



FCSH
FACULTAD DE CIENCIAS
SOCIALES Y HUMANÍSTICAS

2018



Guía Práctica de Laboratorio “Estrategias corporativas y de negocios”

ADMG2007

2017-2T

05 de febrero de 2018



Tabla de contenido

REQUERIMIENTOS:	3
PRÁCTICA No. 1	4
OBJETIVOS:	4
INSTRUCCIONES:	4
ACTIVIDADES POR DESARROLLAR:	4
RESULTADOS:	4
PRÁCTICA No.2	5
OBJETIVOS:	5
INSTRUCCIONES:	5
ACTIVIDADES POR DESARROLLAR:	5
RESULTADOS:	5
PRÁCTICA No.3	6
OBJETIVOS:	6
INSTRUCCIONES:	6
ACTIVIDADES POR DESARROLLAR:	6
RESULTADOS:	6
PRÁCTICA No.4	7
OBJETIVOS:	7
INSTRUCCIONES:	7
ACTIVIDADES POR DESARROLLAR:	7
RESULTADOS:	7
PRÁCTICA No.5	8
OBJETIVOS:	8
INSTRUCCIONES:	8
ACTIVIDADES POR DESARROLLAR:	8
RESULTADOS:	8
PRÁCTICA No.6	9
OBJETIVOS:	9
INSTRUCCIONES:	9
ACTIVIDADES POR DESARROLLAR:	9
RESULTADOS:	9
PRÁCTICA No.7	10
OBJETIVOS:	10
INSTRUCCIONES:	10
ACTIVIDADES POR DESARROLLAR:	10



RESULTADOS:	10
PRÁCTICA No.8	11
OBJETIVOS:	11
INSTRUCCIONES:	11
ACTIVIDADES POR DESARROLLAR:	11
RESULTADOS:	11
PRÁCTICA No.9	12
OBJETIVOS:	12
INSTRUCCIONES:	12
ACTIVIDADES POR DESARROLLAR:	12
RESULTADOS:	12
PRÁCTICA No.10	13
OBJETIVOS:	13
INSTRUCCIONES:	13
ACTIVIDADES POR DESARROLLAR:	13
RESULTADOS:	13
PRÁCTICA No.11	14
OBJETIVOS:	14
INSTRUCCIONES:	14
ACTIVIDADES POR DESARROLLAR:	14
RESULTADOS:	15
PRÁCTICA No.12	16
OBJETIVOS:	16
INSTRUCCIONES:	16
ACTIVIDADES POR DESARROLLAR:	16
RESULTADOS:	16
PRÁCTICA No.13	17
OBJETIVOS:	17
INSTRUCCIONES:	17
ACTIVIDADES POR DESARROLLAR:	17
RESULTADOS:	17
CONCLUSIONES GENERALES	17
RECOMENDACIONES	17

REQUERIMIENTOS:

Para el desarrollo del curso Estrategias corporativas y de negocios, en el laboratorio, se utilizará el simulador Business Strategy Game Online, los estudiantes deberán contar con las siguientes características:

- Manejo de herramientas computacionales nivel intermedio, Microsoft *Office* para las presentaciones que se realizarán a lo largo del curso.
- Tener un nivel intermedio del idioma inglés, pues el simulador, BSG, que se usará en todo el programa está en este idioma.
- Capacidad y disposición de trabajar en equipo.
- Disponibilidad de tiempo para la comprensión total del simulador de manera autónoma, además de capacidad de trabajar bajo presión.





PRÁCTICA No. 1

Registro de los estudiantes en el simulador: Business Strategy Game online.

OBJETIVOS:

Reconocer los diferentes componentes de todas las pantallas de decisión del simulador BSG Online.

INSTRUCCIONES:

Ingresar al simulador Business Strategy Game Online, registrarse y seguir las indicaciones que se darán a lo largo de la práctica para conocer los principales componentes del simulador.

ACTIVIDADES POR DESARROLLAR:

Registro de los estudiantes en el simulador: Business Strategy Game Online.

