UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE HUEJOTZINGO

RETO LABSAG OCTUBRE 2018

SIMULADOR: MARKESTRATED

SEGUNDO LUGAR

- INTEGRANTES.
- BLANCO ESCOBAR ELIBETH
- CESAR ARRLLANO BRENDA
- ENCARNACIÓN PIÑA ULISES
- MÉNDEZ HERNÁNDEZ BRENDA
- MENDOZA MUÑOZ CAROLINA

- DOCENTE: RAÚL RAMÍREZ JUÁREZ.

MARKESTRATED

- Es un simulador de negocios que permite a los usuarios poder implementar los conocimientos adquiridos dentro de la institución o con experiencia en el ámbito laboral para la toma de decisiones en una empresa virtual tomando en cuenta inflación, demanda, productos , segmentos de mercado y tipos de mercado.
- Como objetivo de este simulador es lograr conseguir que nuestros ingresos , contribución bruta y de neta de marketing incrementen con respecto a los periodos anteriores

Inicio

- El día 22 de octubre de 2018 se inicio el simulador con la industria R4218 representado la firma 4.
- Se participó 5 integrantes de la carrera de Gestión de Proyectos de la Universidad Tecnológica de Huejotzingo.
- Se comenzó con dos productos de audio ya existente en el mercado

- UNID. 72,000
- UNID. VENDS 72,000
- PRECIO FINAL. 485

INGRESOS 21,780

SOTO

- UNID. 52760
- UNID VENDS. 52760
- PRECIO DINAL 400
- INGRESOS 12,928

SOLO

CONTRI. BRUTA MARKETING DE AMBOS PRODUCTOS: 4571

PRESUPUESTO DEL PROXIMO PERIODO: 7,000

Decisión del año 1

Para esta decisión se buscó aumentar la producción e ingresos, tomando en cuenta los resultados del año 0.
Se aumentó la producción a un 40%, modificando la fuerza de venta de manera que mejorara la eficiencia en cada canal aumentando simultáneamente el presupuesto publicitario

Cabe destacar que se obtuvo una buena venta teniendo un inventario de 0 para el producto SOTO y SOLO

- UNID. 148268
- UNID. VENDS 148268
- PRECIO FINAL. 528
- INGRESOS 48887

SOTO

- UNID. 72000
- UNID VENDS. 47349
- PRECIO FINAL $436
- INGRESOS $12,928

SOLO

Resultados de año 1

MARCAS	SOTO	SOLO
Producción (Unidades)	148268.	72000.
Unid. Vends.(Unidades)	148268.	47349.
Inventario (Unidades)	0.	24651.
Precio Final ($)	528.	436.
Precio Promoción ($)	330.	269.
Costo Trans.($)	161.	203.
Ingresos	48887.	12726.
Costo Prods. Vendidos	23869.	9615.
Costo Inventarios	0.	576.
Publicidad	2000.	2000.
Contri. Bruta Marketing	23018.	536.
		23554.

(En miles de $ excepto cuando se indique)
(U) = Unidades
($)= en $

Presupuesto Próximo Periodo	8990.

Decisión del año 2

Partiendo de los resultados del año 1 se mantuvo el crecimiento del 40%, se busco incrementar los ingresos para aumentar la contribución neta de marketing.
Se decidió hacer un nuevo producto vodite que sería llamado VOKO, manteniendo la inversión, publicidad y fuerza de ventas estableciendo los objetivo presupuestales ideales para cada producto.

Resultados generales

- UNID. 230400
- UNID. VENDS 230400
- PRECIO FINAL. 580
- INGRESOS 83450

SOTO

- UNID. 48000
- UNID VENDS. 49896
- PRECIO FINAL 480
- INGRESOS 14755

SOLO

Resultados de año 2

MARCAS	SOTO	SOLO
Producción (Unidades)	230400.	48000.
Unid. Vends.(Unidades)	230400.	49896.
Inventario (Unidades)	0.	22755.
Precio Final ($)	580.	480.
Precio Promoción ($)	362.	296.
Costo Trans.($)	148.	205.
Ingresos	83450.	14755.
Costo Prods. Vendidos	34194.	10234.
Costo Inventarios	0.	537.
Publicidad	1303.	1954.
Contri. Bruta Marketing	47953.	2030.
		49983.

