

Aprende crea y gestioná

Tu empresa en la UCA



Guía



"No hay dos crisis separadas, una ambiental y otra social, sino una sola y compleja crisis socio-ambiental."...

S.S. Francisco

Vení...

DESAFIALO EN LA UCA.

CARACTERÍSTICAS DE LA COMPETENCIA

La competencia **DesafiAR UCA** consiste en un juego de Simulación donde cada equipo deberá gestionar un negocio tomando decisiones relacionadas con los ámbitos de la producción, la comercialización y las finanzas. Está destinado a alumnos de 3ro, 4to, 5to y 6to años de colegios secundarios de Argentina.

Los participantes forman grupos de trabajo de 4 a 5 personas para administrar una empresa en una industria determinada. Se agruparán en sectores de 10 equipos que competirán entre sí como empresas del mismo mercado.

El plazo total considerado para la simulación es dividido en periodos iguales, cada uno de los cuales comprenden un ciclo de operación de la empresa de un trimestre, es decir, que por cada ronda de decisiones transcurren 3 meses en la vida de la empresa.



En función del desempeño de cada equipo se le asignará un puntaje (que se visualizará en la pantalla del juego) para evaluar los equipos de cada sector. En cada periodo se suministrará al equipo un puntaje que evalúa todos los periodos jugados. El equipo ganador de cada sector será el que al finalizar todos periodos obtenga el mayor puntaje.

La inscripción es gratuita por equipo y todos los equipos inscriptos participarán de la competencia de forma virtual. En cada etapa se le asignará a cada equipo una empresa que competirá con otras 9 empresas.

Al momento de inscribirse se le pedirá un usuario y contraseña a cada equipo para ingresar al sitio donde gestionará su empresa (es importante que no lo olvide). Los equipos dispondrán de una semana por cada periodo para tomar las decisiones, pudiendo entrar al juego todas las veces que deseen y cambiar a gusto tantas veces como consideren necesarias las decisiones dentro de esa semana.

Luego los equipos que obtengan mejor desempeño al finalizar la etapa pasarán a la siguiente etapa, es decir, de esos 10 equipos que compiten entre sí los que posean puntaje más alto serán los ganadores.

Nuestra propuesta...

La **Responsabilidad Social Empresarial (RSE)** es el fenómeno voluntario que busca conciliar el crecimiento y la competitividad, integrando al mismo tiempo el compromiso con el **desarrollo social y la mejora del medio ambiente**.

La creciente preocupación de la sociedad sobre los problemas de carácter ético, ambiental y social, hace que las empresas traten de abordarlos en profundidad, adquiriendo un compromiso permanente con todos los grupos de interés.

Esta inversión no es obligatoria, pero acciones de este estilo impactan positivamente en la imagen de la empresa percibida por la sociedad.



INTRODUCCIÓN

Al iniciar la competencia los equipos dispondrán de un escenario económico para analizar que les informará sobre el producto a comercializar, la industria del mismo y el mercado donde competirán.

El juego posee 4 estacionalidades al año que modifican la demanda. La demanda también está afectada por el aumento de la industria provocada por las inversiones en marketing de los competidores, variación de la actividad económica, inflación, entre otras variables económicas.

Cada equipo tendrá a disposición informaciones para la capacitación y ayuda en la toma de decisiones:

- ✓ informaciones de mercado (de las empresas competidoras).
- ✓ información de la economía actual (inflación, estacionalidad, aumento de la industria, etc).
- ✓ los Estados Contables de la empresa: Balance General, Estado de Resultados, Estado de Flujo de Caja (Cash Flow).

El presupuesto de la empresa está formado por la caja y la línea de crédito. Si se necesita gastar más que la caja de la empresa se utilizará automáticamente la línea de crédito con el banco. En caso de que se desee aumentar la caja se deberá pedir un préstamo al banco el cual será recibido en el próximo período y se pagará en 4 cuotas (una por periodo).

Si al finalizar el trimestre, la empresa no alcanza a cubrir los gastos del período se activará un préstamo de corto plazo con intereses más elevados. Este se deberá pagar en una sola cuota al finalizar el siguiente periodo. Si el préstamo de corto plazo no alcanza para suplir la deuda la empresa se declara en quiebra y queda eliminada de la competición. Otra forma de quedar fuera del juego es no enviando las decisiones en los tiempos pre-establecidos.

Tendrán que trabajar en las siguientes áreas:

PRODUCCIÓN

Como actividades fundamentales, las empresas deberán decidir cuánto van a producir en el periodo corriente, cuantos insumos comprar para el siguiente, qué inversiones realizar para aumentar la calidad, cuanto invertir y en que medios de publicidad, la estrategia de precios y qué acciones de RSE realizar.

A la hora de **producir** se deberá tomar en consideración cuanto se pretende vender, cuanto se puede producir y la necesidad de usar horas extras. Al usar horas extras, su empresa puede producir hasta 20% más, a un costo de mano de obra 50% más alto.

