



Planeación de Curso Simulación de Negocios



Simulador de Negocios

KU 12.0 Business Simulator ®

www.BusinessSimulator.com.mx



Docentes
Revisar Anexo 1



Lección 1

Elementos que debe considerar el alumno:

-  ¿Qué vendo?
-  ¿En qué condiciones se encuentran mis instalaciones?
-  ¿Ofrezco crédito a mis clientes?
-  ¿Dónde lo vendo?
-  ¿Qué calidad tienen mis instalaciones?
-  ¿Le debo a mis proveedores?
-  ¿A cuánto lo vendo?
-  ¿Cuánto pago de renta y servicios?
-  ¿Qué percepción tiene el cliente de mi producto?
-  ¿De qué se compone mi producto o mi servicio?
-  ¿Cuántas sucursales tengo?
-  ¿Cuáles fueron mis ingresos y utilidades del mes anterior?
-  ¿Qué capacidad tengo?
-  ¿Debe dinero la empresa?
-  ¿Cuánta liquidez tenemos?



Objetivos de la Clase



Identificar las principales debilidades y fortalezas de la empresa.



Actividades que debe realizar el alumno

El alumno ingresará al Perfil de cada Negocio dentro del simulador y analizará Indicadores, Estados de Resultados, Gráfica de Utilidades, Presupuesto, Costos de Producción u Operación, Materia Prima, Mano de Obra, Financiamientos, Balance General, Clientes, Proveedores, etc.

Análisis de la Industria



Lección 2

Simulador de Negocios

KU 12.0 Business Simulator ®

www.BusinessSimulator.com.mx

Elementos que debe considerar el alumno:



¿Quién es mi competencia?



¿Cuál es la demanda de mi producción o servicio?



¿Qué medios de publicidad utiliza mi mercado?



¿Cuál es el precio de mi competencia?



¿Qué tipo de mercado es al que va dirigido mi producto?



¿Cuál es el porcentaje de recompra de mi producto?



¿Qué calidad ofrece mi competencia?



¿Qué tipo de mercado encuentro en mi zona?



¿Mi producto se vende a través de Ejecutivos de Cuenta?



¿En donde vende mi competencia?



¿Cuál es el precio mínimo al que venden mi producto?



¿Qué factor económico externo afecta mi producto?



¿Qué participación de mercado tiene mi competencia?



¿Cuál es el precio máximo al que venden mi producto?



¿Cuál es la tendencia del factor económico que afecta a mi producto?



Objetivos de la Clase



Identificar y analizar las tendencias del mercado



Analizar los factores externos y competidores que pueden afectar a la empresa



Actividades que debe realizar el alumno

El alumno deberá comprar los estudios de mercado necesarios en el simulador para obtener la información buscada.

Si el alumno no cuenta con liquidez necesaria para estudios de mercado en su escenario deberá ingresar al módulo de noticias y obtener manualmente la información.

Duración de la Actividad

Nivel Básico: 15 min.

Nivel Intermedio: 10 min.

Nivel Avanzado: 5 min.

Creación de Estrategia



Lección 3

Elementos que debe considerar el alumno:

¿Qué tipo de estrategia le conviene más a la empresa?



Estrategia de Liderazgo en Costos

Esta estrategia se enfoca en producir y vender productos o servicios a precios más bajos que los competidores, sin sacrificar la calidad. El objetivo es capturar una mayor cuota de mercado al atraer a clientes que buscan precios más bajos.



Estrategia de Diferenciación

Esta estrategia se enfoca en producir y vender productos o servicios únicos y diferentes de los ofrecidos por la competencia. El objetivo es capturar una cuota de mercado premium y cobrar precios más altos por los productos o servicios diferenciados.



Estrategia de Enfoque

Esta estrategia se enfoca en atender las necesidades de un segmento específico de mercado en lugar de toda la población. El objetivo es competir de manera más efectiva en un mercado específico, ya que se entiende mejor las necesidades y preferencias de los clientes en ese segmento.



