

Contenido

1. INTRODUCCIÓN	1
La sensación de victoria	1
La agonía de la derrota	2
La realidad, como la belleza, está en el ojo del observador	2
Dos es compañía..., tres o más forman un equipo	3
El plan de juego	4
Cómo funciona... Descripción general	5
2. EL TELÓN DE FONDO DE COMPETE	9
Su industria	9
Su mercado	9
Su empresa	16
Sus productos	19
Fluctuaciones regionales y estacionales de ventas	22
3. DESARROLLO DEL PROGRAMA DE MARKETING	23
Poniendo precio a los productos	24
Previsión de ventas y distribución de los productos	25
Su programa promocional	27
Decisiones del equipo de ventas	27
Decisiones en publicidad	29
Decisiones de producto	33
Información sobre investigación de mercado	34
La asociación mercantil	36
4. JUGANDO CON COMPETE	39
Decisiones iniciales	39
Una para el dinero	39
Dos para la presentación	40
Tres para estar preparados	41
...Y cuatro, ¡adelante!	41
Completar el formulario de decisiones de marketing	47
Completar el formulario de petición de investigación de mercado	51
Formulación de la cuenta de resultados	53
Formulación del balance de situación	55
Contribución regional a los resultados	58
Conclusiones	58

5. APÉNDICES	59
A. Ejemplos de informes impresos	61
B. Programa de análisis COMPETE, «CAP»	83
C. Formulario de nombre de empresa y de marca	99
D. Formularios de objetivos y estrategias de la empresa	103
E. Formularios de cash flow	115
F. Formularios de contribución de producto	123
G. Formularios de evaluación de participantes	131
H. Formularios financieros en blanco	139
I. Formularios de decisión en blanco	151
J. Programa de entrada de datos del estudiante, «ENTER»	195
K. Resumen de los procedimientos de inicio del juego	203
Notas	207