

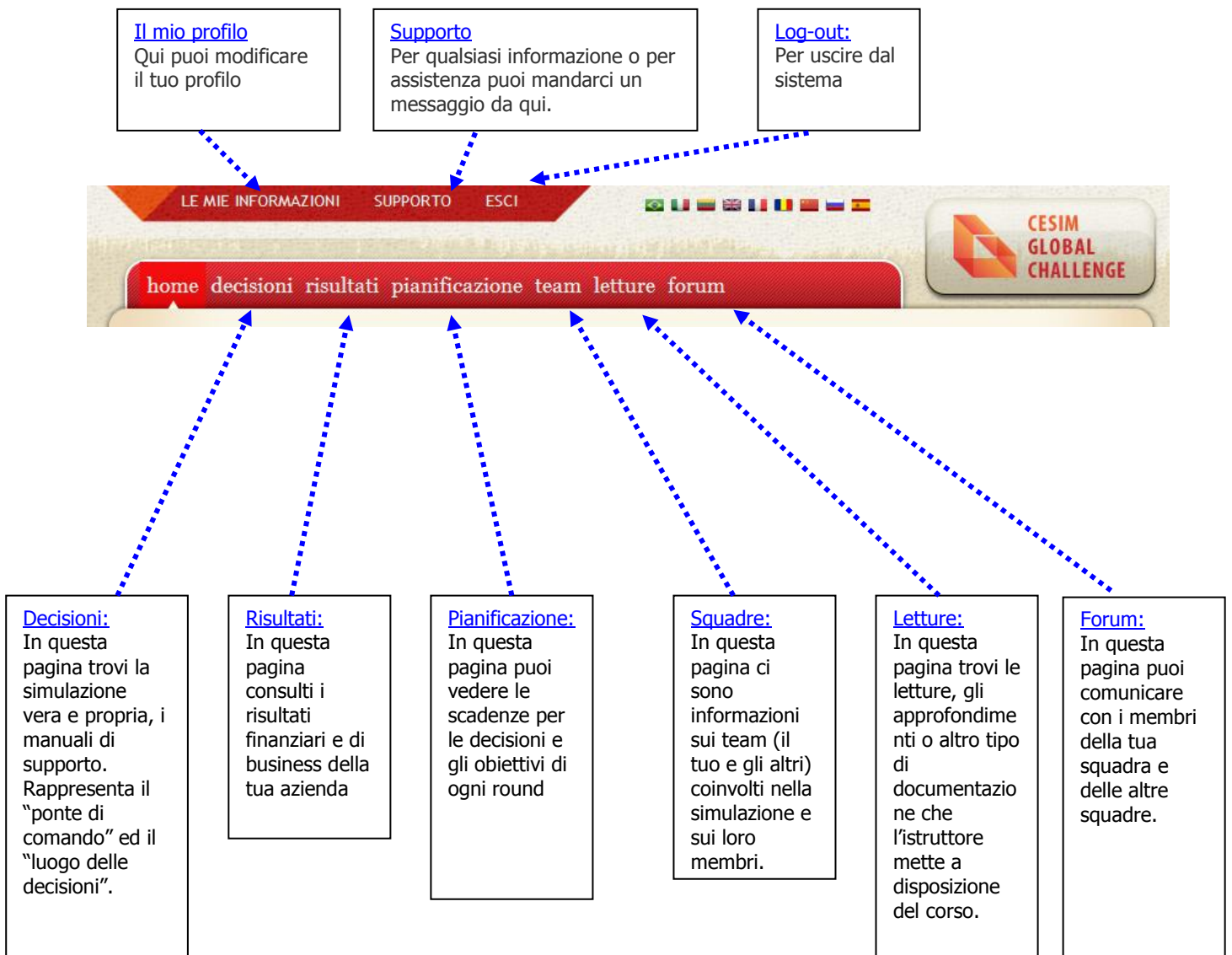
Management Game 2011

Global Challenge Guida all'uso

Indice

LA BARRA DI NAVIGAZIONE ORIZZONTALE	3
LA HOME PAGE	4
CONDIZIONI DI MERCATO	5
DOMANDA	6
DOMANDA, MERCATO TOTALE E QUOTA DI MERCATO	7
PIANO DI PRODUZIONE	09
COSTI DI PRODUZIONE	10
INVESTIMENTI PRODUTTIVI	11
LOGISTICA	12
MARKETING	13
RICERCA E SVILUPPO	14
FINANZA	15
BUDGETS	16
- STATO PATRIMONIALE	17

La barra di navigazione orizzontale



La Home Page

The screenshot shows the 'Home' page of the Cesim Global Challenge. At the top, there is a navigation bar with 'home', 'decisioni', 'risultati', 'pianificazione', 'team', 'lettere', and 'forum'. The main content area is divided into several sections:

- Verde**: A section for the current round, showing 'CORSO' (prova), 'CODICE DEL CORSO' (prova), and 'GRUPPO' (Gruppo 1). Below this is a 'Team 1' profile with details like 'demo@cesim.com' and 'UNIVERSITÀ/AZIENDA'. A blue circle highlights the 'CORSO' and 'CODICE DEL CORSO' fields, with a callout box stating: "Qui sono indicati il tuo corso, i membri del tuo team ed il tuo docente."
- Informazioni di mercato per il round precedente**: A table showing market data for the previous round.

