

1.1 INTRODUCCIÓN

El Simulador Internacional de Negocios de la Universidad Carnegie Mellon, es una herramienta que da a los estudiantes la oportunidad de pensar y actuar como administradores generales, al poner en práctica sus conocimientos y tomar decisiones estratégicas. Dicho simulador comprende el manejo de una empresa que opera dos fábricas en donde se desarrollan dos versiones de relojes de pulsera, dirigidos hacia dos mercados diferentes.

Para dar inicio al simulador, se forman cinco equipos de seis personas cada uno, a los que se les asigna una empresa por equipo. Los equipos están formados por dos personas encargadas del área financiera, dos del área de producción y dos más del área de mercadotecnia. Dicho procedimiento se lleva a cabo en cada una de las Universidades participantes, las cuales son la Universidad Carnegie Mellon, la Universidad de las Américas – Puebla y el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey.

A cada grupo se le provee con la información histórica de la empresa que les es asignada. Dicha información corresponde a los últimos cinco años de operación de la misma. Basándose en la información histórica se desarrolla la simulación de planeación estratégica, para operar la empresa por un periodo de tres años virtuales, correspondientes a cuatro meses reales.

Los datos correspondientes a las decisiones tomadas por cada equipo, se ingresan al sistema de simulación trimestralmente, es decir, aproximadamente cada dos semanas en tiempo real, cabe mencionar que las decisiones tienen que ser ingresadas en números que, de alguna manera representan las estrategias aplicadas. La simulación se corre en el momento en el que todas y cada una de las empresas participantes han completado el ingreso de sus decisiones. Los resultados de cada trimestre son expuestos por el sistema al día siguiente del ingreso de datos. Es importante decir que el simulador de negocios no siempre reacciona de la misma forma ante un mismo estímulo, la simulación genera respuestas en función de las decisiones que introducen los equipos competidores y de las influencias generadas en el entorno.

Los resultados anuales de las operaciones de la empresa, son evaluados por un grupo de consejeros integrado por profesores de la Universidad correspondiente, y por reconocidos empresarios locales, cuyo rol es el simular su participación como accionistas de la empresa. Dichas evaluaciones por parte de los accionistas, se llevan a cabo por medio de juntas en las que el equipo expone las decisiones tomadas, las estrategias aplicadas, los resultados finales y finalmente recibe observaciones para el próximo periodo.

1.2 OBJETIVO GENERAL

Desarrollar estrategias que permitan aumentar el valor de las acciones de la empresa, dentro de un entorno competitivo global.

1.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Desarrollar estrategias en el área de mercadotecnia.
- Desarrollar estrategias en el área de producción.
- Desarrollar estrategias en el área financiera.
- Presentar los resultados obtenidos al término de los tres años de operación.
- Desarrollar proyecciones con el fin de recomendar líneas de acción a los futuros administradores de la empresa.

1.4 JUSTIFICACIÓN

El simulador de negocios es una herramienta dinámica de formación, útil para el desarrollo académico de los estudiantes, ya que permite experimentar en la toma de decisiones, así como pensar y actuar como verdaderos administradores. Al participar en un proyecto de simulación empresarial, el estudiante comprende de una manera más clara su papel como futuro profesional, teniendo la oportunidad de poner en práctica muchos de los conocimientos adquiridos durante su preparación académica. De la misma manera, el estudiante adquiere conocimientos sobre diversas áreas, que quizá solo aprendería en la práctica. Por medio de esta herramienta, se permite a los estudiantes enfrentar situaciones gerenciales que deben aprender a resolver, de manera que, cuando en la vida real lleguen a plantearseles cuestiones parecidas, puedan contar con algunos elementos de referencia.

1.5 ALCANCES

- Las operaciones de la empresa se llevaron a cabo durante tres años, en los cuales se aplicaron estrategias en cada una de las áreas (mercadotecnia, finanzas y producción).
- Se cuenta con un historial de cinco años de operación, con datos numéricos específicos de cada una de las áreas de la empresa.
- Dentro del área de mercadotecnia, las variables que dependen de las estrategias aplicadas por la empresa son: precios, calidad (por medio de la investigación y desarrollo) y las inversiones en mercadotecnia.
- Dentro del área de producción, las variables que dependen de las estrategias aplicadas son: capacidad de producción, control de inventarios, expansiones y localización de las plantas.
- El área financiera toma decisiones en lo referente a: préstamos financieros, pago de deuda, presupuesto para el área de mercadotecnia, pago de dividendos, compra y venta de acciones, compra de seguros y compra y venta de la moneda de los países con los que se hacían negocios.

1.6 LIMITACIONES

- Únicamente se cuenta con tres años para la operación de la empresa
- El estudio se realizara basándose en un caso de simulación, por lo que los resultados reflejan situaciones virtuales.
- En el área de mercadotecnia no se tiene control sobre la promoción y los canales de distribución.
- Los datos disponibles para la realización de este trabajo son específicos por lo que no se podrán realizar análisis del entorno externos a la empresa, con excepción de alguna información sobre la competencia.
- La información y presentación de la misma se realizó bajo los formatos del simulador, por lo que en ningún momento son presentaciones que cumplan con principios mexicanos.