

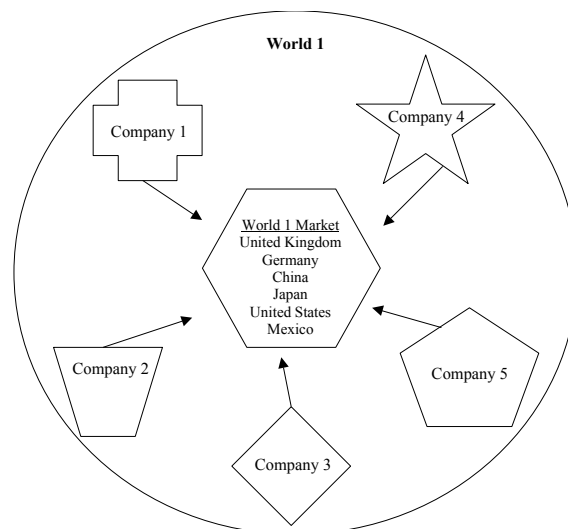
2. DESCRIPCIÓN DEL JUEGO

En este capítulo se hará una breve explicación del funcionamiento del Simulador de Negocios de Carnegie Mellon, incluyendo de manera general aspectos como las reglas, costos y variables que maneja el programa.

En el Simulador de Negocios del periodo de Primavera 2009, se contó con la participación de estudiantes de Universidades como Carnegie Mellon campus Qatar, Carnegie Mellon campus Pittsburgh, Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey campus Morelos y la Universidad de las Américas, Puebla, entre otras.

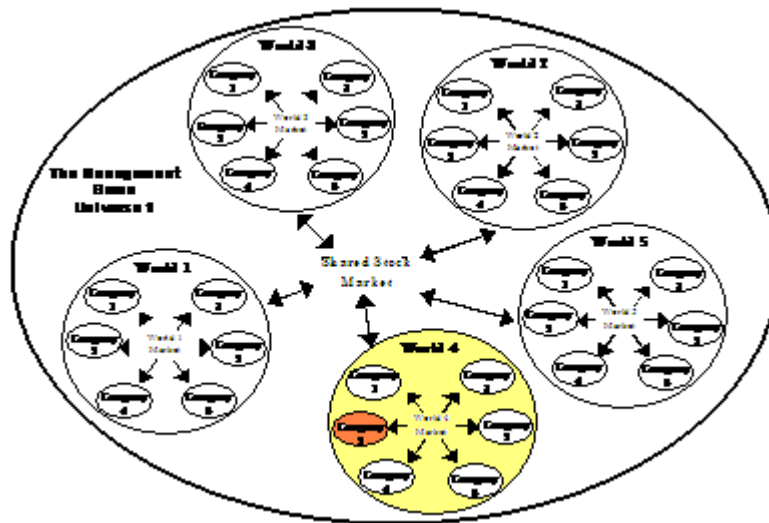
Todos los participantes del juego forman un Universo, el cual a su vez está formado por mundos en los que interactúan los equipos de estudiantes. Del mismo modo, cada equipo está formado por estudiantes de las carreras de Mercadotecnia, Administración, Ingeniería Industrial y Contaduría y Finanzas.

Figura 7
Diseño competitivo del Mundo



Fuente: Manual Simulador Internacional de Negocios de la Universidad Carnegie Mellon

Figura 8
Diseño competitivo del Universo



Fuente: Manual Simulador Internacional de Negocios de la Universidad Carnegie Mellon

En base a esta organización, Kiniil Inc. representó la empresa número 2 dentro del mundo 4.

Al principio del juego, a cada equipo se le proporciona la información de la empresa equivalente a 20 periodos, esto es, 5 años de datos históricos con el fin de que la nueva administración conozca el comportamiento de la empresa a lo largo de este tiempo, y pueda darse una idea mas clara de cómo las decisiones que tome pueden afectar los resultados tanto de marketing, como financieros y de operaciones.

Lo primero que se hace al iniciar el juego es definir la estrategia con la que se va a trabajar durante los 3 años (12 periodos de tres meses cada uno). Conforme va avanzando el juego, es posible modificar esta estrategia para adaptarla al comportamiento tanto de la propia empresa como de la competencia, sin embargo, siempre es una de las principales recomendaciones el mantener las decisiones lo más estrechamente posible apegadas a la estrategia inicial.