Variazioni nei ricavi	-4,7	%
Variazioni della redditività media	1,7	%
Profitto massimo	568 579	t \$ Rosso
Profitto minimo	131 760	t \$ Verde
- Prossima scadenza**: A section indicating the next deadline. A blue circle highlights the text 'SCADENZA PER ROUND 5'. A callout box explains: "Qui è indicata la Scadenza più vicina entro cui è necessario prendere le decisioni e gli Obiettivi da perseguire". Below this, it shows 'Tempo rimanente' as 345 giorni 6 minuti.
- Il tuo istruttore**: A section for the instructor, listing 'Carlo Cittadino'.
- I membri del tuo team**: A section for team members, showing 'Team 1' as 'Online'. A blue circle highlights an 'E-MAIL' icon, with a callout box stating: "Cliccando sulla casella corrispondente puoi mandare una mail ai membri del tuo team e all'istruttore."
- Orario attuale**: A section showing the current time. A blue circle highlights the text 'Orario attuale'. A callout box explains: "In questo box puoi vedere l'orario del sistema e il tuo orario locale. Questa funzionalità è utile per team che lavorano su fusi orari diversi." Below this, it shows 'Il tuo orario' as 2011-01-20 16:55 and 'L'orario del sistema' as 2011-01-20 15:55.
- Forum**: A section for the forum, showing '0 nuovi messaggi nel forum del tuo team' and '0 nuovi messaggi nel forum del tuo corso'. A blue circle highlights the text 'Forum'. A callout box states: "Bacheca dei messaggi."
- Quiz**: A section for quizzes, showing 'You don't have quizzes'.

Condizioni di mercato

Raccomandazioni **Condizioni di mercato** Domanda Produzione R&D Marketing Logistica Finanza Elenco delle decisioni

Round 5

Previsioni di mercato

Domanda
 Il caso sollevato dal cellulare esplosivo è stato dimenticato: gli investigatori hanno stabilito che non c'è stata alcuna esplosione sul telefono, ma qualcuno aveva posizionato dei fiori tropicali nella cabina di pilotaggio che fecero perdere conoscenza al pilota e al co-pilota a causa del fortissimo odore. La domanda di telefoni è in forte crescita per il prossimo round: i tassi si attestano intorno al 15% in Europa, al 20% in USA e più del 40% in Asia.

Costi
 La situazione tra Cina e USA peggiora ulteriormente. Gli Stati Uniti hanno aumentato i dazi a 15 dollari per ogni cellulare importato, in modo da indebolire l'economia cinese. La Cina dal canto suo ha risposto portando i dazi allo stesso livello. Negli Stati Uniti i costi di produzione dovrebbero scendere del 5%, mentre restano invariati in Asia. Nell'ultimo periodo alcune delle aziende che si sono esternalizzate la produzione sono uscite dal mercato a causa della forte competizione sui prezzi in un settore dove già si opera con sottili margini di guadagno. In conseguenza di ciò la vostra capacità di outsourcing è scesa del 15%, mentre i costi di outsourcing saliti quasi fino al 10%.

Finanza
 Il dollaro continua a perdere valore rispetto al dollaro, mentre l'euro si rafforza. I tassi di interesse restano invariati negli Stati Uniti e in Europa, mentre salgono di un quarto di punto in Asia.

Leggi le prospettive per il mercato prima di prendere le decisioni

home **decisioni** risultati pianificazione team lettere forum

Raccomandazioni **Condizioni di mercato** Domanda Produzione R&D Marketing Logistica Finanza Elenco delle decisioni

Round 5

Parametri per il round 5

COSTI DI TRASPORTO PER 1000 PRODOTTI (USD)

	ROUND IN CORSO	ULTIMO ROUND	TARIFFA PER L'IMPORTAZIONE DI 1000 PRODOTTI (USD)	ROUND IN CORSO	ULTIMO ROUND
USA -> Asia	16,0	16,0	USA -> Asia	15,0	12,0
USA -> Europa	9,6	9,6	USA -> Europa	3,0	3,0
Asia -> USA	16,0	16,0	Asia -> USA	15,0	12,0
Asia -> Europa	5,3	5,3	Asia -> Europa	3,0	3,0

COSTI DI AMMINISTRAZIONE (K USD)

USA	35000	35000
Asia	10000	10000
Europa	10000	10000

ALIQUOTA DI IMPOSTA PER LE SOCIETA'

USA	38	38 %
Asia	22	22 %
Europa	31	31 %

TASSO DI CAMBIO

RMB in USD	0,105	0,112
EUR in USD	1,440	1,390

COSTI DI INVESTIMENTO (K USD)

USA	140000	140000
Asia	160000	160000

TASSO D'INTERESSE

Sovrapprezzo per i debiti a breve termine in USA	1,00	1,00 %
--	------	--------

AMMORTAMENTO (METODO DIGRESSIVO)

USA	15,0	15,0 %
Asia	15,0	15,0 %

TASSO BASE PER DEBITI A LUNGO TERMINE

COSTO DI UNA CARATTERISTICA (USD CARATTERISTICA/PRODOTTO)

C.E. GLOBALE C.E. USA C.E. ASIA C.E. EUROPA S.P. GLOBALE S.P. USA S.P. ASIA S.P. EUROPA INDICI PARAMETRI

Questi indici ti danno alcune informazioni su cosa sta accadendo nei mercati di riferimento (USA, Asia, Europa). I parametri sono già inseriti nel modello.

