

# RETO LABSAG MARZO 2011



SIMULADOR MARKESTRATED

# FIRMA 3 INDUSTRIA 109



✧ JOSSUE ISAI MELGAR BANEGAS

✧ FABIOLA LETICIA GARAY BARRIENTOS

✧ LINDA RUTH FUNEZ SANTOS

✧ ORLANDO BOQUIN

✧ ANA GEORGINA DUBON

# Primera decisión



- ❧ Solo contábamos con información básica, pero sabíamos de acuerdo a dicha información que nuestro producto Sica se vendía a masas, así que decidimos producir un porcentaje mayor a lo que el manual nos recomienda, siendo esta una decisión de riesgo, valiéndonos del 20% de ajuste dado por el simulador, con Simo el riesgo fue menor.
- ❧ Se compraron los estudios, menos los relacionados con Vodites.
- ❧ La publicidad se dejó igual y con relación a la fuerza de ventas analizamos que es una pieza fundamental así que la decisión fue aumentarla de acuerdo a la producción que se estaba pidiendo.

# Segunda decisión



- ❧ Los resultados que obtuvimos fueron excelentes, nuestro producto Sica salto hasta el 27% del total de Sonites vendidos, mientras Simo perdió un 1% de participación.
- ❧ Los estudios comprados nos dieron un primer panorama, muy favorable para nuestra firma.

# Segunda decisión



- ❧ Se aumento en un 18% unidades de Simo con respecto a la producción anterior y un aumento del 25% de unidades de Sica ya que nos quedo inventario, el precio de Sica lo dejamos igual pero a Simo le bajamos el precio.
- ❧ El numero de vendedores se siguió reforzando y se colocaron en los canales donde mas estábamos vendiendo.
- ❧ La publicidad se mantuvo para Sica y para Simo aumento en 700 dolares.
- ❧ Pedimos proyectos de mejora para Simo y para Sica además de pedir un proyecto para lanzar un nuevo producto.

# Tercera decisión



- ❧ Perdimos un 2% de participación de mercado con Sita, con Simo se mantuvo igual.
- ❧ Los tres proyectos fueron exitosos.
- ❧ La contribución de marketing fue un éxito.
- ❧ La estrategia utilizada fue un éxito en lo general, no nos quedo inventario en ningún producto.

# Tercera decisión



- ❧ Con la nueva modificación de Simo mandamos a producir el doble de unidades, y de Sica mandamos a producir un 12% mas en unidades y 300,000 unidades de Sita que era el nuevo producto.
- ❧ Los precios fueron aumentados en un 40% para Simo, y levemente para Sica, el precio de lanzamiento para Sita fue de \$525
- ❧ La fuerza de ventas la seguimos fortaleciendo.
- ❧ Se pidieron todos los estudios, esperando ver si otra firma lanzo un Vodite al mercado.
- ❧ Mandamos a desarrollo proyecto para lanzar un Vodite.

# Cuarta decisión



- ❧ La producción fue acertada en Sica y Sita, pero nos quedamos cortos con Simo ya que aunque doblamos la producción, el Segmento demandó más.
- ❧ Notamos lo acertado sobre las modificaciones hechas y sus efectos más que positivos en los ingresos generados para Sica y Sita.
- ❧ Simo presentó contribución neta de marketing negativa, dado el ajuste al precio del mismo.
- ❧ El proyecto para el Vodite de nombre Pvita fue aprobado.
- ❧ Se lanzó al mercado dos Vodites por parte de otra firma.



# Cuarta decisión



- ❧ La producción de Simo fue aumentada en un 100%, de Sica pedimos un aumento de 50,000 unidades mas a las vendidas en el periodo anterior, dado el éxito de Sita decidimos aumentar en un 83% las unidades a producir con respecto a las unidades vendidas, el precio de Sica se mantuvo y se deja sin cambios, el precio de Simo se eleva un 30% y a Sita se le aumenta el precio \$40 mas.
- ❧ Doblamos la cantidad de vendedores para este periodo.
- ❧ De Vita mandamos a producción 300,000 unidades y su precio de venta en \$850.
- ❧ Se compraron todos los estudios de mercado.
- ❧ Se mando a desarrollo un Sonite para competir en el segmento 3.

# Quinta decisión



- ❧ Sita es todo un éxito y se convierte en nuestro producto estrella, Simo obtiene contribución neta de marketing positiva, aun así quedamos cortos en su producción, Sita logra vender todas las unidades al igual que los demás productos Sonites.
- ❧ Nos quedo un gran inventario de Vita y obtuvimos contribución de marketing negativa, aun así logramos un 30% de mercado Vodite.
- ❧ El proyecto PSisi para el segmento 3 es aprobado.

