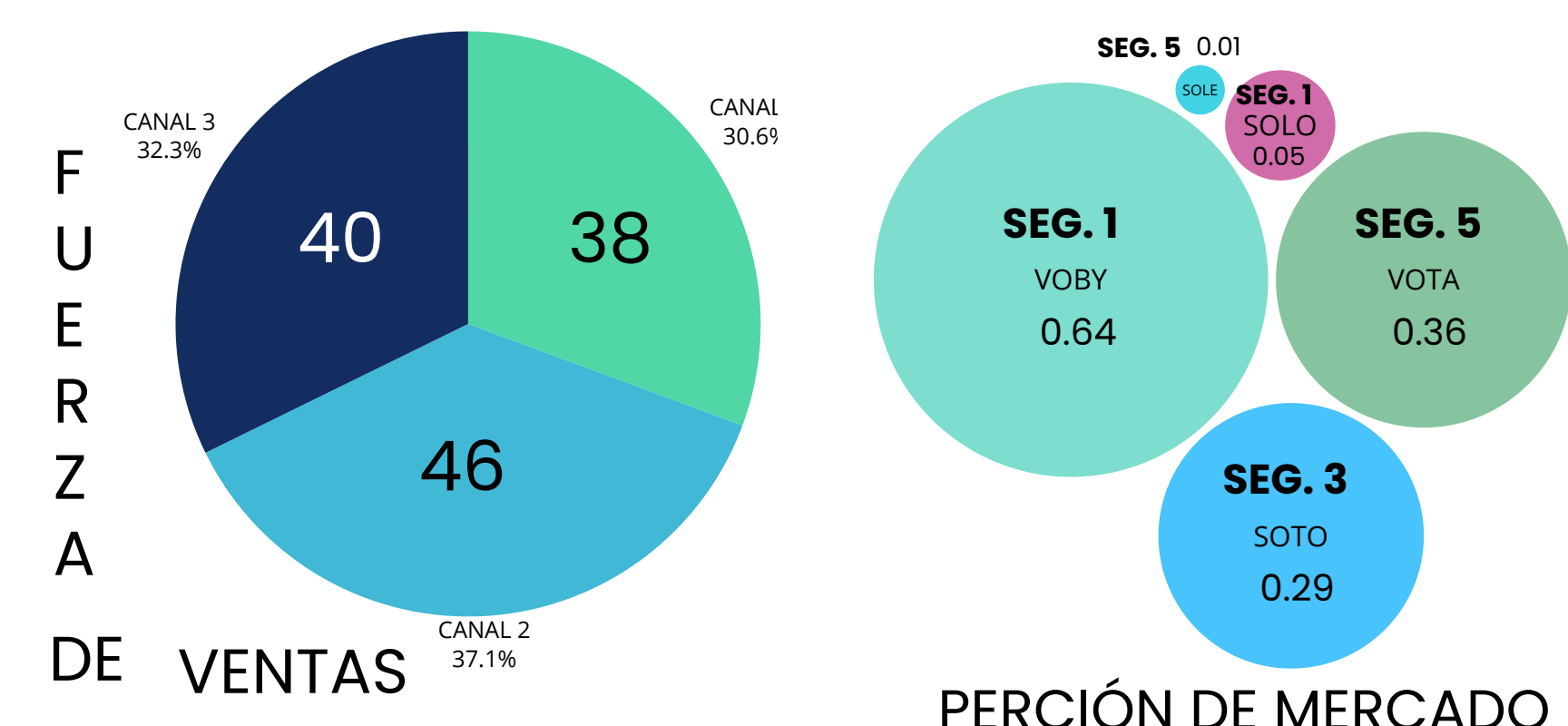
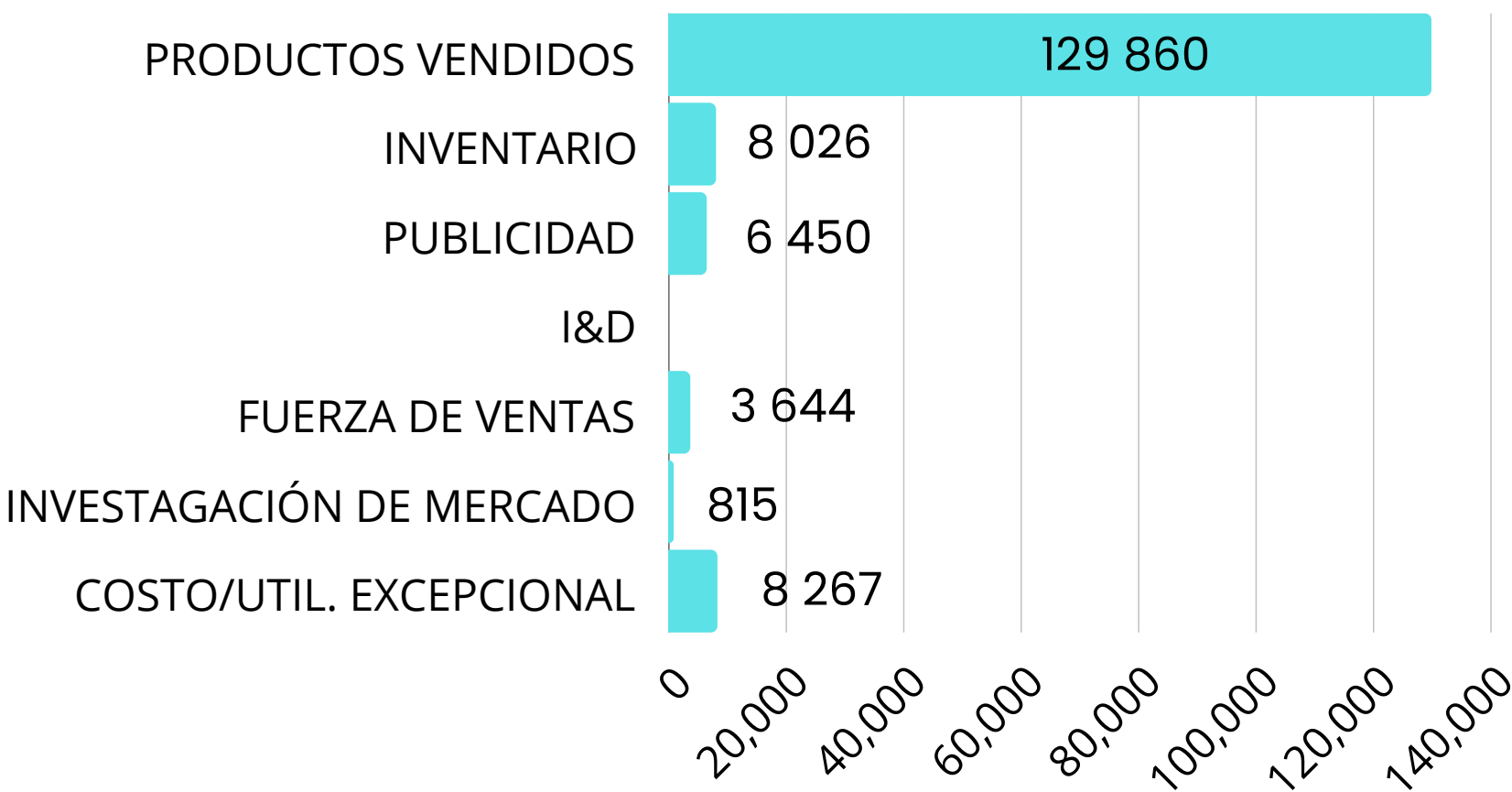




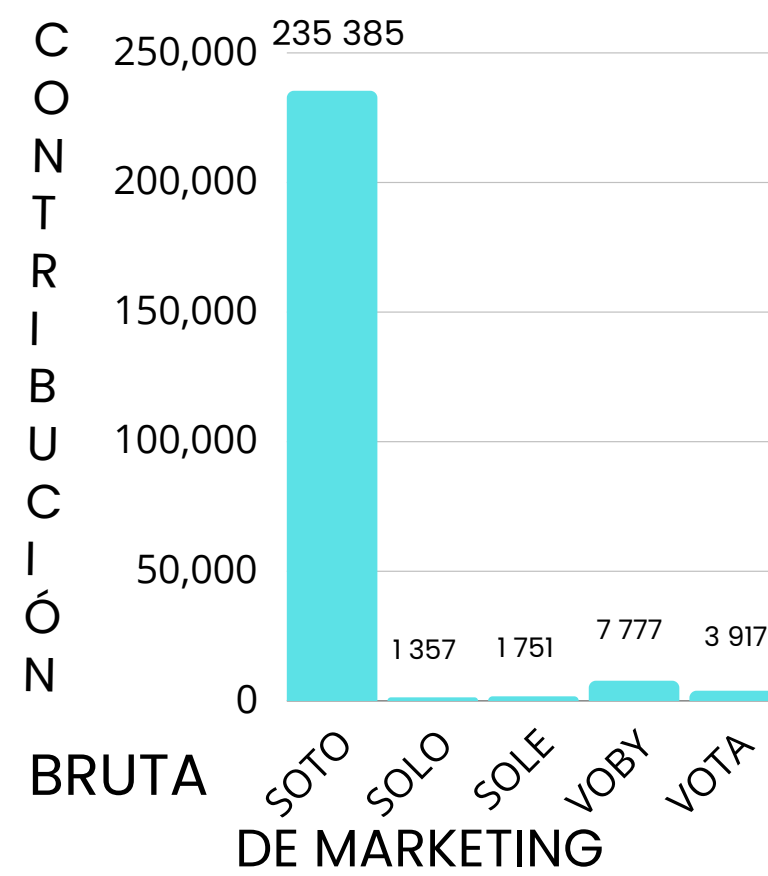
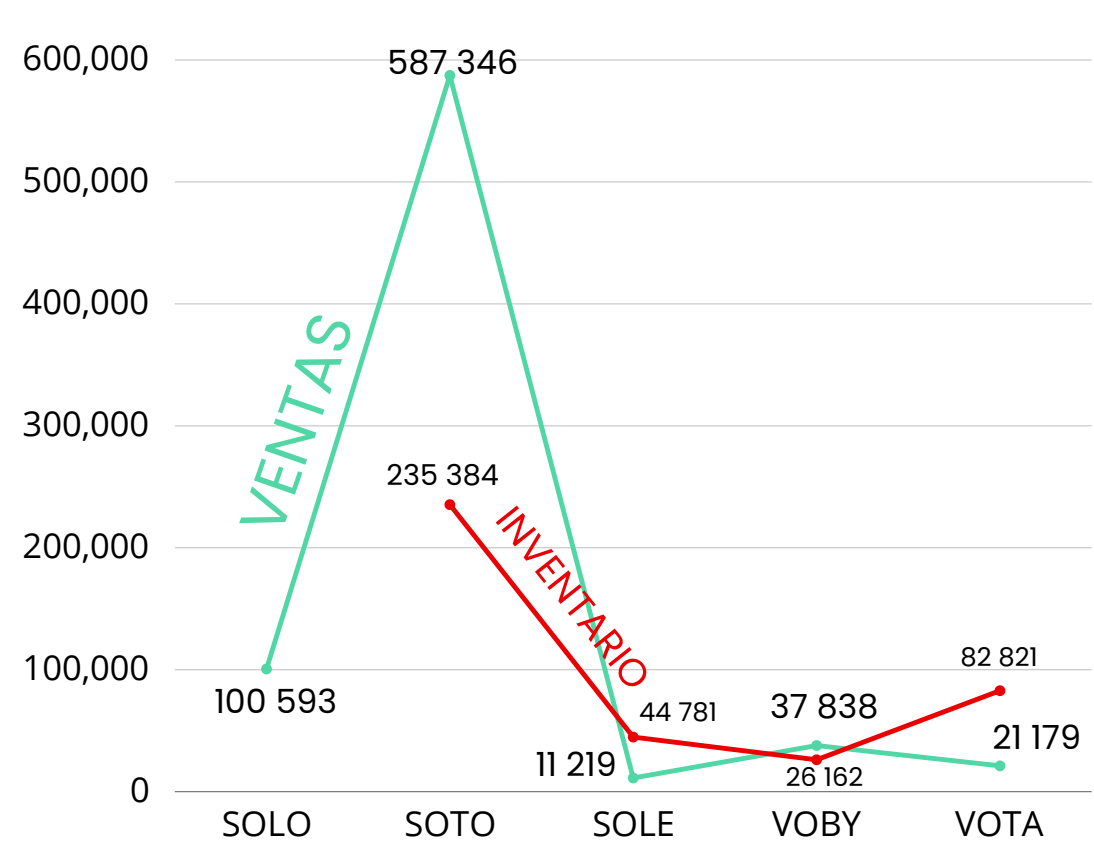
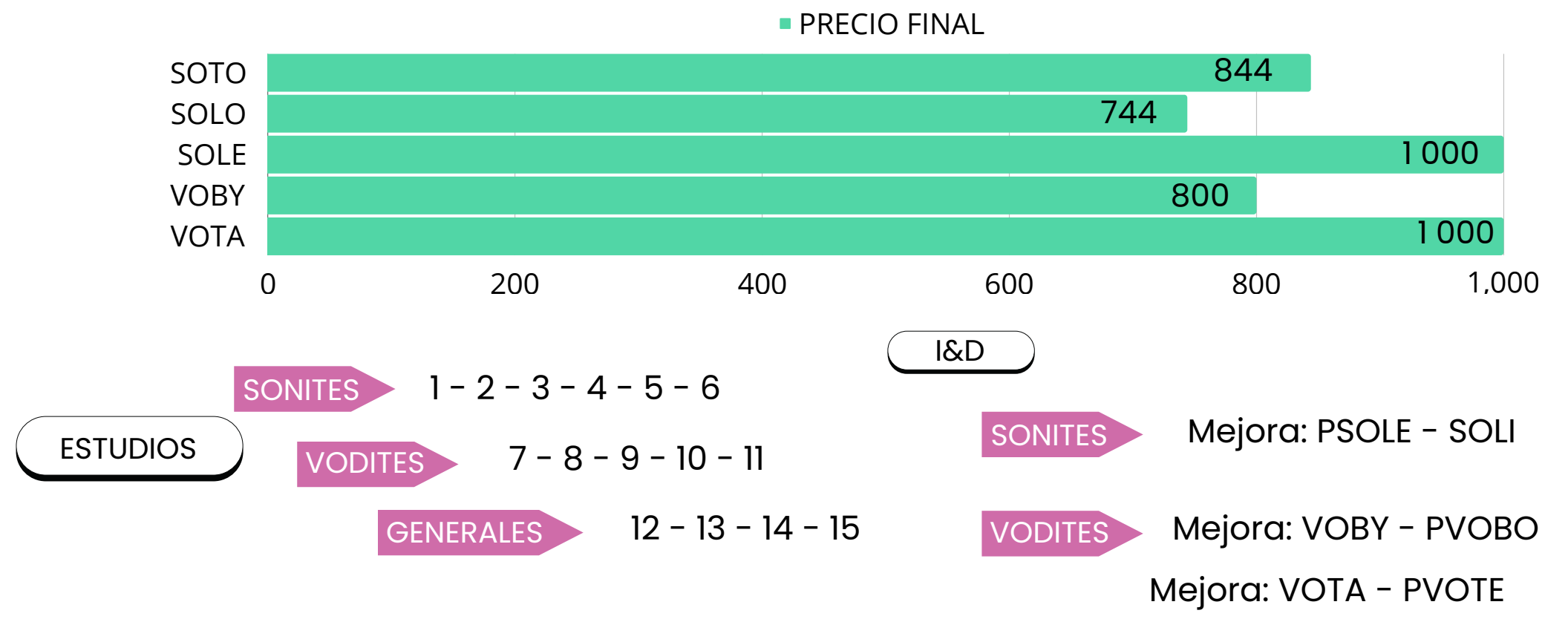
AÑO 3