Domanda

1. Per prima cosa stima la crescita per ciascun mercato (USA, Asia, Europe)

Area	DOMANDA TOTALE NEL ROUND PRECEDENTE (K UNITA)	PREVISIONE DI CRESCITA DI MERCATO, %
USA	3 014	10,0
Asia	6 163	10,0
Europa	3 871	10,0

2. In questi box puoi scegliere quale tecnologia vendere per ciascun prodotto / mercato. Il numero massimo di prodotti in ogni area è 2. All'inizio della simulazione puoi vendere solo prodotti della Tecnologia 1 perchè le altre tecnologie non sono disponibili fino a che non decidi di svilupparle.

Area	Modello	Tecnologia	ULTIMO ROUND, %	STIMA PER IL PROSSIMO ROUND, %	PREVISIONI DI DOMANDA (K UNITA)
USA	Modello 1	Tech 1	57,6	30,0	994
	Modello 2		0,0	0,0	0
Asia	Modello 1	Tech 1	22,5	50,0	3 389
	Modello 2		0,0	0,0	0
Europa	Modello 1	Tech 1	0,0	50,0	2 129
	Modello 2		0,0	0,0	0

3. Qui puoi stimare la quota di mercato per ciascun prodotto. Presta attenzione al fatto che la quota di mercato è relativa all'area di mercato non al tipo di tecnologia.

Area	Tecnologia	Quota di Mercato (%)
USA	Tech 1	58%
	Tech 2	30%
Asia	Tech 1	50%
	Tech 2	23%
Europa	Tech 1	50%
	Tech 2	0%

4. Una volta che avrai stimato la crescita totale del mercato e la tua market share, questa tabella ti restituirà la Domanda attesa in ogni area. Questi dati sono basati esclusivamente sulle tue stime di crescita.

5. In questa tabella sono visualizzati gli indici reali di quote di mercato rispetto ai concorrenti.

Questi grafici indicano la diffusione delle tecnologie in ciascuna area di mercato.

Ricorda che per visualizzare gli effetti dei valori che inserisci è necessario premere il tasto **CALCOLA** o premere **INVIO**, in modo da aggiornare le tabelle e i grafici.

Domanda, Mercato Totale e Quota di Mercato

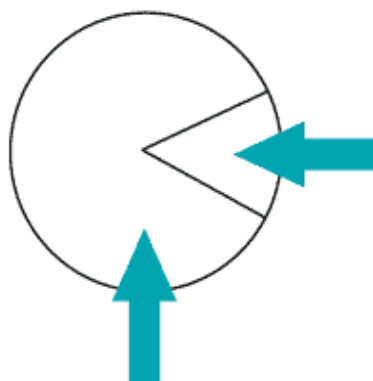
La Domanda di ciascuna impresa si determina in 3 fasi.

1. calcola la grandezza del Mercato Totale in ciascuna area di mercato (USA, Asia, Europa). Le Previsioni di Mercato ti forniscono una previsione piuttosto precisa di cosa accadrà nel futuro.

2. Successivamente è necessario suddividere la Domanda di mercato totale per ciascuna tecnologia. In questa fase, i fattori critici sono il costo medio di ogni tecnologia, la copertura di rete, l'attrattività di ciascuna tecnologia (tipicamente, una nuova tecnologia è 4 volte più attraente di una vecchia) e il numero di prodotti disponibili sul mercato (vedi la figura qui sotto). Man mano che aumenta la copertura di rete, cresce anche la vendita di quella tecnologia nell'area.

3. Dopo le prime due fasi viene determinata la quota di mercato di ciascuna azienda. I fattori che influiscono sulla market share sono: il prodotto, il prezzo, le promozioni e la market share del round precedente.

Mercato Totale



Fattori che influenzano la Dimensione Totale del Mercato

- Condizioni economiche
- Prezzo medio
- Evoluzione tecnologica

Domanda di ciascuna Tecnologia



Fattori che influenzano la Quota di mercato:

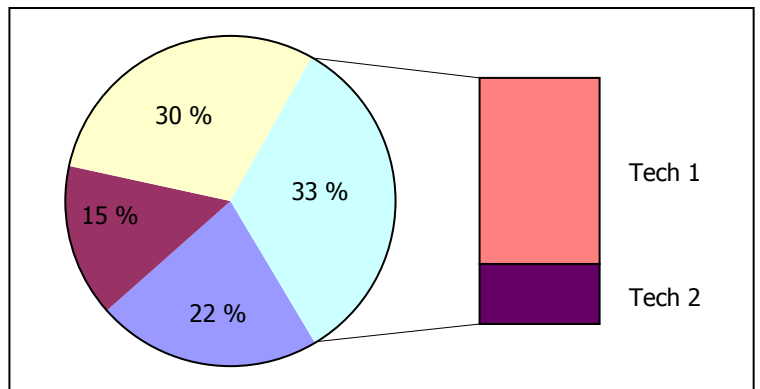
- Prezzo
- Promozioni
- Gamma di Prodotto
- Quota di mercato del round precedente

All'inizio tutti i partecipanti partono dalle medesime condizioni di mercato, ma a seguito delle tue decisioni la quota di mercato comincia a cambiare. La figura qui sotto illustra una situazione immaginaria tra 4 team.

