



**RETO INTERNACIONAL
ABRIL 2013**

**INDUSTRIA:
reto041311**

GARCÍA MENDEZ NELLY

BAEZ ROJAS DOMINGO (ASESOR)

MEJORADA ORTIZ CIRLEEY NAZARETH

PEREYRA SOLIS OSCAR OSMIN

RAMOS RAMOS MIREYA

VILLANUEVA DÍAZ FABIOLA

SIMULADOR MARKESTRATED

- Este simulador se concentra en las funciones de marketing , y sobre los elementos del mercado que tienen mayor impacto sobre las funciones, especialmente se dedica a los principales elementos de la estrategia de marketing: posicionamiento y segmentación de una empresa dedicada a la producción y venta de productos (SONITES Y VODITES) con el fin de obtener los primeros lugares en el mercado.

IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGÍA

- Antes de llevar a cabo las decisiones se realizó un análisis de los productos con el fin de conocer las estadísticas de diferentes aspectos como es el caso de su posicionamiento en el mercado , las ventas, de ahí determinaríamos los adecuados canales de distribución, la publicidad y así también las fuerzas de ventas.

INDUSTRIA RETO 041311

- El reto inicia a partir de que la industria ya cuenta con operaciones, teniendo como objetivo incrementarlas, y de esta manera subir en el escalafón del mercado , aquí es el juego de saber que es lo que necesita la industria para que las ventas sean mayores a las de sus competidores.

¡QUE INICIE EL JUEGO!

DECISIÓN #1

- Como se mencionó, para tomar cualquier decisión se debe analizar la situación, nos referimos a los competidores, los pros y las contras, que es o que poseemos y de que es, de lo que se carece a fin de que nuestra decisión sea la más certera posible.
- En ésta decisión consideramos que lo más conveniente era invertir en publicidad ya que así se daba a conocer nuestro producto, y como resultado obtendríamos que nuestras ventas se incrementarán ya que sería conocido por el cliente .

DECISIÓN #2

- Para ésta decisión, el movimiento de piezas fue hacia los empleados, el contratar más capital humano, es una ventaja ya que así incrementa la producción y por lo tanto las ventas, cabe mencionar que es de manera moderada, ya que sino se realiza de ésta forma puede resultar contraproducente.

DECISIÓN #3

- Los resultados de las decisiones anteriores nos ayudaron en posicionarnos dentro de los primeros lugares, siendo esto un punto a nuestro favor, ahora el reto para nosotros era mantenernos en ese lugar, así que la decisión fue enviar productos a I&D

DECISIÓN #4

- Con los resultados obtenidos siendo éstos favorables, ya que son aceptados, el siguiente paso fue enviar SONITES, sin dejar de invertir en las fuerzas de Ventas ni en la publicidad ya que éstos elementos son pieza clave para una excelente venta.

DECISIÓN #5

- Ahora la siguiente decisión es enviar VODITES, con el objetivo de conocer cual es el producto que tiene más movimiento dentro del mercado, con esto determinaremos cual es nuestro fuerte y a cual nos conviene invertir.

DECISIÓN #6

- Nos mantenemos en enviar más SONITES que VODITES, de manera moderada, sin dejar de invertir en publicidad, en el caso de los VODITES se envían pocos, y le damos la oportunidad a los SONITES para que nos posicionen en un mejor lugar dentro del mercado.

DECISIÓN #7

- Nos mantenemos informados a través de estudios de Mercado, para que conozcamos el status de nuestra industria, además que es guía para la toma de decisiones, se decidió seguir con la venta de SONITES, y mantener nuestro inventario en cero , para que no exista rezago de mercancía.

DECISIÓN #8

- Se sigue invirtiendo en publicidad, ya que los resultados de las decisiones anteriores fueron favorables , nos deshicimos de mercancía rezagada y de cierto modo se encuentra controlado, posicionandonos en el primer lugar.