COSTOS



PRECIO PRODUCTO

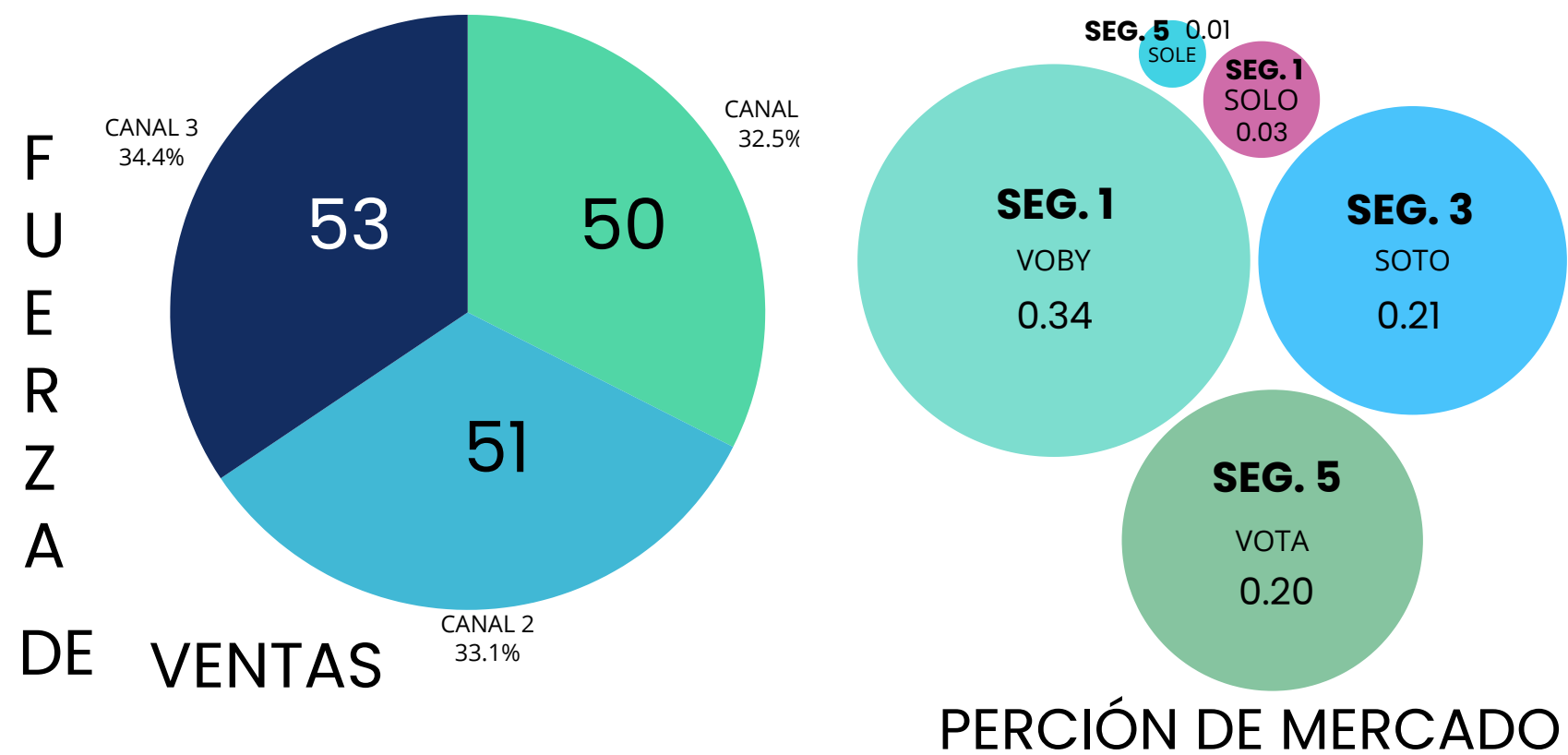
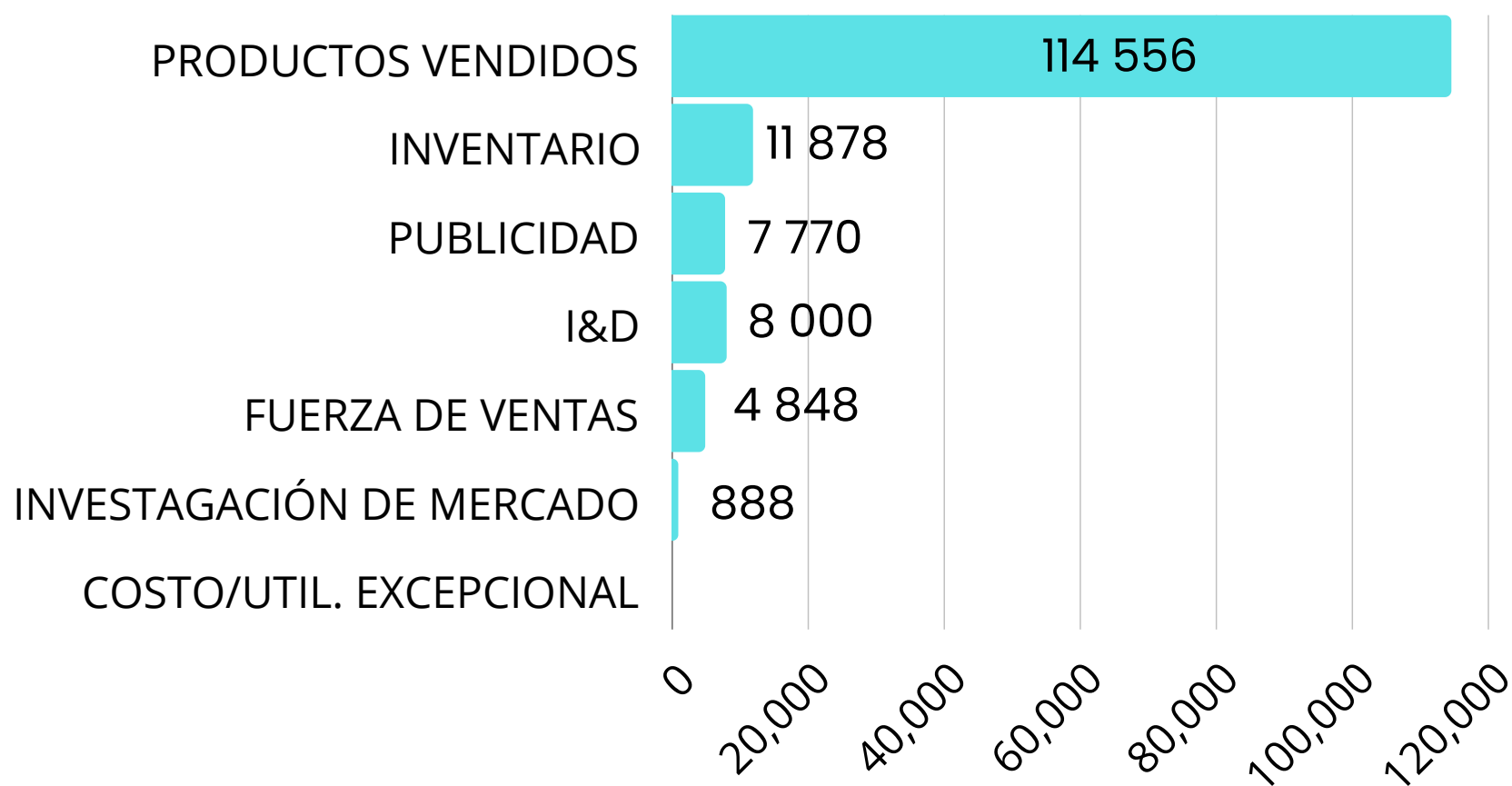




