

Analisi di un caso aziendale attraverso un business-game semplificato senza calcolatore

Premessa

In un nostro precedente scritto¹ abbiamo introdotto l'uso del business-game senza calcolatore quale strumento didattico per l'apprendimento di base dell'operatività di un sistema aziendale semplificato.

Dopo alcuni anni di sperimentazione presentiamo un approfondimento del modello, valido anche, in questa seconda stesura, per la razionalizzazione delle scelte concrete poste in essere nella realtà di alcune aziende tipiche di piccole dimensioni².

A tale fine abbiamo introdotto numerose modifiche allo schema originario, pur lasciando inalterate le basi teoriche su cui il modello si fonda.

1. Illustrazione del modello

Il modello consiste nel fornire a colui che partecipa all'*esperimento*, sia questi lo studente o l'operatore economico, una «rappresentazione formalizzata» dell'ambiente esterno in cui dovrà operare, sotto la forma di tabelle a doppia entrata che caratterizzano i vari mercati.

Inoltre vengono indicate le regole fondamentali di comportamento relative all'azienda-tipo considerata nel modello. La scelta dell'azienda-tipo è stata orientata da una duplice serie di motivi: in primo luogo doveva essere un'impresa con caratteristiche sufficientemente «particolari» e semplificabili in poche regole fondamentali; in secondo luogo è stato nostro intendimento scegliere un'impresa abbastanza «nuova» alle indagini conoscitive economico-aziendali.

Tale scelta, quindi, si è appuntata sull'impresa di somministrazione di cibi e bevande in pubblici esercizi e precisamente del tipo «ristoranti»: l'analisi, comunque,

¹ Cfr. GIANFRANCO CAPODAGLIO, *Un business-game senza calcolatore*, in Rivista Italiana di Ragioneria e di Economia Aziendale, settembre-ottobre 1973, n. 9-10, pag. 299 e seg.

² Per il raggiungimento di questo risultato mi sono avvalso della collaborazione del dott. Giorgio Battellani, al quale esprimo un vivo ringraziamento. Il modello è stato utilizzato come documento interno di aggiornamento dell'Associazione Ristoratori della provincia di Bologna.

è ugualmente applicabile ad altre imprese del settore quali mense, pensioni, ditte confezionatrici di pasti pronti, ecc.

2. L'ambiente. Il mercato di sbocco

L'ambiente in cui opera l'impresa in esame è caratterizzato da un mercato delle vendite in cui vige il regime della concorrenza monopolistica. In tale regime la curva di domanda di ciascuna impresa è un dato per l'imprenditore ed ha un andamento decrescente simile a quella del monopolista assoluto. L'imprenditore è libero di fissare il prezzo al quale vendere la propria merce o la quantità da immettere sul mercato. Una volta scelto uno dei due valori, l'altro risulterà automaticamente determinato. L'imprenditore operante in regime di concorrenza monopolistica (a differenza del monopolista assoluto) ha dei limiti di prezzo o di quantità determinati dalla presenza sul mercato di altri imprenditori in concorrenza con lui. La giustificazione di quanto sopra è abbastanza evidente: l'operatore economico - in questo caso il ristoratore - potrà scegliere se rivolgersi ad una clientela di élite ed allora avrà un numero di avventori minore, con un ricavo unitario superiore, ovvero ad una clientela di massa ed in tal caso dovrà inevitabilmente ribassare i prezzi.

I prezzi ed i quantitativi venduti, però, non sono senza limite: al contrario, esisteranno dei margini ben precisi alla libertà di manovra dell'imprenditore, derivanti dalla posizione geografica del proprio locale, dalle caratteristiche della clientela disponibile e dalla presenza più o meno marcata di concorrenti nelle vicinanze del locale.

Per poter operare i calcoli con la necessaria semplicità e rapidità, abbiamo presunto che il prodotto venduto possa essere misurato per mezzo di una particolare unità di misura: il pasto-tipo. Intendiamo con tale espressione l'insieme di cibi e bevande e servizi forniti mediamente a ciascun avventore. Data la particolare struttura dei costi di un medio ristorante, struttura che meglio esamineremo in seguito, il nostro assunto non si rivelerà particolarmente lontano dalla realtà.