(En miles de $ excepto cuando se indique)
(U) = Unidades
($)= en $

Presupuesto Próximo Periodo	18350

Decisión del año 3

Al obtener un excelente resultado se tomó la decisión de seguir aumentando la producción teniendo más ingresos ya que fue aceptado el vodite llamado VOKO posicionándose en los cinco mercados

Se identificó que la producción en su totalidad fue vendida en producto SOTO Y SOLO dándonos el presupuesto para el siguiente año mayor que el anterior año.

Resultados generales

- UNID. 230400
- UNID VENDS.230400
- PRECIO FINAL. 580
- INGRESOS 83532

SOTO

- UNID. 52845
- UNID VENDS. 75600
- PRECIO FINAL 480
- INGRESOS 22290

SOLO

- UNID. 120000
- UNID VENDS 94531
- PRECIO FINAL 1500
- INGRESOS 85078

VOKO

Resultado año 3

MARCAS	SOTO	SOLO	VOKO
Producción (Unidades)	230400.	52845.	120000.
Unid. Vends.(Unidades)	230400.	75600.	94531.
Inventario (Unidades)	0.	0.	25469.
Precio Final ($)	580.	480.	1500.
Precio Promoción ($)	363.	295.	900.
Costo Trans.($)	147.	210.	501.
Ingresos	83532.	22290.	85078.
Costo Prods. Vendidos	33838.	15879.	47393.
Costo Inventarios	0.	0.	1468.
Publicidad	2000.	3000.	4000.
Contri. Bruta Marketing	47693.	3411.	32217.
			83321.

(En miles de $ excepto cuando se indique)
(U) = Unidades
($)= en $

Presupuesto Próximo Periodo	31135

Decisión del año 4

De acuerdo a los buenos resultados mantuvimos el crecimiento de la producción, la inversión en publicidad estableciendo los objetivos perceptuales y las fuerzas de ventas se modificaron, hubo un aumento de crecimiento del 50% a partir de esta decisión se continuo trabajando con los mismos productos invirtiendo en publicidad para dar los a conocer.
De forma gratificante se finalizó con una CNM de 136795

Resultados generales

- UNID. 371292
- UNID VENDS. 371292
- PRECIO FINAL. 632
- INGRESOS 146496

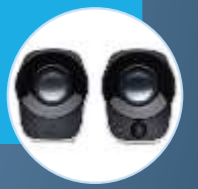
SOTO

- UNID. 87600
- UNID VENDS. 87600
- PRECIO FINAL 523
- INGRESOS 28179

SOLO

- UNID. 134400
- UNID VENDS 149627
- PRECIO FINAL 1500
- INGRESOS 134664

VOKO



Resultado año 4

MARCAS	SOTO	SOLO	VOKO
Producción (Unidades)	371292.	87600.	134400.
Unid. Vends.(Unidades)	371292.	87600.	149627.
Inventario (Unidades)	0.	0.	10242.
Precio Final ($)	632.	523.	1500.
Precio Promoción ($)	395.	321.	900.
Costo Trans.($)	145.	212.	458.
Ingresos	146496.	28149.	134664.
Costo Prods. Vendidos	53685.	18573.	68582.
Costo Inventarios	0.	0.	540.
Publicidad	2233.	2073.	2233.
Contri. Bruta Marketing	90579.	7502.	63309.
			161390.