Estrategia de Integración Vertical

Esta estrategia implica la adquisición de empresas que producen componentes o materias primas utilizadas en el proceso de producción de una empresa. El objetivo es asegurar el suministro constante de materias primas y componentes de calidad, y reducir los costos de producción.



Estrategia de Expansión Geográfica

Esta estrategia implica expandir la presencia de la empresa a nuevos mercados geográficos, ya sea a nivel nacional o internacional. El objetivo es aumentar la base de clientes y diversificar los ingresos.



Estrategia de Innovación

Esta estrategia se enfoca en desarrollar productos o servicios innovadores que satisfagan las necesidades de los clientes de manera única y diferenciada. El objetivo es mantenerse a la vanguardia en la industria y ser una empresa líder en innovación.



Objetivos de la Clase



Desarrollar una Estrategia basada en el análisis de la industria



Actividades que debe realizar el alumno

El alumno elegirá una Estrategia de acuerdo a la situación actual tanto de su empresa como de la industria.

No necesariamente el alumno deberá seleccionar una estrategia mencionada, también puede crear un Plan de Rescate dependiendo la situación de su empresa.

Creación de la Estrategia



Lección 4

Elementos que debe considerar el alumno:



¿Cómo produciré mi producto o servicio?



¿Qué calidad debe tener mi máquina o instalaciones para la estrategia?



¿Cuántos administrativos debe tener la empresa para mi estrategia?



¿Dónde produciré mi producto?



¿Cuánta materia prima vamos a necesitar para la estrategia?



¿Cuántos operarios debe tener la empresa para la estrategia?



¿De donde traeré mi materia prima?



¿Qué calidad debe tener mi materia prima para la estrategia?



¿Cuál es el nuevo precio que ofreceré a mi producto o servicio?



¿De cuánto será mi orden de Producción?



¿Cuánta mano de obra necesitaremos para la estrategia?



¿Cuántos cajeros / vendedores necesitaré para la estrategia?



¿Qué capacidad debe tener mi máquina para la estrategia?



¿Qué calidad debe tener mi mano de obra para la estrategia?



¿Cuántos Ejecutivos de Cuenta necesitaré para la estrategia?

Simulador de Negocios

KU 12.0 Business Simulator ®

www.BusinessSimulator.com.mx



Objetivos de la Clase



Analizar los factores internos de la empresa y su impacto en la estrategia



Identificar los recursos necesarios para implementar la estrategia



Actividades que debe realizar el alumno

El alumno enlistará todos los cambios que necesita la empresa para la implementación de su estrategia o plan de rescate.

Duración de la Actividad

Nivel Básico: 15 min.

Nivel Intermedio: 10 min.

Nivel Avanzado: 5 min.

Planificación Financiera

Simulador de Negocios

KU 12.0 Business Simulator ®

www.BusinessSimulator.com.mx

Lección 5

Elementos que debe considerar el alumno:



¿Cuánto nos costará la reubicación de la empresa?



¿Cuánto nos costará el traslado de la materia prima?



¿Cuánto dinero se destinará a Publicidad?



¿Cuánto nos costará la reparación de la maquinaria o equipo?



¿De cuánto será la nómina de la Mano de Obra?



¿De cuánto será el pago de la cuota mensual del financiamiento?



¿Cuánto pagaremos de renta?



¿Cuánto será la nómina del área de Administración?



¿Cuánto es mi salario como Director?



¿Cuánto pagaremos de servicios?



¿Cuánto será la nómina del área de Operaciones?



¿De cuanto es el mantenimiento de las propiedades de la empresa?



¿Cuánto nos costará la Materia Prima?



¿Cuánto será la nómina del área de Ventas?



¿Cuánto cuesta los ERP y Consultorías que necesito?



Objetivos de la Clase



Desarrollar un presupuesto basado en la Estrategia



Analizar los estados financieros y de los flujos de caja



Actividades que debe realizar el alumno

El alumno realizará un presupuesto de toda la implementación de la estrategia así como del cómo solventará financieramente la estrategia completa.