3. Il processo produttivo - il mercato dei fattori

Per ottenere il prodotto finito (il pasto-tipo), il ristorante, che supponiamo sia già in possesso di una struttura tecnica ed organizzativa, deve anzitutto acquistare sul mercato delle materie prime i generi alimentari necessari al confezionamento del pasto-tipo. Per la determinazione delle caratteristiche di tale mercato, supponiamo che la decisione di acquistare un quantitativo più o meno elevato di materie incida sul prezzo di acquisto nel senso che a quantitativi maggiori corrispondono prezzi minori e viceversa.

Anche tale assunto è facilmente giustificabile con l'esperienza quotidiana delle vendite all'ingrosso, che, soprattutto per i generi alimentari deperibili, prevedono sconti maggiori per ordini di maggiore importanza.

Gli approvvigionamenti dovranno essere deliberati con particolare riguardo alla giacenza di magazzino che, da un lato comporta un immobilizzo di capitale, dall'altro però - come vedremo in seguito - può consentire risultati positivi mediante un'oculata gestione delle scorte.

Come abbiamo accennato, l'azienda ha un organico fisso di personale che risponde ad esigenze normali di produzione e vendita: in caso di incremento dell'attività l'imprenditore potrà decidere di aumentare l'organico ovvero di assumere manodopera avventizia che ha un costo per unità di lavoro minore, ma un rendimento in termini di produzione anch'esso minore. Il ciclo produttivo tiene conto di un periodo amministrativo pari ad un mese: le decisioni, cioè, vengono prese all'inizio di ciascun mese e non possono essere modificate prima dell'inizio del mese successivo.

Vediamo ora quali sono le decisioni che compongono la pianificazione di funzionamento dell'azienda per il periodo considerato.

Anzitutto l'imprenditore dovrà decidere il numero di pasti-tipo che intende somministrare ai propri avventori. A tal proposito è importante avvertire che, date le caratteristiche del mercato di sbocco, l'imprenditore è *sicuro* di vendere i quantitativi stabiliti al prezzo corrispondente: è questa una semplificazione del modello che però non ne inficia l'utilità: basterà immaginare che il locale operi soltanto «su prenotazione».

Ciò fatto si dovrà stabilire il quantitativo di generi alimentari da acquistare: in tal modo alla fine del mese il livello delle scorte di magazzino potrà risultare diminuito o aumentato.

Sia gli acquisti che le giacenze di magazzino vengono espresse nell'unità di misura pasti-tipo, intendendo ora con tale espressione quei quantitativi di generi alimentari necessari per confezionare i pasti-tipo agli avventori.

Riguardo il processo produttivo resta da aggiungere che oltre un certo livello di produzione, subentrano degli oneri accessori per consumi di energia e costi diversi di produzione.

4. Il fabbisogno finanziario

Date le caratteristiche del settore di cui ci occupiamo si suppone che tutti gli acquisti e tutte le vendite avvengano per pronta cassa: ciò forse in alcuni casi non è verosimile; pur tuttavia non sono infrequenti i ristoranti - per lo più di piccole dimensioni - in cui ciò avviene ed in ogni caso la semplificazione non comporta con-

sequenze negative sul piano applicativo. L'imprenditore, pertanto, deve controllare, prima di qualsiasi decisione, il livello della propria cassa: se è insufficiente, potrà essere incrementato mediante l'accensione di debiti.

I mezzi di finanziamento considerati sono due: un'apertura di credito a breve termine negoziabile all'inizio di ciascun mese sulla base del saggio corrente nel periodo, oppure un finanziamento a medio termine di durata superiore ai dodici mesi con un tasso agevolato, pari alla metà del saggio corrente di interesse in vigore nel periodo in cui viene stipulato il finanziamento: tale saggio - ovviamente - resterà in vigore per tutta la durata del mutuo.

5. Le informazioni relative all'ambiente

Oltre alle informazioni relative allo stato del sistema aziendale, quali il livello della cassa, del magazzino, dei debiti, l'organico di personale a disposizione ecc., l'imprenditore recepisce delle informazioni relative all'ambiente che lo circonda. Di esse abbiamo già esaminato quelle connesse con il mercato degli acquisti e delle vendite: ora consideriamo le informazioni sul mercato finanziario e sull'andamento dell'intero sistema macroeconomico in cui l'azienda vive ed opera.

Le prime riguardano essenzialmente il tasso d'interesse corrente per ciascun periodo, che verrà comunicato di volta in volta all'inizio di ogni mese. Le seconde sono condensate in un «indice congiunturale» che esplica la sua influenza sul mercato delle vendite e su quello degli acquisti.