Explicación del Corporate lobby:

- Tabla de resultados
- Actividad de los miembros del grupo
- Información de tasas de interés y tipo de cambio
- Calendario de actividades
- Manuales del usuario
- Centro de mensajes

Explicación de los componentes del Business Strategy Game Online:

- Menú de Ayuda
- Chat entre miembros del grupo
- Proyecciones de desempeño

RESULTADOS:

Familiarizarse con el simulador BSG, entender el corporate lobby y reconocer sus componentes básicos.



PRÁCTICA No.2

Explicación de los componentes del Business Strategy Game Online.

OBJETIVOS:

Reconocer los diferentes componentes de todas las pantallas de decisión del simulador BSG Online.

INSTRUCCIONES:

Ingresar al simulador Business Strategy Game Online y seguir las indicaciones que se darán a lo largo de la práctica para conocer las pantallas de decisión del simulador.

ACTIVIDADES POR DESARROLLAR:

Explicación de los componentes del Business Strategy Game Online:

- Pantallas de decisiones:
 - Corporate Citizenship
 - Sales forecast
 - Plant capacity/upgrades
 - Branded Production
 - Branded distribution
 - Internet marketing

RESULTADOS:

Familiarizarse con el simulador BSG y reconocer todos los componentes de las pantallas de decisión.



PRÁCTICA No.3

Explicación de los componentes del Business Strategy Game Online

OBJETIVOS:

Reconocer los diferentes componentes de todas las pantallas de decisión del simulador BSG Online.

INSTRUCCIONES:

Ingresar al simulador Business Strategy Game y seguir las indicaciones que se darán a lo largo de la práctica para conocer las pantallas de decisión y las herramientas para realizar reportes del simulador.

ACTIVIDADES POR DESARROLLAR:

Explicación de los componentes del Business Strategy Game Online:

- Pantallas de decisiones:
 - Wholesale marketing
 - Celebrity endorsements
 - Private label operations
 - Finance & cash flow
- Reportes
 - Footwear industry report
 - Competitive intelligence report
 - Company operating reports

RESULTADOS:

Familiarizarse con el simulador BSG y reconocer los componentes de las pantallas de decisión y las herramientas para realizar los reportes.



PRÁCTICA No.4

Decisión de práctica#1

OBJETIVOS:

Aplicar conocimientos adquiridos en el curso para poder diseñar la estrategia que permita competir y adaptarse a los cambios del entorno.

Comprender la relación de costo-ingreso-utilidad para desarrollar la estrategia de la empresa.

INSTRUCCIONES:

Ingresar al simulador y en colaboración con los co-administradores de la empresa tomar la decisión acorde a sus necesidades y características, 15 minutos antes que acabe la práctica deberán grabar la decisión tomada, los resultados se proyectarán para una evaluación conjunta.

ACTIVIDADES POR DESARROLLAR:

Decisión de práctica#1

RESULTADOS:

Los estudiantes proponen una estrategia que les permita competir en el mercado, y adquieren la capacidad de reacción ante cambios en el entorno. Desarrollan estrategias basadas en la relación costo-ingreso-utilidad.



PRÁCTICA No.5

Decisión de práctica #2

OBJETIVOS:

Aplicar conocimientos adquiridos en el curso para poder diseñar la estrategia que permita competir y adaptarse a los cambios del entorno.

Comprender la relación de costo-ingreso-utilidad para desarrollar la estrategia de la empresa.

INSTRUCCIONES:

Ingresar al simulador y en colaboración con los co-administradores de la empresa tomar la decisión acorde a sus necesidades y características, 15 minutos antes que acabe la práctica deberán grabar la decisión tomada, los resultados se proyectarán para una evaluación conjunta.

ACTIVIDADES POR DESARROLLAR:

Decisión de práctica #2

RESULTADOS:

Los estudiantes proponen una estrategia que les permita competir en el mercado, y adquieren la capacidad de reacción ante cambios en el entorno. Desarrollan estrategias basadas en la relación costo-ingreso-utilidad.



PRÁCTICA No.6

Descripción de la empresa y su estrategia

OBJETIVOS:

Definir la estrategia que la empresa va a seguir a lo largo de toda la simulación

Evaluar los resultados de las decisiones de práctica para realizar los cambios necesarios en la nueva estrategia.