INSUMOS DE PRODUCCIÓN

Los *insumos de producción*, comprados en un período, sólo serán entregados en siguiente. Aun así, es un gasto que sale del presupuesto en el período en que la compra es hecha. Además del costo de cada insumo existirá un gasto de transporte asociado a la compra.

Existen 4 tipos de insumos que posee el proveedor, cada uno con un respectivo costo y calidad asociada:

- ✓ **Insumos “económico”**: Se busca comprar buenos insumos pero que no resulten muy costosos para lograr un producto de bajo costo.
- ✓ **Insumos de calidad “estandar”**: Se compran los insumos con una relación precio-calidad promedio exceptuando el chocolate que es de primera calidad, considerando que es el ingrediente fundamental en la preparación del producto.
- ✓ **Insumos de calidad “premium”**: Corresponden a los mejores insumos que dispone el mercado. Se busca tener la mejor calidad de producto.
- ✓ **Insumos de proveedor “sustentable”**: Se eligen proveedores reconocidos por seguir prácticas laborales sustentables, asumir responsabilidades por los impactos ambientales provocados por su actividad y comprometerse con el desarrollo social.

PRECIO

A la hora de decidir el *precio* cuentan con dos herramientas para aumentar la demanda de su empresa: *política de descuento* y *ventas a plazo*.

Usted puede otorgar *descuentos* con el objeto de estimular las ventas en rondas de baja demanda (período de baja estacionalidad). El descuento se aplicará apenas en dos días a la semana, de esta manera, se evitar que la empresa se convierta en una empresa de descuentos.

Ejemplo: Si el precio de su producto es \$50 y quiere cobrar \$40 en períodos de baja estacionalidad, tendrá que escribir 20 en el ítem ‘% descuento’.

El porcentaje de *ventas a plazo* representa cuantas ventas (respecto la demanda generada) se van a permitir cobrar en el periodo siguiente a la venta. Los clientes que compran a crédito

representan una demanda importante ya que el plazo es un incentivo para la compra de un determinado producto. Las ventas realizadas a crédito serán procesadas como ventas del período, pero el ingreso monetario de las mismas se dará en el período siguiente. Los intereses de esta modalidad de venta son utilizados para pagar la gestión de este servicio, con lo cual el monto recibido es similar a una venta realizada al contado.

Se debe tener cuidado ya que los plazos prolongados pueden causar problemas de flujo de caja si no existen las debidas fuentes de financiamiento.

Las ganancias obtenidas en un periodo dado pueden permanecer en la empresa para futuras inversiones o pueden *distribuirse* una parte de la misma a sus propietarios siempre y cuando ellas se obtengan en el período en que se desean distribuir, y que su endeudamiento de corto plazo (cuentas a pagar + préstamos - cuentas a recibir) sea inferior a 50% del Patrimonio Neto o si el Patrimonio Neto es negativo.

DIRECCIÓN

- ✓ **Investigación y desarrollo (ID):** Esto es importante por el potencial de reducción de costos que se puede obtener a través de la agregación de nuevas técnicas y tecnologías, y para el desarrollo de nuevas líneas de productos o mejora de las existentes. Afecta directamente la calidad del producto.
- ✓ **Inversiones en aumento de capacidad productiva:** Para mantener o aumentar la capacidad de producción es necesario realizar nuevas inversiones en la unidad fabril. Al planear sus inversiones en la unidad de producción, recuerde que la depreciación de los Equipamientos es de 2,5% por trimestre.
- ✓ **Distribución de las ganancias:** Las ganancias obtenidas en un periodo dado pueden permanecer en la empresa para futuras inversiones o puede distribuirse una parte de las mismas a sus propietarios, siempre y cuando ellas se obtengan en el período en que se desean distribuir, y que su endeudamiento de corto plazo (cuentas a pagar + préstamos - cuentas a recibir) sea inferior a 50% del Patrimonio Neto.

PACKAGING O EMPAQUE

El Packaging o Empaque es un recipiente o envoltura que contiene productos de manera temporal principalmente para agrupar unidades de un producto pensando en su manipulación, transporte y almacenaje.

Otras funciones del packaging son: proteger el contenido, facilitar la manipulación, informar sobre sus condiciones de manejo, requisitos legales, composición, ingredientes, etc. Dentro del establecimiento comercial, el embalaje puede ayudar a vender la mercancía mediante su diseño gráfico y estructural.