Esso ha tre diversi gradi: debole, medio e forte; passando dal primo ai successivi, sul mercato delle vendite a parità di prezzo sarà possibile vendere un numero di pasti-tipo via via maggiore e sul mercato degli acquisti a parità di quantitativo acquistato il prezzo sarà sempre più elevato.

6. Le decisioni

Il numero di pasti-tipo da immettere sul mercato nel mese verrà stabilito sulla base di un calcolo di convenienza elaborato mediante un preventivo economico che tenga conto di tutte le variabili del sistema. L'informazione relativa alle condizioni del mercato di sbocco è data dalla tavola 1. In essa sono elencati i quantitativi vendibili per ciascun prezzo di vendita e per ciascun grado di congiuntura. Il numero massimo e quello minimo di pasti-tipo somministrabili per ciascuna congiuntura segnano i limiti alla discrezionalità dell'imprenditore (salvo casi particolari che vedremo in seguito).

MERCATO DELLE VENDITE
TAVOLE DEI COEFFICIENTI DI MERCATO
N° DI PASTI - TIPO VENDUTI PER OGNI PREZZO

Prezzo del pasto - tipo	N° di pasti - tipo somministrabili		
	Congiuntura forte	Congiuntura media	Congiuntura debole
15.000	709	-	-
14.000	850	-	-
13.000	1.300	900	-
12.000	1.450	1.200	950
11.500	1.650	1.350	1.050
11.000	2.000	1.600	1.200
10.000	2.200	1.900	1.600
9.500	2.500	2.100	1.750
9.000	2.800	2.400	2.100
8.500	3.000	2.750	2.350
8.000	3.100	2.900	2.600

Tavola 1

In ciascun periodo l'imprenditore potrà *acquistare un quantitativo di generi alimentari* minore, uguale o maggiore di quello necessario per confezionare i pasti destinati alla vendita: ovviamente l'eventuale differenza inciderà sul livello di magazzino.

Nella tavola 2 sono indicati i prezzi ai quali è possibile acquistare i generi alimentari per ciascun grado di congiuntura.

La curva caratteristica del mercato delle vendite, rappresentata per ciascun grado di congiuntura dalla tavola 1, può essere influenzata dall'imprenditore mediante il sostenimento di una campagna pubblicitaria con un costo di L.2.000.000. L'effetto di tale iniziativa è rappresentato dallo spostamento, valevole per il mese successivo a quello nel quale è stato sostenuto il costo della pubblicità, della colonna delle vendite per ciascun prezzo ad un grado di congiuntura più elevato. Ovviamente nel caso in cui nel periodo successivo a quello nel quale si è sostenuto il costo pubblicitario il grado di congiuntura sia già quello massimo, l'azione pubblicitaria non avrà alcun effetto. È pertanto questa una politica di stimolo del mercato valida soltanto se si presume un futuro andamento in ribasso del grado di congiuntura.

Nella prima colonna della tavola 2 sono indicati gli scaglioni di quantità per i quali è valevole ciascun prezzo.

MERCATO DELLA MATERIA PRIMA
TAVOLE DEI COEFFICIENTI DI MERCATO
PREZZO DI ACQUISTO DELLA MERCE IN RAGIONE DELLA QUANTITA' DOMANDATA

Approvvigionamenti in n° di pasti-tipo acquistabili nel mese	Prezzo di acquisto del pasto-tipo in lire		
	Congiuntura forte	Congiuntura media	Congiuntura debole
700-760	5.050	4.800	4.650
761-850	4.950	4.700	4.550
851-1200	4.850	4.600	4.450
1201-1800	4.750	4.500	4.350
1801-2200	4.650	4.400	4.250
2201-2700	4.350	4.100	3.900
2701-3100	4.000	3.750	3.500

Tavola 2

Per quanto riguarda la *manodopera*, si suppone che l'organico sia composto di 6 unità di personale al servizio con salario mensile al lordo di tutti gli oneri di L.650.000 ciascuno, con un esborso quindi di complessive L.3.900.000. Si dovrà inoltre assumere manodopera avventizia con salario mensile lordo di L.500.000 per ciascuna unità se la produzione e vendita supererà le seguenti quantità:

- Sino a 1000 pasti-tipo/mese nessun avventizio;
- Per produrre sino a 1400 pasti-tipo sono necessari due avventizi;
- Per produrre sino a 1800 pasti-tipo sono necessari tre avventizi;
- Per produrre oltre 1800 pasti-tipo sono necessari cinque avventizi.