INSTRUCCIONES:

Con los co-administradores de la empresa, realizar las actividades referentes a la descripción de la estrategia y subirla en la respectiva carpeta de sidWeb.

ACTIVIDADES POR DESARROLLAR:

1. Escriba la misión y la visión de su empresa
2. ¿Qué sucedió durante los años de práctica?
3. ¿Cuál fue su estrategia?
4. Describa las acciones más importantes para apoyar su estrategia que están tomando en cada una de las 10 pantallas (corporate citizenship, sales forecast, etc.)
5. ¿Qué acciones estratégicas van a mantener? (cuáles considera que fueron buenas decisiones en estos 2 años y les gustaría mantener)
6. ¿Qué acciones estratégicas les gustaría cambiar? (cuáles consideran que fueron malas decisiones de estos dos años y les gustaría cambiar)

RESULTADOS:

Desarrollar una estrategia y ajustarla acorde a las necesidades de la empresa, en base a los resultados obtenidos hasta el momento.



PRÁCTICA No.7

Descripción y evaluación de estrategias

OBJETIVOS:

Definir en detalle la estrategia que la empresa va a seguir a lo largo de toda la simulación

Explicar los elementos principales de cada componente de la estrategia propuesta por los administradores de la empresa

INSTRUCCIONES:

Con los co-administradores de la empresa realizar la descripción y evaluación de la estrategia de la empresa, así como de sus principales componentes (estrategia de producción, estrategia de marketing, estrategia financiera, estrategia de responsabilidad social).

ACTIVIDADES POR DESARROLLAR:

1. ¿Cuál es su estrategia?
2. ¿Cómo encajan las ventas por Internet de calzado en la estrategia general de su empresa? ¿Cuál es la estrategia de Internet de su empresa?
3. ¿Cómo está ejecutando la estrategia de su empresa para el calzado de marca propia?
4. ¿Cuáles son los 3 o 4 elementos principales de la estrategia de producción de su empresa (en lo que respecta al número y localización de las plantas, al mejoramiento de la planta, compensación al trabajador, uso de los programas TQM / Six Sigma, etc.)?
5. ¿Cuáles son los 3-4 elementos principales de la estrategia de marketing de su empresa (en lo que se refiere a precios, publicidad, descuentos, uso de refrendos de celebridades, calificaciones S / Q para calzado de marca, número de modelos de calzado y despliegue de todas las demás armas de Rivalidad competitiva para superar a las compañías rivales de calzado)?
6. ¿Cuáles son los 3-4 elementos principales de la estrategia financiera de su empresa en cuanto al uso de la deuda, pagos de dividendos, ventas / compras de acciones, uso de efectivo y enfoques para lograr una buena calificación crediticia?
7. ¿Cuál es la estrategia de su empresa para ejercer la responsabilidad social y ser un buen ciudadano corporativo?
8. ¿Cuáles consideras que son tus fortalezas y debilidades?

RESULTADOS:

Lograr detallar la estrategia dominante que seguirá la empresa en toda la simulación, describir los elementos principales de cada componente de la estrategia propuesta y evaluar sus fortalezas y debilidades como empresa.



PRÁCTICA No.8

Creación de mapas estratégicos

OBJETIVOS:

Definir los grupos estratégicos para comprender quienes son los competidores directos de la empresa.

INSTRUCCIONES:

Con el uso del simulador BSG online, realizar los mapas estratégicos de todos los mercados en que la empresa compite.

ACTIVIDADES POR DESARROLLAR:

1. Dibuje los mapas estratégicos para todos los mercados en los que usted compite.

RESULTADOS:

Reconocer los competidores directos en el mercado a través de mapas estratégicos.



PRÁCTICA No.9

Competidores potenciales

OBJETIVOS:

Comparar la posición de cada una de las empresas de la industria para identificar a los competidores más cercanos.

Analizar las fortalezas, debilidades y estrategia de los competidores más cercanos.

INSTRUCCIONES:

Con los co-administradores de la empresa, utilizando los mapas estratégicos identificar la posición en el mercado de la empresa e identificar a los competidores cercanos, y si existe algún tipo de ventaja competitiva entre ellas.