Duración de la Actividad

Nivel Básico:  15 min.

Nivel Intermedio:  10 min.

Nivel Avanzado:  5 min.



Lección 6

Elementos que debe considerar el alumno:



¿Cuánta liquidez tengo?



¿Ofreceré crédito a mis clientes?



¿Necesitamos solicitar un financiamiento?



¿Cuál es el costo de implementación de la estrategia?



¿Qué porcentaje de ventas serán a crédito?



¿Contamos con inversión en la bolsa de valores?



¿Cuál es el costo mensual de la estrategia?



¿Cuánto dinero le debo a mis proveedores?



¿Estamos considerando un portafolio de inversión en bolsa?



¿Cuánto es mi estimado de ventas?



¿Cuánto es mi deuda con los bancos?



¿Conocemos las consecuencias de no pagar impuestos?



¿Cuánto es nuestro punto de equilibrio?



¿Cuántos dinero nos deben los clientes?



¿Conocemos las consecuencias de no pagarle a un proveedor?



Objetivos de la Clase



Evaluar los riesgos financieros y desarrollar de estrategias para mitigarlo



Actividades que debe realizar el alumno

El alumno responderá el cómo y de dónde obtendrá los recursos necesarios para la estrategia, una lista de los posibles riesgos financieros a los que esta expuesto y anotará la estrategia desarrollada para mitigar el riesgo en caso de que suceda.

Lección 7

Elementos que debe considerar el alumno:



¿Cuál será mi orden de producción?



¿Necesito trasladar mi Materia Prima?



¿Cuántos operarios necesito para mi Mano de Obra?



¿Qué materias primas requiero para un producto o servicio?



¿Mi Materia Prima es Cadena Fría?



¿Cuántas Máquinas necesito para mi orden de producción?



¿Qué cantidad requiero de materia prima?



¿Cuánta Mano de Obra necesito para mi orden de producción?



¿Necesito ampliar mis instalaciones o maquinaria?



¿Qué calidad requiero para mi materia prima?



¿De cuánto es la nómina de mi Mano de Obra?



¿Qué calidad requiere mi maquina o instalaciones?



¿Dónde compraré mi materia prima?



¿Cuántos administrativos requiero para mi Mano de Obra?



¿Cuánto cuesta el mantenimiento preventivo?



Objetivos de la Clase



Identificar los recursos necesarios para la producción y operaciones

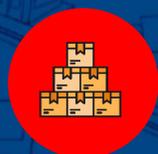


Actividades que debe realizar el alumno

El alumno creará una lista de decisiones a tomar en el área Producción y Operaciones para la implementación de su estrategia empresarial.

Lección 8

Preguntas de desarrollar



¿Si compras materia prima a mayoreo hay un ahorro?



¿En qué zona es más barata la Mano de Obra?



¿Necesitamos apagar una máquina?



¿En qué zona es más económica la materia prima?



¿Qué calidad tiene mi materia prima actual?



¿Necesitamos vender una máquina?



¿Existe la forma de trasladar materia prima entre mis sucursales?



¿Necesitamos darle mantenimiento a nuestras máquinas?



¿Necesitamos cambiar la calidad de una máquina?



¿Estoy considerando un seguro para mis envíos?



Mi producto terminado ¿Es perecedero?



¿Para cuantos meses me durará mi materia prima?



Objetivos de la Clase



Desarrollar un plan de gestión de la cadena de suministro



Actividades que debe realizar el alumno

El alumno complementará su lista de decisiones a tomar en el área Producción y Operaciones para la implementación de su estrategia empresarial.

Elementos que debe considerar el alumno:



¿Cuál es mi objetivo de ventas?



De las personas que cruzan sobre mi local
¿Qué porcentaje es mi mercado?



¿Cuántas ventas estimo provengan de recompra del mes anterior?



¿A qué nivel socioeconómico va dirigido mi producto?



¿Necesitamos Ejecutivos de Cuenta?