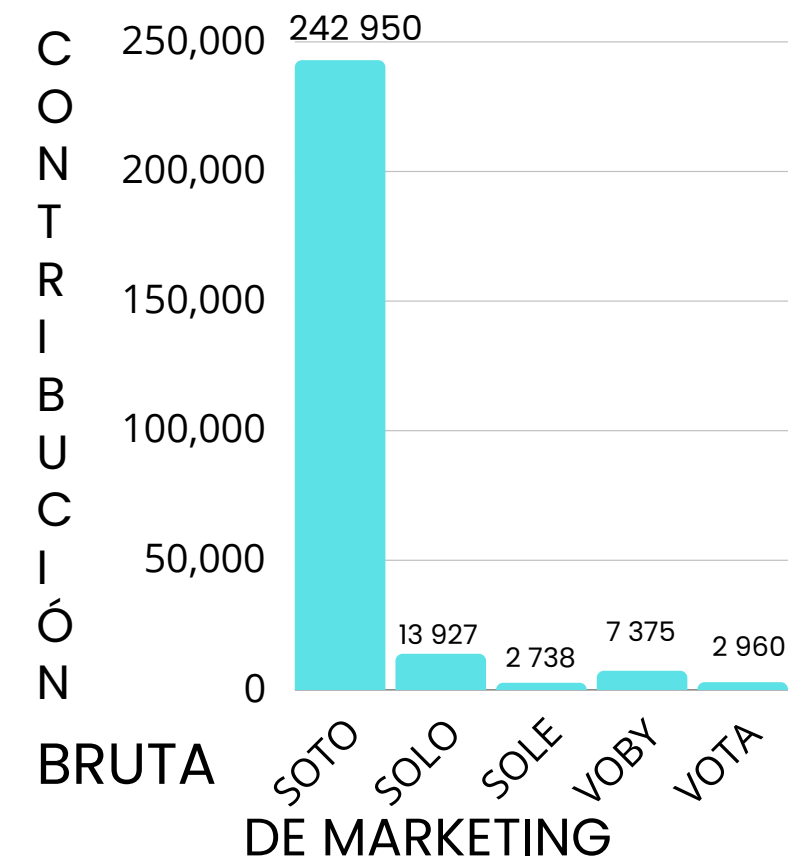
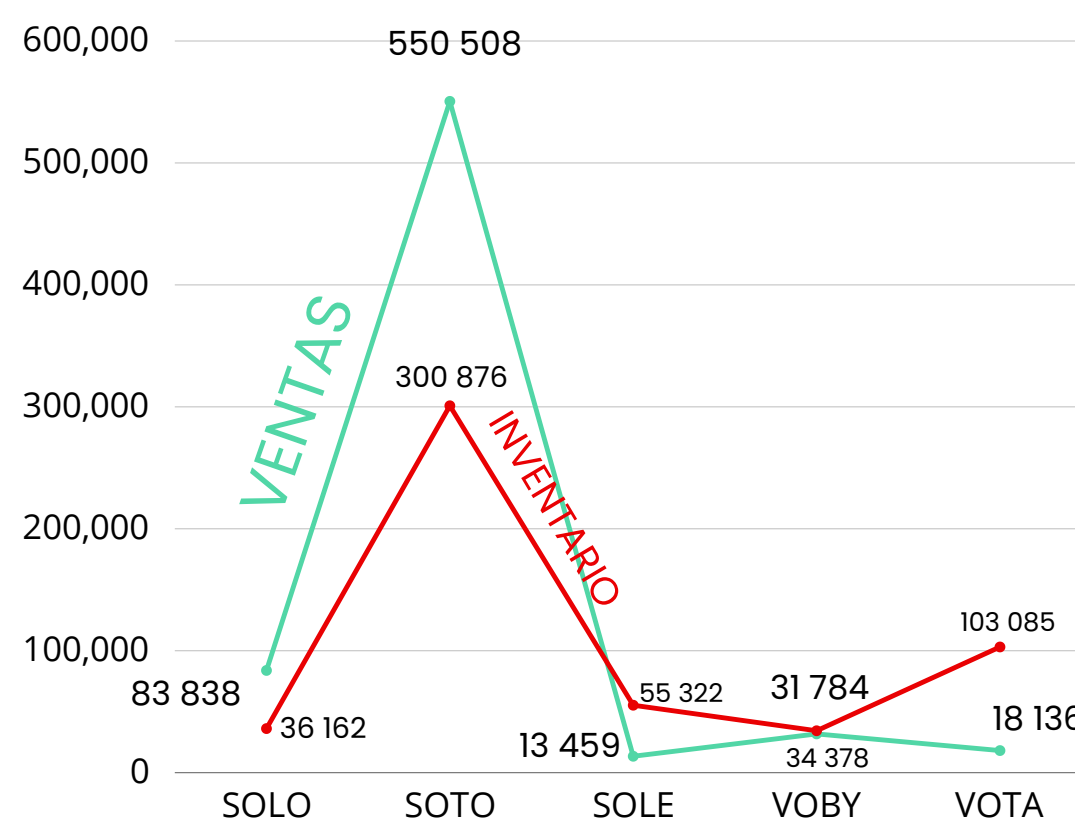
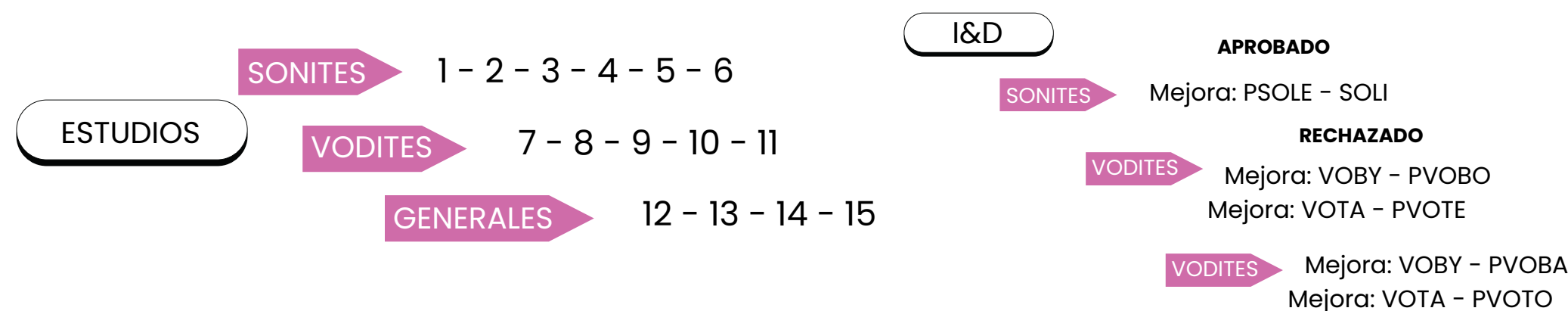
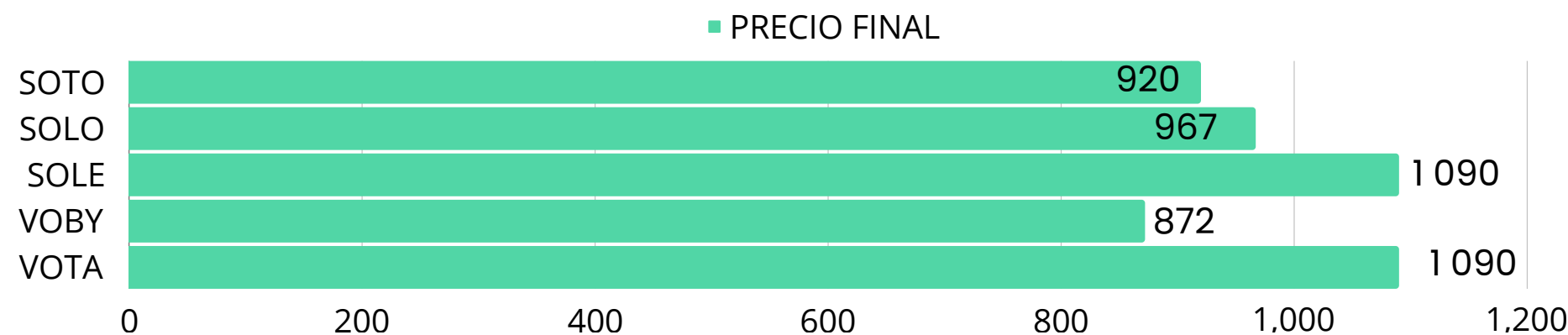
AÑO 4



COSTOS



PRECIO PRODUCTO

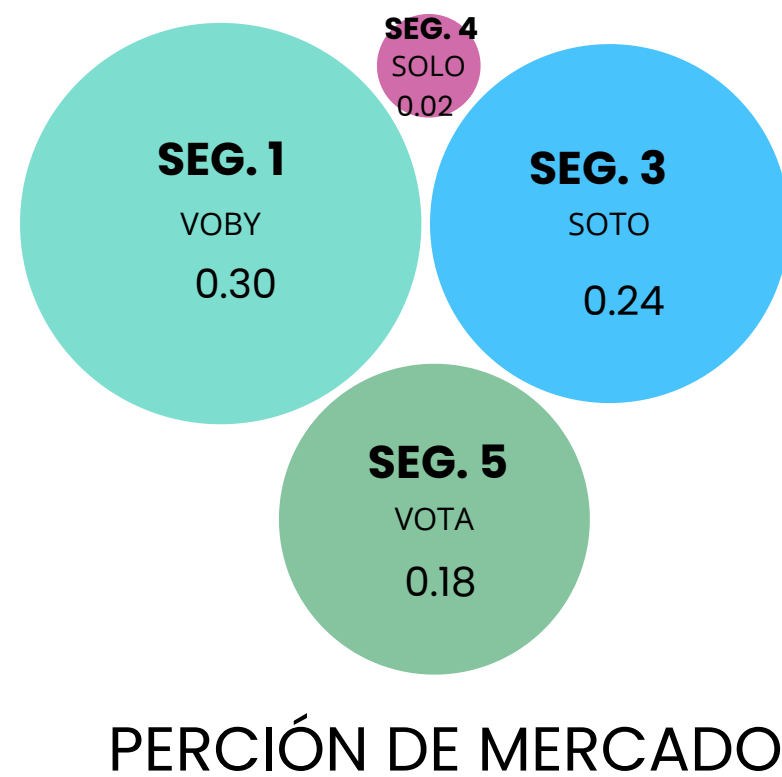
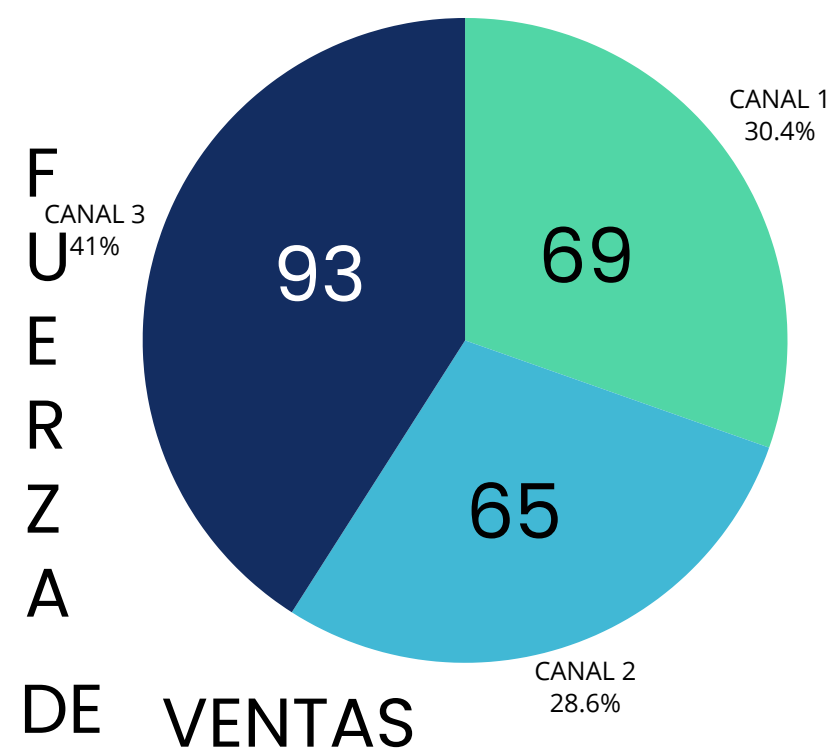
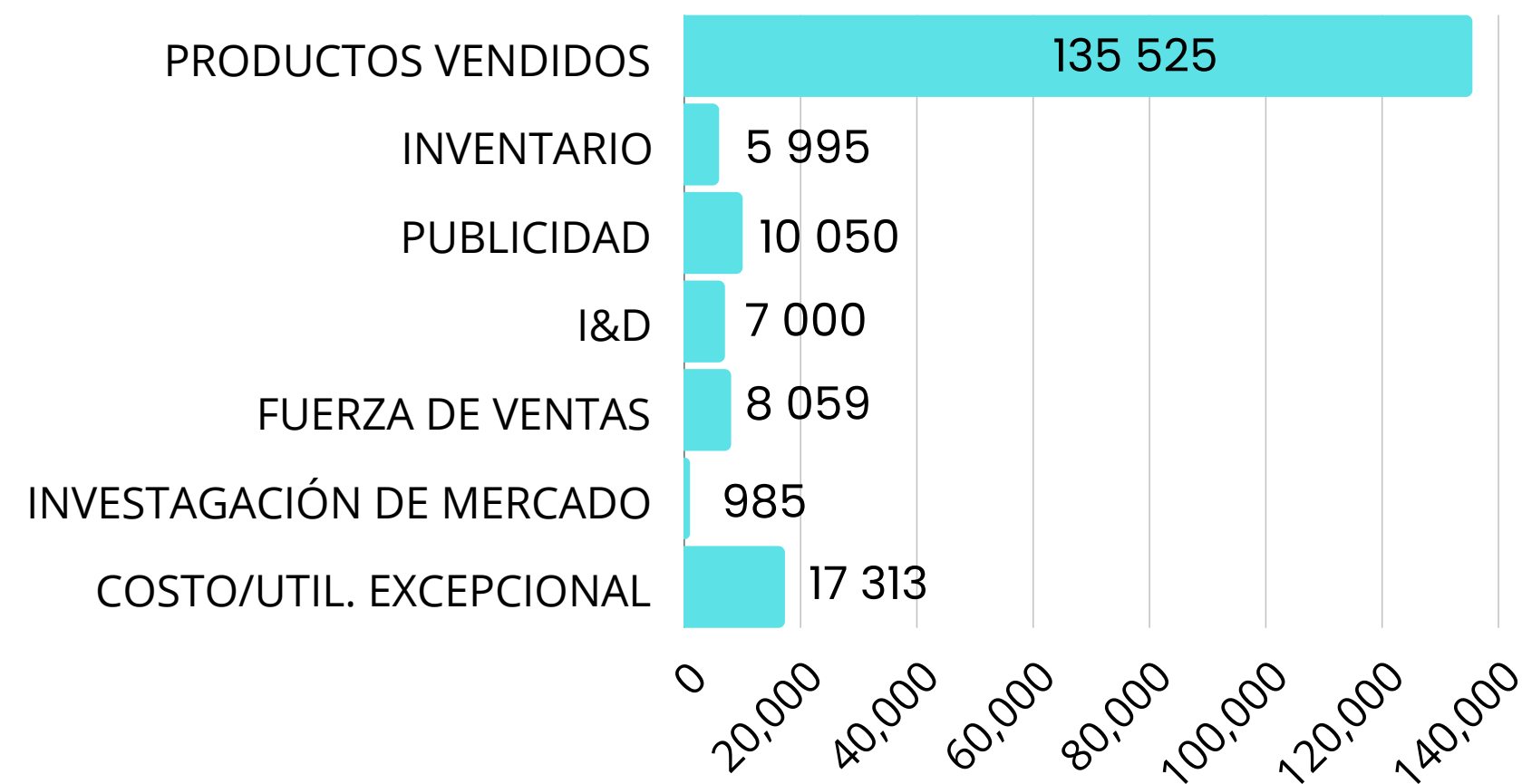