# Quinta decisión



- ❧ Con respecto a las ventas obtenidas en el periodo anterior aumentamos la producción de Simo, Sica, Sita en 32%, 23% y 23% respectivamente para cada una de ellas.
- ❧ De Vita no produjimos nada dado el gran inventario que nos quedo.
- ❧ De Sisi mandamos a producción 200,000 unidades a un precio de \$640.
- ❧ Mandamos a desarrollo, proyectos de mejora a Sita y Sica.
- ❧ Aumentamos la fuerza de ventas y concentramos vendedores ahora al canal 1 donde estaban comprándose los Vodites y Simo.
- ❧ Siguiendo las tendencias, continuamos bajando gradualmente la publicidad.

# Sexta decisión



- ❧ Nos posicionamos completamente en los segmentos 1, 3 y 4 los de mayor crecimiento, siendo de nosotros el 63% del mercado Sonite.
- ❧ La mejora para Sita fue aprobada, la de Sica se rechazó.
- ❧ Entro un nuevo Vodite de la competencia Vota y ya eran cuatro productos compitiendo dentro de este mercado.
- ❧ Nos quedo inventario en Sisi y Sita, en este ultimo fue debido a la aparición de competencia.

# Sexta decisión



- ❧ Mandamos a producir un 37% de unidades mas a las ventas para Simo, un 30% para Sica, de Sisi produjimos 10,000 unidades, aplicamos la modificación a Sita.
- ❧ Los precios para Sica se mantiene, a Simo se aumenta \$4, para Sita se dejo igual, para Vita se le aumenta \$45 y Sisi se le aumenta \$7.
- ❧ Se contratan mas vendedores.
- ❧ Se mando a desarrollo modificaciones de Sica, Sisi y Vita para satisfacer el mercado.

# Séptima decisión.



- ❧ Éxito con Simo y Sica, vendimos toda la producción, para Sita, Sisi y Vita nos quedo inventario.
- ❧ Entran nuevos productos Sala y Suro, no nos afectan debido a que no están dirigidos a los segmentos donde estamos posicionados.
- ❧ Los proyectos para Sica y Vita son aceptados, para Sisi es rechazado debido al costo asignado.
- ❧ Aumentamos la fuerza de ventas en un 11%.
- ❧ Aumentamos precios para Simo, Sica se mantiene el precio, Sita aumenta un poco, Vita tambien aumenta el precio y para Sisi aumenta \$32.
- ❧ Aplicamos las modificaciones para Sica y Vita.

# Octava decisión



- ❧ Vendimos toda la producción de Simo, Sita y Vita, para Sisi nos quedo inventario, en Sica nos redujeron la producción en un 20% pero aun así las ventas fueron bajas, por lo que nos quedo inventario.
- ❧ Sato nos estaba quitando mercado en el segmento 5, debido a su bajo precio, decidimos bajar el precio de Sica. Se aumenta la fuerza de venta en un 14%.
- ❧ Las modificaciones para Sisi fueron aprobadas, para Simo nos fue rechazada necesitaba un costo mas alto al que le habíamos asignado.
- ❧ La producción para Simo sigue estable sin ningún aumento o disminución, para Sica decidimos no producir para poder lograr vender el inventario, aumentamos la producción de Sita en un 33%, para Vita se decide producir 20% mas
- ❧ Desistimos de la modificación de Simo debido al alto costo que nos pedían, por las bajas ventas de Sica decidimos desarrollar una nueva modificación, se desarrollo una nueva modificación para Sisi ya que el segmento 3 pedía algunos atributos de los cuales Sisi carecía.

# Novena decisión.



- ❧ Vendimos toda la producción de Simo, y Sisi, nos quedo un poco inventario en Sita y Vita, para Sica vendimos todo el inventario acumulado.
- ❧ Por la modificación aplicada a Sisi, aumento sus ventas, pero aun no estaba establecido en el segmento 3.
- ❧ Los proyectos nos fueron rechazados, una vez mas por el bajo costo asignado.
- ❧ Aumentamos la producción de Simo en un 27%, para Sica se produjeron 700,000 unidades, la producción de Sita y Vita se mantuvieron estables, para Sisi producimos un 20% mas.
- ❧ Seguimos aumentando nuestra fuerza de ventas.
- ❧ Desistimos de la modificación de Sica debido alto costo pedido, por consiguiente seguimos disminuyendo el precio.



