

PLANCONTROL BANCOCOMBO

UMA SIMULAÇÃO DA GESTÃO DE NEGÓCIOS

Seminário de
desenvolvimento gerencial,
sobre visão sistêmica de empresa
e
estratégia de negócios.

O jogo simula
os desafios, riscos e oportunidades
na implantação e operação
de um empreendimento
em um mercado altamente competitivo.

Vence
quem conseguir o
maior lucro.

MARIO PINHEIRO DE ANDRADE

OBJETIVOS

O objetivo é colocar os participantes na posição de diretores de uma empresa, tomando decisões sobre temas conflitantes nas áreas de investimentos, produção, marketing e finanças, sob pressão dos interesses dos investidores, do desafio dos concorrentes e do pouco tempo disponível.

DESCRIÇÃO DO SEMINÁRIO

PRIMEIRA PARTE: PLANEJAMENTO

Com o apoio de um software, os participantes elaboram um plano completo do negócio para três anos: plano de investimento, de produção, comercial e financeiro. Para tanto, avaliam o ambiente (mercado, concorrência, economia), baseando-se em informações incompletas e "respirando" uma atmosfera de incertezas, condições muito semelhantes às da vida real.

O software permite estudar diferentes políticas, analisar demonstrativos financeiros projetados, avaliar riscos envolvidos versus expectativa de retorno e avaliar a viabilidade do negócio.

SEGUNDA PARTE: EXECUÇÃO DO PLANO E SEU CONTROLE

Baseados nesse plano, os participantes tomam decisões relativas a um trimestre, que são enviadas (via rede local) para o micro do Coordenador, onde outro software simula o ambiente "real" e determina os resultados de cada empresa.

Esses resultados são divulgados por um jornal, através de BALANÇOS e o DEMONSTRATIVOS DE RESULTADOS de todas as empresas, além de informações sobre o setor, a economia, os concorrentes e sobre os mercados consumidor, de trabalho, de matéria prima, financeiro, etc.

Reanalisam o futuro, considerando tendências do mercado, reações dos concorrentes, perspectivas de inflação e efeito de decisões anteriores. Fazem os ajustes necessários, baseados em índices, porcentagens e gráficos fornecidos pelo sistema, e tomam nova decisão, até simular três anos de vida das empresas.

TERCEIRA PARTE: ASSEMBLÉIA DOS ACIONISTAS

No final do seminário, os presidentes das empresas apresentam:

- suas observações sobre a performance da equipe quanto a aspectos comportamentais, liderança, participação e crescimento;
- uma análise da gestão e dos resultados obtidos pela empresa nos últimos três anos e
- sua orientação estratégica a ser seguida, considerando-se como horizonte de planejamento, os próximos três anos.

Isto, na verdade, se constitui numa reflexão sobre a experiência de aprendizado vivida no seminário.

DURANTE TODO O SEMINÁRIO: APOIO CONCEITUAL

O Coordenador, além de promover algumas exposições conceituais, atua como consultor de empresas, sempre pronto a explicar aos executivos, individualmente, conceitos por eles utilizados, sem, entretanto, se envolver em suas decisões.

Em outros momentos, ele é o agente de uma instituição financeira, com quem os executivos negociam crédito.

Ele também é o dono do capital, para quem os planos são apresentados e defendidos quanto aos seus riscos e retorno esperados e, ao final, os resultados obtidos são apresentados (prestação de contas).

PROCESSO DECISÓRIO

NO PLANEJAMENTO DISCUTEM TEMAS COMO

- otimismo, pessimismo e realismo e seus reflexos no planejamento;
- mercado, concorrência e economia na estimativa da demanda futura;
- estimativa da necessidade e dimensionamento da capacidade produtiva;
- programação da produção e os níveis de estoques;
- planejamento dos recursos necessários para a execução da produção;
- estratégia comercial e competição no mercado;
- financiamento da empresa: crédito, custo financeiro e perfil do endividamento;
- rentabilidade esperada e risco envolvido: análise risco x retorno.

NA EXECUÇÃO DO PLANO, REANALISAM O FUTURO À LUZ DE

- análise da economia - está se desenvolvendo de acordo com as expectativas?
- análise dos Demonstrativos Financeiros, preços, volumes de vendas e lucros alcançados pelos concorrentes;
- acompanhamento da Programação da Produção e do planejamento dos recursos necessários para produzir;
- gestão do fluxo de Caixa: política de descontos a clientes, necessidade de empréstimos e possibilidades de aplicação de recursos no mercado financeiro;
- análise econômica: perspectivas de liquidez e de lucratividade da empresa em relação aos riscos envolvidos.

Uma concorrência pública é anunciada e são sugeridas propostas de investimento em produtividade, qualidade e desenvolvimento organizacional e surgem algumas possibilidades de negociações entre empresas, criando, assim, diversas situações para tomada de decisões bastante complexas.

DESENVOLVIMENTO DA EQUIPE

No início dos trabalhos discutem os papéis e responsabilidades de cada membro do grupo e regras de funcionamento da equipe (respeito à diversidade, comunicação entre os membros, processo decisório, estilo de liderança, etc.).

Ao completar o primeiro ano de vendas avaliam como o grupo está atuando e o que deve ser corrigido.

Ao final, fazem uma auto-análise do desempenho da equipe e detectam os pontos que interferiram positiva e negativamente nos trabalhos.