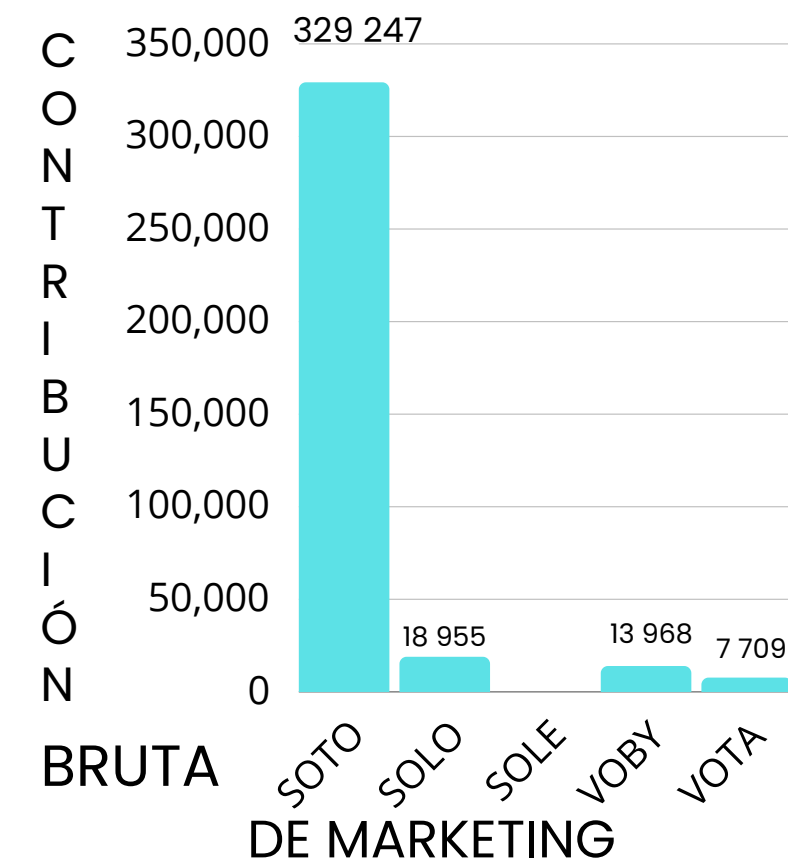
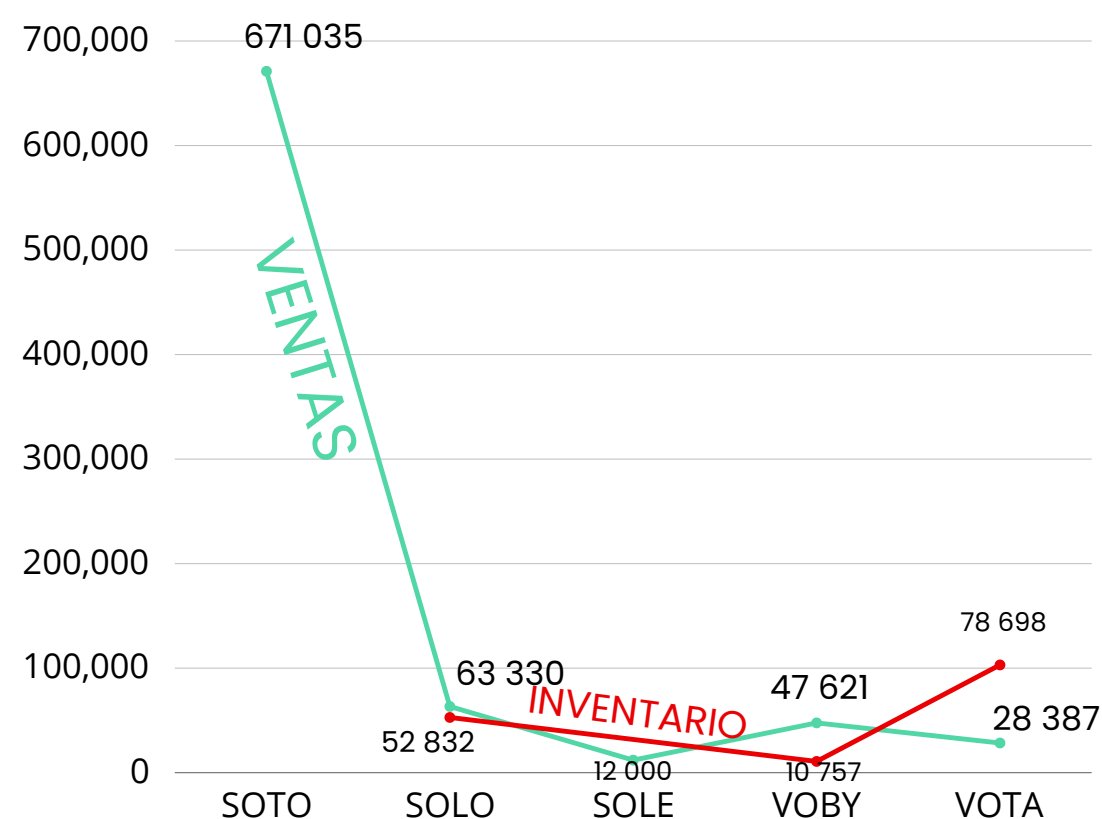
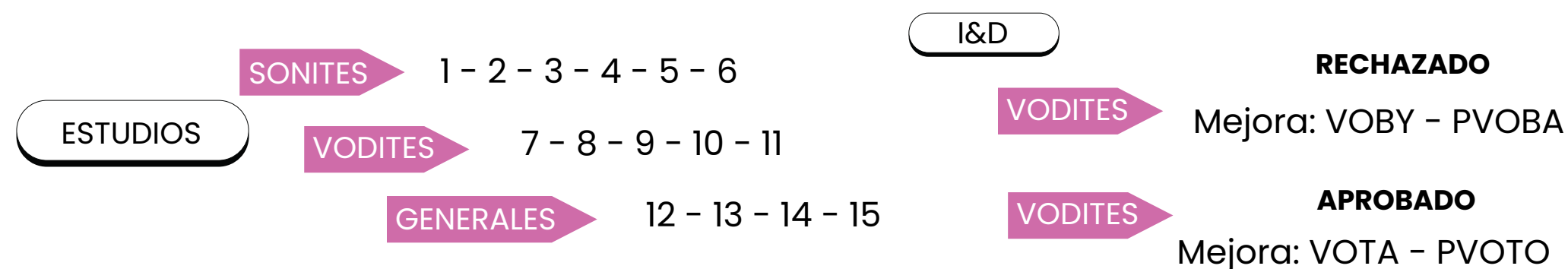
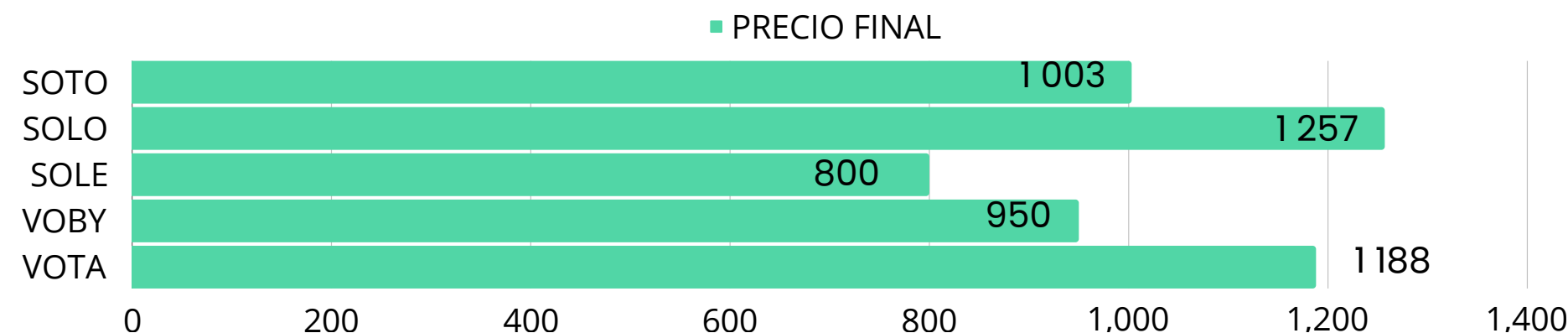
AÑO 5



