

Capítulo 1: Introducción

El escrito que a continuación se presentará va a desarrollar lo referente a la estrategia que se ha seguido en el Simulador de Negocios de la Universidad de Carnegie Mellon, en el periodo primavera 2012, donde se representa un modelo de negocio competitivo.

El contenido de este trabajo consta de la estrategia global que utilizó la compañía GLOBAL WATCHES para el éxito del mismo simulador, así como las estrategias de marketing, competencia, preferencias de los consumidores y acciones que tomaron nuestros competidores que afectaron a la compañía y decisiones que tomo nuestra organización. En primera instancia, se hablará de cómo esta compuesto el simulador de Negocios de la universidad de Carnegie Mellon y cómo tiene participación la Universidad De Las Américas Puebla. En segunda instancia se hablará acerca de la descripción de la empresa Global Watches y su alcance en el simulador, así como su planeación estratégica que uso durante la simulación. En tercera instancia, se hablará de recomendaciones y tácticas a considerar para este simulador tratando de crear una empresa virtual estable.

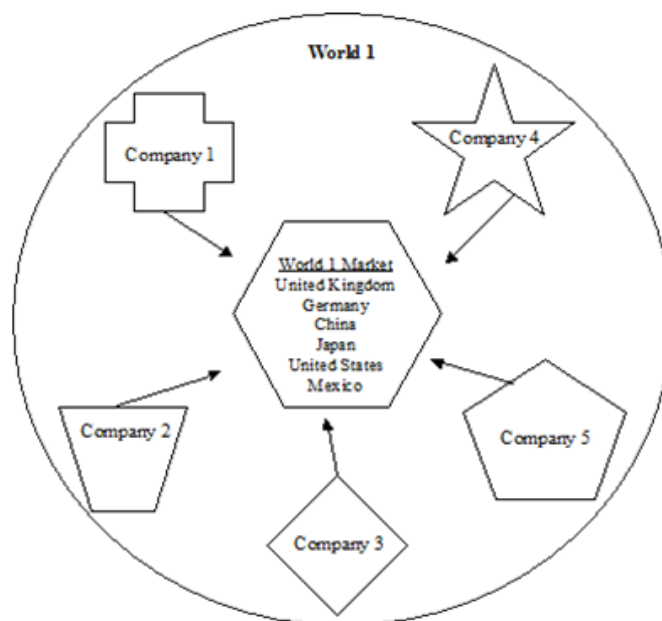
Actualmente el mundo de los negocios es muy cambiante, ya que la oferta y la demanda se van modificando de acuerdo a factores subyacentes que afectan las necesidades del mercado; este tipo de simuladores nos permite tener un panorama de lo que está pasando hoy en día en las organizaciones, así mismo nos da la capacidad de tener nuevas técnicas para comprender el mundo de los negocios y tener soluciones a los problemas que surgen al momento de tener una empresa.

Este simulador internacional de negocios, tiene sede en la universidad de Carnegie Mellon, donde participan estudiantes de diferentes universidades como la Universidad de las Américas Puebla, el Instituto de Estudios Superiores de Monterrey y la universidad de Carnegie Mellon. Cada estudiante que participa, es previamente escogido por su propia universidad, integrando equipos

multidisciplinarios, para abarcar áreas de mercadotecnia, administración, finanzas, e ingeniería.

El juego está conformado por un universo, donde se compone por mundos, cada uno compuesto de 5 compañías distintas que compiten entre si, tomando en cuenta 6 mercados de comercialización, que son: Reino Unido, Alemania, Japón, China, Estados Unidos, México. El mundo donde la empresa Global Watches se estuvo desempeñando fue la única de la Universidad de las Américas Puebla, por lo que la competencia fue, el Tecnológico de Monterrey y la Universidad de Carnegie Mellon.

FIGURA 1.1: Los mundos del simulador, están conformados de la siguiente manera:



Fuente: International Management Game, Game year 2011/2012

El simulador nos da la oportunidad de competir con las diferentes compañías de cada mundo que compone el juego, es importante que cada asociación genere su propia estrategia, ya que cada mundo es diferente y tienen que generar destrezas para poder llegar al objetivo del juego; esto se hará gracias a una buena

comunicación en las áreas de Finanzas, Mercadotecnia y Producción, así mismo como el equipo directivo que componen a cada empresa, ya que creemos que cada uno de estos departamentos dependen unos de los otros para la toma de decisiones.

A lo largo del juego nos percatamos de que algunas decisiones que se tomaban presentaban resultado influenciados por las decisiones de la competencia ya que lo que ellos hacen en sus respectivas áreas iba a tener consecuencias de forma global en el comportamiento del mercado; lo importante es no caer en una competencia de precios ya que cada empresa tiene su estrategia, y lo que se esperaba en el simulador era de que cada empresa generara su propio modo de juego ya que solo se pueden tener al alcance pocos datos de la competencia y se podía tener acceso a ellos después de ya habían sido publicados en la plataforma del simulador; en la vida real pasa lo mismo en las organizaciones ya que se tiene acceso a poca información de la competencia o esta información es muy costosa. Los analistas de las empresas y los buenos líderes deben de estar un paso adelante para saber cómo piensa nuestro competidor para poder generar buenas estrategias para tener presencia positiva en el mercado.

