



RETO INTERNACIONAL NOVIEMBRE 2012

MARKESTRATED

**INDUSTRIA:
RNOV12MBA1**

**IXCHEL MAGDALENO LOPEZ
CELESTINA ESCUDERO VICENTEÑO
JOSÉ AGUSTIN GARDUÑO GARCIA
MARÍA DE LA LUZ JESÚS GÓMEZ
DOMINGO BAEZ ROJAS (ASESOR)**

- Este simulador Permite la práctica y evaluación sobre Estrategias de MKT a partir de una Empresa que produce dos tipos de productos, llamados: SONITES Y VODITES, sobre los cuales se aplica el Mix de Marketing, obteniendo así un posicionamiento en el mercado de Markestrated.

PRESENTACIÓN DE SIMULADOR MARKESTRATED

- La Industria inicia sus operaciones con una Contribución Neta de Marketing de \$9,523 (millones), considerando que debe ir en aumento durante los próximos periodos.

INDUSTRIA: RNOV12MBA1

- Nos basamos en la producción, venta y posicionamiento que había de cada producto, para determinar los canales de distribución, la fuerza de ventas y la Publicidad que se necesita.

ESTRATEGIA EMPLEADA

- Consideramos que lo más importante es la Fuerza de Ventas por lo que invertimos en vendedores y al mismo tiempo en Publicidad.
- El RESULTADO ACUMULADO DE Contribución Neta de MKT FUE DE \$48,296
- Posicionándonos en el Primer lugar desde el principio.

PRIMERA DECISIÓN

- Con el presupuesto obtenido se decidió enviar productos a I&D, invertir en Fuerza de Ventas y en Publicidad.
- El RESULTADO ACUMULADO DE Contribución Neta de MKT FUE DE \$124,571

SEGUNDA DECISIÓN

- Los productos enviados a I&D, fueron aceptados.
- Se envió la producción de 4 productos SONITES.
Invirtiendo nuevamente en Fuerza de ventas y Publicidad.
- Posteriormente se manda un Vodite a I&D.
- El RESULTADO ACUMULADO DE Contribución Neta de MKT FUE DE \$222,134

TERCERA DECISIÓN

- El producto Vodite fue aceptado por lo que las operaciones de producción fueron de 4 SONITES y un Vodite.
- Se invierte en Publicidad.
- Se envía otro Vodite a I&D
- El RESULTADO ACUMULADO DE Contribución Neta de MKT FUE DE \$384,382

CUARTA DECISIÓN

- La venta de los 5 productos es exitosa, la FIRMA2 sigue posicionada en Primer Lugar.
- El Vodite fue rechazado por I&D y también descartado por el equipo, se envía un nuevo Vodite a I&D y posibles cambios para el actual.
- De acuerdo a los estudios de Mercado se considera reposicionar los SONITES y dejar el inventario en 0.
- La inversión en Publicidad aumenta
- El RESULTADO ACUMULADO DE Contribución Neta de MKT FUE DE \$627,770

QUINTA DECISIÓN

- Los resultados de inversión en publicidad en los SONITES Y EL VODITE tienen excelentes resultados.
- El inventario está controlado y los costos se modifican conforme lo pide el mercado.
- Queda descartada toda idea de un nuevo Vodite.
- Se invierte en Publicidad
- El RESULTADO ACUMULADO DE Contribución Neta de MKT FUE DE \$935,995

SEXTA DECISIÓN

- VEYI, se ha posicionado muy bien entre el mercado de los Vodites por lo que la publicidad para este producto es mayor que en las demás.
- Los productos Sonites están bien posicionados.
- Se invierte en publicidad y sus respectivos estudios de mercado.
- El RESULTADO ACUMULADO DE Contribución Neta de MKT FUE DE \$1,258,010

SEPTIMA DECISIÓN

- Los 5 productos siguen en excelente posición con respecto a la competencia.
- Lo único que se modifica son los objetivos perceptuales para mantenerlos en su segmento.
- La inversión en publicidad aumenta.
- Los inventarios están muy bien controlados.
- El RESULTADO ACUMULADO DE Contribución Neta de MKT FUE DE \$1,735,484

