

# Contenido

<b>1. INTRODUCCIÓN</b>	<b>1</b>
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
<b>2. EL TELÓN DE FONDO DE COMPETE</b>	<b>9</b>
Su industria	9
Su mercado	9
Su empresa	16
Sus productos	19
Fluctuaciones regionales y estacionales de ventas	22
<b>3. DESARROLLO DEL PROGRAMA DE MARKETING</b>	<b>23</b>
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
<b>4. JUGANDO CON COMPETE</b>	<b>39</b>
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

05-09-00

56460

Amorpa

<b>5. APÉNDICES</b> .....	<b>59</b>
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

Fluctuaciones  
sus pro  
su