¿Cuántas ventas estimo provengan de publicidad?



¿Qué demanda tiene mi producto o servicio?



¿Cuántos clientes me puede conseguir un ejecutivo de cuenta?



¿Qué es el CPM?



¿Qué medios de comunicación prefieren mi mercado?



¿Cuántas ventas estimo provengan de la afluencia de mi local?



¿Cuál es el medio de comunicación más económico que prefiere mi mercado?



¿Cuántas personas fluyen frente a mi local o establecimiento?



¿Cuántas ventas estimo provengan de mis ejecutivos de cuenta?



¿A cuántos clientes necesita llegar mi publicidad?



Objetivos de la Clase



Identificar de los segmentos de mercado y del público objetivo



Desarrollar una estrategia de marketing y ventas basada



Actividades que debe realizar el alumno

El alumno anotará una lista de decisiones a tomar en el área de marketing y ventas para la implementación de su estrategia empresarial.

Elementos que debe considerar el alumno:



¿Cuántas ventas estimo provengan de publicidad?



¿Cuál es el CPM más barato?



¿El presupuesto de publicidad es en USD o en moneda nacional?



¿Cuántas personas necesitan ver nuestra publicidad para comprar un producto?



¿Cuál es el CPM más caro?



¿Tengo presupuesto para cubrir la publicidad?



¿Qué medios de comunicación prefieren nuestro mercado?



¿El presupuesto se distribuirá entre uno o más medios de comunicación?



¿La inversión en publicidad será por única ocasión?



¿Cuáles el CPM de los medios de comunicación preferidos por nuestro mercado?



¿Cuánto dinero se invertirá en los medios de comunicación elegidos?



Objetivos de la Clase



Desarrollo de la estrategia publicitaria



Actividades que debe realizar el alumno

El alumno complementará su lista de decisiones a tomar en el área de marketing y ventas para la implementación de su estrategia empresarial.



Lección 11

Capturar todas las decisiones del curso en el simulador (Seguir orden sugerido):



Vender o Cerrar todos los equipos o materiales dañados o de calidad distinta a la estrategia



Capturar la orden de producción



Contratar los Ejecutivos de Cuenta necesarios



Comprar todas las mejoras de equipos o instalaciones de acuerdo a la estrategia



Asignar el ajuste al precio de acuerdo a nuestra estrategia



Contratar los administrativos necesarios



Comprar la materia prima en la zona correspondiente



Capturar el estimado de ventas (NO ES GUARDABLE ESTE DATO)



Contratar los operarios necesarios



Realizar la distribución de la materia entre mis sucursales



Contratar los vendedores / cajeros necesarios



Realizar los pagos mensuales como financiamientos e impuestos



Contratar la Mano de Obra necesaria y de la calidad deseada



Realizar la inversión en Publicidad de acuerdo a la estrategia



Dar clic en Siguiete Mes



Objetivos de la Clase



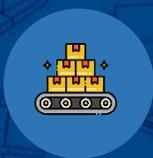
Implementar de las decisiones del curso en el simulador



Actividades que debe realizar el alumno

El alumno aplicará sus decisiones dentro del simulador de acuerdo a su lista de cambios para la aplicación de su estrategia empresarial, la lista de decisiones a tomar en el área Producción y Operaciones; y su lista de decisiones a tomar en el área de Marketing y Ventas.

Temas a Evaluar



Producción

Este criterio evalúa que la orden de producción se haya logrado ejecutar, que no haya faltado capacidad en maquinaria, materia prima o mano de obra. Así mismo también evalúa que no se hayan quedado clientes sin ser atendidos por una orden de producción pequeña o minúscula.



Materia Prima

Este criterio evalúa que no se haya detenido la producción o las ventas por falta de una materia prima. Así mismo evalúa que no se hayan quedado clientes sin ser atendidos por una falta de materia prima.



Mano de Obra

Este criterio evalúa que tengas la mano de obra necesaria para tu orden de producción. Así mismo evalúa que no se hayan quedado clientes sin ser atendidos por una falta de mano de obra.



