



REGLAMENTO DE PARTICIPACIÓN

Competencia de simulación por equipos

- 1) Fechas.
- 2) Participantes.
- 3) Descripción del programa.
- 4) Inscripción.

1) Fechas

Taller y competencia: 3 reuniones

1ª reunión: Presentación del programa. Taller donde se les explica las características del simulador, el uso de reportes, gráficos y tablas – Viernes 31/8 a las 17 horas.

2ª reunión: Taller donde se analizan las estrategias vinculadas a marcos conceptuales, objetivos y presupuestos, entre otras cuestiones teóricas y prácticas – Viernes 7/9 a las 17 horas.

3ª reunión: Simulación y competencia con un caso ficticio – Viernes 21/9 a las 17 horas.

2) Participantes

La simulación se desarrollará en equipos de cuatro participantes cada uno, matriculados en este Consejo Profesional, con la posibilidad de incorporar un estudiante como máximo (que se encuentre cursando carreras afines a las Ciencias Económicas), quienes ocuparán distintos roles a lo largo de la competición.

Perfil de los participantes

- Contadores Públicos, Licenciados en Administración, Licenciados en Economía, Actuarios u otra profesión registrable en esta Institución.
- Estudiantes de carreras afines a las Ciencias Económicas (máximo uno).
- Mayores de 18 años.
- Conocimientos básicos del idioma inglés.
- Buena predisposición para trabajar en equipo.

3) Descripción del programa

El software Brand Management Mini Microworld es desarrollado por la empresa inglesa Strategy Dynamics.

¿Qué es un simulador?

Un simulador actúa sobre un caso de estudio en vivo en el cual el computador determina los efectos de sus decisiones. El participante analiza

una situación y decide cómo actuar. Sirve como un laboratorio de aprendizaje, en el cual uno podrá practicar y aplicar los conceptos enseñados durante su carrera o experiencia profesional.

Simulador Brand Management

En esta simulación, los equipos intentan crear y mantener ventas y rentabilidad para una marca de consumo de alto valor, como un café premium en un mercado con muchos consumidores potenciales que compran a través de tiendas minoristas. El éxito dependerá de:

- Desarrollar el interés del consumidor mediante la publicidad, sin gastar más de lo necesario para llegar a los consumidores objetivo.
- La creciente distribución del producto a través de las tiendas al decidir el tamaño de la fuerza de ventas, asegurándose de no emplear más esfuerzo y costo de lo que vale la pena.
- Establecer un precio mayorista que da un buen margen, que resulte en un buen precio minorista a través de las tiendas que asegure que los consumidores compren el producto y aún le den a las tiendas una buena ganancia.

La marca compite en un mercado amplio en lugar de enfrentarse a competidores específicos. Los equipos pueden enfocarse en asuntos de marketing y ventas, ya que los costos de producción y distribución son fijos.

Además de lanzar una marca completamente nueva con un presupuesto limitado, los equipos pueden hacerse cargo de un negocio que ha gastado en ventas y publicidad con poco éxito, otro que ha crecido rápidamente u otro que debe ser rescatado de las ventas y ganancias en declive.

Puntos claves de aprendizaje

- El rendimiento del negocio en el tiempo (ventas y ganancias) depende de los recursos con los cuales se cuenta.
- Los recursos se ganan y pierden con el tiempo (clientes = suma de todos los clientes ganados, menos todos los clientes perdidos).
- El crecimiento depende de los niveles de recursos existentes (las tiendas se ganan más rápido si tenemos más consumidores).
- El crecimiento de un nuevo negocio depende de niveles mínimos de soporte inicial.
- Hay un límite en el rendimiento que se puede extraer de un cierto conjunto de recursos.

Condiciones iniciales

Los equipos son los gerentes de una marca con un mercado potencial de 5.000.000 de consumidores y 50.000 puestos de venta. Existe un presupuesto inicial dentro del cual deben cumplir el lanzamiento completo del producto.