COSTOS



PRECIO PRODUCTO

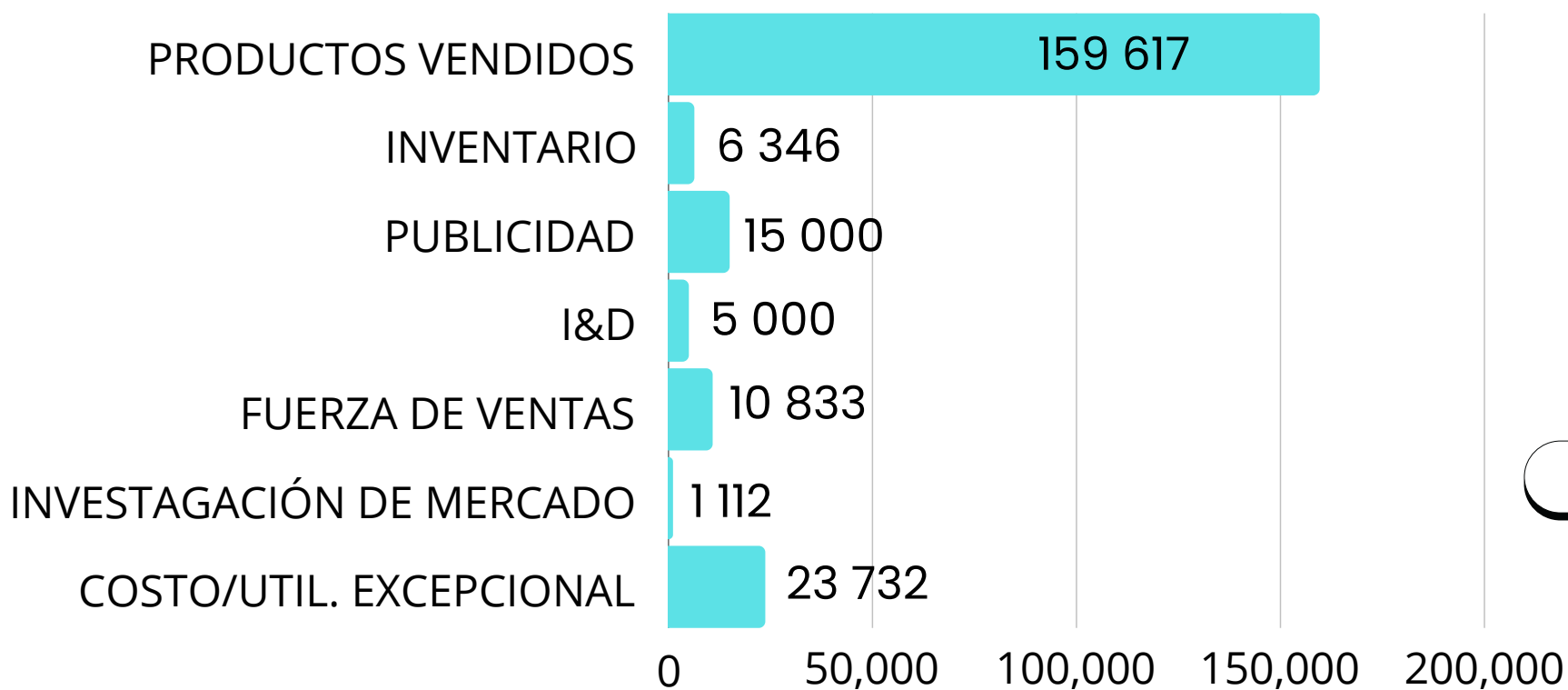




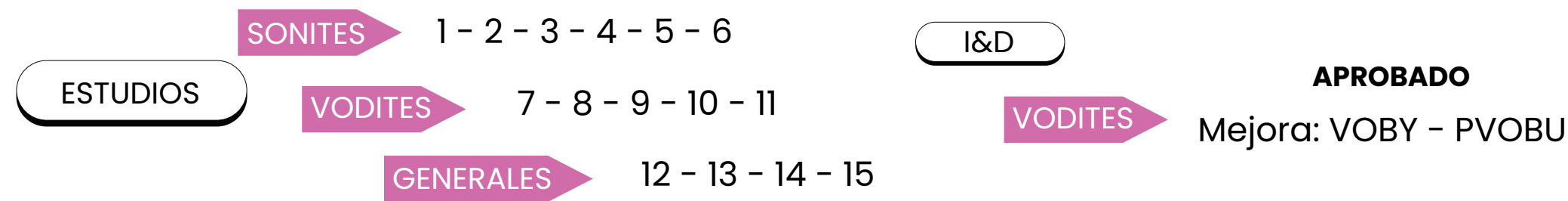
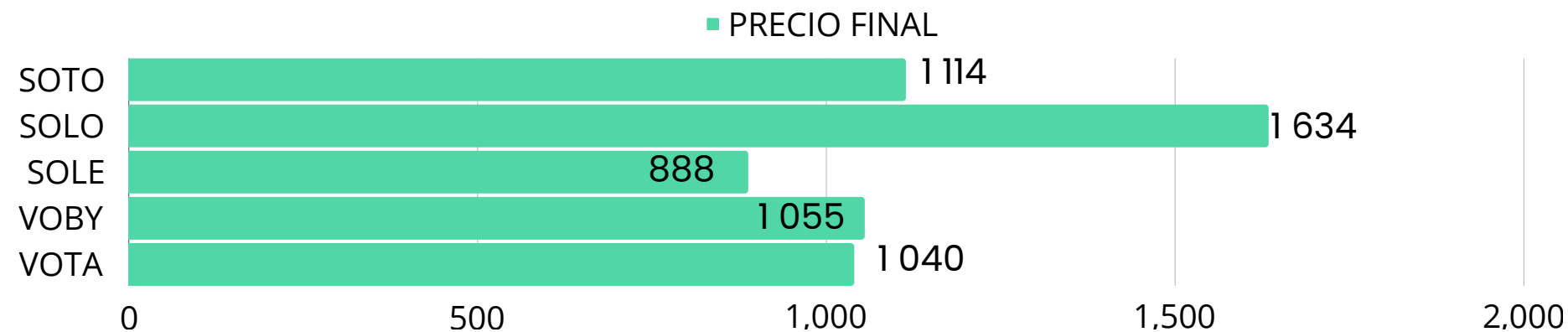
AÑO 6



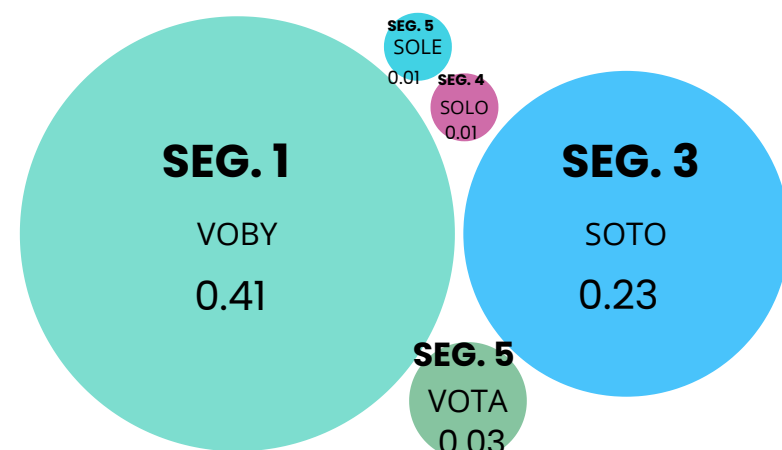
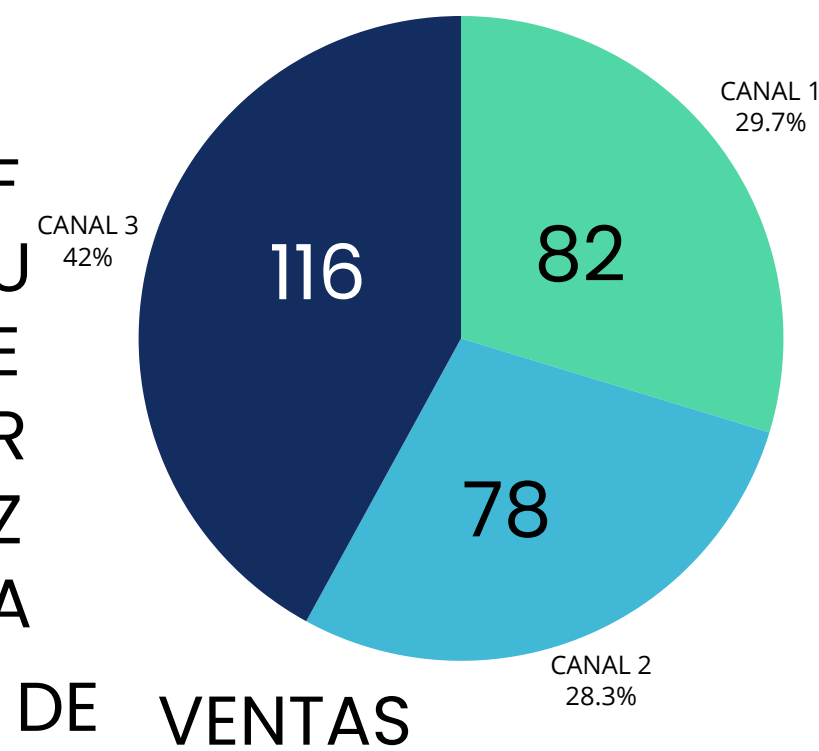
COSTOS



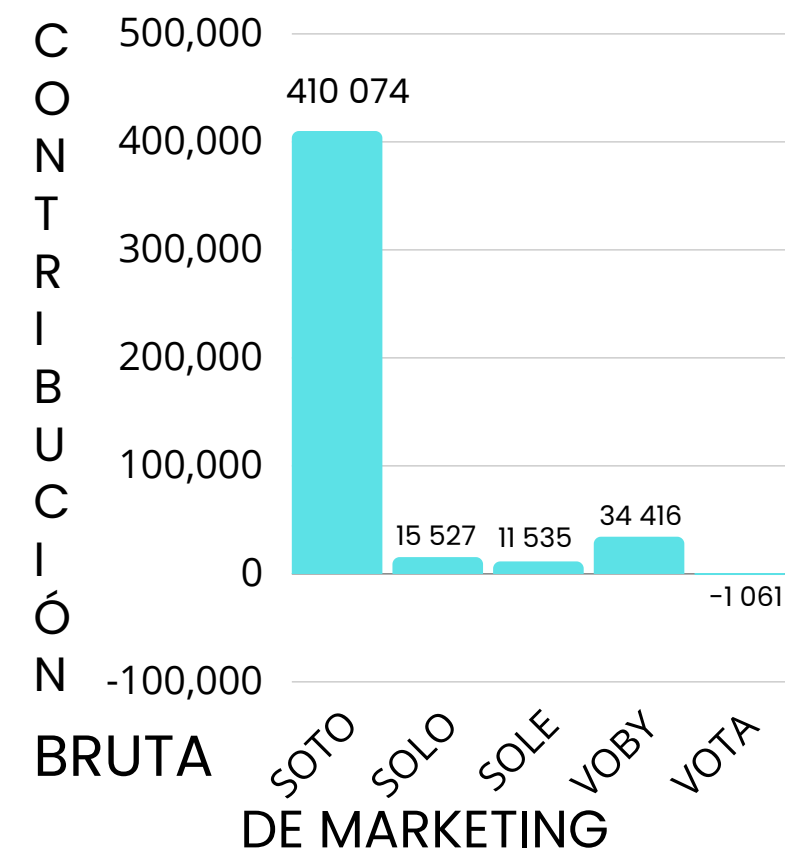
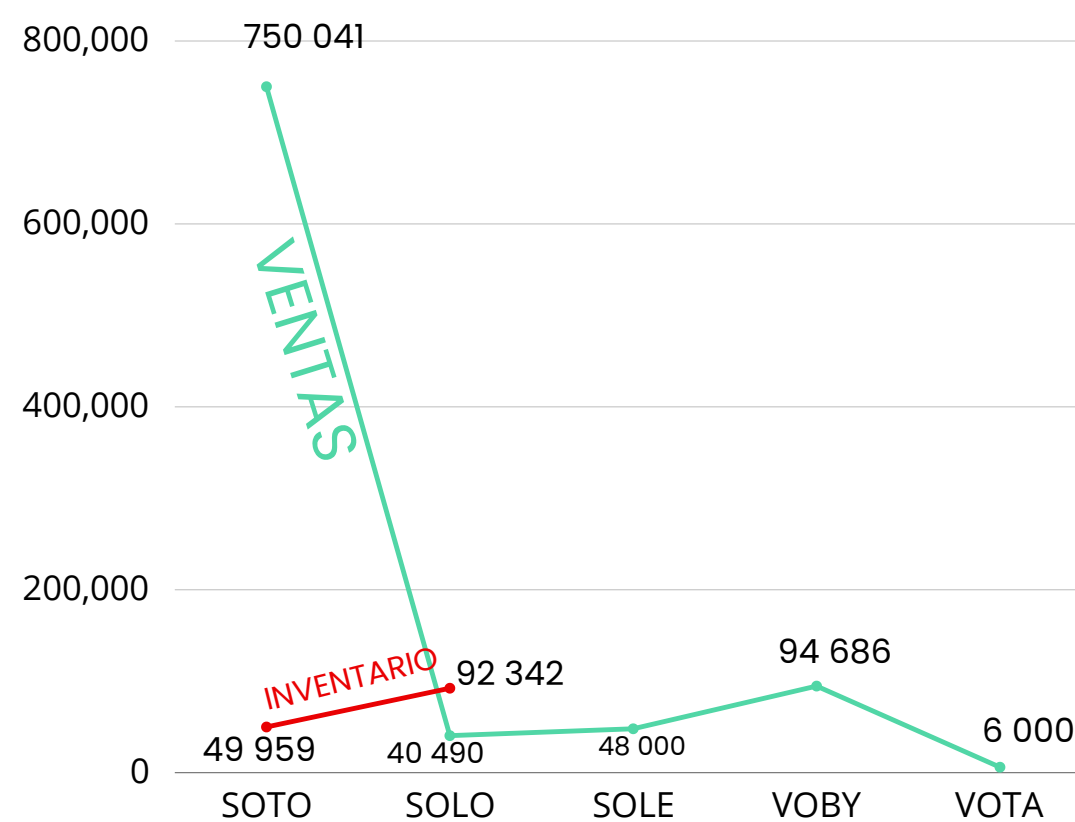
PRECIO PRODUCTO