Administración

Este criterio evalúa que tengas el número de administrativos necesarios para atender a tus colaboradores. Recuerda que la capacidad de un administrativo es de 40 empleados y serán necesarios a partir del 6to colaborador.



Operaciones

Este criterio evalúa que tengas el número de operarios necesarios para atender a tus colaboradores. Recuerda que la capacidad de un administrativo es de 24 empleados y serán necesarios a partir del 6to colaborador.



Precio - Calidad

Este criterio evalúa que no engañes al cliente y que tu precio vaya de acuerdo a la calidad recibida. Algunas estrategias empresariales pueden afectar este criterio pero deben verse recompensada en utilidades.



Objetivos de la Clase



Conocer sus Resultados y Evaluación de cada uno de sus negocios



Realizar las correcciones a su estrategia empresarial para mejorar sus resultados



Actividades que debe realizar el alumno

El alumno conocerá los resultados de cada uno de sus negocios y aplicar las correcciones necesarias dentro del simulador para la continuidad de su estrategia empresarial

Temas a Evaluar



Vendedores

Este criterio evalúa que tengas los vendedores / cajeros necesarias para tu estimado de ventas. Así mismo evalúa que no se hayan quedado clientes sin ser atendidos por una falta de vendedores / cajeros.



Publicidad Enfocada

Este criterio evalúa que hayas invertido dinero en los medios de comunicación adecuados para tu mercado. Ten mucha precaución cuando estás realizando cambios en la calidad o tipo de mercado al que va dirigido tu mercado.



Utilidad Neta > 0

Este criterio evalúa que no hayas tenido pérdidas.



Margen de Utilidad > 15%

Este criterio evalúa que el margen de utilidad haya sido mayor a 15%. En ocasiones no es posible lograr este objetivo sin embargo se ve recompensado con otros criterios.



Retención de Clientes

Este criterio evaluación que hayas contratado puestos de retención de clientes como Community Manager, Servicio al Cliente, Servicio Post-Venta, Posicionamiento Web, etc.



Margen de Utilidad > 30% y 60%

Este criterio evalúa que el margen de utilidad haya sido mayor a 30% o 60%. Por lo general estos son puntos extras a su evaluación.



Objetivos de la Clase



Conocer sus Resultados y Evaluación de cada uno de sus negocios



Realizar las correcciones a su estrategia empresarial para mejorar sus resultados



Actividades que debe realizar el alumno

El alumno conocerá los resultados de cada uno de sus negocios y aplicar las correcciones necesarias dentro del simulador para la continuidad de su estrategia empresarial

Anexo 1. Selección de Tipo de Escenario

Simulador de Negocios

KU 12.0 Business Simulator ®

www.BusinessSimulator.com.mx

Para la selección del escenario dentro del simulador considere el tiempo de horas prácticas que tienen los alumnos dentro del simulador, así como su nivel de conocimientos sobre negocios.



Nivel Básico



De 1er a 4to Semestre



60 Minutos Por Mes Virtual*



Emprendimientos y Microempresas



De 0 a 1 Negocio



4 Meses Virtuales Mínimo



Decisiones Individuales



Nivel Intermedio



De 5to a 9no Semestre



40 Minutos Por Mes Virtual



PYMES



De 1 a 3 Negocios



8 Meses Virtuales Mínimo



Decisiones Individuales o Equipo



Nivel Avanzado



Posgrados y Maestrías



20 Minutos Por Mes Virtual



Grandes Empresas



De 1 a 4 Negocios



12 Meses Virtuales Mínimo



Decisiones en Equipo

* Posterior al primer mes virtual, el tiempo de decisión baja ya que únicamente revisan y realizan pequeñas correcciones a su estrategia empresarial.

IMPORTANTE

Antes de comenzar esta práctica es necesario que usted como Docente ya haya creado su salón virtual dentro del simulador de negocios, seleccionado un escenario de simulación y liberado el primer mes virtual.