Un aspecto muy importante dentro del Simulador es que, al final de cada año simulado, es necesario presentar los resultados obtenidos al consejo de administración, el cual evalúa el desempeño de los participantes y otorga retroalimentación sobre las decisiones tomadas. Este consejo está integrado por empresarios dedicados a diversos giros de la actividad económica de la ciudad de Puebla.

De igual modo, al final de cada año todos los miembros del juego reciben un periódico que contiene información sobre los posibles sucesos a ocurrir para el próximo año, con el fin de que las empresas estén preparadas, además de los resultados que obtuvieron cada una de las empresas del Universo (ventas, utilidades, etc.)

Los resultados arrojados después de cada periodo dependen tanto de las variables controlables como de las no controlables, como la competencia y la situación de la industria. A continuación se mencionan brevemente en que consiste cada una de las variables controlables.

2.1 Precio

En este apartado se define el precio para cada uno de los productos, tomando en cuenta la estrategia perseguida, pero siendo lo más importante el costo de producción y el precio estándar que determina el mundo, este precio se observa en la información empresarial en un 100% según el estándar, posterior a esto se aumenta o disminuye según la estrategia.

2.2 Logística

En esta área se definen dos aspectos: la importancia de abastecimiento en los países y la compra-renta de contenedores. La primera parte trata sobre hacer una escala de que países requieren de mayor atención a la hora de cubrir la demanda,

tomando en cuenta la estrategia manejada para que, en caso de ocurrir un déficit o stock out, los países catalogados como mas importantes sean los que menos sufran las consecuencias.

En cuanto al aspecto de contenedores, los administradores tienen la libertad de decidir si se compran o se rentan, siendo la renta únicamente válida para el periodo y tomando en cuenta la renta de emergencia, la cuál ocurre en caso de que en un periodo lleguen a hacer falta contenedores y se tengan que rentar a precio de compra.

2.3 Mercadotecnia

El presupuesto que se destina a esta área se divide en mercadotecnia y publicidad, teniendo la opción de invertir en estudios de mercado y también de mejorar la imagen ambientalista de la empresa invirtiendo en el área “Green Value”.

2.4 Operaciones

El presupuesto destinado en esta área va directamente a Investigación y Desarrollo, el cual sirve para aumentar la calidad tanto absoluta, que se refiere a la calidad de los productos en sí, como relativa, que es el porcentaje en comparación con las demás empresas competidoras.

Además, en este apartado, se define el nivel de producción que se tendrá para ese trimestre.

2.5 Finanzas

En el área de finanzas existe la posibilidad de tomar decisiones sobre varios aspectos, como pueden ser pago de dividendos, incremento o decremento de la deuda así como del capital contable, presupuestos de seguros, entre otros.

Además, es en este apartado en donde se pueden consultar los tipos de cambio en el periodo, para así poder ingresar los presupuestos en la moneda propia de cada país.

Figura 9
Moneda usada en cada País

PAIS	MONEDA
Japón	Yen
México	Peso
China	Yuan
UK	Libra
Alemania	Euro
Estados Unidos	Dólar

Fuente: Elaboración propia

Los productos comercializados por cada empresa son relojes de dos tipos. El reloj número 1 es un producto dirigido al sector con nivel socio-económico C+ y B-, mercados sensibles al precio y con poca lealtad a la marca.

En cambio, para el producto número 2, su mercado serán clientes con una alta fidelidad a la marca, dispuestos a pagar un precio alto con tal de obtener calidad y estatus por parte del producto. Este producto va dirigido a los sectores B+ y A.

Estos dos productos se comercializan en 6 países: Japón, México, Alemania, Estados Unidos, China Y Reino Unido. Cada producto cuenta con una planta de producción, la cual distribuye el producto a los cinco países restantes.

Al inicio del juego la planta del producto número 1 se encuentra localizada en China, y la planta productora del número 2 en Estados Unidos. En el transcurso del juego, preferentemente mínimo después del primer año, se cuenta con la opción de cambiar la localización de alguna o de ambas plantas, siempre y cuando los administrativos presenten un proyecto completo y convincente a su consejo directivo y éste lo apruebe.

Del mismo modo, es posible incrementar la capacidad de las plantas, tomando en cuenta los costos unitarios de ampliación según el país donde se encuentre localizada. A continuación se muestran los costos unitarios de ampliación por país:

Figura 10
Costos Unitarios de ampliación por País

PAIS	COSTO UNITARIO
Japón	\$25
México	\$20
China	\$17
UK	\$22
Alemania	\$16
Estados Unidos	\$24

Fuente: Manual Simulador Internacional de Negocios de la Universidad Carnegie Mellon