FUERZA DE VENTAS



PERCIÓN DE MERCADO

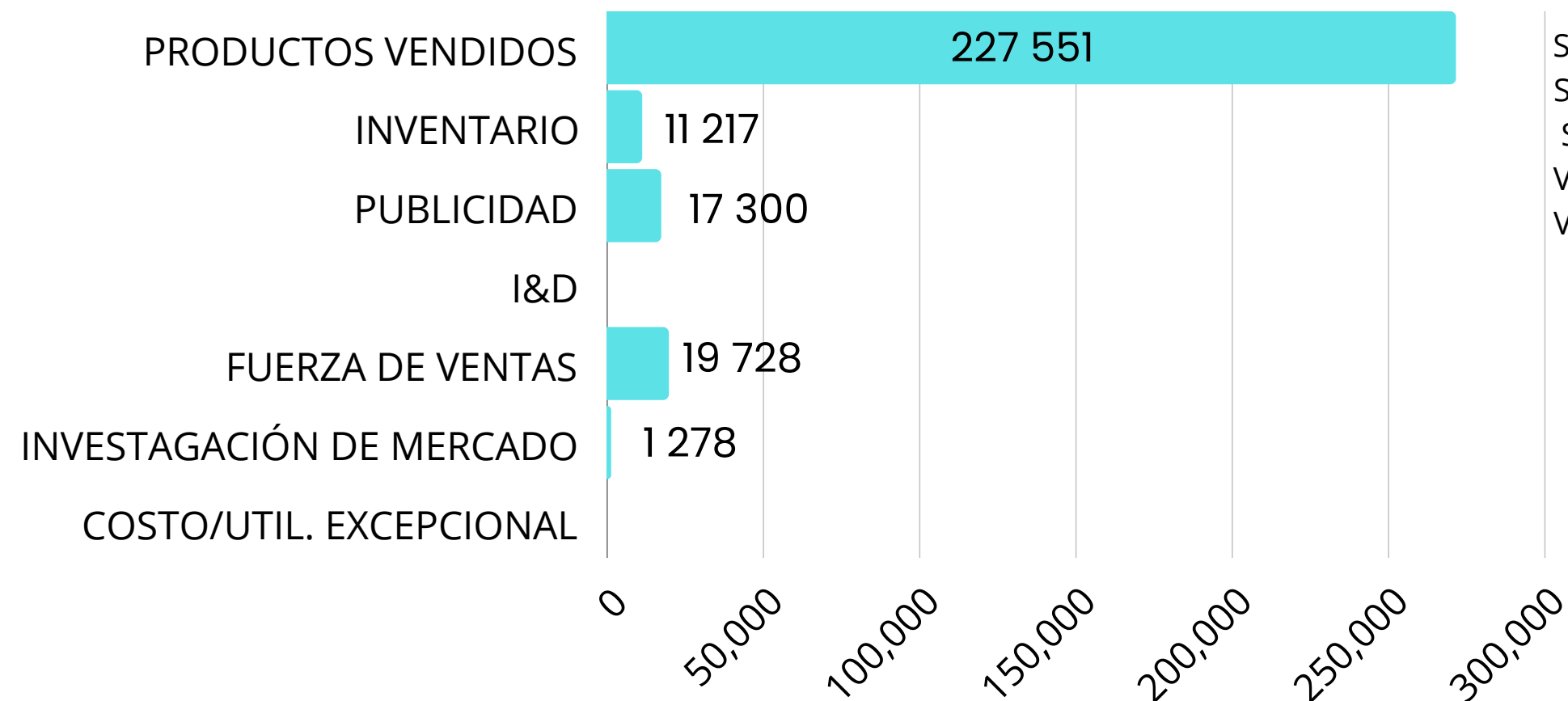




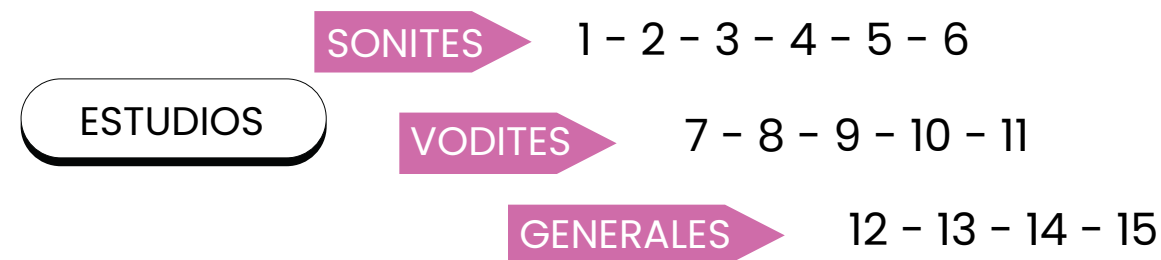
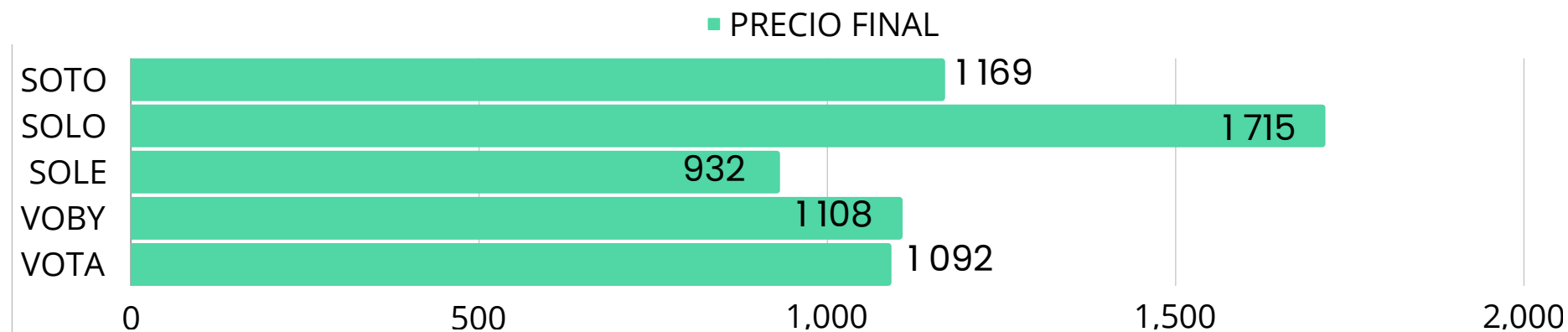
AÑO 7



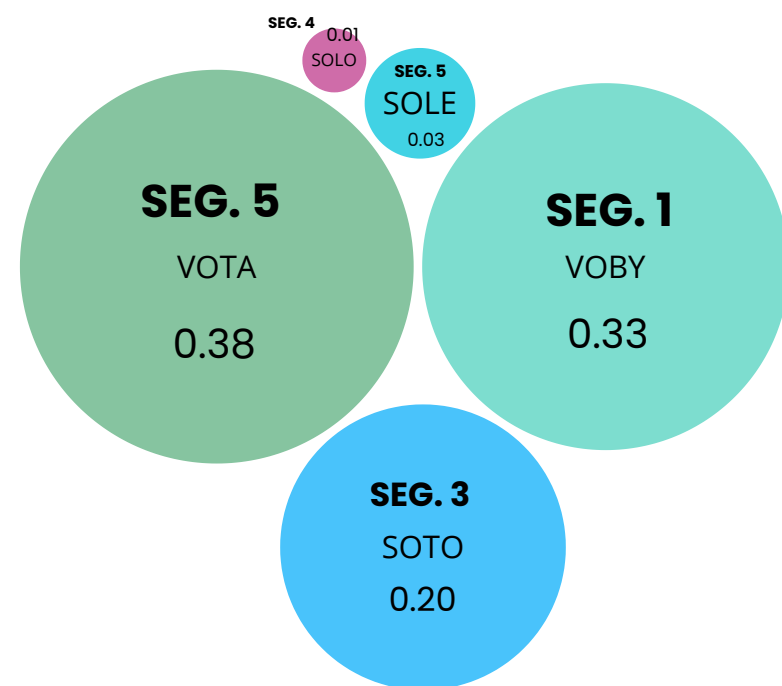
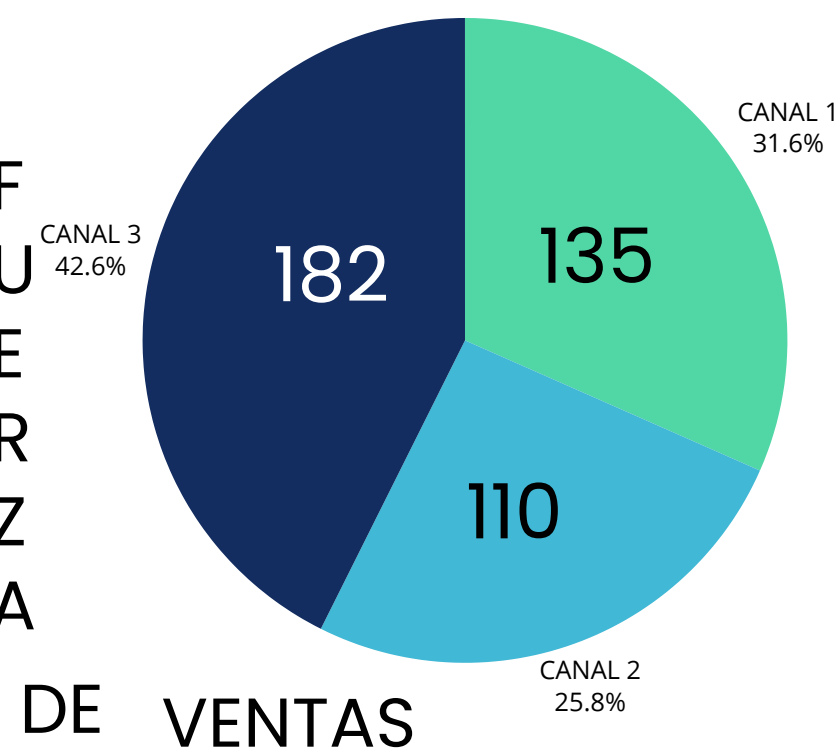
COSTOS