(En miles de $ excepto cuando se indique)
(U) = Unidades
($)= en $

Presupuesto Próximo Periodo	53613

Decisión del año 5

En esta decisión mantuvimos el crecimiento teniendo en cuenta que a mayoría de los productos de la firma seguían tenían mayores ingresos que las demás empresas, en esta decisión tuvo un incremento considerable con el cual se ratificó que el mercado favorecía la aceptación de los productos desde el precio y producción como resultado no tuvimos ningún producto en inventario se deicidio mantener el porcentaje similar al periodo anterior como fuerza de venta

Se realizaron dos nuevos productos llamados SOBO Y VONO.

Resultados generales

- UNID. 559926
- UNID VENDS. 559926
- PRECIO FINAL.690
- 240720

SOTO

- UNID. 134046
- UNID VENDS. 134046
- PRECIO FINAL. 570
- INGRESOS 46871

SOLO

- UNID. 231600
- UNID VENDS. 241842
- PRECIO FINAL. 1950
- INGRESOS 282955

VOKO

Resultado año 5

MARCAS	SOTO	SOLO	VOKO
Producción (Unidades)	559926.	134046.	231600.
Unid. Vends.(Unidades)	559926.	134046.	241842.
Inventario (Unidades)	0.	0.	0.
Precio Final ($)	690.	570.	1950.
Precio Promoción ($)	430.	350.	1170.
Costo Trans.($)	145.	217.	437.
Ingresos	240720.	46871.	282955.
Costo Prods. Vendidos	81327.	29024.	105749.
Costo Inventarios	0.	0.	0.
Publicidad	6000.	7000.	6000.
Contri. Bruta Marketing	153393.	10847.	171206.
			335447.

(En miles de $ excepto cuando se indique)
(U) = Unidades
($)= en $

Presupuesto Próximo Periodo	111558

Decisión del año 6

Según los resultados se mantuvo con un crecimiento amplio teniendo como resultado la aceptación de un vodite llamado SOBO se aumentaron las ventas a un 60% tomando en cuenta la inflación de cada año.

El segundo producto llamado BONO no fue aceptado por los segmentos de mercado por el precio elevado en el cual se modificó para tener la aceptación del mercado.

Resultados generales

- UNID. 624000
- UNID VENDS. 520370
- PRECIO FINAL. 780
- INGRESOS 253893

SOTO

- UNID. 136000
- UNID VENDS. 92830
- PRECIO FINAL. 644
- INGRESOS 36712

SOLO

- UNID. 348000
- UNID VENDS. 348000
- PRECIO FINAL. 2201
- INGRESOS 459569

VOKO

- UNID. 109600
- UNID VENDS. 51396
- PRECIO FINAL. 960
- INGRESOS 30684

SOBO

Resultado año 6

MARCAS	SOTO	SOLO	VOKO	SOBO
Producción (Unidades)	624000.	136000.	348000.	109600.
Unid. Vends.(Unidades)	520370.	92830.	348000.	51396.
Inventario (Unidades)	103630.	43170.	0.	58204.
Precio Final ($)	780.	644.	2201.	960.
Precio Promoción ($)	488.	395.	1321.	597.
Costo Trans.($)	152.	230.	435.	265.
Ingresos	253893.	36712.	459569.	30684.
Costo Prods. Vendidos	79112.	21344.	151538.	13643.
Costo Inventarios	2127.	1340.	0.	2086.
Publicidad	0.	0.	0.	0.
Contri. Bruta Marketing	172654.	14027.	308031.	14956.
				509668.

(En miles de $ excepto cuando se indique)
(U) = Unidades
($)= en $

Presupuesto Próximo Periodo	147912

Decisión del año 7

Partiendo con los resultados del año anterior se obtuvo un mayor crecimiento de ventas y se mantuvo a un 60% de crecimiento en la producciones teniendo como resultado que en el VOKO era el que dominaba el mercado y se queda 0 en inventario.
El producto SOBO nuevamente no fue aceptado por el gobierno porque hubo un aumente tan drástico de precio.