Quota di mercato:

- Gruppo Giallo : 30%
- Gruppo Viola : 15%
- Gruppo Blu : 22%
- Gruppo Verde : 33%

(La quota di mercato del gruppo verde è data, considerate per le 2 tecnologie disponibili).



Pianificazione della Produzione

L'allocazione delle risorse produttive è un fattore di successo in questa simulazione. Hai a disposizione 2 aree produttive che puoi usare per fornire 3 mercati; nel lungo periodo occorre dunque avere una solida strategia di produzione.

In questa simulazione non ci sono soluzioni preconfezionate corrette. Se sovrastimi la richiesta di mercato e decidi di produrre troppo, la produzione verrà automaticamente ridotta. C'è un costo aggiuntivo da considerare nel caso in cui decidi di ridurre la produzione durante il round. Considera inoltre che la tua produzione non migliorerà se hai stimato una capacità di utilizzo troppo bassa: in questo caso ridurrai le vendite.

1. In questo box puoi decidere che Tecnologia produrre in ciascuna linea produttiva e quanta (in %) capacità produttiva destinare a ogni prodotto. All'inizio hai a disposizione linee produttive solo in USA.

2. Il sistema calcola automaticamente il costo unitario. La percentuale di Scarti dipende dalla capacità di utilizzo e anche dalla maturità della produzione della specifica tecnologia.

3. In questo box puoi stabilire quanta produzione affidare in outsourcing. C'è un limite alla produzione che puoi esternalizzare.

Spunti di riflessione

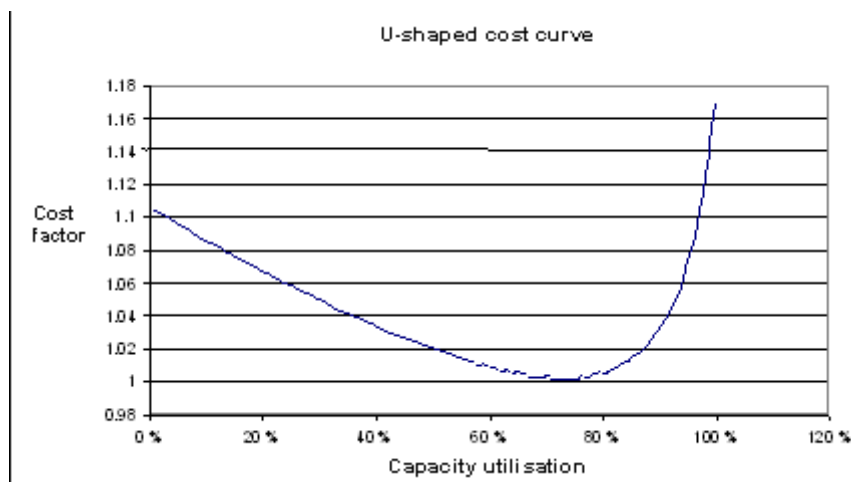
Quando stai decidendo se "andare sul sicuro" e sovrastimare la tua capacità per non perdere quote di vendita, o se "governare una nave solida" senza eccedere nella produzione, confronta il possibile costo per le vendite perse e il costo dell'extra produzione. Il costo-opportunità delle mancate vendite corrisponde al mancato margine per ciascun prodotto non venduto. Mentre il costo dell'extra capacità corrisponde al costo derivante dalla limitazione della produzione durante il round più l'ammortamento e i costi finanziari dell'impianto produttivo.

Costi di produzione

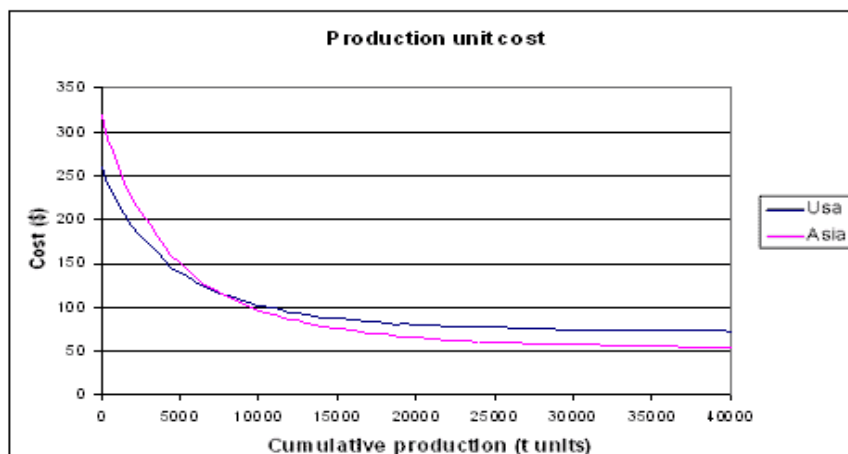
I fattori che influenzano i costi di produzione sono i seguenti:

- il Costo base in ciascuna area di produzione
- l'andamento del costo di produzione (la funzione a U rappresenta l'andamento dei costi in funzione della percentuale di capacità produttiva utilizzata; una produzione sotto - o sovrastimata non è conveniente)
- la curva dell'effetto dell'apprendimento
- le penalizzazioni per aver posto target produttivi troppo alti (questo succede se sovrastimi la richiesta del mercato e la produzione deve essere ridotta durante un round).

