



Sector

Gran consumo
(Productos lácteos)

Nivel

4

Temáticas

Estrategia de negocio
Marketing de producto
Gestión de operaciones
Gestión económico-financiera

Modalidad

Competitivo

Tiempo

16 horas a 32 horas

FoodCompany reproduce el escenario competitivo de diversas compañías del sector lácteo de gran consumo, que deben competir entre sí.

El simulador tiene como eje central de contenido el área de marketing o mercadeo, pero integra adicionalmente los ámbitos de operaciones y finanzas. De esta forma, los diferentes equipos podrán consolidar sus conocimientos con una visión global de la empresa.

Las compañías producen y comercializan tres líneas de producto:

- Leche
- Queso fresco
- Yogurt

El simulador considera 3 segmentos de demanda (Niños/jóvenes, Adultos y Healthy) y 3 canales de comercialización (Tienda tradicional, Gran distribución y Hostelería/Institucional).

Las diferentes compañías cuentan con palancas para desarrollar diferentes estrategias de negocio:

- Volumen – Precio
- Calidad – Margen

De todas formas, la sensibilidad del mercado al precio y la calidad son muy diferentes dependiendo del producto. Las decisiones deberán tomarse habiendo evaluado las diferentes opciones.



Los participantes deberán tomar decisiones relacionadas con:

Producción

Ampliación de la capacidad de producción, unidades a producir por producto y porcentaje de gasto en mantenimiento de la planta.

Marca

Priorización de segmentos de demanda y gasto en promoción de marca.

Precios

Precios por producto.

Producto

Amplitud de gama, calidad de la materia prima, packaging y mejora de la calidad del producto.

Comercialización

Promoción del producto en punto de venta, descuento por producto y punto de venta, y modalidad logística.

Financiación

Préstamo a largo y corto plazo, y plazo de cobro-pago a clientes y proveedores.

