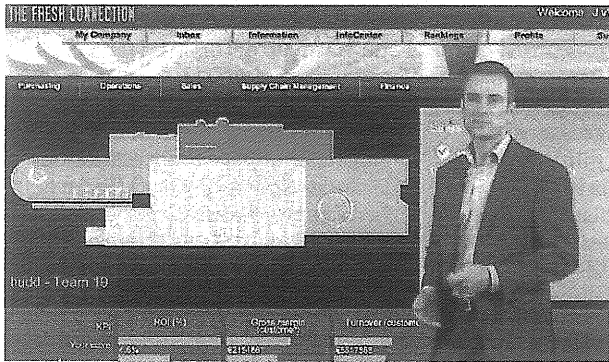


## HERRAMIENTAS

EL OTRO LADO DEL MOSTRADOR:  
UN SIMULADOR DE NEGOCIOS

Una imagen del simulador The Fresh Connection TFC

Andrés Asato  
PARA LA NACION

“The Fresh Connection” es un avanzado simulador de negocios *online* que desafía a los equipos a trabajar de manera colaborativa, para demostrar y mejorar su conocimiento en la cadena de valor. ¿En qué consiste el juego? Se forman equipos de cuatro personas y cada participante tiene un rol, ya sea en operaciones como en compras, ventas y supply chain. Los equipos son desafiados a diagnosticar la situación actual, elaborar una estrategia corporativa e implementarla, tomando decisiones consensuadas.

Rodrigo Vargas, responsable de proyectos de Supply Chain, Logística y Operaciones de la consultora Logyt, con base en la Argentina, y Alberto Ermili, socio e ideólogo de traer esta herramienta al país, señalaron que durante 2013 se utilizó este simulador de origen holandés para entrenamientos empresarios, *team building* y fortalecer procesos colaborativos (S&OP). El objetivo del juego de simulación es mejorar el rendimiento de la empresa y elevar a otro nivel el trabajo colaborativo. Desde 2008, aprendieron con TFC, más de 10.000 profesionales, de más de 500 empresas, en 25 países. El MIT y el Georgia Tech lo utilizan en sus cursos.

—¿Cómo se les ocurrió la idea y en qué consiste un simulador de negocios?

—Rodrigo Vargas: Así como los pilotos de avión requieren varias horas de ejercicios de simulación avanzados para estar completamente entrenados, los profesionales del mun-

do empresarial también lo necesitan. Logyt, eligió innovar con esta herramienta de simulación de negocios para cumplir con los objetivos y necesidades de sus clientes. Los simuladores de gestión promueven el aprendizaje por descubrimiento recreando situaciones reales de trabajo en las que se integran desde decisiones estratégicas a decisiones operativas del día a día. No es lo mismo pensar qué decisión se debe tomar o qué estrategia seguir, a tener que tomar realmente dicha decisión. Los simuladores de negocio facilitan el aprendizaje a través de la práctica, la experimentación y el descubrimiento, consolidando y perfeccionando habilidades y conocimientos.

—¿De qué manera trabajan en la formación de equipos?

—Alberto Ermili: Los procesos de simulación abstraen a los jugadores de la situación real y los introducen a una nueva realidad. TFC alienta a romper los hilos departamentales y entender los beneficios o costos de las decisiones individuales, y a tomar una estrategia en equipo que maximice los resultados. Además, se busca mejorar el retorno de la inversión, lo que habla de que todos los participantes tienen un rol en el desempeño del negocio y no en indicadores individuales. A lo largo de la sesión de entrenamiento se simulan 18 meses de la vida real, observándose los resultados de las decisiones tomadas en ese período, el análisis de las causas y de sus consecuencias.

—¿Cómo se logra alinear a todo un personal de diferentes líneas bajo un mismo objetivo?

«Los procesos de simulación abstraen a los jugadores de la situación real y los introducen a una nueva realidad»

ALBERTO ERMILI  
The Fresh Connection

—R.V.: TFC potencia el trabajo colaborativo y permite que cada uno aprenda de su propia vivencia y de la vivencia grupal. Aprender experimentando genera un aprendizaje duradero y TFC trabaja con indicadores de negocio que engloba a todas las áreas en un mismo fin. Si el retorno de la inversión no mejora, la empresa seguirá en quiebra. Aquí se produce un alineamiento entre los departamentos que no deben únicamente resolver su situación departamental. TFC genera empatía entre funciones con intereses distintos.

—¿Qué tipo de dificultades logísticas se suelen encontrar en una empresa?

—A.E.: Las empresas tienen grandes inversiones de capital, a través de sus inventarios obsoletos. Sus clientes se quejan sobre faltantes y demoras en la entrega, eligiendo en otros casos a la competencia; también hay quejas por las demoras en el lanzamiento de nuevos productos, y los departamentos de ventas perciben que siempre falta producto y la entrega no es eficiente, las compras no son las necesarias ni ocurren en el tiempo requerido. Así, los costos de operación van creciendo y las capacidades productivas parecen no ser suficientes. Éstos son muchos de los resultados de nuestros diagnósticos y que comúnmente vemos en las empresas.