Il Costo Base indica il costo per produrre la prima unità di una nuova tecnologia all'inizio della simulazione. Questo valore è più alto in Asia che in USA per l'iniziale abilità / efficienza dei dipendenti



La curva di apprendimento è un fattore che ha effetti significativi sui costi di produzione. L'asse delle X rappresenta la produzione globale di una determinata tecnologia, mentre l'asse delle Y rappresenta il costo. Presta attenzione al fatto che la prima produzione è in USA e potrai cominciare a produrre in Asia quando la curva di apprendimento ha raggiunto un certo livello. In breve, è possibile considerare l'effetto "curva dell'apprendimento" a livello globale.



Investimenti

1. Il tuo primo obiettivo in questa pagina è di stimare la Domanda globale per i prossimi 2 round. Le proiezioni sono importanti perchè sono necessari 2 round per costruire impianti di produzione.



2. In funzione delle tue aspettative di crescita puoi decidere di investire in nuovi impianti di produzione (es. n° 4 in Asia). Questi impianti saranno disponibili dopo 2 round e dovrai pagarli dopo un round (a metà del ciclo di investimento)

Questo grafico mostra la relazione tra la Domanda stimata (D) e la Capacità (C).

Spunti di riflessione

Quando stabilisci investimenti in infrastrutture stai investendo molto denaro per un lungo periodo. Accertati di poter pagare l'investimento con la rendita che ne stai ricavando. Possiamo ipotizzare questo calcolo: il prezzo di un impianto è 160 mUS\$, la vita di un impianto è di circa 7 anni e la capacità produttiva è di 550 mila unità. Ipotizziamo che tu possa continuare a vendere più o meno allo stesso prezzo negli USA (300 US\$); ipotizziamo anche che il tuo Margine Operativo Medio prima dell'ammortamento rimanga intorno al 35%. Quando moltiplichi la capacità produttiva annua dell'impianto (ipotizziamo che la capacità produttiva venga saturata al 90%) per il margine atteso per prodotto ottieni ca. 52 mUS\$ (550 tUnits x 90% x 300 US\$ x 35%) in margine operativo prima dell'ammortamento, su cui restano da pagare i costi dell'ammortamento e delle attività finanziarie. Nell'esempio l'ammortamento è corrispondente al 15% del bilancio. Questo permette un ammortamento di 24 mUS\$ per il primo anno di attività. Dedotti gli ammortamenti rimangono 28 mUS\$ a copertura degli oneri finanziari e del rischio-investimento. Un criterio ampiamente utilizzato per la valutazione degli investimenti è il ROI. Questo si calcola dividendo gli utili operativi (utile prima degli interessi e delle tasse) per l'entità dell'investimento. In questo caso il ROI è del 18%, questo valore non è particolarmente alto, ma dovrebbe essere comunque sufficiente a soddisfare i tuoi azionisti nelle attuali condizioni. Puoi provare a vedere come cambia il ROI se il prezzo medio del prodotto scende a 250 US\$ a parità di utile operativo (il risultato è circa del 12%).

Logistica

home decisioni risultati pianificazione team lettere forum

Raccomandazioni Condizioni di mercato Domanda Produzione R&D Marketing Logistica Finanza Elenco delle decisioni

Logistica

Priorità

Dagli USA: 1.USA, 2.Asia, 3.Eur

Dall'Asia: 1.Asia, 2.Europa, 3.l

Prezzi di trasferimento in relazione ai costi unitari.
L'intervallo dei valori è 1-2. Es. se si sceglie 1,5 il prezzo di trasferimento sarà 1,5 volte il costo unitario.

USA	→	Asia	2,00
USA	→	Europa	1,00
Asia	→	USA	1,00
Asia	→	Europa	1,00

Prodotti disponibili in:

USA	TECH 1	TECH 2	
Prodotti in USA	0	819	(k unità)
Prodotti in Asia	0	0	(k unità)
Totale disponibile	0	819	(k unità)
Domanda	983	819	(k unità)

ASIA	TECH 1	NON SELEZIONATO	
Prodotti in USA	0	0	(k unità)
Prodotti in Asia	0	0	(k unità)
Totale disponibile	0	0	(k unità)
Domanda	3 332	0	(k unità)

EUROPA	TECH 1	NON SELEZIONATO	
Prodotti in USA	0	0	(k unità)
Prodotti in Asia	0	0	(k unità)
Totale disponibile	0	0	(k unità)
Domanda	2 109	0	(k unità)

Costi di trasporto tasse incluse USD/unità

USA	→	Asia	31
	→	Europa	13

1. In questo box puoi scegliere la priorità con cui soddisfare le richieste del mercato. Nella figura la scelta 1, 2, 3 sta a significare che gli USA saranno i primi a essere soddisfatti, poi l'Asia e da ultimo l'Europa. Questa decisione è significativa solo nel caso in cui la tua offerta non sia sufficiente a soddisfare la domanda globale.

