

Como analisar os Resultados da rodada?

Como material de discussão e debate, você pode utilizar a comparação entre o que foi planejado e o que foi realizado, principalmente no âmbito comercial, de vendas. A análise cuidadosa dos dados oferecerá as informações necessárias para estabelecer as estratégias, elaborar os planos de ações e orientar as decisões.

Abaixo seguem algumas sugestões de análise:

- **Lucratividade:** verificar, entre as empresas, o comportamento e evolução das empresas.
- **Caixa:** quais empresas estão com sobra ou excesso de caixa. Pode-se perder a oportunidade de remunerar a sobra de caixa com aplicação financeira.
- **Empréstimos e financiamentos:** Avaliar como as empresas estão planejamento e obtendo empréstimos. Atenção ao Empréstimo Especial e os efeitos dos juros pagos nos resultados das empresas.
- **Estoque de Matéria-prima e componentes:** verificar se as empresas estão se adequando à capacidade de produção. As empresas podem decidir comprar grandes volumes para aproveitar descontos, porém podem pagar encargos de estocagem.
- **Desconto X Prazo:** verificar os casos de empresas que não oferecem prazo e mesmo assim oferecem desconto. É uma decisão infundada, pois o desconto não aumenta a demanda. Existe apenas para tentar fazer com que os clientes que já compraram a prazo, decidam pela compra à vista. Observar também o percentual de desconto. Muitas empresas prejudicam a margem oferecendo desconto demasiadamente grande. O desconto deverá ter por parâmetro o juro do período e o número de dias do trimestre. Pense nisso: em um período com juros de 3% ao trimestre (90 dias), qual o desconto ideal quando ofereço prazo de 30 dias?
- **Preços praticados:** Essa é uma informação pública, pois todos sabem os preços praticados por todas as empresas. Verificar que preços 20% acima da média do período tendem a não vender muito.
- **Custos de produção:** verificar e acompanhar os custos de produção. Verificar os gastos com ociosidade de mão de obra direta e tempo de

máquina.

- Produção X Demanda: Verificar a consistência do planejamento da produção de acordo com as políticas adotadas de marketing. Preços mais altos e pouca inserção em propaganda tendem a retrainir a demanda. Deve-se planejar a produção, prever o crescimento do mercado para fazer investimentos na compra de máquinas e contratação de pessoal.
- Market Share: Acompanhar o posicionamento das empresas no mercado e buscar informações sobre as estratégias de marketing. Muitas empresas alternam preços altos e baixos sem verificar a participação das empresas, bem como o atendimento da demanda.
- Indicadores: Analisar e acompanhar a situação das empresas em relação aos principais indicadores utilizados (Rentabilidades, Estrutura de Capital, Liquidez e Market Share).

Cada mediador poderá desenvolver sua dinâmica de análise, interpretação dos dados, bem como o modo de oferecer feedback aos participantes.

Exemplos de análises

- Análise I
- Análise II

Relatórios exclusivos do mediador

1. O Relatório de Análise Comparativa (disponível em *Relatórios do Mediador*) reúne em um único relatório grande número de dados e informações sobre as empresas. Estes dados são selecionados dentre os diversos relatórios apresentados no jogo. Assim, o mediador poderá mais facilmente avaliar cada período, comentar e oferecer feedback às equipes.
2. O Relatório Resumo de Indicadores (disponível em *Relatórios do Mediador*) é um resumo dos principais indicadores do período e o melhor relatório para se fazer uma análise rápida. Além de mostrar o indicador exibe, entre parênteses, a variação em relação ao período imediatamente anterior. Assim você pode visualizar rapidamente quem está evoluindo ou regredindo. Além disso, mostra, na última coluna, uma média do indicador.
3. O Relatório Diagnóstico das Empresas (disponível em *Relatórios do*

Mediador) é muito fácil de utilizar e vai ajudar bastante na hora de sinalizar onde as empresas poderiam ter caprichado mais.