

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA

RETO LABSAG OCTUBRE 2016

Simulador: MARKESTRATED

PRIMER LUGAR

- Integrantes Firma No. 1
 - Telma María Bonilla Reyes
 - Edin Alexander Molina Ortiz
 - Lic. Melvin Rafael Rodríguez Mejía (Profesor)



MARKESTRATED

- Markestrated es un simulador centrado principalmente en las funciones de Marketing de una empresa, los participantes toman decisiones estratégicas que pueden repercutir tanto de manera positiva o negativa en las utilidades de la empresa.
- El mundo Markestrat está compuesto por cinco empresas en competencia, cada una de las cuales comercializa al principio de la simulación dos marcas de productos.



ceutec
de unitec
LAUREATE INTERNATIONAL UNIVERSITIES

MARKESTRATED

- Para el correcto manejo del simulador Markestrated se requiere conocimientos de Administración, Mercadotecnia, Economía, Estadística Básica y Contabilidad, pues en Markestrated los estados de resultados son transparentes, en el sentido de que las utilidades son el resultado de restas sobre los ingresos por ventas de cada producto, lo cual corresponde a una organización basada en "centros de utilidad" en vez de simples centros de costos.



ceutec
de unitec
LAUREATE INTERNATIONAL UNIVERSITIES

MARKESTRATED

- En Markestrated los productos son bienes duraderos de consumo tales como aparatos domésticos, los cuales son conocidos como Sonites y Vodites.
- Las empresas, pueden suprimir o modificar las marcas existentes y/o introducir nuevas marcas durante la simulación. El número máximo de marcas por empresa es de cinco durante un año simulado.



ceutec
de unitec
LAUREATE INTERNATIONAL UNIVERSITIES

RESULTADOS No. 0

MARCAS	SAKA	SATO
PRODUCCION (Unidades)	96,000	75,455
UNIDS VENDI.(Unidades)	96,000	75,455
INVENTARIO (Unidades)	-	-
PRECIO FINAL. (\$)	278	420
PRECIO PROM.(\$)	171	259
COSTO TRANS.(\$)	110	146
INGRESOS	16,394	19,548
COSTO PRODS VENDIDOS	10,564	10,981
COSTO INVENTARIOS	-	-
PUBLICIDAD	1,650	2,100
CONTRI.BRUTA DE MARKETING	4,180	6,467



ceutec
de unitec
LAUREATE INTERNATIONAL UNIVERSITIES

DECISIÓN No. 1

Tomando en consideración que ambas marcas presentaban demanda por parte de los consumidores, se procedió a definir niveles de producción bastante alto con el propósito de identificar la cantidad exacta demanda para cada marca.

FIRMA: 1	Industria: MERCADO6	Periodo: 1
Fecha Actual: 6/11/2016	Hora Actual: 3:43:42 PM	
Última decisión enviada el 19/10/2016 a las 11:00:23 PM		

Representa el plan de marketing de un año

DECISIONES DE MARKETING

Nombre de Marcas	Nombre del Proyecto de I&D (Modificación o Introducción)	Planificación de la Producción (En miles de Unidades)	Presupuesto Publicitario (En miles de \$)	% de Estudios Publicitarios	Precio Aconsejado de Venta al Detalle (En \$)	Objetivos Perceptuales de -20 a +20	
SAKA		150	2100	3	330	-17	-6
SATO		150	2500	3	580	15	2

FUERZA DE VENTAS

Canales de Distribución	1	2	3
Número de Vendedores	20	20	20



ceutec
de unitec
LAUREATE INTERNATIONAL UNIVERSITIES

RESULTADOS No. 1

MARCAS	SAKA	SATO
PRODUCCION (Unidades)	180,000	120,000
UNIDS VENDI.(Unidades)	180,000	119,847
INVENTARIO (Unidades)	-	153
PRECIO FINAL. (\$)	330	545
PRECIO PROM.(\$)	203	337
COSTO TRANS.(\$)	94	127
INGRESOS	36,492	40,423
COSTO PRODS VENDIDOS	16,864	15,215
COSTO INVENTARIOS	-	2
PUBLICIDAD	2,100	2,500
CONTRI.BRUTA DE MARKETING	17,529	22,706



ceutec
de unitec
LAUREATE INTERNATIONAL UNIVERSITIES*

DECISIÓN No. 2

Tomando en consideración la demanda exacta por parte de los consumidores, se procedió a definir los niveles de producción correctos además definir los segmentos de mercado para cada marca en este caso SAKA para el segmento 5 y SATO para el segmento 4.