DECISIÓN #9

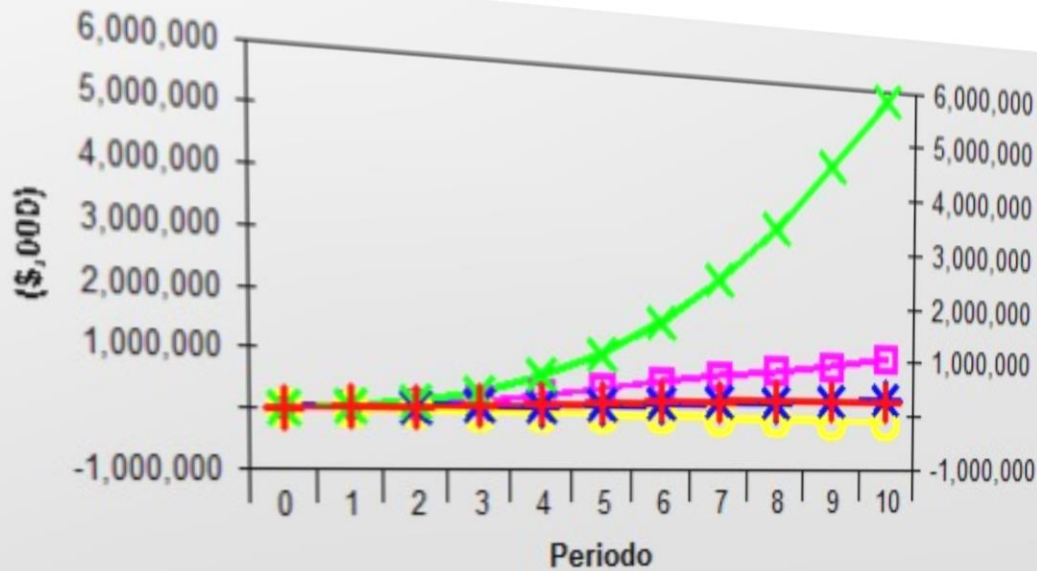
- En esta decisión, fue poner más atención a los VODITES , ya que en los SONITES tenían buen posicionamiento en el mercado, aplicando más publicidad y apoyándonos con los estudios de mercado.

DECISIÓN #10

- Nos basamos sólo en invertir más en publicidad, ya que se obtuvo un buen equilibrio en ventas tanto para SONITES como VODITES, además teniendo un excelente control de inventarios. Obteniendo como resultado posicionamiento del primer lugar en el reto.

GRÁFICA DE RESULTADOS

Contribución Neta de Marketing Acum. - MARKESTRATed



+ Firma 1 * Firma 2 * Firma 3 * Firma 4 * Firma 5

+ Firma 1 * Firma 5 * Firma 3 * Firma 4 * Firma 2

Periodo

RESULTADOS

FIRMAS	Periodo 0	Periodo 1	Periodo 2	Periodo 3	Periodo 4	Periodo 5	Periodo 6	Periodo 7	Periodo 8	Periodo 9	Periodo 10
Firma 1	9,291	25,750	51,017	84,153	119,232	154,712	190,593	226,301	249,148	249,733	257,906
Firma 2	10,815	56,653	149,786	312,564	616,507	1,036,695	1,624,272	2,414,048	3,360,042	4,565,007	5,840,283
Firma 3	15,190	39,861	66,226	76,579	99,725	122,305	158,271	194,306	233,639	264,477	308,987
Firma 4	6,835	1,580	-7,945	-18,437	-28,470	-41,174	-53,995	-70,220	-87,549	-104,786	-119,592
Firma 5	12,841	38,811	84,034	170,521	289,161	421,705	573,111	688,250	797,770	907,792	1,061,812

Firma 2

10,815

56,653

149,786

312,564

616,507

1,036,695

1,624,272

2,414,048

3,360,042

4,565,007

5,840,283

CONCLUSIONES

- Sin duda la mejor estrategia es confiar en cada decisión que se vaya a tomar siendo ésta tomada con seguridad.
 - Antes de tomar cualquier decisión debe ser analizada y estudiada visualizando los pros y contras.
 - Ser moderado y no dejarte llevar por las emociones.
 - Creer desde el principio que vas a ser el ganador.
 - Y lo más importante ser constante y perseverante.
-

AGRADECIMIENTOS

- Queremos agradecer principalmente a Labsag, por realizar éste tipo de actividades ya que nos permiten a nosotros como alumnos desarrollar habilidades en la gestión empresarial que nos ayudan profesional y personalmente.
- A la Universidad Tecnológica de Tecámac y al profesor Domingo Báez Rojas por el apoyo, ya que sin ellos no alcanzaríamos dicho logro.
- Sin duda fue una experiencia extraordinaria.



GRACIAS