ACTIVIDADES POR DESARROLLAR:

1. Utilizando los mapas estratégicos
 - a. ¿Qué compañía cree que está en la posición más atractiva del mapa?
 - b. ¿Cuál empresa es la más débil?
 - c. ¿Quiénes son sus 3 competidores más cercanos en cada mercado? ¿Qué estrategias de negocio percibe que persiguen?
2. Haga una evaluación de la fuerza competitiva para su empresa y otras dos compañías que usted y sus co-gerentes consideran que son competidores muy cercanos.
 - a. ¿Cuál de las tres empresas es competitivamente más fuerte? Explique
 - b. ¿Cuál es competitivamente más débil? Explique
 - c. ¿La empresa más fuerte parece tener una ventaja competitiva significativa sobre las otras dos empresas? ¿Por qué o por qué no?

RESULTADOS:

Identificar a los competidores potenciales de la empresa a partir de su posición en la industria, y analizar sus fortalezas, debilidades y estrategias.

PRÁCTICA No.10

School Newspaper-Cambios en la demanda de la industria

OBJETIVOS:

Adaptar la estrategia para poder responder a los cambios del entorno externo.

INSTRUCCIONES:

Con los co-administradores de la empresa, revisar el School newspaper, identificar los cambios de demanda que sufrió la industria y adaptar la estrategia de la empresa a las nuevas condiciones del mercado.

ACTIVIDADES POR DESARROLLAR:

The screenshot shows a school newspaper page with the title "School Newspaper" and "Issue 1 Volume 1". The main article is titled "CAMBIOS EN LA DEMANDA DE LA INDUSTRIA". It includes a photo of a person at a computer workstation and a table of demand data.

Revisé su estrategia antes de la próxima decisión

Es muy importante escribir un documento donde provea los detalles de cómo planean adaptar su estrategia para poder responder a los cambios de demanda y subirlo en el [SiteWeb](#).

Debido a la crisis económica que los países del mundo están atravesando, se estima que para este Nuevo año la demanda del Mercado de Wholesale, internet y Private Label se va a ver reducida en un 10%.

Cada empresa, en especial las de la industria de zapatos deportivos deben redefinir su estrategia para terminar el año con un gran inventario de zapatos no vendidos.

Region and Segment	Standard Y18 Demand (with volume for volume increases in total growth)	Adjust Y18 Demand (quantity of shoes that have an actual growth rate greater than zero)
North America		
Wholesale Internet	267	190
Wholesale Wholesale	1823	1664
Private Label	230	209
Europe Africa		
Wholesale Internet	267	190
Wholesale Wholesale	1823	1670
Private Label	230	205
Asia Pacific		
Wholesale Internet	173	155
Wholesale Wholesale	1393	1333
Private Label	230	209
Latin America		
Wholesale Internet	173	164
Wholesale Wholesale	1393	1324
Private Label	230	204
Total Demand (with all volume increases)	4434	4243

RESULTADOS:

Adquirir capacidad de reacción y adaptación de la estrategia, ante los cambios externos que se puedan presentar en la industria, considerando la relación de costo-ingreso-utilidad.



PRÁCTICA No.11

Acuerdo de cooperación

OBJETIVOS:

Analizar las fortalezas, debilidades y estrategia de los competidores de la industria para seleccionar el más adecuado para una estrategia de cooperación o adquisición.

INSTRUCCIONES:

Con los co-administradores de la empresa, identificar las fortalezas y debilidades de una de las empresas de la industria y decidir qué estrategia de adquisición o cooperación sería la más adecuada para ambos.

ACTIVIDADES POR DESARROLLAR:

Reúnase con otra empresa y analice la opción de firmar un acuerdo de cooperación

1. Haga una lista de las fortalezas y debilidades de cada empresa
2. ¿Cuál es la estrategia de cada empresa?
3. ¿Qué estrategia de adquisición o de cooperación es la mejor opción para ustedes?
Explique y apoye su respuesta. Recuerde que usted podría elegir entre varias opciones: adquisición, fusión, joint venture, y las estrategias cooperativas de nivel de negocio. También puede decidir mantenerse independiente y no hacer un acuerdo de cooperación
4. Una vez tomada la decisión, completar y firmar el formato adjunto.

Acuerdo de Cooperación

EL siguiente acuerdo estipula la cooperación entre la empresa _____ y _____.