Se disponen de 4 tipos de empaques para elegir:

- **Compuesto “Plástico”:** El envoltorio es un compuesto de aluminio y plástico PEBD (Poliétileno de Baja Densidad). Película brillante y flexible al tacto. Con su reducido espesor se obtiene más empaque por kilo, lo cual es algo que abarata mucho los costos. El diseño gráfico es sencillo con la imagen del producto y marca de la empresa.
- **“BOPP”:** Envoltorio de BOPP (polipropileno biorientado). Es una película de polipropileno con un revestimiento que permite que sea termo sellado. Su característica principal es la barrera de protección que ofrece para evitar la entrada o salida de humedad. Por lo que sus aplicaciones se orientan principalmente al mercado masivo de galletas, snaks, chocolates, alfajores, caramelos y también etiquetas.
- **BOPP “Metalizado”:** Variante de envoltorio de BOPP que permiten lograr un envasado de alta calidad mejorando el impacto visual. Tipo metalizada para mejorar la capacidad de protección. Alta resolución de imagen en el empaque.
- **Empaque “Ecológico”:**
Se empleara un packaging especial compuesto con él con el 90 % material reciclable, de esta forma se busca que el *impacto ambiental sea el mínimo posible*.

PUBLICIDAD

Los gastos en publicidad son esenciales para que su empresa pueda aumentar su participación en el mercado. Cuanto más se gasta en las diversas modalidades disponibles, más tiende a expandirse el mercado y los clientes van a preferir su marca a la de los competidores. Los cinco principales medios publicitarios son **prensa, radio, televisión, publicidad en exteriores e Internet**.

SEGUROS

En la sección de seguros podrá tomar decisiones acerca del seguro patrimonial y del seguro de transporte.

- ✓ **Seguro patrimonial:** Pretende el resarcimiento de un daño patrimonial sufrido por el asegurado. El mismo puede producirse por una destrucción o deterioro de un bien concreto (seguro de daños en las cosas), por frustración de unas fundadas expectativas legítimamente esperadas (seguro de lucro cesante) y por una disminución del patrimonio (seguro de patrimonio). La modalidad del seguro es de primer riesgo absoluto que simplifica la reclamación de una indemnización en caso de siniestro o robo. Con los seguros a primer riesgo se asegura un determinado valor hasta el cual el asegurado queda cubierto, independientemente del valor total. Se podrán elegir entre 3 planes disponibles con diferentes límites de cobertura.
- ✓ **Seguros de transporte:** Los vehículos de la empresa transportan el producto de la fábrica a clientes minoristas. Se puede contratar de forma opcional una cobertura básica por daños de mercadería la cual cubre daños por choque, vuelco del vehículo transportador, derrumbe, caída de árboles o postes, incendio, explosión, rayo, huracán, ciclón, tornado, inundación, aluvión o alud.

BANCO

El presupuesto de la empresa está formado por la caja de la empresa más los ingresos proyectados de las ventas, más los ingresos pendientes por la venta de productos a plazo y más el pedido de préstamo con el banco.

Si el presupuesto actual no alcanza para cubrir los costos de la empresa, se recomienda que la misma solicite un préstamo pre-acordado con el banco. Este valor entrará en la caja de la empresa en el período que se solicite, aumentando el presupuesto. Este préstamo es de corto plazo y se paga en cuatro cuotas, siendo la primera en el trimestre siguiente a su recepción.

En el caso de no contar con los fondos suficientes para liquidar los gastos totales del periodo, el banco otorga un adelanto transitorio en efectivo que acredita en la cuenta corriente por el monto faltante. Este se liquida automáticamente y no necesita ser solicitado al banco.

EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO

Los criterios que se toman en cuenta para evaluar el desempeño de los equipos corresponden a 10 indicadores ponderados, que a su vez están agrupados en 4 categorías: desempeño económico financiero, operacional, de mercado y en imagen empresarial. Tales indicadores son:

1 - Porción de mercado - Ingreso

Ventas de la empresa en unidades monetarias.

2 – Porción de mercado - Cantidad

Ventas absolutas de la empresa en unidades.

3 – Resultado Económico

Monto de la Pérdida o Ganancia generada

4 - Distribución de Ganancias

Monto de los lucros distribuidos acumulados de la empresa.

5 – Rentabilidad

Utilidad Neta dividida por el Patrimonio Neto de la empresa

6 – Responsabilidad Social

Imagen social basada en inversiones en RSE y cuidados del medio Ambiente.

7 - Gerencia de ventas

Cantidad de Ventas divididas por el mercado potencial generado.

8 - Gerencia de inventarios

Costo total de inventarios (productos e insumos) divididos por el ingreso de ventas.

9 - Gerencia de costos de producción

Comparación de los costos unitarios de producción

10 - Gerencia de marketing

Suma de los gastos en marketing dividido por las ventas

11 - Gerencia de capacidad

Unidades producidas divididas por el costo de la mano de obra

Desempeño
de Mercado

Desempeño
Económico
Financiero

Desempeño
en Imagen
Empresarial

Desempeño
Operacional

MANUAL DE LA COMPETENCIA

Si desea obtener más información puede acceder a nuestra web para descargar el Manual del Juego y acceder a la versión Demo para ir entendiendo la plataforma del juego. A su vez se recomienda que nos sigan en el Facebook del evento donde podrán realizar consultas sobre el juego y seguir paso a paso la competencia.

WEB: www.desafiar.com.ar/desafiar-uca/