La simulación dura más de 12 años, con decisiones mensuales, aunque los ejercicios de aprendizaje útiles pueden durar solo unos pocos años simulados. Las decisiones se pueden configurar para que se repitan en un número de períodos de forma automática.

Objetivos

Hacer crecer la marca de manera rentable en un mercado grande, pero limitado. Tomar decisiones que creen el interés de los consumidores. Ampliar la disponibilidad del producto y garantizar que las tiendas se beneficien de una demanda y un margen suficientes.

Preparación

La simulación se puede iniciar con diferentes niveles de presupuesto de lanzamiento: el valor predeterminado es generoso, y los equipos descubrirán que hay un nivel mínimo de gasto total, por debajo del cual no es posible el lanzamiento.

Lista de características

- DECISIONES

Tres decisiones: gasto publicitario mensual, tamaño de la fuerza de ventas y precio mayorista (las tiendas minoristas agregan un margen fijo para determinar el precio minorista a los consumidores).

Los equipos eligen cuándo avanzar y la simulación avanza un mes con cada paso, o los equipos pueden optar por repetir decisiones durante varios meses.

- OPCIÓN "VOLVER"

Permite revisar decisiones anteriores y explorar estrategias alternativas.

- DESAFÍOS

Tres desafíos incluidos: escenarios en parte jugados que ofrecen diferentes situaciones para que los estudiantes trabajen. El desafío "codicioso" también es respaldado por un ejercicio basado en hoja de cálculo / papel.

- AHORRE NUEVOS DESAFÍOS

Los equipos pueden guardar el juego en cualquier punto para explorar estrategias alternativas.

Los instructores pueden crear nuevos desafíos ejecutando el juego con sus propias decisiones, luego guardando y distribuyendo el juego a los equipos.

- MAPA DE RECURSOS

Un "Mapa de recursos" de la arquitectura de marca muestra interrelaciones entre 12 medidas clave.

- INFORMES

Cuatro informes numéricos que muestran datos financieros y operacionales relevantes.

- GRÁFICOS

Veinte gráficos que muestran el historial de elementos de datos clave.

- DATOS DE MESA

Tres tablas que muestran el historial completo de datos financieros y de servicio.

- GUARDAR COMENTARIOS CON JUEGOS

Al guardar juegos, podés agregar comentarios. Esto facilita la creación de nuevos escenarios para los estudiantes.

- TABLA DE DECISIONES DE USUARIO

Facilita el seguimiento de tus acciones.

- TABLA DE TODAS LAS VARIABLES PÚBLICAS

El análisis de los resultados del juego es más fácil con esta característica adicional. Los resultados se presentan en el mismo orden que los informes / tablas, pero al copiar en Excel o en una hoja de cálculo similar, se pueden reordenar para permitir el análisis directo.

- **COPIA A OTRAS APLICACIONES**

Las imágenes de todos los informes, gráficos y tablas pueden copiarse en otras aplicaciones para su inclusión en documentos y presentaciones de diapositivas producidas.

Todos los datos del juego se pueden copiar de las tablas en hojas de cálculo para un análisis posterior.

- **GRÁFICOS PERSONALIZADOS**

Cualquier elemento que aparezca en una tabla se puede representar como un gráfico. Simplemente tenés que hacer doble clic en el encabezado de la tabla.

- **MATERIALES DE MAESTROS**

Los materiales de la licencia del sitio incluyen la guía del usuario, así como las diapositivas del instructor y las notas de diapositivas.

4) Inscripción

La inscripción al evento se realizará vía correo electrónico a la dirección simulacion@consejocaba.org.ar

Los participantes podrán anotarse individualmente o por equipos hasta el 21 de agosto inclusive. Una vez alcanzada la cantidad de participantes esperada, se procederá a distribuirlos.

Luego, se le informará a cada uno de ellos en qué equipo fueron designados, y se los pondrá en contacto para que puedan coordinar quien traerá la PC para poder competir.