L'imprenditore potrà però decidere di assumere manodopera fissa (che si suppone non più licenziabile) con il salario lordo di L.650.000 mensili. Ogni unità aggiuntiva di manodopera fissa coprirà il lavoro di due unità di lavoratori avventizi.

Come abbiamo già accennato, se si supereranno dei limiti di produzione, sarà necessario sostenere degli oneri aggiuntivi di spese generali e costi diversi per i seguenti importi:

- Sino a mille pasti-tipo, nessun onere aggiuntivo;
- Sino a 1500 pasti tipo, oneri per L.120.000/mese;
- Sino a 1900 pasti tipo, oneri per L.200.000/mese;

- Oltre 1900 pasti tipo, oneri per L.300.000/mese.

Esistono inoltre dei costi che l'azienda dovrà sostenere indipendentemente dal suo livello di produzione. Essi sono:

- fitti passivi per un canone mensile di L.400.000;
- stipendio dirigenti per L.1.800.000 mensili lorde;
- costi generali d'amministrazione e costi diversi per L.1.000.000 mensili;
- interessi passivi calcolati al saggio d'interesse vigente per i debiti a breve contratti;
- interessi passivi su mutui al saggio preconcordato all'atto della stipulazione;
- ammortamenti tecnici pari a L.500.000 mensili su un valore iniziale di immobilizzazioni tecniche nette di L.60.000.000.

7. Lo stato iniziale del sistema

L'impresa ha la seguente situazione patrimoniale iniziale:

Cassa: L.10.000.000. Tale livello si decrementa all'inizio di ciascun mese per il sostenimento di tutti i costi che comportano un'uscita (si suppone infatti che gli scambi avvengano «a pronti») o per l'eventuale rimborso di debiti. Si incrementa all'inizio di ciascun periodo per l'eventuale accensione di nuovi debiti, di un importo pari al valore del debito diminuito degli interessi calcolati per un mese. Si incrementa alla fine di ciascun periodo per i ricavi. È questa una semplificazione del modello: è noto infatti che le entrate per ricavi si susseguono giorno per giorno in questo tipo di azienda. È vero altresì che, essendo in sede di pianificazione di funzionamento, dato che gli acquisti e gli altri costi con uscite relative all'intero periodo mensile devono essere effettuati, per espressa condizione del modello, all'inizio di ciascun periodo, senza poter contare sull'afflusso di ricavi, questi ultimi, pur intervenendo giorno per giorno esplicano la loro funzione finanziaria con effetto alla fine del periodo considerato.

Giacenze di magazzino: L.15.000.000. Quantitativamente esprimibili in n.3260 pasti-tipo. La valorizzazione del magazzino, viene effettuata per semplicità di calcoli con un criterio FIFO irregolare: si valorizza, cioè, il quantitativo delle giacenze sulla base dell'ultimo prezzo di acquisto. In questa prima fase, pertanto, si è preso come valore unitario dei generi necessari al confezionamento del pasto-tipo il prezzo di L.4.600, corrispondente ad un valore intermedio fra quelli esistenti sul

mercato, in congiuntura media. Il funzionamento del magazzino materie prime³ comporta nel modello alcune semplificazioni che possono talora far discostare il modello medesimo dalla realtà. In particolare si presume che tutti i generi alimentari acquistati siano egualmente e facilmente conservabili nell'arco del periodo considerato.

Investimenti tecnici netti: L.60.000.000. In tale valore sono compresi tutti gli investimenti in beni strumentali dell'azienda al netto dei fondi di ammortamento pregressi. Il periodo residuo di ammortamento viene indicato in 10 anni con quote costanti di L.6.000.000 per anno, che corrispondono a L.500.000/mensili. Alla fine di ciascun periodo la quota calcolata andrà a diminuire il valore degli investimenti: si applica cioè il calcolo degli ammortamenti con il metodo «diretto». Gli investimenti in beni strumentali possono essere aumentati mediante l'acquisto di un deposito per materie prime che comporta un esborso di 36 milioni di lire, ammortizzabili in trenta anni con una quota annua di L.1.200.000 pari a L.100.000 mensili. Tale investimento provocherà una possibilità di immagazzinare un quantitativo superiore di materie prime con la conseguenza che gli acquisti di generi alimentari potranno essere raddoppiati in quantità: in tal caso il prezzo relativo verrà scontato del 10%.