# Decima decisión



- ☞ Nuestras marcas están posicionadas como líderes en los segmentos 5, 4, 2 que son los mas grandes o de rápido crecimiento.
- ☞ Los controles del gobierno hasta el periodo 9 sobre el incremento en precios no nos han afectado en nuestros productos estrella, solo en nuestro intento de posicionar a Sisi en el segmento 3.
- ☞ Nuestro producto Vita en el mercado Vodite es un éxito.

# Decima decisión



- ❧ Se redujo aun mas en \$3 el precio de Sica para satisfacer las preferencias del Segmento y se mando a producción 900,000.
- ❧ Mandamos a producción 1,650,000 unidades de Simo debido a que el segmento estaba creciendo y su precio se mantuvo.
- ❧ Aumentamos la producción de Vita y bajamos levemente su precio, aplicamos la modificación a Sisi y aumentamos su precio debido al fin del control de precios impuesta por el gobierno.
- ❧ La publicidad quedo sin cambios para todos y la fuerza de ventas se aumento en cada canal.

# Resultados Finales

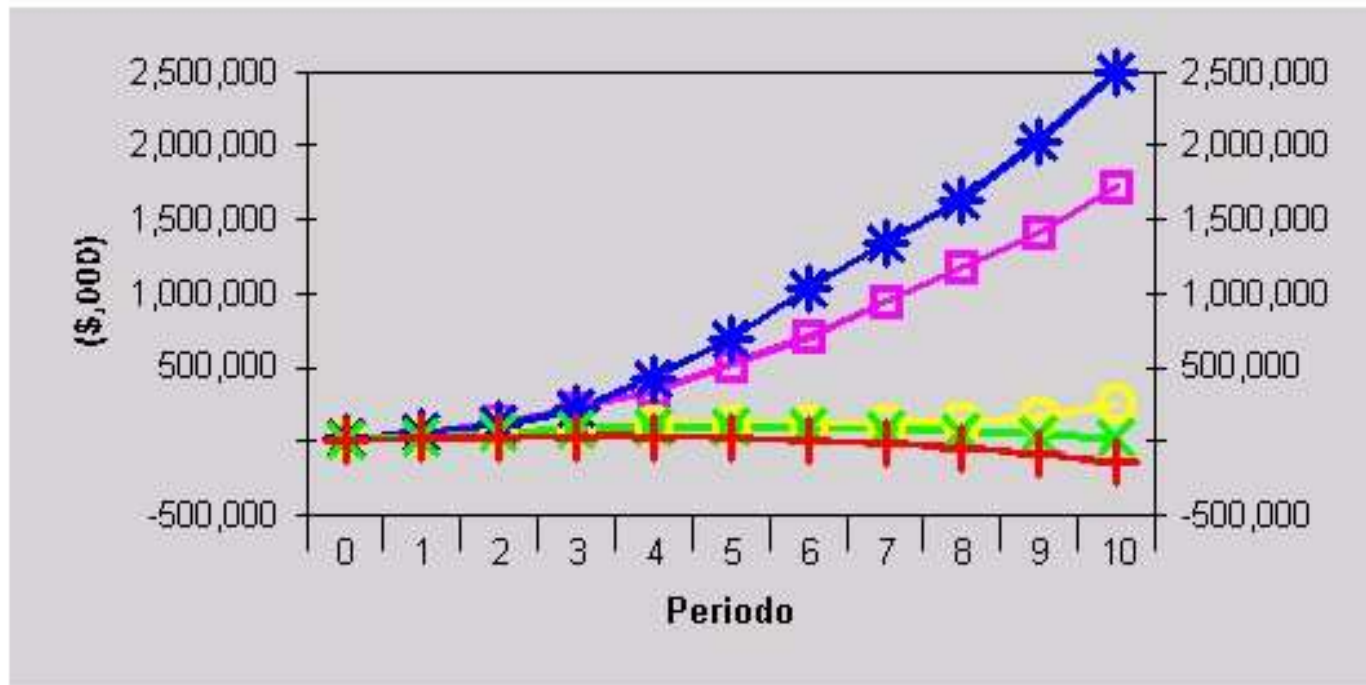


- ❧ Nuestra firma obtuvo el 69% de todos Sonites vendidos en unidades y el 57% en porción de ventas en \$ totales.
- ❧ Nuestro producto Vita en el mercado Vodite logro el 43% del mercado Vodite total.
- ❧ Solo nuestro producto Sisi quedo con inventario, los demás productos vendieron todo incluyendo en el mercado Vodite.
- ❧ La contribución neta de marketing de periodo fue de 464,958 un resultado excelente dentro de la industria.

# Resultados Finales



Contribución Neta de Marketing Acum. - MARKESTRATED



+ Firma 1    \* Firma 2    \* Firma 3    o Firma 4    □ Firma 5