FIRMA: 1	Industria: MERCADO6	Periodo: 2
Fecha Actual: 6/11/2016	Hora Actual: 3:44:00 PM	
Última decisión enviada el 20/10/2016 a las 10:54:39 PM		

Representa el plan de marketing de un año

DECISIONES DE MARKETING

Nombre de Marcas	Nombre del Proyecto de I&D (Modificación o Introducción)	Planificación de la Producción (En miles de Unidades)	Presupuesto Publicitario (En miles de \$)	% de Estudios Publicitarios	Precio Aconsejado de Venta al Detalle (En \$)	Objetivos Perceptuales de -20 a +20	
SAKA		250	2100	3	330	-17	-6
SATO		150	2500	3	580	10	2

FUERZA DE VENTAS

Canales de Distribución	1	2	3
Número de Vendedores	25	25	25



ceutec
de unitec
LAUREATE INTERNATIONAL UNIVERSITIES

RESULTADOS No. 2

MARCAS	SAKA	SATO
PRODUCCION (Unidades)	300,000	180,000
UNIDS VENDI.(Unidades)	300,000	180,153
INVENTARIO (Unidades)	-	-
PRECIO FINAL. (\$)	330	580
PRECIO PROM.(\$)	203	360
COSTO TRANS.(\$)	86	119
INGRESOS	60,854	64,935
COSTO PRODS VENDIDOS	25,791	21,399
COSTO INVENTARIOS	-	-
PUBLICIDAD	2,100	2,500
CONTRI.BRUTA DE MARKETING	32,963	41,036



ceutec
de unitec
LAUREATE INTERNATIONAL UNIVERSITIES

DECISIÓN No. 3

Tomando en consideración la demanda por los diferentes segmentos de mercado se procedió a ingresar nuevas marcas para los mercados en este caso se ingresaron dos marcas Vodites, una a bajo costo y otra a un costo mas alto que la otra, adicionalmente se ingreso la marca SATB para alcanzar el segmento No. 3.

FIRMA: 1	Industria: MERCADO6	Periodo: 3
Fecha Actual: 6/11/2016	Hora Actual: 3:44:21 PM	
Última decisión enviada el 21/10/2016 a las 11:07:38 PM		

Representa el plan de marketing de un año

DECISIONES DE MARKETING

Nombre de Marcas	Nombre del Proyecto de I&D (Modificación o Introducción)	Planificación de la Producción (En miles de Unidades)	Presupuesto Publicitario (En miles de \$)	% de Estudios Publicitarios	Precio Aconsejado de Venta al Detalle (En \$)	Objetivos Perceptuales de -20 a +20	
SAKA	PSAKI	500	3000	3	350	-17	-6
SATO	PSAKI	500	3000	3	600	10	2
VADY	PVADY	100	3000	5	900	11	9
VASY	PVAIS	100	3000	5	1500	13	12
SATB	PSATB	100	3000	3	600	12	11

FUERZA DE VENTAS

Canales de Distribución	1	2	3
Número de Vendedores	30	30	30



ceutec
de unitec
LAUREATE INTERNATIONAL UNIVERSITIES

RESULTADOS No. 3

MARCAS	SAKA	SATO	VADY	VASY	SATB
PRODUCCION (Unidades)	600,000	400,000	80,000	80,000	120,000
UNIDS VENDI.(Unidades)	600,000	379,741	40,745	24,963	120,000
INVENTARIO (Unidades)	-	20,259	39,255	55,037	-
PRECIO FINAL. (\$)	350	460	900	1,500	600
PRECIO PROM.(\$)	215	286	540	900	377
COSTO TRANS.(\$)	82	91	367	436	188
INGRESOS	128,997	108,632	22,002	22,467	45,225
COSTO PRODS VENDIDOS	49,452	34,414	14,974	10,894	22,561
COSTO INVENTARIOS	-	211	1,659	2,762	-
PUBLICIDAD	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000
CONTRI.BRUTA DE MARKETING	76,545	71,007	2,370	5,811	19,664



ceutec
de unitec
LAUREATE INTERNATIONAL UNIVERSITIES*

DECISIÓN No. 4

Tomando en consideración la demanda por los diferentes segmentos de mercado se procedió a mantener niveles de producción de acuerdo a los niveles de demanda por cada segmento al cual están dirigido cada uno de nuestros productos Sonite y Vodite.