Debiti a breve: L.25.000.000. Come già precedentemente accennato, tali debiti servono per il finanziamento corrente della gestione: possono essere aumentati o diminuiti all'inizio di ciascun mese. In caso di aumento si dovrà scontare l'importo dell'entrata di cassa dell'ammontare degli interessi, calcolati per il periodo. Tali interessi, infatti, si pagano anticipatamente in ciascun mese di riferimento. Ovviamente nel caso di rimborso di parte del debito gli interessi per il mese in corso verranno calcolati sul valore residuo.

Mutuo a medio termine: Si suppone che nel primo periodo di riferimento non siano stati contratti crediti a medio termine. Come già accennato precedentemente è possibile stipulare un mutuo per un qualsiasi importo con l'agevolazione di un tasso pari alla metà del tasso vigente nel periodo all'inizio del quale il mutuo viene contratto e fisso per tutta la durata, che si considera sempre di diciotto mesi. Anche in questo caso gli interessi andranno pagati all'inizio di ciascun mese sull'intero valore del prestito.

³ È appena il caso di notare che, date le caratteristiche dell'azienda, non esiste magazzino del prodotto finito.

Capitale proprio : L.60.000.000. Si suppone che l'azienda sia stata dotata, sino al periodo in cui inizia la pianificazione, di un capitale proprio di L.60.000.000. Il capitale proprio viene incrementato alla fine di ciascun periodo degli utili conseguiti e decrementato dalle perdite sofferte. A tal proposito è necessario porre in evidenza che sugli utili conseguiti grava l'onere fiscale secondo la seguente tabella riferita all'utile di ogni anno. Nell'ambito del mese di riferimento (che per il primo periodo della programmazione sarà il mese di gennaio) occorre tener presente che l'utile calcolato è al lordo delle imposte, che verranno determinate alla fine del dodicesimo periodo ed imputate all'esercizio mediante le costituzioni di un fondo spese future.

Scaglione di imponibile	Aliquota	Imposta			Aliquota media sull'imponibile	
fino a 3 milioni	10%	sullo scaglione	300.000	su 3 milioni	300.000	10,0000%
da 3 a 4 milioni	13%	"	130.000	" 4 "	430.000	10,7500%
da 4 a 5 milioni	16%	"	160.000	" 5 "	590.000	11,8000%
da 5 a 6 milioni	19%	"	190.000	" 6 "	780.000	13,0000%
da 6 a 7,5 milioni	22%	"	330.000	" 7,5 "	1.110.000	14,8000%
da 7,5 a 9 milioni	25%	"	375.000	" 9 "	1.485.000	16,5000%
da 9 a 11 milioni	27%	"	540.000	" 11 "	2.025.000	18,4091%
da 11 a 13 milioni	29%	"	580.000	" 13 "	2.605.000	20,0385%
da 13 a 15 milioni	31%	"	620.000	" 15 "	3.225.000	21,5000%
da 15 a 17 milioni	32%	"	640.000	" 17 "	3.865.000	22,7353%
da 17 a 19 milioni	33%	"	660.000	" 19 "	4.525.000	23,8158%
da 19 a 22 milioni	34%	"	1.020.000	" 22 "	5.545.000	25,2045%
da 22 a 25 milioni	35%	"	1.050.000	" 25 "	6.595.000	26,3800%
da 25 a 30 milioni	36%	"	1.800.000	" 30 "	8.395.000	27,9833%
da 30 a 35 milioni	38%	"	1.900.000	" 35 "	10.295.000	29,4143%
da 35 a 40 milioni	40%	"	2.000.000	" 40 "	12.295.000	30,7375%
da 40 a 50 milioni	42%	"	4.200.000	" 50 "	16.495.000	32,9900%
da 50 a 60 milioni	44%	"	4.400.000	" 60 "	20.895.000	34,8250%
da 60 a 80 milioni	46%	"	9.200.000	" 80 "	30.095.000	37,6188%
da 80 a 100 milioni	48%	"	9.600.000	" 100 "	39.695.000	39,6950%
da 100 a 125 milioni	50%	"	12.500.000	" 125 "	52.195.000	41,7560%
da 125 a 150 milioni	52%	"	13.000.000	" 150 "	65.195.000	43,4633%
da 150 a 175 milioni	54%	"	13.500.000	" 175 "	78.695.000	44,9686%
da 175 a 200 milioni	56%	"	14.000.000	" 200 "	92.695.000	46,3475%
da 200 a 250 milioni	58%	"	29.000.000	" 250 "	121.695.000	48,6780%
da 250 a 300 milioni	60%	"	30.000.000	" 300 "	151.695.000	50,5650%
da 300 a 350 milioni	62%	"	31.000.000	" 350 "	182.695.000	52,1986%
da 350 a 400 milioni	64%	"	32.000.000	" 400 "	214.695.000	53,6738%
da 400 a 450 milioni	66%	"	33.000.000	" 450 "	247.695.000	55,0433%
da 450 a 500 milioni	68%	"	34.000.000	" 500 "	281.695.000	56,3390%
da 500 a 550 milioni	70%	"	35.000.000	" 550 "	316.695.000	57,5809%
oltre 550 milioni	72%					

