



## Sector

Gran consumo

## Nivel

2, 3

## Temáticas

Marketing de producto: precio, producto, promoción y distribución.

Análisis de costes y margen de producto

## Versiones

Versión I: Nivel 2

Versión II: Nivel 3

## Modalidad

Competitivo

## Tiempo

12 horas a 24 horas

**CoffeeTime** reproduce el escenario competitivo de diversas compañías del sector cafetero de gran consumo, que deben competir entre sí. Las compañías producen y comercializan dos líneas de productos:

- **Café convencional:** producto maduro, de mayor volumen y menor margen.
- **Café orgánico:** producto en crecimiento, de menor volumen y mayor margen.

El simulador permite practicar los conceptos fundamentales de las 4P's del marketing o mercadeo: **Precio, Promoción, Producto y Distribución**

El simulador considera 3 segmentos de demanda (clase alta, clase media y clase baja) y la posibilidad de ampliar la comercialización a un nuevo mercado. La previsión de ventas o el control de costes son dos funciones clave para obtener los objetivos de márgenes deseados.



El análisis de la evolución del mercado y del margen por producto son dos referencias clave para la consecución de los resultados esperados.

**Los participantes deberán tomar decisiones relacionadas con:**

### Productos

Amplitud de gama, proceso de producción y packaging.

### Marca

Priorización de segmentos de demanda, gasto en promoción de marca y priorización de acciones de mercadeo.

### Precios y ventas

Establecer los precios por producto y mercado. Adicionalmente, se debe realizar la previsión de ventas.

### Mercado

Entrar en nuevas regiones para vender el producto.

### Distribución

Promoción del producto en punto de venta, priorización de acciones de mercadeo en el punto de venta, descuento al canal y modalidad logística.

### Producción

Ampliación de la capacidad de producción.