Resultados generales

- UNID. 723200
- UNID VENDS. 606178
- PRECIO FINAL. 819
- INGRESOS 311002

SOTO

- UNID. 177600
- UNID VENDS. 82528
- PRECIO FINAL. 676
- INGRESOS 34163

SOLO

- UNID. 425075
- UNID VENDS. 425075
- PRECIO FINAL. 2311
- INGRESOS 589409

VOKO

- UNID. 125600
- UNID VENDS. 76515
- PRECIO FINAL. 1008
- INGRESOS 47883

SOBO

Resultado año 7

MARCAS	SOTO	SOLO	VOKO	SOBO
Producción (Unidades)	723200.	177600.	425075.	125600.
Unid. Vends.(Unidades)	606178.	82528.	425075.	76515.
Inventario (Unidades)	220652.	138242.	0.	107289.
Precio Final ($)	819.	676.	2311.	1008.
Precio Promoción ($)	513.	414.	1387.	626.
Costo Trans.($)	164.	248.	455.	255.
Ingresos	311002.	34163.	589409.	47883.
Costo Prods. Vendidos	99256.	20506.	193307.	19535.
Costo Inventarios	5239.	4981.	0.	3972.
Publicidad	2583.	2767.	1845.	3321.
Contri. Bruta Marketing	203924.	5909.	394257.	21055.
				625146.

(En miles de $ excepto cuando se indique)
(U) = Unidades
($)= en $

Presupuesto Próximo Periodo	179386

Decisión año 8

Al tener buenos resultados de años anteriores se tomó la decisión de aumentar la producción de un 80% y se aumentó el precio de acuerdo a la inflación.
Se tomó la decisión de ya no invertir más en publicidad ya que los productos se encuentran en la etapa de madurez.