OCTAVA DECISIÓN

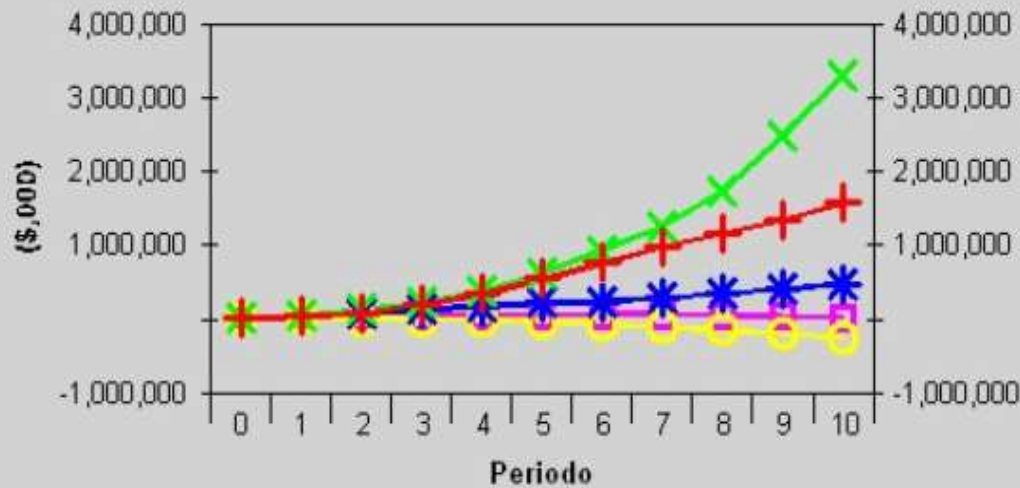
- PVEYI tiene la mayor parte del porcentaje de mercado de los Vodites.
- SERI, SEFA, SETY Y SEMO, están vendiendo muy bien, el inventario esta en perfecto control
- La inversión se canaliza en Publicidad y en los Estudios de mercado correspondientes.
- El RESULTADO ACUMULADO DE Contribución Neta de MKT FUE DE \$2,500147

NOVENA DECISIÓN

- SERI, SEFA, SETY, SEMO Y VEYI, han tenido excelentes resultados en el mercado.
- Solo se invierte en Publicidad
- El RESULTADO ACUMULADO DE Contribución Neta de MKT FUE DE \$ 3,310,479

DÉCIMA DECISIÓN

Contribución Neta de Marketing Acum. - MARKESTRATeD



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

GRÁFICA DE CONTRIBUCIÓN DE MKT

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	8,937	40,881	80,130	199,111	343,807	554,373	755,972	979,818	1,158,570	1,339,183	1,575,267
Firma 2	9,523	48,296	124,571	222,134	384,382	627,770	935,995	1,258,010	1,735,464	2,500,147	3,310,479
Firma 3	10,837	40,303	85,102	134,363	180,817	223,365	244,024	293,816	348,426	408,029	481,366
Firma 4	10,112	5,157	2,623	-1,754	-15,191	-35,014	-64,661	-101,645	-145,047	-194,023	-250,277
Firma 5	8,482	8,098	8,966	32,362	47,624	54,007	59,865	60,149	51,350	36,571	18,791

RESULTADOS DE CONTRIBUCIÓN DE MKT

- Cada decisión tomada nos llevó a reconocer la importancia de cada una de ellas, que cualquier error puede llevar a grandes pérdidas.
- El mundo de Markestrated nos lleva a buscar posicionarse en el mercado a dos tipos de productos, SONITES Y VODITES.

CONCLUSIONES

- Utilizar la mejor estrategia según lo dicten los cálculos de las proyecciones de producción.
- Es preciso invertir en Publicidad y en Fuerza de Ventas, de manera equilibrada, considerando los costos y los tiempos ideales para invertir.

CONCLUSIONES

- Nunca dejar de jugar, jamás confiar en que el reto ya está ganado, hasta no ver los resultados de la última decisión.

*“Bienaventurados los que saben lo que quieren
Porque son los únicos que sabrán cuando han llegado”.*

Miguel Ángel Cornejo

CONCLUSIONES

- Es preciso agradecer a quienes nos han permitido disfrutar de esta experiencia llena de adrenalina, disciplina, fraternidad y trabajo en equipo.
- La oportunidad de participar nos ha dejado un excelente sabor de boca y una renovada visión de nuestra vida, tanto personal como profesionalmente.

¡GRACIAS!
