



<p>Simulador</p>	
<p>Sector</p>	<p>Gran consumo</p>
<p>Nivel</p>	<p>6,7</p>
<p>Temáticas</p>	<p>Desarrollo de marca Marketing de producto Canales de comercialización Gestión equipo de ventas</p>
<p>Modalidad</p>	<p>Equipos Competitivo</p>
<p>Tiempo</p>	<p>16 horas a 32 horas</p>
<p>Descripción</p>	<p>GlobalMarket reproduce el escenario competitivo de una compañía productoras de refrescos de gran consumo que deben competir entre sí. Las compañías producen y comercializan tres líneas de refrescos: normal, premium y light.</p> <p>El simulador focaliza su actuación sobre el diseño de producto, marketing y comercialización de los productos. El simulador considera 3 segmentos de demanda y 3 canales de comercialización. Dos áreas clave en este simulador son el desarrollo de una marca y el posicionamiento del producto en el punto de venta.</p>  <p>Los participantes deberán tomar decisiones relacionadas con:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Expansión: adquisición de nuevas fábricas o entrada en nuevos mercados • Productos: amplitud de gama, calidad de la materia prima, packaging y mejora de la calidad del producto. • Marca: priorización de segmentos de demanda, priorización de mensajes de comunicación y gasto en promoción de marca. • Precios: precios, promociones y ofertas por producto. • Comercialización: promoción del producto en punto de venta, descuento por producto y punto de venta, modalidad logística e incentivos del equipo de ventas. • Producción: unidades a producir por producto y porcentaje de gasto en mantenimiento de la planta. • Financiación: préstamo a largo y corto plazo, y plazo de cobro-pago a clientes y proveedores. 