Resultados generales

- UNID. 102000
- UNID VENDS 683029
- PRECIO FINAL. 819
- INGRESOS 350160

SOTO

- UNID. 199600
- UNID VENDS. 91569
- PRECIO FINAL. 676
- INGRESOS 37979

SOLO

- UNID. 1040000
- UNID VENDS. 614209
- PRECIO FINAL. 2311
- INGRESOS 851662

VOKO

- UNID. 125600
- UNID VENDS.
- 76823
- PRECIO FINAL. 1008
- INGRESOS 47886

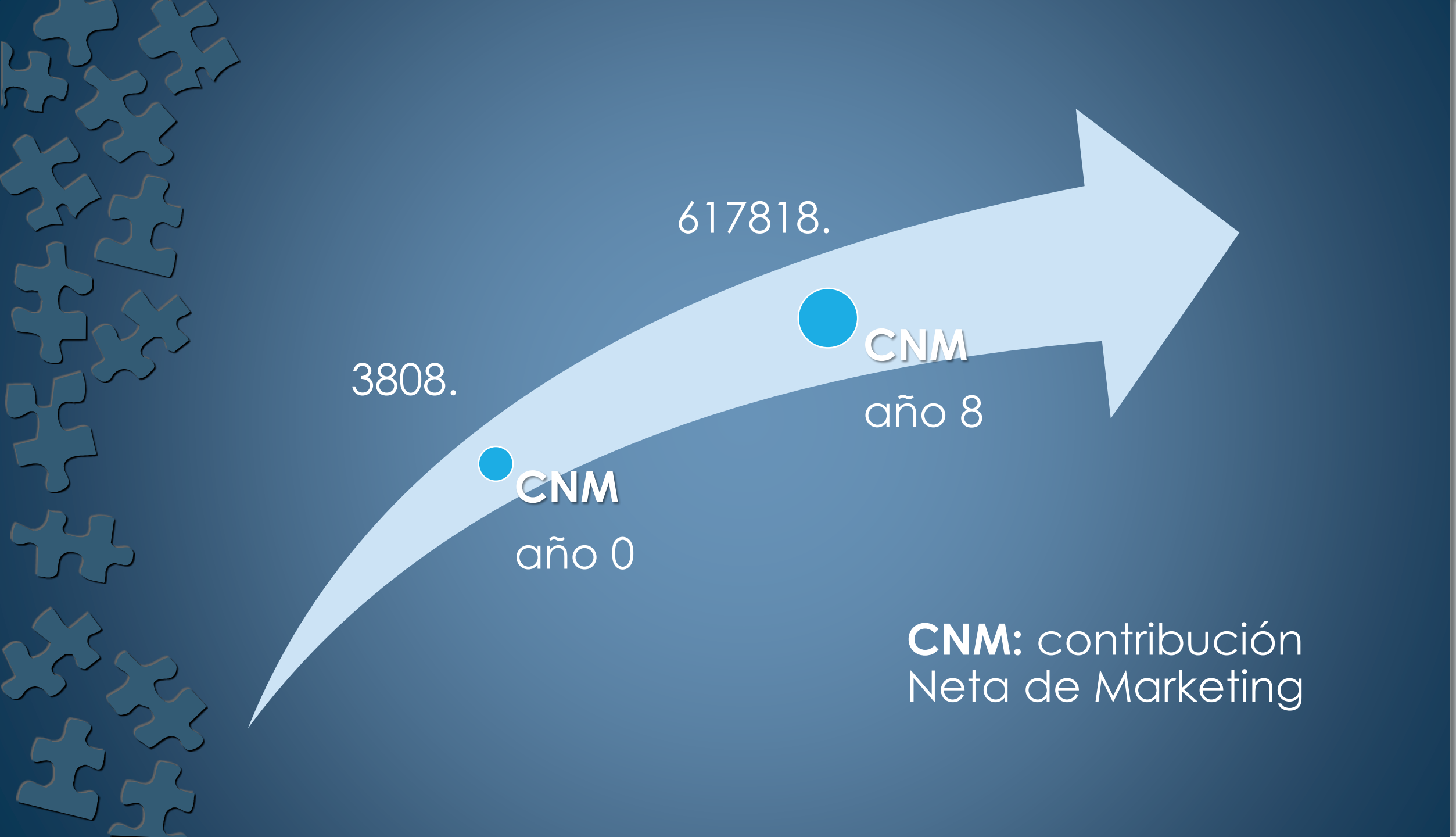
SOBO

Resultado año 8

MARCAS	SOTO	SOLO	VOKO	SOBO
Producción (Unidades)	1012000.	177600.	1040000.	125600.
Unid. Vends.(Unidades)	683029.	91569.	614209.	76823.
Inventario (Unidades)	549623.	224273.	425791.	156066.
Precio Final ($)	819.	676.	2311.	1008.
Precio Promoción ($)	513.	415.	1387.	623.
Costo Trans.($)	173.	267.	446.	261.
Ingresos	350160.	37979.	851662.	47886.
Costo Prods. Vendidos	117973.	24479.	274148.	20052.
Costo Inventarios	12816.	8094.	25657.	5499.
Publicidad	7000.	9000.	5000.	9700.
Contri. Bruta Marketing	212372.	-3593.	546858.	12635.
				768272.

