



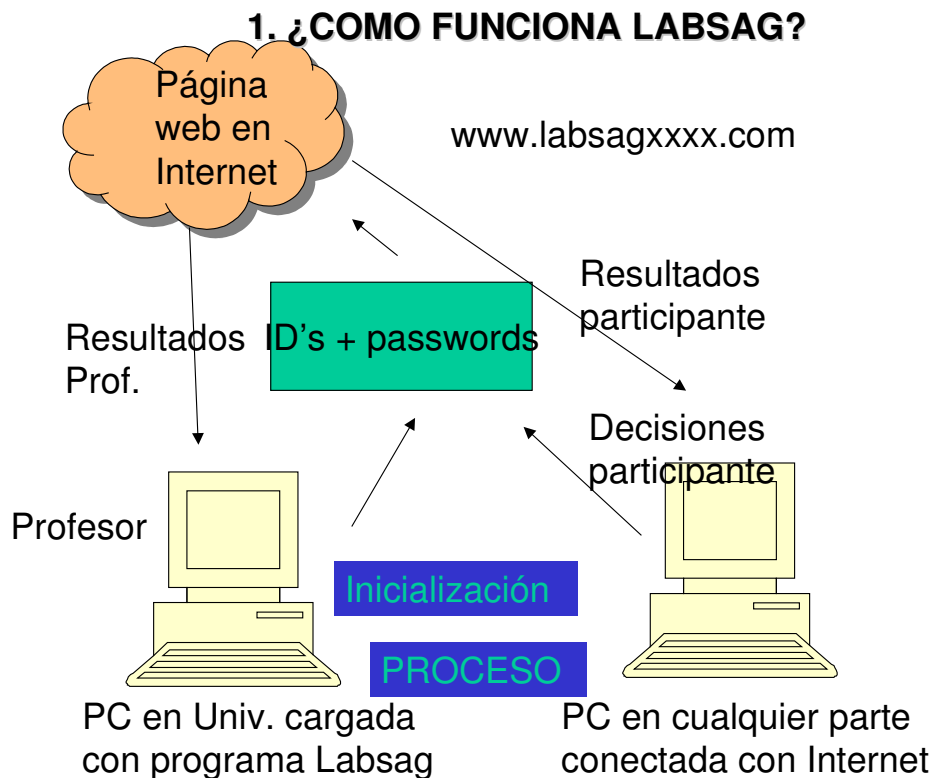
Michelsen Consulting Ltd.

Instructivo para el Profesor de MARKESTRATED

¡Bienvenido a una experiencia única en toma de decisiones!

El ingreso al Menú Principal del profesor es a través de la página web de LABSAG asignada a su universidad (www.labsagxxxxx.com) utilizando el Usuario y Password de la empresa simulada en la que usted participará como profesor, datos que deben haberle llegado a su correo personal.

Esto ocurrirá luego de que el profesor/administrador del simulador haya creado la "Industria" (conjunto de empresas simuladas que competirán entre sí) y haya registrado participantes en cada una de las 5 empresas simuladas o "firmas" que competirán en este simulador.



Labsag funciona a través de una página web a la cual usted tiene acceso desde cualquier PC, es decir, desde la universidad o desde la PC en un café Internet, cabina pública o desde su casa. A cualquier hora y desde cualquier lugar. Esto permite que sus compañeros de equipo contribuyan a la decisión por Internet, sin tener que estar necesariamente reunidos cara-a-cara.

El calendario de horas límite para toma de decisiones y publicación de resultados debe haber sido ya emitido por el profesor del curso.

Universidad Tecnológica de México - Simuladores de Toma de Decisiones Gerenciales - Microsoft Internet Explorer

Adelante Detener Actualizar Inicio Búsqueda Favoritos Multimedia Historial Correo Imprimir Editar Conversar Messenger

http://www.labsagunitec.com/

UNITEC Universidad Tecnológica de México

LABSAG Laboratorio de Simuladores en Administración y Gerencia

BIENVENIDA

Bienvenido a la página web del Laboratorio de Simuladores en Administración y Gerencia de la Universidad Tecnológica de México, dedicada exclusivamente a concentrar la recepción, envío, observación e información sobre los Simuladores de toma de decisiones gerenciales o Business Games.

Orígenes El uso de simuladores tuvo dos orígenes. El primero en la inercia e inflexibilidad, principal desventaja del método de casos, y en las ventajas de los casos "vivos" donde el desenlace imparte la lección fundamental cuando se trata de desarrollar habilidades gerenciales. El segundo origen viene de investigación empírica. Hemos descubierto que en América Latina tiene un valor premium para el éxito gerencial la iniciativa y la solución de problemas, habilidades que no se pueden desarrollar y fortalecer en el papel, requiriendo confrontación continua con la realidad.