2. I costi di trasporto permettono di distribuire gli utili tra le diverse consociate. In figura la decisione è di caricare su Asia ed Europa 1,0 volte i costi variabili di produzione. Il margine rimanente copre ad esempio i costi di R&S e gli altri costi fissi. Queste voci di spesa rappresentano un costo per la casa-madre USA e attraverso questo meccanismo possono essere distribuite alle società del gruppo. Questa funzionalità può anche essere utilizzata per beneficiare dei diversi carichi fiscali tra i diversi paesi.

3. In questo box puoi vedere dove vengono fatti i tuoi prodotti e dove si ipotizza che verranno venduti.

Spunti di riflessione

Quando decidi le priorità di fornitura poni attenzione a massimizzare il tuo margine totale produttivo. Puoi fare questo assegnando la priorità a quei mercati in cui i margini unitari sono più alti. In altre parole, se rimani sprovvisto di riserve accertati che questo avvenga nei mercati in cui i margini unitari sono i più bassi.

Marketing

In questa pagina puoi decidere sul tuo marketing mix (Produzione, Prezzo, Promozione). Dovrai prendere queste decisioni per ciascun prodotto e area di mercato. All'inizio, quando hai soltanto un prodotto (basato sulla Tecnologia 1) in ogni mercato, puoi prendere decisioni solo per quel prodotto in ciascuna area. Appena avrai più di un prodotto, potrai decidere per ciascuno di essi separatamente.

Ti suggeriamo di tenere in mente, prendendo le decisioni, che il successo del tuo marketing mix sarà determinato dal mercato. I clienti prendono le loro decisioni d'acquisto confrontando le diverse alternative e possibilità.

Caratteristiche del prodotto	
Tech 1	Tech 2
Numero delle caratteristiche	Numero delle caratteristiche
Totale caratteristiche disponibili	Totale caratteristiche disponibili
Marketing	
Prezzo di vendita medio (USD)	Prezzo di vendita medio (USD)
Pubblicità (k USD)	Pubblicità (k USD)
Domanda stimata (k unità)	Domanda stimata (k unità)
Risultato finanziario di budget a seguito delle decisioni di marketing.	
Ricavi	
- produzione interna e fornitura	
- Costo di importazione	
- Costi di logistica	
- Costo delle caratteristiche	
Costo totale delle unità vendute	
Margini sulle vendite	
Pubblicità (k USD)	
Margine lordo	
Prodotti disponibili (k unità)	
Prodotto in USA	
Prodotto in Asia	
Totale disponibile	

1. Per prima cosa decidi il numero di Funzionalità del prodotto. Considera come possono reagire i clienti in ciascun mercato (USA, Asia, UE) alle funzionalità. In alcuni mercati possono spendere volentieri per funzionalità avanzate mentre in altri preferiscono funzionalità base e prezzi più bassi.

2. Qui stabilisci il prezzo e il budget per le promozioni

3. Questa tabella mostra il tuo risultato finanziario di budget a seguito delle decisioni di marketing.

In questo box puoi vedere da dove provengono i prodotti venduti.

Spunti di riflessione

Quando prendi le decisioni riguardo alle promozioni, considera i margini derivanti dalle vendite in quella area per quella determinata tecnologia. Ti consigliamo di aumentare le spese durante il lancio di un nuovo prodotto; tuttavia, nel medio - lungo periodo dovrai fare in modo di coprire le spese di promozione con i margini ricavati dalla vendita del prodotto introdotto.

Ricerca e Sviluppo

home decisioni risultati pianificazione team letture forum

Raccomandazioni Condizioni di mercato Domanda Produzione R&D Marketing Logistica Finanza Elenco delle decisioni

Sviluppo del prodotto

Sviluppo interno (k USD)

	ROUND IN CORSO	ULTIMO ROUND	INVESTIMENTO NECESSARIO PER LE NUOVE CARATTERISTICHE
Tech 1	1 000	0	N/A
Tech 2	0	0	33 481
Tech 3	0	0	108 246
Tech 4	0	0	61 991

Acquisto di licenze per tecnologia e design

		COSTO (K USD)
Tech 1	2 Caratteristiche aggiuntive	165 000
Tech 2	Nuova tecnologia + 5 caratter	370 000
Tech 3	Nessun nuovo acquisto	0
Tech 4	Nuova tecnologia + 5 caratter	700 000
Totale		1 235 000

Numero di caratteristiche

Legend: Round in corso (blue), Prossimo round (green)

Quando la barra raggiunge il livello massimo la tecnologia è disponibile per la produzione.

1. In queste celle puoi stabilire l'entità degli investimenti in Ricerca & Sviluppo per ogni tecnologia. Il sistema automaticamente ti indica quanto investire per sviluppare una nuova tecnologia o nuove funzionalità di una tecnologia già disponibile.
 Nell'esempio si decide di investire 5mUS\$ nella Tecnologia 1 in modo da avere una sola nuova funzionalità il prossimo round. Inoltre viene deciso un investimento di 214mUS\$ per sviluppare la Tecnologia 2 per averne a disposizione i prodotti base nel secondo.