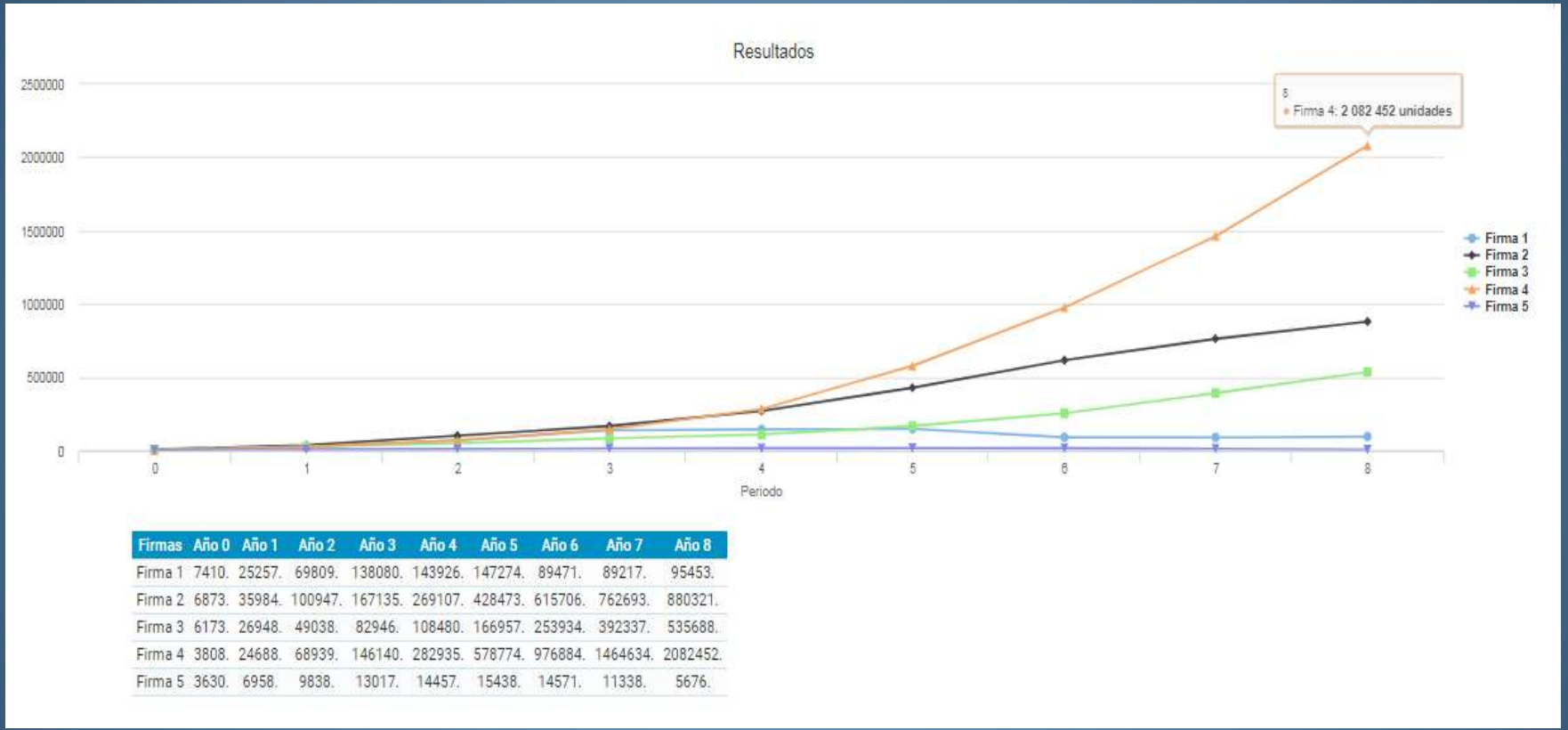
(En miles de $ excepto cuando se indique)
(U) = Unidades
($)= en $

Presupuesto Próximo Periodo	224552



CNM: contribución Neta de Marketing

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	7410.	25257.	69809.	138080.	143926.	147274.	89471.	89217.	95453.
Firma 2	6873.	35984.	100947.	167135.	269107.	428473.	615706.	762693.	880321.
Firma 3	6173.	26948.	49038.	82946.	108480.	166957.	253934.	392337.	535688.
Firma 4	3808.	24688.	68939.	146140.	282935.	578774.	976884.	1464634.	2082452.
Firma 5	3630.	6958.	9838.	13017.	14457.	15438.	14571.	11338.	5676.

Se puede visualiza que la firma representaba al inicio el 4to lugar y finalizo en 1er lugar en relación a las otras firmas.

Equipo de trabajo