FIRMA: 1	Industria: MERCADO6	Periodo: 4
Fecha Actual: 6/11/2016	Hora Actual: 3:45:25 PM	
Última decisión enviada el 24/10/2016 a las 10:38:16 PM		

Representa el plan de marketing de un año

DECISIONES DE MARKETING

Nombre de Marcas	Nombre del Proyecto de I&D (Modificación o Introducción)	Planificación de la Producción (En miles de Unidades)	Presupuesto Publicitario (En miles de \$)	% de Estudios Publicitarios	Precio Aconsejado de Venta al Detalle (En \$)	Objetivos Perceptuales de -20 a +20	
SAKA	PSAKI	800	3000	3	350	-17	-6
SATO	PSAKI	500	3000	3	600	10	2
VADY	PVADY	50	3000	5	950	11	9
VASY	PVAIS	50	3000	5	1700	13	12
SATB	PSATB	300	3000	3	700	12	11

FUERZA DE VENTAS

Canales de Distribución	1	2	3
Número de Vendedores	60	60	60

RESULTADOS No. 4

MARCAS	SAKA	SATO	VADY	VASY	SATB
PRODUCCION (Unidades)	960,000	600,000	48,938	40,000	240,000
UNIDS VENDI.(Unidades)	960,000	620,259	88,193	43,558	216,243
INVENTARIO (Unidades)	-	-	-	51,479	23,757
PRECIO FINAL. (\$)	350	501	950	1,657	700
PRECIO PROM.(\$)	215	312	570	994	440
COSTO TRANS.(\$)	72	80	358	433	158
INGRESOS	206,407	193,769	50,270	43,300	95,100
COSTO PRODS VENDIDOS	68,965	49,445	31,594	18,844	34,268
COSTO INVENTARIOS	-	-	-	2,561	433
PUBLICIDAD	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000
CONTRI.BRUTA DE MARKETING	134,442	141,324	15,676	18,895	57,399



ceutec
de unitec
LAUREATE INTERNATIONAL UNIVERSITIES*

DECISIÓN No. 5

Tomando en consideración la demanda por los diferentes segmentos de mercado se procedió a generar la producción de acuerdo a las estimación de crecimiento de cada segmento de mercado de acuerdo a los estudios 6 y 11.

FIRMA: 1	Industria: MERCADO6	Periodo: 5
Fecha Actual: 6/11/2016	Hora Actual: 3:45:53 PM	
Última decisión enviada el 25/10/2016 a las 10:18:59 PM		

Representa el plan de marketing de un año

DECISIONES DE MARKETING

Nombre de Marcas	Nombre del Proyecto de I&D (Modificación o Introducción)	Planificación de la Producción (En miles de Unidades)	Presupuesto Publicitario (En miles de \$)	% de Estudios Publicitarios	Precio Aconsejado de Venta al Detalle (En \$)	Objetivos Perceptuales de -20 a +20	
SAKA		1400	4100	3	375	-17	-6
SATO		1000	4000	3	650	10	2
VADY		100	4200	5	950	15	11
VASY		1	4500	5	1200	7	4
SATB		250	4200	3	850	15	11