2. Puoi anche decidere di incrementare il tuo know-how acquistandolo dall'esterno. Questa è una decisione make-or-buy in cui può essere utile confrontare i risultati economici delle alternative.

Spunti di riflessione

Gli investimenti in Ricerca & Sviluppo sono molto strategici e sono difficilmente calcolabili con modelli specifici, che rischiano di essere rigidi e poco affidabili. Ciò nonostante, quando consideri un investimento in nuove Funzionalità, considera i Clienti e se possono essere disposti a pagare per le funzionalità aggiuntive che proponi. Seguire i tuoi concorrenti non è la strada migliore, visto che potrebbero sbagliare investimento.

Finanza

Le decisioni finanziarie sono tipicamente le ultime che vengono considerate. Tutte le transazioni dei mercati finanziari sono gestite attraverso società del medesimo gruppo industriale. Puoi decidere sul pagamento dei dividendi, sull'aumento/diminuzione dei prestiti a lungo termine, sull'emissione di nuove azioni e sul loro riacquisto. Il sistema ti dà anche la possibilità di trasferire fondi tra le diverse società del gruppo. Potrai utilizzare i trasferimenti "intra-gruppo" quando avrai accumulato cospicue risorse finanziarie in Asia o Europa che possono essere rimpatriate e distribuite agli azionisti oppure se hai necessità di finanziare per piani di investimento.

The screenshot displays the 'Finanza' (Finance) section of the Cesim simulation. It is divided into several key areas:

- Decisioni finanziarie della società madre (k USD):** A table of financial decisions with input fields for long-term debt, interest rates, share emissions, and dividends.
- Flusso di cassa della società madre (k USD):** A detailed cash flow statement categorized into operating, investment, and financing activities.
- Patrimonio e passività (consolidato):** A bar chart comparing the balance sheet of the 'ultimo round' (previous round) and the 'Round in corso' (current round).
- Gestione della tesoreria:** A section for treasury management showing cash and debt levels for USA, Asia, and Europe.
- Decisioni di trasferimento:** Input fields at the bottom for transferring funds between regions (e.g., USA to Asia).

In questo grafico è visualizzata la situazione finanziaria della società. Ti consigliamo di mantenere approssimativamente uguale il valore del capitale di terzi (debiti) e di quello proprio.

1. In questi box puoi influire sulle leve finanziarie. Nell'esempio è stato deciso di pagare 20mUS\$ in dividendi e allo stesso tempo è stato deciso di riacquistare alcune azioni. Se la tua solvibilità è alta e hai abbastanza risorse finanziarie puoi decidere di riacquistare azioni. Nell'esempio, poiché è stato previsto un investimento produttivo in Asia nel round precedente, e saranno necessarie risorse per coprirlo, si è previsto di acquistare azioni per riverde. In alternativa si sarebbe potuto finanziare i piani di investimento contraendo alcuni prestiti a lungo termine per l'anno seguente.

2. In questo box puoi decidere se trasferire fondi tra i paesi. Il grafico mostra la situazione presente.

Spunti di riflessione

Mantenendo approssimativamente uguali il valore delle azioni e dei debiti puoi minimizzare il costo del tuo capitale. Il valore presente (NPV) dei tuoi flussi di cassa è tanto più alto quanto più basso è al costo del capitale.