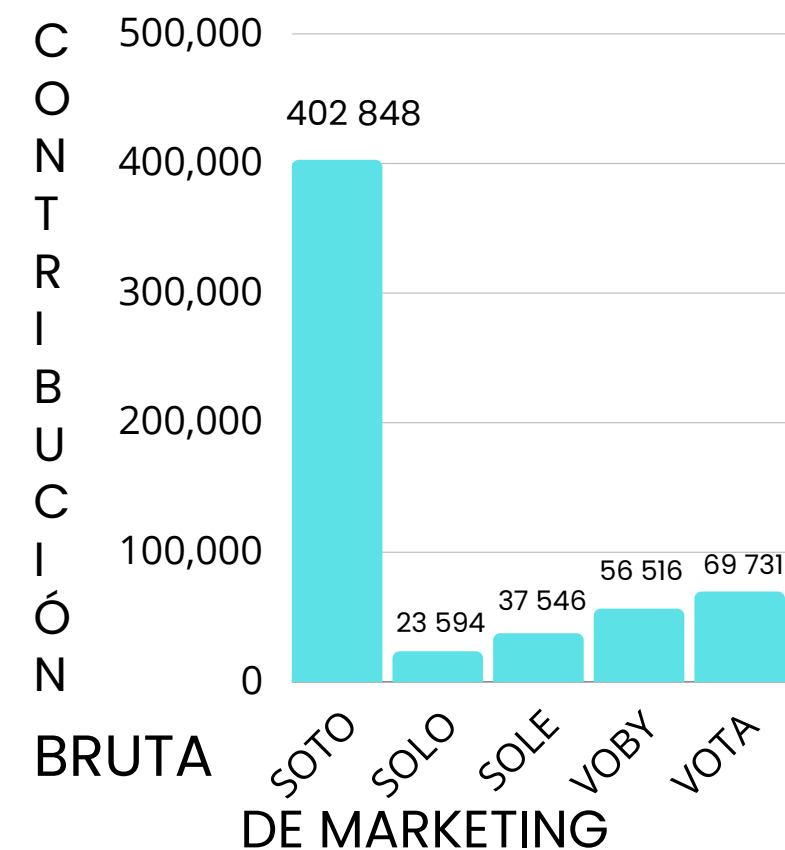
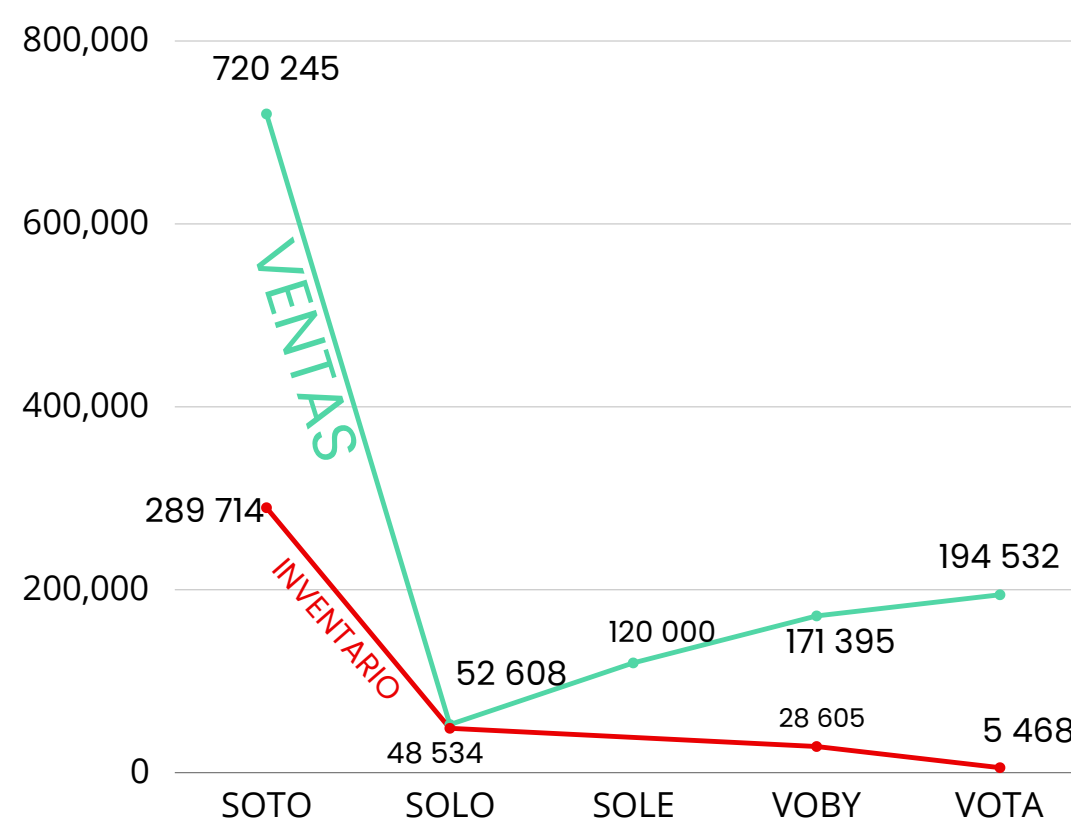
PRECIO PRODUCTO



