# Caso Gaermont Sports

## Actividad 6

Las tiendas son el principal punto de contacto entre el producto y el consumidor final, y ofrecen una oportunidad para la experiencia de marca y el servicio al cliente. En el caso de Gaermont Sports, estas tiendas han sido colocadas estratégicamente para ofrecer un fácil acceso, con ubicaciones visibles que sean atractivas para los transeúntes, que faciliten el reconocimiento de nuestra marca, y que sean cercanos a nuestro mercado meta.

La demanda que se presenta en las tiendas ha sido analizada cuidadosamente dependiendo de las características y gustos de la población, cercanías con otros países, deportistas famosos, instalaciones deportivas, etc.

Con base en todos estos estudios, la información sobre la demanda de las tiendas se ha resumido en la siguiente tabla. En ella también se ha colocado el número inicial de unidades existentes de cada tipo de producto.

**Tabla 3.**

| | | Tienda | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | Santiago | Buenos Aires | Bogotá | México |
|  | Demanda | N (350, 40) | N (600, 60) | N (350, 50) | N (550, 80) |
| | Incremento anual | 2% | 2% | 2% | 1% |
| | Ciclos al año | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | Cantidad inicial | 600 | 1200 | 800 | 800 |
| | | | | | |
|  | Demanda | N (250, 40) | N (200, 40) | N (150, 40) | N (350, 40) |
| | Incremento anual | 6% | 6% | 4% | 3% |
| | Ciclos al año | 1 | 1 | 1 | 1 |
| | Cantidad inicial | 300 | 300 | 180 | 400 |
| | | | | | |
|  | Demanda | N (350, 40) | N (350, 70) | N (350, 50) | N (500, 80) |
| | Incremento anual | 0% | -2% | 0% | 0% |
| | Ciclos al año | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | Cantidad inicial | 500 | 500 | 500 | 800 |
| | | | | | |
|  | Demanda | N (450, 40) | N (550, 80) | N (600, 50) | N (1300, 200) |
| | Incremento anual | 1% | 2% | 6% | 0% |
| | Ciclos al año | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | Cantidad inicial | 800 | 1000 | 1200 | 3000 |
| | | | | | |
|  | Costo fijo | $24 000 | $20 000 | $25 000 | $30 000 |
| | Espacio disponible | 40 000 | 40 000 | 50 000 | 40 000 |
| | Costo externo por unidad de espacio | $3 | $3 | $2 | $4 |

N = Distribución Normal (Media, D.S.)

En todos los casos, la demanda asemeja una distribución normal, pero con medias y desviaciones estándar calculadas en cada una de las tiendas. El único producto que presenta estacionalidad es el balón de futbol americano, el cual alcanza su pico de venta en el mes de octubre, en esta época, las ventas incrementan hasta en un 60% en relación con su media anual. Por otra parte, debido a la globalización, la afición al futbol americano está creciendo en Sudamérica, por lo que algunos países registran incrementos hasta del 6% en pelotas relacionadas a este deporte. Las pelotas de tenis han incrementado sus ventas en Colombia debido a que un joven colombiano, Wilber Loaiza, ha ganado importantes torneos internacionales y eso ha propiciado que más jóvenes se atrevan a practicar este deporte.

Finalmente, los precios de los artículos se han homologado con base en la moneda de pesos mexicanos. Además, se ha decidido que, en este momento, se ofrezcan precios homogéneos en todos los países, considerando, obviamente, las distintas monedas de la región. Pero para cuestiones prácticas, considera que los precios de venta de los balones son: $100 por balón de soccer, $125 por balón de americano, $150 por balón de basquetbol, y $40 por cada pelota de tenis.

## Objetivo de la actividad.

Caracterizar las tiendas de Gaermont Sports.