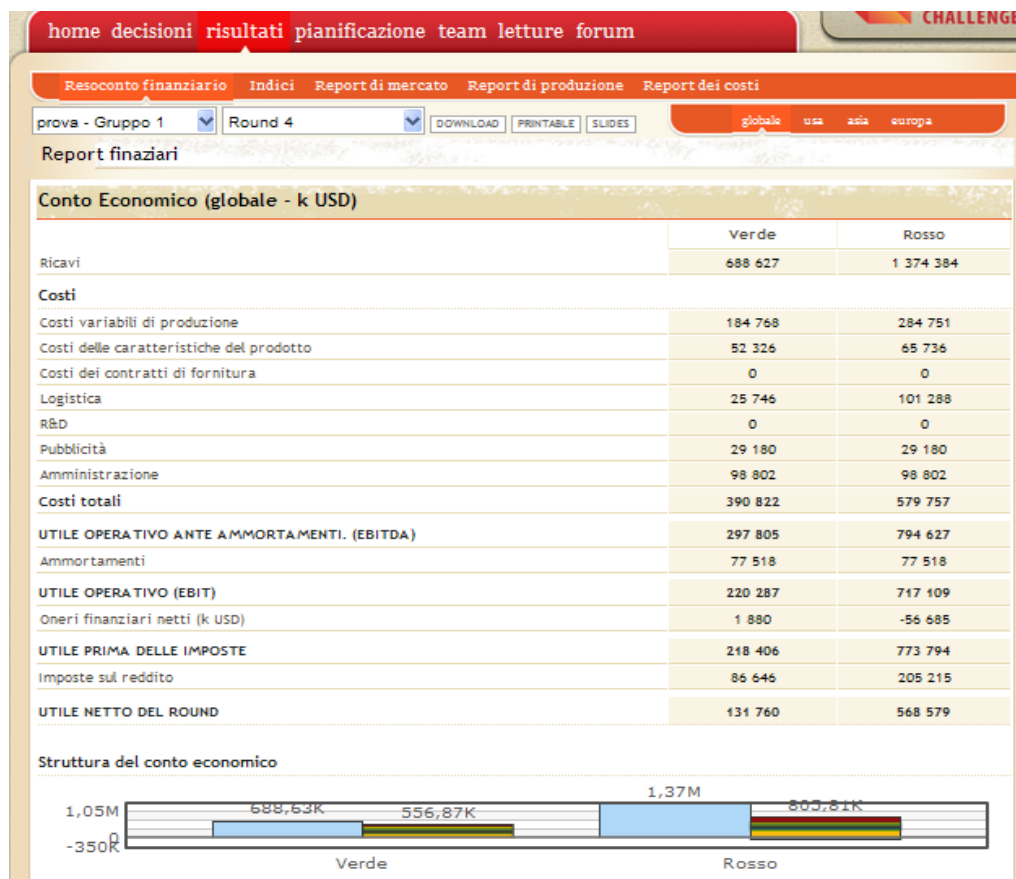
Budget

Le pagine relative al budget vengono automaticamente aggiornate dal sistema appena prendi una decisione. In questa sezione puoi seguire la profittabilità del gruppo complessivamente e di ciascuna area. È utile considerare queste pagine durante il round di pratica per acquisire familiarità con questi indicatori. Ma ricorda che la tua priorità è comunque di massimizzare gli utili, senza sacrificare la tua capacità di sviluppo futuro. Questo farà aumentare il valore delle azioni a prezzi favorevoli e renderà gli investitori felici!

Conto economico

In questo sistema tutti i costi di R&S e di marketing sono addebitati sul conto economico dell'anno in cui avviene l'esborso. Anche se questi sono per natura investimento a lungo-termine, sono anche investimenti rischiosi con un ritorno incerto. Seguendo un approccio scrupoloso nella contabilità, nell'esempio si è scelto di addebitare questi investimenti subito. Come conseguenza di ciò, il profitto per l'anno in corso potrebbe variare in considerazione dell'intensità degli investimenti in Ricerca e Sviluppo e marketing. È facile perdere consistenti somme di denaro avventurandosi in investimenti rischiosi.

La R&S viene implementata nel paese in cui hai insediamenti produttivi. Per es. se hai insediamenti solo in USA allora gli investimenti compariranno sullo stato Ricavi & Perdite degli USA. Quando hai insediamenti anche in Asia, gli investimenti di R&D vengono suddivisi tra i paesi in relazione al numero di fabbriche. Puoi trasferire i costi per caricare i costi di R&D in altre aree (Asia, Europa).



Stato patrimoniale

Tra le attività sono considerate le immobilizzazioni e gli equivalenti di cassa. La cassa si aggiorna automaticamente nel caso in cui la società superi le risorse disponibili. Per es. il denaro non utilizzato in investimenti o in transazioni finanziarie (pagamento debiti, riacquisto di azioni, pagamento dividendi). Le altre azioni vincolate, in questa simulazione, indicano la differenza tra prezzo di vendita e di riacquisto e il valore nominale dell'azione (10 US\$). Ad esempio, avendo fatto un riacquisto di 1,5 milioni di azioni a un prezzo medio approssimativo di 207 US\$, risulta che le azioni vincolate mostrano un perdita approssimativa di -295500 US\$, calcolato come: $(207 - 10) \times 1500000$.

I debiti di breve-periodo vengono concessi automaticamente se la società non genera sufficiente liquidità per condurre le attività.

Stato patrimoniale (globale - k USD)		
	Verde	Rosso
ATTIVO		
Immobilizzazioni	439 268	439 268
Cassa ed equivalenti	963 356	2 859 958
Crediti	26 512	52 914
Attivo totale	1 429 136	3 352 140
PASSIVITA' E PATRIMONIO NETTO		
Patrimonio netto		
Capitale sociale	340 000	340 000
Altro capitale vincolato	0	0
Profitto del round	131 760	568 579
Utile non distribuito	437 468	1 916 379
Totale patrimonio netto	909 228	2 824 958
Passività		
Debiti a lungo termine	509 789	509 789
Debiti a breve termine	0	0
Debiti	10 119	17 393
Passivo totale	519 908	527 182
Totale patrimonio netto e passivo	1 429 136	3 352 140

Stato patrimoniale (globale - k USD)		
3,2M	1,43M	1,43M
0		
	Verde	Rosso
	3,35M	3,35M

Immobilizzazioni	Crediti	Cassa ed equivalenti
Patrimonio netto	Debiti	Debiti a lungo termine
Debiti a breve termine		

Spunti di riflessione

Poiché l'obiettivo della simulazione è aumentare il valore delle azioni, presta attenzione allo Stato Patrimoniale.

Uno stato patrimoniale snello è preferibile. Se sarai in grado di generare lo stesso profitto con un bilancio ridotto significherà che hai utilizzato le tue risorse in modo efficace e che la fiducia degli investitori nelle tue capacità gestionali è stata ben riposta.



© Cesim Italia Srl
Viale Fulvio Testi, 223
20162 Milano, Italia
tel. +39 0266116364
www.cesim.com