FUERZA DE VENTAS

Canales de Distribución	1	2	3
Número de Vendedores	90	90	90



ceutec
de unitec
LAUREATE INTERNATIONAL UNIVERSITIES

RESULTADOS No. 5

MARCAS	SAKA	SATO	VADY	VASY	SATB
PRODUCCION (Unidades)	1278,529	932,970	80,000	1,200	200,000
UNIDS VENDI.(Unidades)	1278,529	932,970	63,658	52,679	210,815
INVENTARIO (Unidades)	-	-	16,342	-	12,942
PRECIO FINAL. (\$)	375	547	950	1,200	850
PRECIO PROM.(\$)	230	341	570	720	535
COSTO TRANS.(\$)	69	76	355	479	159
INGRESOS	294,658	318,133	36,285	37,929	112,754
COSTO PRODS VENDIDOS	88,626	70,756	22,610	25,238	33,441
COSTO INVENTARIOS	-	-	726	-	257
PUBLICIDAD	4,100	4,000	4,200	4,500	4,200
CONTRI.BRUTA DE MARKETING	201,932	243,377	8,750	8,191	74,857



ceutec
de unitec
LAUREATE INTERNATIONAL UNIVERSITIES*

DECISIÓN No. 6

Tomando en consideración la demanda por los diferentes segmentos de mercado y los requerimientos de los valores ideales según los estudios 4 y 10, se desarrollo I&D para cumplir con los requerimientos de los consumidores.

Adicionalmente pese a la buena aceptación, por parte de los segmentos de mercado, procedimos al incremento de la fuerza de venta en los canales de distribución.

FIRMA: 1	Industria: MERCADO6	Periodo: 6
Fecha Actual: 6/11/2016	Hora Actual: 3:46:09 PM	
Última decisión enviada el 26/10/2016 a las 10:57:30 PM		

Representa el plan de marketing de un año

DECISIONES DE MARKETING

Nombre de Marcas	Nombre del Proyecto de I&D (Modificación o Introducción)	Planificación de la Producción (En miles de Unidades)	Presupuesto Publicitario (En miles de \$)	% de Estudios Publicitarios	Precio Aconsejado de Venta al Detalle (En \$)	Objetivos Perceptuales de -20 a +20	
SAKA		1500	5500	3	395	-19	-6
SATO		1100	5500	3	750	9	1
VADY	PVASY	100	5500	5	950	7	4
VASY	PVAME	100	5500	5	1600	15	11
SATB		250	5500	3	975	15	11

FUERZA DE VENTAS

Canales de Distribución	1	2	3
Número de Vendedores	200	200	200



ceutec
de unitec
LAUREATE INTERNATIONAL UNIVERSITIES

RESULTADOS No. 6

MARCAS	SAKA	SATO	VADY	VASY	SATB
PRODUCCION (Unidades)	1200,000	1160,301	120,000	80,000	268,684
UNIDS VENDI.(Unidades)	1179,524	1160,301	120,000	76,547	281,626
INVENTARIO (Unidades)	20,476	-	-	3,453	-
PRECIO FINAL. (\$)	395	607	950	1,200	950
PRECIO PROM.(\$)	243	378	570	720	597
COSTO TRANS.(\$)	72	77	271	357	164
INGRESOS	286,289	438,123	68,400	55,114	168,119
COSTO PRODS VENDIDOS	85,075	89,077	32,484	27,340	46,057
COSTO INVENTARIOS	199	-	-	166	-
PUBLICIDAD	5,500	5,500	5,500	5,500	5,500
CONTRI.BRUTA DE MARKETING	195,515	343,546	30,416	22,107	116,562



ceutec
de unitec
LAUREATE INTERNATIONAL UNIVERSITIES*

DECISIÓN No. 7

Tomando en consideración los resultados favorables según la decisión seis, se procedió a incrementar la fuerza de venta en los canales de distribución, lo cual generó resultados muy eficientes.

FIRMA: 1	Industria: MERCADO6	Periodo: 7
Fecha Actual: 6/11/2016	Hora Actual: 3:46:40 PM	
Última decisión enviada el 27/10/2016 a las 11:33:06 PM		

Representa el plan de marketing de un año

DECISIONES DE MARKETING

Nombre de Marcas	Nombre del Proyecto de I&D (Modificación o Introducción)	Planificación de la Producción (En miles de Unidades)	Presupuesto Publicitario (En miles de \$)	% de Estudios Publicitarios	Precio Aconsejado de Venta al Detalle (En \$)	Objetivos Perceptuales de -20 a +20	
SAKA		1350	5800	3	405	-19	-6
SATO		1200	5800	3	750	9	1
VADY		300	5800	5	850	7	4
VASY		90	5800	5	1500	15	11
SATB		300	5800	3	1050	15	11