FUERZA



PERCIÓN DE MERCADO

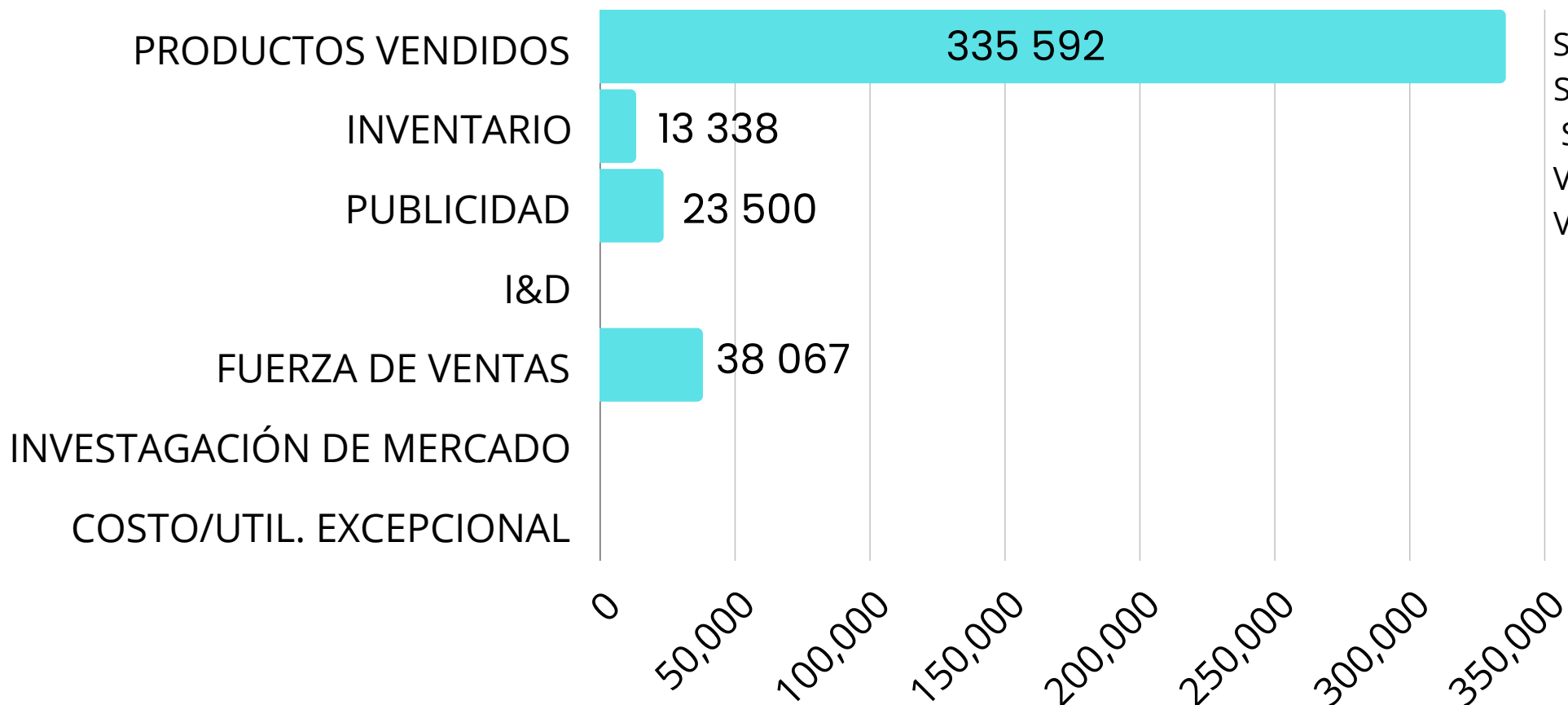




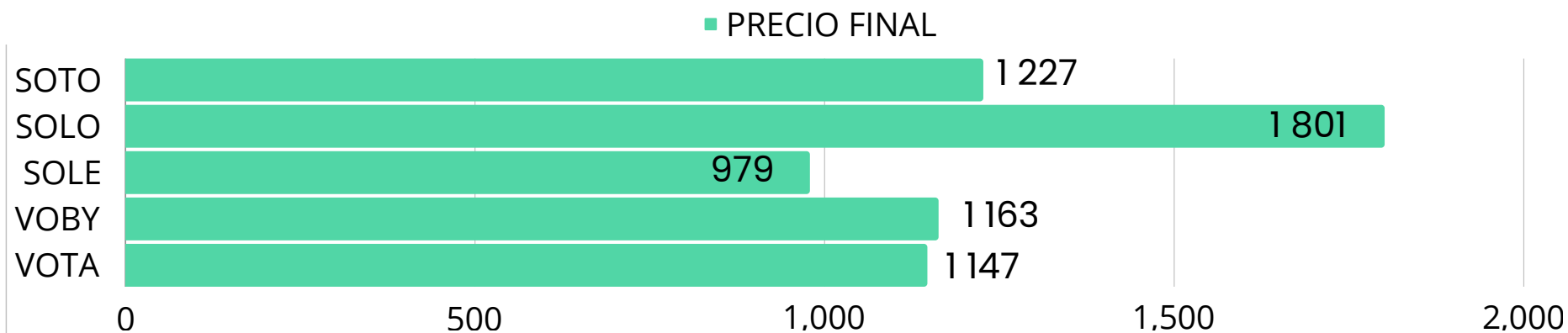
AÑO 8



COSTOS

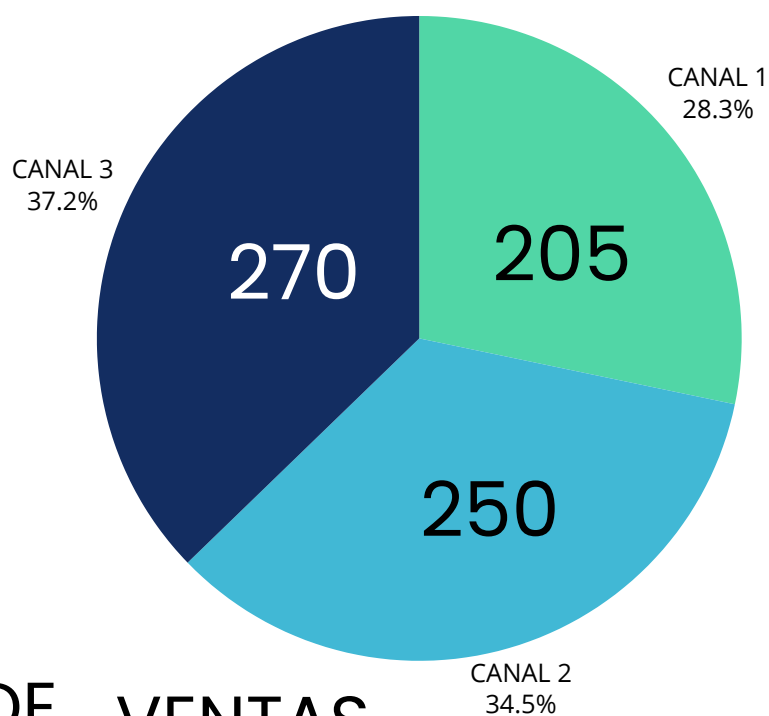


PRECIO PRODUCTO

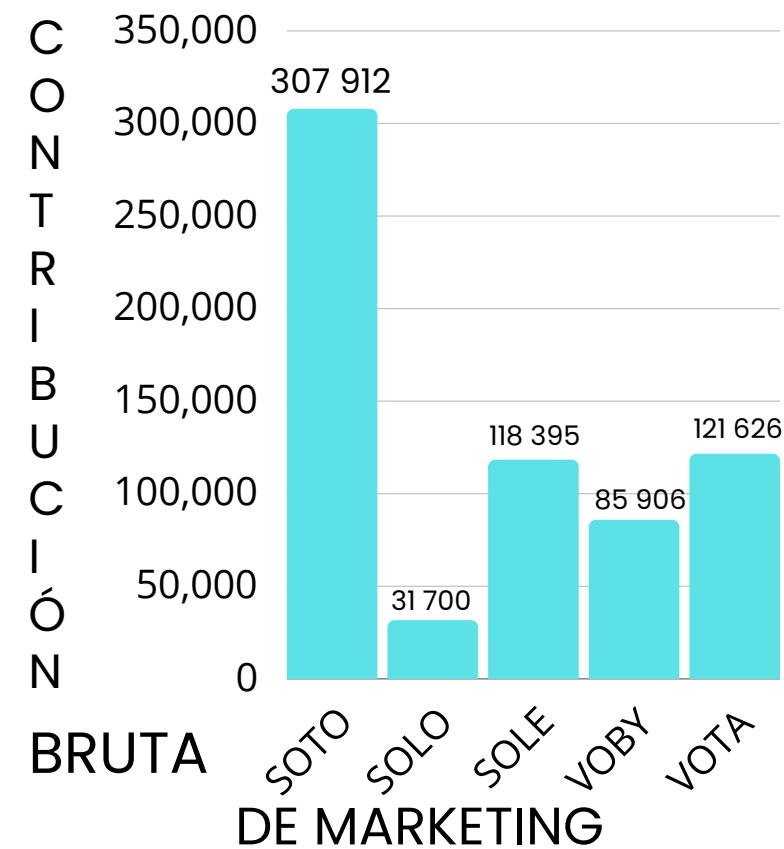
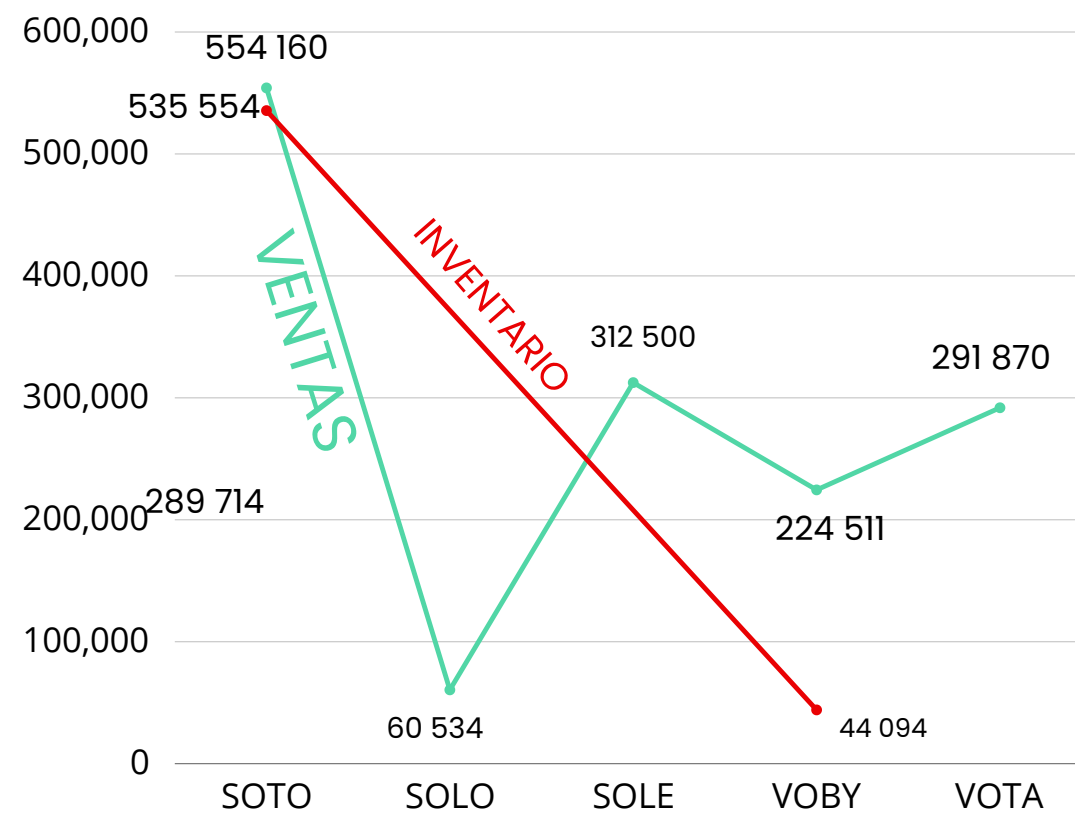
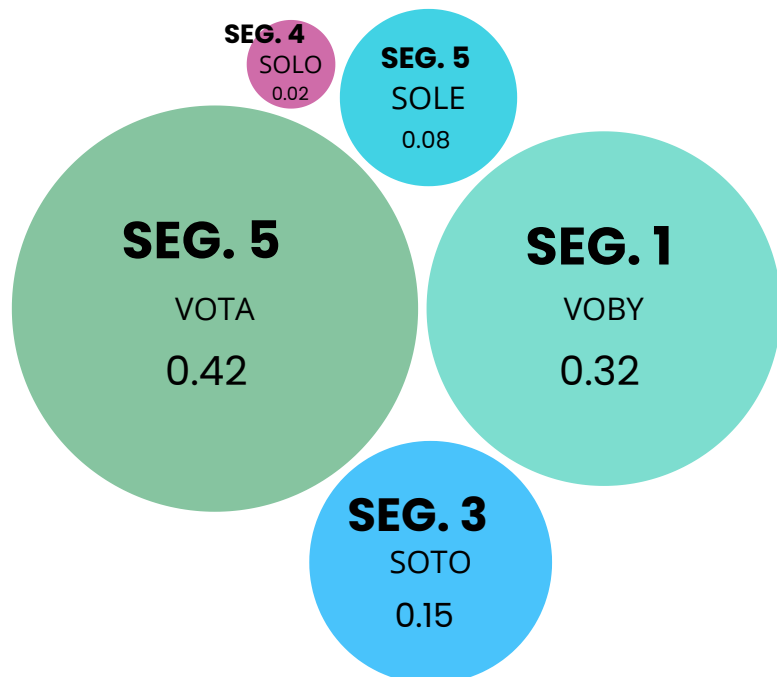


FUERZA

DE VENTAS

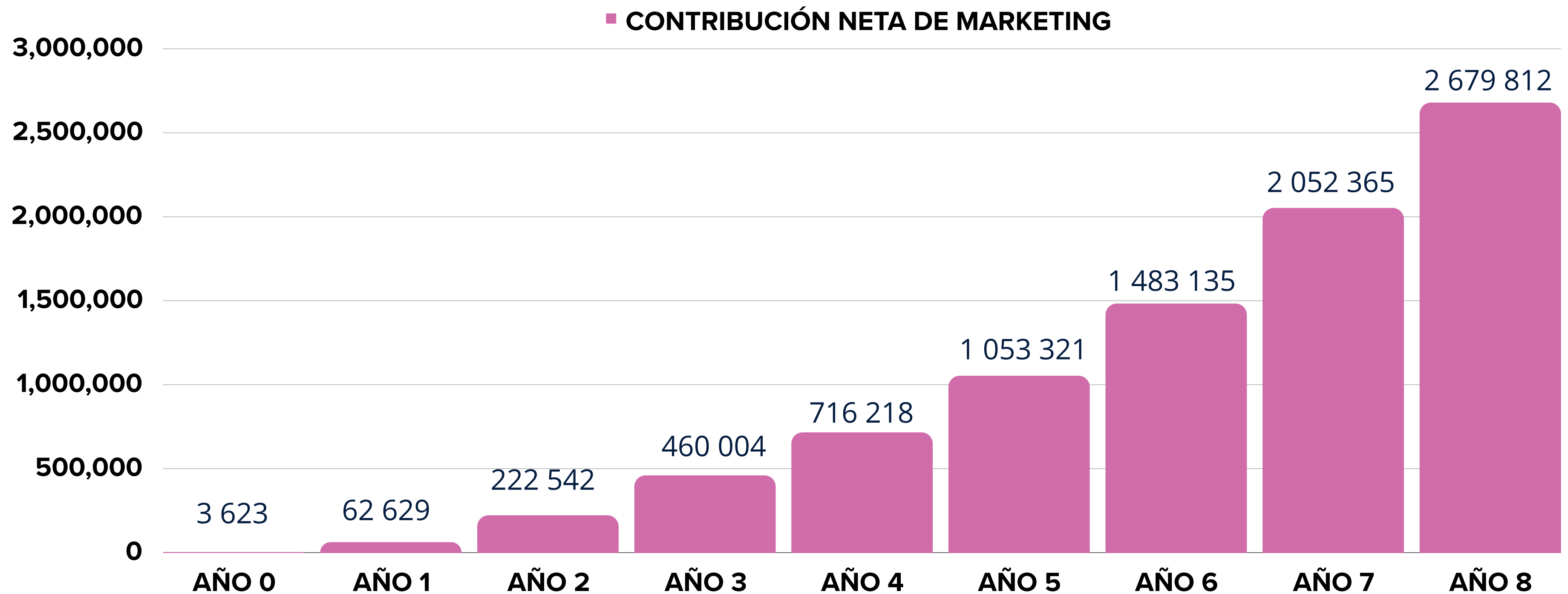


PERCIÓN DE MERCADO





CONTRIBUCIÓN NETA DE MARKETING – ANUAL





CRECIMIENTO NÚMERO DE VECES





RESULTADOS FINALES

Consideramos que las primeras decisiones son esenciales para determinar la ruta de las decisiones futuras. Por lo cual, en el simulador finalizamos con una contribución de **2,679,812 dólares**.

FIRMAS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8
Firma 1	1 974	8 963	43 109	143 088	124 744	381 874	691 172	1 105 846	1 397 865
Firma 2	4 037	2 782	1 447	-622	-622	-3 726	-8 646	-27 670	-42 683
Firma 3	8 029	26 363	47 597	91 209	219 290	369 341	505 693	620 116	773 634
Firma 4	3 623	62 629	222 542	460 004	716 218	1 053 321	1 483 135	2 052 365	2 679 812
Firma 5	2 728	3 528	5 690	9 302	14 285	17 109	17 604	15 201	10 291

CONCLUSIONES

Las decisiones tomadas tuvieron como enfoque principal la creación de nuevos productos, SONITES y VODITES, sus mejoras según las mejoras requeridas por el segmento identificado, el precio, la publicidad, la fuerza de venta, mapa perceptual, entre otros.

Las estrategias empleadas fueron de suma relevancia, al buscar posicionamiento de nuestros productos en los segmentos abarcados, evaluando constantemente y a detalle el movimiento de las otras firmas.

AGRADECIMIENTOS

Agradecemos el respaldo brindado por el MBA. Joseph Pavel Aguirre Gonzales, el cual, nos motivo aceptar este gran reto.





[Ir a la página Institucional](#)

LABSAG
SIMULADORES DE NEGOCIOS

RETO INTERNACIONAL PARA ESTUDIANTES

DEL 08 AL 17 DE NOVIEMBRE 2023

MUCHAS GRACIAS



Universidad
César Vallejo