En la ciudad de Guayaquil, el 7 de agosto de 2017, los representantes de las empresas han acordado:

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Hacer un acuerdo de colaboración | <input type="checkbox"/> No hacer un acuerdo de colaboración* |
| <input type="checkbox"/> Hacer una adquisición | <input type="checkbox"/> Hacer una fusión |

*La colaboración no se pudo llevar a cabo porque _____

Estrategias de las empresas:

Empresa _____ Sigue una estrategia de _____

Empresa _____ Sigue una estrategia de _____

Fortalezas y debilidades de cada empresa

EMPRESA _____

Fortalezas

Debilidades



- | | |
|----------|----------|
| a. _____ | a. _____ |
| b. _____ | b. _____ |
| c. _____ | c. _____ |

EMPRESA _____

Fortalezas

Debilidades

- | | |
|----------|----------|
| a. _____ | a. _____ |
| b. _____ | b. _____ |
| c. _____ | c. _____ |

Términos del acuerdo:

1. Tipo de acuerdo: _____
2. La empresa _____ traerá _____

3. La empresa _____ traerá _____

4. Resultados esperados:
 - a. _____
 - b. _____
 - c. _____

Firmas

Empresa _____

Empresa _____

Manager 1

Manager 1

Manager 2

Manager 2

Manager 3

Manager 3

RESULTADOS:

Identificar al competidor más adecuado, a partir de sus fortalezas, debilidades y estrategia, y realizar una estrategia de adquisición o cooperación. **Tomar decisiones a partir de su posición en el mercado y evaluar qué estrategia le permite maximizar su utilidad.**



PRÁCTICA No.12

Decisión Año 19

OBJETIVOS:

Aplicar conocimientos adquiridos en el curso para poder diseñar la estrategia que permita competir y adaptarse a los cambios del entorno.

Comprender la relación de costo-ingreso-utilidad para desarrollar la estrategia de la empresa.

INSTRUCCIONES:

Ingresar al simulador y en colaboración con los co-administradores de la empresa tomar la decisión acorde a sus necesidades y características, 15 minutos antes que acabe la práctica deberán grabar la decisión tomada, los resultados se proyectarán para una evaluación conjunta.

ACTIVIDADES POR DESARROLLAR:

Decisión Año 19

RESULTADOS:

Los estudiantes logren diseñar la estrategia que les permita competir en el mercado, y adquieran capacidad de reacción ante cambios en el entorno. Desarrollen estrategias basados en la relación costo-ingreso-utilidad.



PRÁCTICA No.13

Decisión Final Año 20

OBJETIVOS:

Aplicar conocimientos adquiridos durante el curso para poder diseñar la estrategia que permita competir y adaptarse a los cambios del entorno.

Comprender la relación de costo-ingreso-utilidad para desarrollar la estrategia de la empresa.

INSTRUCCIONES:

Ingresar al simulador y en colaboración con los co-administradores de la empresa tomar la decisión acorde a sus necesidades y características, 15 minutos antes que acabe la práctica deberán grabar la decisión tomada, los resultados se proyectarán para una evaluación conjunta.

ACTIVIDADES POR DESARROLLAR:

Decisión Final Año 20

RESULTADOS:

Los estudiantes logren diseñar la estrategia que les permita competir en el mercado, y adquieran capacidad de reacción ante cambios en el entorno. Desarrollen estrategias basados en la relación costo-ingreso-utilidad.

CONCLUSIONES GENERALES

- Las prácticas han permitido que los estudiantes puedan aplicar los conocimientos teóricos adquiridos durante el curso en las diferentes actividades en las que se describía la estrategia a seguir y los ajustes necesarios para lograr una ventaja competitiva en la industria.
- El uso del simulador permitió a los estudiantes integrar los conocimientos adquiridos en este curso y cursos que han tomado a lo largo de sus carreras y aplicarlos al momento de ejecutar la estrategia deseada para que su empresa sea competitiva en el simulador.

RECOMENDACIONES

- Se debe incentivar más a los estudiantes para que dediquen más tiempo al simulador, para poder comprender en profundidad el efecto que cada cambio en las distintas pantallas genera.