

## Caso: Relojería Aldao SAC

Solís Fúster, Fernando<sup>1</sup>

Terán Velazco, César<sup>2</sup>

Zapata Díaz, Carlos<sup>3</sup>

### Caso

La relojería ALDAO SAC planea lanzar al mercado una línea de relojes unisex tipo "Smart Wacht" SW y ha realizado una encuesta, haciendo entre otras, la siguiente pregunta: "¿Compraría un smart wacht a S/. 600?". Los resultados (por rango de edad y nivel socio económico) de esta encuesta fueron los siguientes:

#### RESPUESTA: SI

EDAD (Años)	13 A 25	26 A 35
NSE A	60.00%	61.50%
NSE B	55.00%	56.70%

10 de cada 10 personas compra finalmente

#### RESPUESTA: PROBABLEMENTE

EDAD (Años)	13 A 25	26 A 35
NSE A	20.00%	21.50%
NSE B	15.00%	16.70%

3 de cada 10 personas compra finalmente

Nadie compra finalmente, de las respuestas: No sabe y No compraría.

---

<sup>1</sup> Universidad de Lima: fsolis@ulima.edu.pe

<sup>2</sup> Universidad de Lima: cteran@ulima.edu.pe

<sup>3</sup> Universidad de Lima: czapata@ulima.edu.pe

Adicionalmente tenemos los siguientes datos del INEI (para el año 2016):

**POBLACION POR DISTRITO**

DISTRITO	PERSONAS
LA MOLINA	166,912
MIRAFLORES	82,805
SAN BORJA	111,808
SAN ISIDRO	55,006
SURCO	338,509

**POBLACION POR EDADES**

EDAD	POBLACION	
	PERSONAS	%
TOTAL LIMA M	10,269,613	100.0%
13 A 25	2,331,202	22.7%
26 A 35	1,458,285	14.2%

**NSE POR DISTRITO**

DISTRITO	NSE A	NSE B
LA MOLINA	26.9%	53.6%
MIRAFLORES	27.1%	64.9%
SAN BORJA	39.9%	59.0%
SAN ISIDRO	58.8%	39.5%
SURCO	34.5%	47.3%

**Preguntas**

A) Determine el **Mercado Objetivo** para los SW de ALDAO SAC considerando solo a las personas que viven en los distritos San Isidro y Miraflores; NSE A y B y cuya edad fluctúa entre los 13 – 35 años.

Mercado objetivo clasificado por Distrito y Rango de Edad

DISTRITO	13 A 25	26 A 35
SAN ISIDRO		
MIRAFLORES		

Mercado objetivo clasificado por Distrito y NSE

DISTRITO	NSE A	NSE B
SAN ISIDRO		
MIRAFLORES		

B) En la encuesta se encontró que la frecuencia de compra de un Smart Wacht (SW) es de cada 3 años; con este dato determine la **Demanda Potencial Mensual del Mercado Objetivo** clasificada por:

Por Distrito y Rango de Edad

DISTRITO	13 A 25	26 A 35
SAN ISIDRO		
MIRAFLORES		

Por Intención de Compra y NSE

INTENCIÓN DE COMPRA	NSE A	NSE B
SI COMPRARÍAN		
PROBABLEMENTE		

C) Si la competencia en conjunto atiende el 30% del mercado de SW al año, determinar (en unidades) la demanda anual insatisfecha que habría el año 2016.

**2016**

Demanda Anual de SW para el Mercado. Objetivo (unid.)	
Demanda Satisfecha (unid.)	
Demanda Insatisfecha (unid.)	

La estructura de costos estimada de ALDAO SAC es la siguiente:

PARTICIPACION	0 % - <= 9%	<9 % - <=15%	<15 % - 30%
COSTO FIJO MES S/.	6,500.00	19,500.00	39,000.00
COSTO VARIABLE S/. / SW	450.00	428.00	423.00

D) ¿Cuál es la participación más recomendable para optimizar el ROS (utilidad / venta) y cuántos SW, como mínimo, debería vender mensualmente la empresa en el año 2016? No considerar el valor del dinero en el tiempo.

Participación de mercado óptima en el 2016 (%)	
Cantidad mínima de SW a vender por mes en el 2016 (unidades)	

E) Estime la demanda insatisfecha para el 2017,2018 y 2019.

**Considere que el mercado crecerá a una tasa de 3%, la competencia en 2% y ALDAO SAC en 2.5% por año**

	2017	2018	2019
Demanda insatisfecha			