Si deve inoltre calcolare un'imposta locale pari al 15% del reddito.

8. Conclusione ed esempi

A questo punto l'operatore economico — o lo studente — ha tutte le informazioni necessarie a prendere le decisioni ed a «simulare» l'attività della propria azienda. Per avviare il lettore nell'attività gestionale simulata, riportiamo qui di seguito un esempio di scelte operative.

Esempio - Mese di gennaio.

Viene comunicato il saggio d'interesse vigente per il mese di gennaio pari al 12% annuo ed il grado di congiuntura: *debole*.

Decisioni

- Decidiamo di somministrare n.950 pasti-tipo al prezzo unitario di L.12.000.
- Tenuto conto della scarsa conoscenza del sistema aziendale (è soltanto il primo periodo di nostra gestione) decidiamo di lasciare inalterato il livello di generi alimentari nel magazzino ed acquistiamo pertanto n.950 pasti-tipo ad un prezzo unitario di L.4.450.
- Lasciamo inalterato il livello del debito, per cui paghiamo un interesse nel mese di L.250.000.
- Non operiamo alcuna campagna pubblicitaria.
- La produzione prevista non comporta l'assunzione di manodopera avventizia, né il sostenimento di oneri accessori.

A questo punto possiamo elaborare il seguente conto economico:

Ricavi di vendita		11.400.000
<i>Rimanenze iniziali di materie prime</i>	15.000.000	
<i>Acquisti di materie prime</i>	4.227.500	
<i>Rimanenze finali di materie prime (*)</i>	(14.510.869)	
Consumi di materie		4.716.631
Costi del personale		3.900.000
Stipendi dirigenti		1.800.000
Costi generali e di amministrazione		1.000.000
Ammortamento		500.000
TOTALE		11.916.631
Risultato operativo		(516.631)
Interessi passivi		250.000
Perdita netta		(766.631)

(*) La valorizzazione dei 3260 pasti-tipo giacenti in magazzino è stata fatta sulla base del prezzo di L. 4.450 relativo all'ultimo acquisto

La nuova situazione patrimoniale è la seguente:

ATTIVO		
Cassa		10.222.500
Magazzino		14.510.869
Immobilizzazioni tecniche nette		59.500.000
TOTALE ATTIVO		84.233.369
PASSIVO		
Debiti a breve		25.000.000
NETTO		
Capitale netto precedente	60.000.000	
- perdita d'esercizio	(766.631)	59.233.369
TOTALE A PAREGGIO		84.233.369

A questo punto l'esempio è terminato. Lasciamo ai lettori trarre le conclusioni relative al risultato economico particolarmente negativo. Le decisioni prese avrebbero potuto essere assai diverse, con risultati altrettanto differenti. Non resta che iniziare un nuovo ciclo di decisioni ed azioni proponendo ogni volta un grado di congiuntura ed un saggio d'interesse diversi dai precedenti.

Ovviamente chi decide i dati esogeni al sistema aziendale (ossia il tasso d'interesse e la congiuntura) deve essere una persona diversa da colui che attua le decisioni del «gioco aziendale». L'unico consiglio che ci sentiamo di dare al «direttore» del gioco è che l'andamento della congiuntura e del saggio d'interesse non sia dettato dal mero caso, ma invece venga determinato secondo una logica macroeconomica ben precisa.

È noto infatti come il tasso di interesse può essere manovrato dal potere centrale di un sistema economico con la conseguenza di provocare effetti inflazionistici o deflazionistici nell'intero mercato. È ovvio pertanto che la congiuntura e saggio d'interesse sono due variabili che si inseguono in un processo continuo di causa-effetto nel quale spesso può ravvisarsi un criterio informatore generale di politica economica.

Ciò è particolarmente importante per dare agli operatori della «gestione simulata» una base logica su cui fondare le proprie decisioni.