A parte de la competencia que tiene el simulador, se debe de considerar un periódico virtual anual que sale durante el juego, ya que nos habla acerca de las variaciones y cambios a nivel mundial sobre acontecimientos que afectan el tipo de cambio, la economía y aspectos financieros y desastres naturales de cada país.

La forma en que funciona el simulador es que se debe vender relojes hacia seis diferentes países del mundo: Reino Unido, Alemania, Japón, China, Estados Unidos y México, donde lo interesante de este juego es comercializar dos tipos de relojes, uno de alta calidad y el otro un poco más comercial, donde se contaban con dos fábricas, una tiene sede en China y la otra en Estados Unidos (si era conveniente estas dos fábricas podrían ser nuevamente ubicadas a lo largo del simulador), en la fábrica se ven reflejados los costos, mano de obra y materiales necesarios para la elaboración de los productos.



Gráfico 1.2: Distribución del producto 1 (Fuente: Elaboración Propia)



Gráfico 1.3: Distribución del producto 2 (Elaboración Propia)

Al principio del simulador cada equipo cuenta con datos de quince años que representan sesenta periodos simulados, esta información se debe analizar mediante interpretación de datos históricos para lograr tener presencia en todos los países en los que se comercializa; es importante mencionar que cada simulación que se realiza representa 3 meses de vida de la empresa GLOBAL WATCHES donde, gracias a un consejo que se nos fue asignado (profesores de la universidad y empresarios importantes), podíamos tomar las decisiones correctas para ganar el simulador y así mismo tener una empresa estable durante el juego, ya que también se calificaba el desempeño de la empresa y se daban consejos para planes a futuro.

A pesar de que en primera instancia se piensa que se deben procurar las mejores utilidades y sobresalir en el juego, Global Watches propuso lo siguiente: “ Ser la empresa más rentable del mundo cuatro y además tener una estabilidad económica, tomando en cuenta el Green Value, el Market Share, las ventas, y los datos históricos de la organización.

El simulador se enfoca en una plataforma parecida a la realidad, donde nos ofrece estrategias para salir mejor preparados a las dificultades que se encuentran en un ambiente laboral competitivo, y para que las decisiones que se tomen sean siempre acertadas a los problemas que tengamos en la vida real y podamos resolverlos de manera eficiente.

1.1 Objetivo general

Analizar las estrategias que se aplicaron en la compañía Global Watches, tomando en cuenta puntos específicos como el Market Report, la Competencia, el ambiente financiero en el cual nos desarrollamos (Razones financieras, balance general y estado de resultados) y Green Value. Todo esto trabajado en conjunto para lograr la reducción de recursos y generar una estrategia que brinde resultados óptimos en el simulador.

1.2 Objetivos específicos

- Objetivos de Marketing.- análisis de las estrategias para generar un buen posicionamiento en el mercado.
- Objetivos de Finanzas.- tener una empresa económicamente estable, procurando tener un ROE positivo.
- Objetivos de producción.- análisis de producción en relación con la demanda y manejo de costos de producción, así mismo como de calidad
- Desempeño respecto a la competencia.- analizar y comprar la empresa Global Watches, con nuestros competidores respecto a utilidades e ingresos.

1.3 Justificación

El simulador de negocios ayudará al estudiante a desarrollar habilidades que no pueden adquirir en un salón de clases, ya que se realizan prácticas relacionadas con la vida real y así mismo puedan tomar decisiones, estrategias y entienda el concepto de trabajo en equipo y multidisciplinario que existe en las empresas.

1.4 Alcances

- Crear estrategias necesarias mediante los datos históricos que fueron proporcionados al principio del simulador y componen al mismo.
- Se simulan exactamente 12 veces en el juego, que equivalen a 3 años más de vida de la empresa.
- Las decisiones se toman en equipo y aprender a relacionarte con otras áreas de la organización, para el crecimiento sano de ella.

1.5 Limitaciones

- No se puede hacer una investigación real acerca de los mercados.
- La información que se tiene de la competencia esta sesgada ya que solo contamos con el market report y cierta información financiera.
- Existe un periódico anual que tiene eventos que pueden alterar la estrategia del simulador.
- La estrategia del simulador solo se puede llevar acabo por tres años.
- No existe una estrategia para ganar el simulador, los equipos la tienen que generar de acuerdo a su conveniencia. Esto se traduce en limitación debido a que en los primeros periodos simulados no se tiene un conocimiento real y se llegan a tomar malas decisiones.