Propósitos

La primera lección es enfrentarse rápidamente al típico problema de gerencia que tiene un ejecutivo al asumir la función de Gerente en una empresa. Recibe la "historia" previa de la empresa junto con una definición del "entorno", las reglas de operación establecidas, así como las

Página Principal

Descripción de Simuladores

Participantes y Resultados

Login - Ingreso
Ingrese nombre de usuario y password para acceder al menú de simuladores

Usuario:

Password:

Ingresar >>

Teclee aquí su Usuario y Password y luego click en "Ingresar"

A una hora determinada, desde ésta página web, el profesor "baja" las decisiones para procesarlas en una PC especial de donde saldrán resultados simulados, un año para Markestrat, que luego se "suben" a la web para que los alumnos los puedan ver, imprimir, y analizar para la próxima decisión.

Ingresado su Usuario y Password, a continuación aparecerá el Menú Principal:

LABSAG Laboratorio de Simuladores en Administración y Gerencia

Menú Principal del Profesor

- [Manual del Simulador \(.pdf\)](#)
- [Reportes del Profesor](#)
- [Resultados de Firmas Participantes](#)
- [Decisiones de Firmas Participantes](#)
- [Relación de Participantes y Resultados Comparativos](#)

Simulador: MARKESTRATED Industria: A

[cerrar sesión \(logout\)](#)

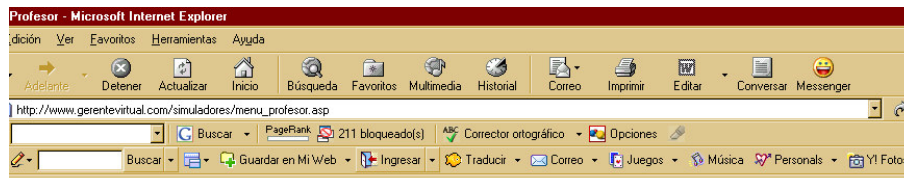
Fecha y Hora de Envío de Decisiones
Ninguna firma ha enviado su decisión.

Tiene 5 opciones. Haciendo click en la última opción “Relación de Participantes y Resultados” podrá conocer quienes compiten y más adelante, quien va ganando.

La 3ra opción le permite ver los resultados iniciales, la historia sobre la que se toma la primera decisión, en esencia los resultados de la gerencia anterior. Esto es lo que los alumnos tratarán de mejorar. Luego, a medida que avanza el proceso de simulación, le permite ver los resultados obtenidos por cada firma en cada periodo.

La 4ta. opción “Decisiones de Firmas Participantes” es la que le permitirá ver las decisiones registradas por cada empresa. Al pie de la pantalla hay una ventana que indicará a qué hora cada equipo envió decisiones. Así sabrá quienes son puntuales. Cuando ésa ventana desaparezca significa que ya se procesaron los resultados.

La primera opción a seleccionar, sin embargo, es descargar el manual haciendo click en “Manual del Simulador”. Tomará unos segundos en aparecer el Manual, el cual puede usted grabar en su disco duro o imprimir. Es sumamente importante que los alumnos lean el Manual detenidamente antes de tomar la primera decisión. Los ejemplos en el Manual de Markestrat NO se refieren a la historia inicial, pues son solamente ilustrativos. El Manual que usted descarga es diferente al de los alumnos.

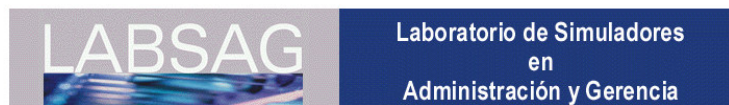


[cerrar sesión \(logout\)](#)

Fecha y Hora de Envío de Decisiones

Ninguna firma ha enviado su decisión.

Estudiado el Manual puede usted darle clic a la opción “Decisiones de Firmas Participantes” la cual le mostrará otro menú indicando a que firma corresponde cada decisión. Usted puede ingresar a cada una y verificar que los datos ingresados sean correctos o proceder a corregirlos cambiando algunos datos y dando clic en el botón “Enviar decisión” lo que hará que la decisión se grabe con los cambios efectuados.



[Regresar](#)

Una vez revisados los datos, (verifique que hayan usado MAYUSCULAS para las marcas, no se usan comas ni decimales) puede ud. imprimir cada una de las decisiones.

