

Capítulo 5: Conclusiones y recomendaciones

El simulador de negocios de Carnegie Mellon University, en el que participa la Universidad de las Américas Puebla, es una herramienta que fomenta un mayor aprendizaje para nosotros los estudiantes al brindar escenarios de toma de decisiones de manera virtual que se realizan en grupos de trabajo con los cuales se puede dialogar y obtener información sobre distintas perspectivas de acuerdo a la situación que la empresa vive conforme a las decisiones tomadas en periodos anteriores. Estos escenarios y la cantidad de variables que se ven involucradas en el simulador nos dan, además, un panorama general de lo que en un futuro será la vida profesional.

En este reporte se analizó de manera general las decisiones que tomó la empresa Global Watches, perteneciente al cuarto mundo virtual del simulador antes mencionado. Se puede apreciar que de manera general las decisiones del equipo fueron mejorando gradualmente, lo que llevo a la empresa a ser de las peores en un inicio a competir contra las dos mejores empresas; estas decisiones también representaron para el equipo un reto en el que se ponía a prueba los conocimientos adquiridos a lo largo de las carreras que están por terminar los integrantes.

Hablaremos sobre cada una de las cuatro áreas tomadas en cuenta para la realización de este documento: finanzas, producción, mercadotecnia y competencia. Respecto a las finanzas llegamos a la conclusión de que algunas variables son más representativas, principalmente el rendimiento sobre capital (ROE) que nos indica que tan rentable es la organización con respecto al dinero de los inversionistas, esta variable se ve afectada por varios factores como lo son el capital y los ingresos netos, otros aspectos financieros que se tuvieron muy presentes fueron la utilidad neta y el pago de dividendos, esto por la política establecida por los integrantes de la empresa. Además nuestros niveles de endeudamiento fueron los más adecuados para equilibrar el riesgo de las inversiones y tener nuestro dinero seguro en la organización. El análisis de los estados financieros fue de gran importancia ya que nos daba en números la

situación de la empresa, encontrando fundamental el movimiento de activos fijos, presentando un incremento en el tamaño de la empresa al aumentar los activos fijos y mejor manejo del efectivo y las cuentas por cobrar al tener una reducción considerable, en el estado de resultados encontramos fundamentalmente los gastos, y en específico, los gastos de mercadotecnia y de investigación y desarrollo pues como se habló en este trabajo son claves para mejorar las ventas e incrementar las utilidades.

En cuanto a producción, ya que está muy ligado a algunos aspectos de mercadotecnia, únicamente analizamos los costos unitarios de los productos que manejó la compañía, estos costos fueron esenciales en el desempeño de la compañía pues mientras más bajo fue el costo, mayor margen de utilidad; adicionalmente se puede apreciar la calidad en las gráficas de mercadotecnia.

Hablando de mercadotecnia, se analizaron varios aspectos que involucran a Global Watches con el mundo, esto con la finalidad de conocer donde se encuentra la empresa de acuerdo a las decisiones tomadas, los aspectos que se detectaron como fundamentales en esta área son los gastos de mercadotecnia pues representan un impacto directo en las ventas, el valor verde que simboliza un valor agregado con el que contó la empresa para competir en el mundo, finalmente observamos el comportamiento de la demanda pues fue muy variable y en algunos periodos teníamos que estar preparados para satisfacerla. Se pudo determinar el presupuesto de mercadotecnia gracias a la creación e interpretación de un plan de marketing realizado por el área de mercadotecnia, en el cual se pudo encontrar el mercado meta en el que Global Watches enfocó sus productos y principalmente a los países que eran susceptible a la publicidad; se tomaron decisiones de acuerdo a la publicidad, promoción, plaza y el producto que se describieron en el documento anexo a este trabajo.

Finalmente encontramos que analizar la competencia es fundamental para la empresa pues es necesario saber que están haciendo los débiles para prevenir que mejoren, y que hacen los grandes para ganarles poco a poco mercado. En este trabajo se presentaron las tablas de utilidades y ventas de la compañía

Global Watches y sus competidores, apreciando como la organización fue creciendo regularmente en estos aspectos, comparándolos con el desempeño de las otras empresas, el punto clave de este factor es que no siempre un mayor ingreso representa mayores utilidades y como se pudo observar en el análisis, Global Watches mejoró regularmente en esta área.

Para concluir este apartado, describiremos cuál, en nuestra opinión y analizando los datos, sería la mejor estrategia para tener una empresa ganadora en el simulador empresarial:

- Precio. El precio en ambos productos debe ser alto, tomando en cuenta que la diferencia en cuanto a costos del producto 1 y el producto 2 no es tan significativa se debe sacar mayor provecho del margen que produce el producto 2 siendo el producto caro.
- Capacidad de planta. La capacidad de producción debe aumentar gradualmente, dependiendo de la demanda de cada producto, se pretende que la capacidad de producción esté por arriba de la demanda esperada un 10% para evitar caer en stock out en caso de presentarse un incremento inesperado de la demanda.
- Consultoría de producción. La inversión en consultoría de producción es fundamental para el éxito de una empresa, esto es porque con la inversión a la que nos referimos se disminuye regularmente el costo unitario de cada producto, recomendamos no dejar de lado este factor y evaluar conforme a la mejora en cuanto a calidad de la empresa y la competencia.
- Inversión en mercadotecnia. En este sentido se debe tener conocimiento de que porcentaje de gastos de mercadotecnia se hace comparado con el mundo, recomendamos ponerse como meta el 25% de los gastos mercadotécnicos del mundo, además se recomienda conocer bien los mercados ya que son muy similares a los de la vida real, y además tenemos que analizar el tipo de cliente que nos compraría nuestros productos para generar estrategias.

- Green value. Este valor agregado juega un papel importante en la estrategia planteada, ya que como se manejan precios altos en ambos productos, es necesario diferenciarse de la competencia por lo que se recomienda estar por arriba de promedio mundial en por lo menos 10%, siempre es mejor ser una empresa reconocida por el impacto que tenemos en la sociedad.
- Pago de dividendos. Los dividendos deben pagarse conforme a la estrategia histórica de la compañía, es decir, nunca tener menos de 10 millones de utilidades retenidas pero tampoco rebasar los 25 millones.
- Manejo de deuda. El manejo de deuda es primordial en la estrategia planteada, la idea es trabajar con el dinero de otros y no con el de la empresa, procurando nunca pasar en el indicador “deuda/inversión” de 180%.