Juego de Marketing
Supply Chain

Sitio del Web del Juego

- Http://www.ingenieriaindustrial.cl/juego/default.asp
  - Inscribirse
  - Documentación
  - Noticias
  - Jugar
- E-mail: ics3502@ing.puc.cl

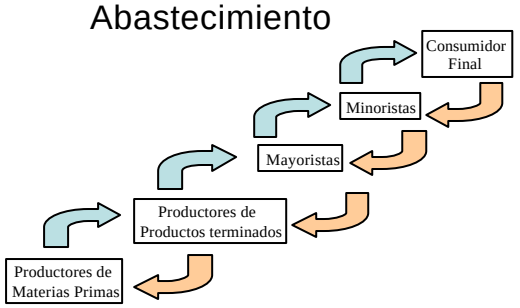
¿ De qué se trata?

- Se simula una cadena de abastecimiento de un mercado.
- El mercado lo conforman todas las secciones del curso de marketing.
- Se hacen grupos de sólo dos personas.
- Cada grupo representa una empresa dentro de la cadena de abastecimiento.

Cadena de Abastecimiento

- Comprende todas las etapas de abastecimiento, desde el productor de materias primas hasta el consumidor final.

Diagrama de una Cadena de Abastecimiento



Productores de Materias Primas

Decisiones que deben tomar:

- Cantidad a producir, según sus capacidades de producción y caja.
- Precio, al cual vender sus productos.
- Relaciones Públicas, cómo trabajar con sus clientes para obtener una mayor fidelidad.
- Stock, cuánto stock manejar para evitar costos elevados por mantención de inventario.

Productores de Productos Terminados

Decisiones que deben tomar:

- Cantidad de materia prima a comprar.
- Cantidad a producir, según sus capacidades de producción y caja.
- Precio al cual comprar las materias primas
- Precio al cual vender sus productos.

Productores de Productos Terminados

- Relaciones Públicas, cómo trabajar con sus clientes para obtener una mayor fidelidad.
- Stock, cuanto stock manejar para no tener costos elevados por mantención de inventario.
- Marketing, cantidad para invertir en marketing

Mayoristas

Decisiones que deben tomar:

- Cantidad de productos terminados a comprar, para abastecerse de mercadería.
- Precio al cual vender sus productos terminados.
- Relaciones Públicas, cómo trabajar con sus clientes para obtener una mayor fidelidad.
- Stock, cuanto stock manejar para no tener costos elevados por mantención de inventario.

Minoristas

Decisiones que deben tomar:

- Cantidad y tipo de productos a comprar.
- Precio al cual comprar los productos.
- Precio al cual vender sus productos.
- Relaciones Públicas, cómo trabajar con sus clientes para obtener una mayor fidelidad.

Minoristas

- Stock, cuanto stock manejar para no tener costos elevados por mantención de inventario.
- Nivel de inversión en marketing.

Consumidor Final

- Es representado por el administrador o coordinador del juego.
- Realiza compras sólo a minoristas
- Las compras las realiza al final de cada periodo.

Períodos

- El juego, simula en cada periodo un mes calendario.
- Cada período dura 3 días.
  - Lunes, Martes y Miércoles
  - Jueves, Viernes y Sábado

Períodos

- Lunes y Jueves
  - Productores de materias primas producen y venden.
- Martes y Viernes
  - Productores de productos terminados compran, producen y venden.
- Miércoles y Sábados
  - Mayoristas y minoristas compran y venden.

Productos

- Cada empresa tiene dos productos, uno de baja y uno de alta calidad.
- La calidad se aprecia en la función de costo y precio de los mismos.

Proceso de Inscripción

- Se divide en 3 partes
  - Elegir empresa (s).
  - Inscribir al grupo.
    - Recepción de e-mail para confirmar la conformación del grupo por ambas partes
  - Confirmación del grupo
    - Recepción de e-mail indicando si se adjudicó la empresa al grupo o no.

Ranking

- Todas las empresas pasan a estar en un ranking que esta dirigido por:
  - Caja Actual
  - Stock, calculado como costo de inventario.
- El ranking se acumula periodo a periodo.

Ventas y Compras

- Todas las empresas pueden comprar y vender según el rol que estén representando.
- Existen restricciones de venta: no puedo vender más de lo que tengo.

Ventas y Compras

- Existen ordenes de compra y solicitudes de ventas
  - solicitudes de venta:pueden ser rechazadas en cualquier momento del periodo actual.
  - ordenes de compra: se pueden eliminar solo si no han sido aceptadas por el vendedor

Calendario

Actividad	Inicio	Término	Duración
Proceso de Inscripción	02/09/2002	13/09/2002	10 días
Semana de Prueba	23/09/2002	28/09/2002	5 días
Informe Nº1	30/09/20002	30/06/2002	1 día
Periodo 1	30/09/2002	02/10/2002	3 días
Periodo 2	03/10/200	05/10/2002	3días
....	....	....	...
Informe Final	10 días después del último periodo		

Calificación

- Ranking a nivel del mercado: ponderación con respecto a la posición del mercado en general (25%)
- Ranking a nivel del rubro: ponderación con respecto a la posición del ranking de las demás empresas de su propio rubro (25%)
- Informes: responde a los diferentes informes entregados durante el juego (50 %)