—¿A quiénes se dirige la competencia global (ver recuadro)?

—R.V.: Es una oportunidad de desarrollo ideal para equipos multidisciplinarios, equipos de liderazgo, programas de desarrollo de capital humano y todas aquellas personas, desde directores hasta analistas que trabajan en las áreas de finanzas, manufactura, ventas y que están involucradas en la optimización de la cadena de valor. TFC le ofrece a las empresas diferentes formatos de entrenamiento y capacitación, dependiendo del nivel de los participantes, del tiempo acordado y de los objetivos pautados. Se puede adaptar a una gran variedad de formatos de aprendizaje, ya sea en la construcción de equipos, capacitación, competencia, y además la herramienta contiene varios niveles de dificultad, seleccionables de una ronda a otra. La competencia abierta es ideal para la construcción de equipos porque favorece la dinámica de grupo incrementando el conocimiento del conjunto de la cadena de valor. Organizaciones líderes como DuPont, Canon, Philip Morris, L'Oréal, Sara Lee, TNT han incluido esta herramienta de negocios en sus programas de capacitación gerenciales. El objetivo es estar mejor preparados para afrontar los desafíos cotidianos y para ello la clave está en el trabajo colaborativo. ◻

## CIFRAS DE CACE

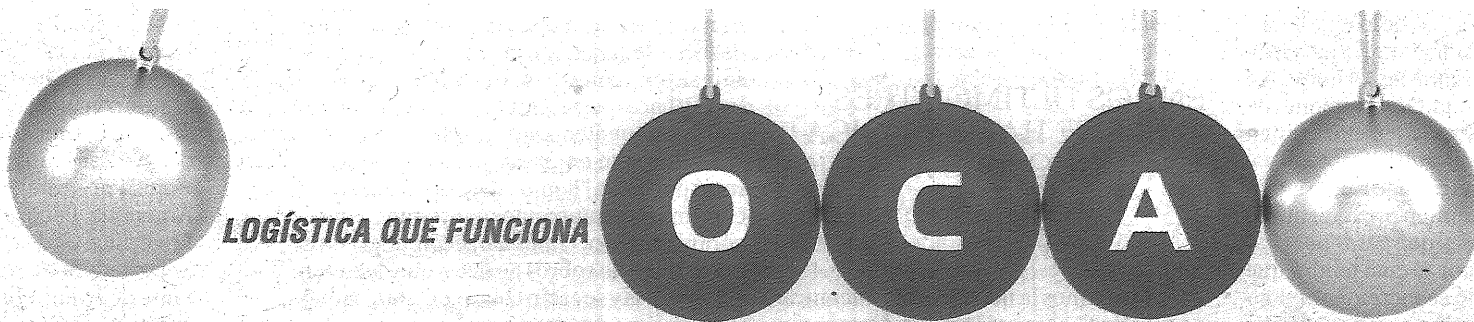
## ALGUNOS DATOS

Datos de la Cámara Argentina de Comercio Electrónico (CACE) señalan que las principales empresas del sector esperan un aumento del 42%, en pesos, dependiendo de la inflación nominal efectiva, de la facturación *online*. El volumen del comercio electrónico (B2B + B2C) podría superar así los 35.000 millones de pesos. Asimismo, la cantidad de usuarios en Internet se multiplicó por cuatro en una década, pasando de 7,6 millones en 2004 a 31,9 millones a fin de 2013. El año pasado, por lo menos 12 millones de personas realizaron compras por Internet, en tanto que las conexiones de banda ancha fija a la red, que en 2001 sumaban 130.000, hacia 2012 ya se ubicaban en 6,6 millones. La banda ancha móvil ya suma 16 millones de usuarios. ◻

## LA COMPETENCIA

## THE FRESH CONNECTION

En 2013 se realizó la segunda Competencia Global, en la que participaron 300 equipos de 20 países. Este año se decidió organizar la competencia en la Argentina entre empresas (es el 3° año consecutivo que se juega a nivel global), y los mejores 10 clasificados de la Argentina jugarán la superfinal. Los equipos se integran con cuatro personas (desde analistas hasta directores). La competencia está dirigida a empresas que quieran mantener entrenados a sus equipos, potenciar la interacción entre roles de distintos departamentos y fortalecer el trabajo colaborativo. El ganador de la final de la Argentina viajará con todos los gastos pagos a la final global en Dubai, cuyo ganador obtendrá un curso en el prestigioso MIT. ◻



SOLUCIONES LOGÍSTICAS QUE SE ADAPTAN A TUS NECESIDADES  
SIN IMPORTAR QUE TAN COMPLEJAS SEAN.

Cross Docking / Almacenamiento / Depósitos con temperatura controlada / Cámaras de frío  
Picking & Packing / Distribución en todo el país / Logística inversa / Tracking online  
Operador Logístico de Medicamentos habilitado por ANMAT / Logística para e-Commerce

OCA

CONECTANDO EL PAÍS

0800-999-7700 - WWW.OCA.COM.AR