FUERZA DE VENTAS

Canales de Distribución	1	2	3
Número de Vendedores	250	250	250



ceutec
de unitec
LAUREATE INTERNATIONAL UNIVERSITIES

RESULTADOS No. 7

MARCAS	SAKA	SATO	VADY	VASY	SATB
PRODUCCION (Unidades)	1080,000	1210,217	302,606	81,991	298,076
UNIDS VENDI.(Unidades)	1022,087	1210,217	302,606	85,444	298,076
INVENTARIO (Unidades)	78,389	-	-	-	-
PRECIO FINAL. (\$)	405	637	850	1,260	997
PRECIO PROM.(\$)	249	396	510	756	626
COSTO TRANS.(\$)	78	82	232	348	175
INGRESOS	254,421	479,407	154,329	64,596	186,556
COSTO PRODS VENDIDOS	80,204	98,901	70,166	29,755	52,170
COSTO INVENTARIOS	892	-	-	-	-
PUBLICIDAD	5,800	5,800	5,800	5,800	5,800
CONTRI.BRUTA DE MARKETING	167,525	374,706	78,363	29,041	128,586



ceutec
de unitec
LAUREATE INTERNATIONAL UNIVERSITIES*

DECISIÓN No. 8

Tomando en consideración los requerimientos para el cumplimiento de los objetivos del reto se procedió a realizar una decisión mas acertada la cual demostró los resultados deseados por la firma y permitió lograr con lo requerido por las bases.

FIRMA: 1	Industria: MERCADO6	Periodo: 8
Fecha Actual: 6/11/2016	Hora Actual: 3:46:59 PM	
Última decisión enviada el 28/10/2016 a las 10:15:21 PM		

Representa el plan de marketing de un año

DECISIONES DE MARKETING

Nombre de Marcas	Nombre del Proyecto de I&D (Modificación o Introducción)	Planificación de la Producción (En miles de Unidades)	Presupuesto Publicitario (En miles de \$)	% de Estudios Publicitarios	Precio Aconsejado de Venta al Detalle (En \$)	Objetivos Perceptuales de -20 a +20	
SAKA		1100	6500	3	390	-15	-3
SATO		1500	6500	3	750	9	1
VADY		500	6500	5	830	7	4
VASY		100	6500	5	1500	15	11
SATB		350	6500	3	1050	17	14

FUERZA DE VENTAS

Canales de Distribución	1	2	3
Número de Vendedores	275	275	275



ceutec
de unitec
LAUREATE INTERNATIONAL UNIVERSITIES

RESULTADOS No. 8

MARCAS	SAKA	SATO	VADY	VASY	SATB
PRODUCCION (Unidades)	1162,828	1200,000	400,000	91,324	372,446
UNIDS VENDI.(Unidades)	1241,217	1142,220	383,834	91,324	372,446
INVENTARIO (Unidades)	-	57,780	16,166	-	-
PRECIO FINAL. (\$)	390	669	830	1,323	1,047
PRECIO PROM.(\$)	240	416	498	794	658
COSTO TRANS.(\$)	85	87	224	354	185
INGRESOS	297,646	475,136	191,149	72,493	244,976
COSTO PRODS VENDIDOS	104,914	99,579	86,056	32,367	68,899
COSTO INVENTARIOS	-	680	489	-	-
PUBLICIDAD	6,500	6,500	6,500	6,500	6,500
CONTRI.BRUTA DE MARKETING	186,232	368,377	98,104	33,626	169,576



ceutec
de unitec
LAUREATE INTERNATIONAL UNIVERSITIES*

ESTRATEGIA

La firma definió su estrategia en 3 productos Sonites para los siguientes segmento 3, 4 y 5, además desarrollo 2 productos Vodites uno de bajo costo y otro de alto costo de acuerdo a las condiciones de mercado, dichas acciones permitieron a la firma No. 1 establecerse como líder del mercado Sonite y Vodites.



ceutec
de unitec
LAUREATE INTERNATIONAL UNIVERSITIES

Gracias por su atención



ceutec
de unitec
LAUREATE INTERNATIONAL UNIVERSITIES®