MARKESTRATed
HOJA DE DECISIONES

FIRMA: 1 Industria: A

Última decisión enviada el 23/6/2005 a las 11:32:33 PM

Fecha Actual: 22/5/2006 Hora Actual: 9:37:53 PM

DECISIONES DE MARKETING

Nombre de Marcas	Nombre del Proyecto de I&D (Modificación o Introducción)	Planificación de la Producción (En miles de Unidades)	Presupuesto Publicitario (En miles de \$)	% de Estudios Publicitarios	Precio Aconsejado de Venta al Detalle (En \$)	Objetivos Perceptuales de -20 a +20	
SAKA		500	3000	10	368	99	99
SATO		0	5000	10	560	99	99

FUERZA DE VENTAS

Canales de Distribución	1	2	3
Número de Vendedores	43	40	52

I&D

Nombre del Proyecto	Gastos (en miles de \$)	Atributos					
		1	2	3	4	5	6

ESTUDIOS DE MERCADO

- 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15

Revise cuidadosamente su decisión antes de enviarla.
Si desea realizar un cambio a una decisión ya enviada, puede hacerlo siempre y cuando sea antes de la fecha y límite especificada en el cronograma de envío de decisiones. Para hacer el cambio tan solo ingrese la decisión nuevamente con todos los datos y envíela, al hacer esto reemplazará la decisión enviada previamente.

Luego de procesado el periodo no podrá reclamar si cometió un error al ingresar su decisión.

IMPRIMA SU DECISIÓN ANTES DE ENVIARLA!
(click en el botón Imprimir del Browser)

<< Enviar >>

Para estar seguro, si hizo alguna corrección, de que la decisión fue correctamente enviada, tiene usted una doble seguridad en el envío. La primera seguridad de que se envió correctamente los datos es que aparezca en su pantalla una gruesa franja azul, como esta....



Su decisión ha sido enviada, gracias.
[Cerrar](#)

Una segunda seguridad de que "llegó" a la web la decisión es observar la ventana que informa a qué hora cada equipo envió decisiones. Allí debe haber confirmación de que la decisión fue recibida y registrada en la hora específica que ud. la está enviando nuevamente. La hora que aparecerá puede ser diferente a la suya porque el servidor reside en Europa.



Menú Principal

[Manual del Simulador \(.pdf\)](#)

[Enviar Decisión](#)

[Ver Resultados](#)

[Relación de Participantes y Resultados](#)

Simulador: MARKESTRATED Industria: B Firma Nro.: 1

[cerrar sesión \(logout\)](#)

Fecha y Hora de Envío de Decisiones

Firma 1: Fecha: 22/6/2005 Hora: 4:10:45 AM
Firma 2: Fecha: 22/6/2005 Hora: 4:49:36 AM
Firma 3: Fecha: 22/6/2005 Hora: 4:45:34 AM
Firma 4: Fecha: 22/6/2005 Hora: 4:16:34 AM
Firma 5: Fecha: 22/6/2005 Hora: 3:52:05 AM

Si no apareciera la franja azul grueso, ni se especificara una hora de recepción en la ventana, cualquiera de los dos, ello significa que hubo una transmisión defectuosa (ocurre en las horas “pico” de Internet). Intente enviarla nuevamente hasta que aparezca la franja azul gruesa y cambie la hora de recepción de la decisión.

La 2da. opción “Reportes del Profesor” le permitirá tener un reporte especial exclusivo para el Profesor por cada año simulado con datos comparativos de cada una de las firmas participantes. Este mismo lo debe usar recién luego de procesada la primera decisión.



Reportes del Profesor

[MARKESTRATED-AGT-PROFESOR-1.TXT](#) ←

Simulador: MARKESTRATED Industria: AGT

[Regresar](#)

Recomendaciones a tener en cuenta para el registro de decisiones:

- Primera decisión: indicar “objetivos perceptuales” no es relevante en esa primera decisión porque los participantes aún no han visto el Mapa Perceptual que se ordena como Estudio 5. Tampoco se pueden ordenar Estudios de Investigación y Desarrollo porque aún no se tiene Investigación de Mercado. Se recomienda no subir/bajar ningún dato más de 10 %.
- Tome nota que varias decisiones se expresan en miles. Saque copia impresa de su decisión. Asigne al ejecutivo más cuidadoso para que se encargue de registrar la decisión.
- Algún producto puede haber quedado con demasiado inventario, en ese caso deje en 0 la columna de producción, pero asigne un precio final.
- Claves para I&D: deben ser diferentes a las utilizadas para sus marcas actuales. Por ejemplo, si su marca es SAFO, ya no puede usar la clave PSAFO, para mejorarlo sino una clave muy diferente, p.e. PSALO.
- Cada periodo anual simulado requiere ordenar por lo menos un estudio de mercado.
- Dejar de registrar una marca, sin producción, sin publicidad y sin precio, en la parte superior de la decisión implica quitarla del mercado y liquidar los inventarios.
- No use decimales ni comas
- Las marcas deben registrarse en MAYUSCULAS.