

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN

RETO LABSAG 2012
TEMPOMATIC



- Alegre Sánchez Nayelli
- Arteaga Ochoa Arturo
- Barrera Díaz Adrián
- Córdova Pizano Iris Leticia
- Gómez Figueroa Héctor
Manuel
- Corona Lagunas Isaac
(Profesor)



Adrián Barrera

Nayelli Alegre

Arturo Arteaga

Iris Córdova

Héctor Gómez



MATERIA PRIMA

- De acuerdo con la información recibida cada trimestre del total de unidades vendidas y el nivel de inventario final por periodo, determinamos el número de entradas necesarias para satisfacer al mercado considerando la demanda futura esperada.
- Así mismo, observando el comportamiento del índice de rotación de inventarios, establecimos un nivel óptimo de unidades disponibles, con poca variación entre periodos.

OBREROS

- Se realizó la contratación de obreros siguiendo la tasa normal de retiro, tratando de que estas fueran mínimas a fin de reducir el costo por contratación, y como medida previsorá ante el funcionamiento de cuadrillas de trabajo incompletas, con influencia directa sobre el costo en sueldos.
- De acuerdo con el estimado de ventas, la suspensión de obreros fue una decisión que nos permitió reducir gastos de mano de obra, sin que por ello se incurriera en gastos de sobretiempo. Así el número de cuadrillas disponibles se determinó en función del objetivo de

PLANTA

- Con base a la estrategia de costos bajos, no fue necesario realizar adquisición o ampliación de planta. Trabajamos en algunos periodos por debajo de la capacidad instalada, cubriendo el costo fijo con un volumen determinado de ventas.

PRODUCCIÓN

- Si bien la producción está determinada por la capacidad de la planta, productividad por cuadrilla y unidades disponibles, el volumen se estimó de acuerdo a las ventas obtenidas por área en el periodo anterior, considerando los esfuerzos futuros de venta y el margen de incremento esperado según el comportamiento de la demanda.

TRANSFERENCIA

- El número de unidades transferidas para cada área se determinó de acuerdo con la demanda actual y futura, el inventario final, el número de vendedores en operación, los esfuerzos de publicidad y considerando la estrategia de precio establecida al inicio de la operación de la firma.
- Se concordó mantener un stock de seguridad en cada área, principalmente 2 y 3, para evitar ventas perdidas, y decidimos no transferir demasiadas unidades, para evitar el alto costo que conlleva.

VENTAS

- Alejándonos del punto de equilibrio hacia el incremento de la utilidad, el volumen de ventas deseado se calculó en base a los esfuerzos de mercadotecnia realizados, a la estrategia de precios y a los cálculos de la demanda del mercado.
- El cálculo de las ventas esperadas fue la base para la determinación de la producción y la compra de materia prima.

PRECIO

- Nuestra estrategia fue ofrecer un producto de mayor calidad, apoyado por esfuerzos de ventas, que los clientes lograran percibir y por tanto estuviesen dispuestos a pagar el precio establecido.
- Considerando el costo de transferencia, se manejaron diferentes precios para cada área, a fin de establecer un equilibrio entre costo y utilidad generada, sin ignorar la respuesta del mercado.

PUBLICIDAD Y MEJORAS

- Hacer una mezcla adecuada de estos componentes fue esencial para lograr buenos resultados en nuestra empresa.
- Exagerar en estos rubros, puede inflar los costos innecesariamente. Pero no invertir lo suficiente en ellos, significa perder terreno frente a la competencia.

PUBLICIDAD Y MEJORAS

- A lo largo de todos los trimestres, implementamos estrategias congruentes que nos permitieron alcanzar un buen nivel de ventas y ser rentables.
- El trimestre 16 fue el único donde enfrentamos una situación no deseada. Sucedió que hicimos inversiones pero el mercado no respondió como esperamos. Hicimos un análisis profundo y descubrimos que algún competidor malbarató su producto. Así pudimos realinear las estrategias que nos devolvieron nuestro natural liderazgo.

VENDEDORES

- Los vendedores fueron otro componente esencial que nos permitió tener un buen nivel de ventas.
- Desde inicios llegamos a nuestro punto óptimo de vendedores. Y como realizamos adecuados pronósticos de ventas, no tuvimos problemas de vendedores renunciando alterando nuestro equilibrio.

FLUJO DE EFECTIVO

- De acuerdo a lo estimado, definimos iniciar con un efectivo limitado, es decir, comenzando con una disponibilidad de caja adecuado para poder sustentar todos los gastos de la organización.
- Al mismo tiempo recurrimos a la implementación del pago de pasivos para incrementar la utilidad neta de la organización y también evitar dinero ocioso, para terminar con un manejo adecuado del efectivo para hacer más atractivas las acciones de nuestra compañía.

PRÉSTAMOS

- El pedir préstamos se utilizó manteniendo un margen de efectivo inicial entre los 30,000 y 50,000 para solventar los gastos de las decisiones que tomamos para cubrir la demanda del mercado.
- De la misma forma, se decidió que sólo nos endeudaríamos en los primeros trimestres para pagar las deudas que se generaban por préstamos anteriores y costos de operación, pues en fechas posteriores las ganancias resarcirían los intereses, logrando incrementar la rentabilidad de la empresa a largo plazo.

INVERSIÓN

- La estrategia de inversión, fue lograr la aplicación eficiente y efectiva del efectivo, que tenía como finalidad evitar tener el dinero ocioso, poniéndolo en movimiento para tener un rendimiento.
- Buscando maximizar y optimizar los recursos de liquidez en la compañía, nuestras inversiones sólo eran de un trimestre y se renovaban cada periodo en base al efectivo disponible.

ACCIONES

- El manejo de las acciones, como indicador más importante para el éxito del reto Labsag, fue una variable que se consideró al comienzo y fin de cada decisión tomada. Variable que conglomeraba todos nuestros esfuerzos operacionales, publicitarios, inversionistas, etc., para lograr siempre el liderazgo en el mercado.

DIVIDENDOS

- El reparto de dividendos para las acciones emitidas fueron determinados de manera estratégica, cuyo objetivo era provocar certidumbre y seguridad en el accionista para invertir en una compañía a la cual fuese posible apostarle por un futuro próspero y rentable.

DIVIDENDOS

- Uno de los objetivos principales de la compañía al plantearse las decisiones a tomar para el éxito de la misma, fue el tener un enfoque de rentabilidad, es decir, contar con un beneficio económico con la actividad económica desarrollada que nos permitiera mejorar los resultados trimestrales.
- Esto fue determinado por una estrategia de optimización de recursos y una buena relación entre las ventas y el retorno sobre las mismas.

CONTROL DE COSTOS

- Al buscar más y mejores ingresos para la compañía en cada trimestre, como premisa de gran importancia se encontraba la reducción de los costos de todas las áreas y de todos los elementos conformados para ello.
- Esto generaba mayores utilidades, permitiendo resultados satisfactorios que fueron la clave para lograr el liderazgo en nuestra zona.

CONCLUSIONES

- Se decidió trabajar con la capacidad de planta que se contaba inicialmente para evitar gastos innecesarios, al igual que la compra de materia prima que nos mantuviera con un nivel adecuado de rotación en la producción, minimizando así los costos, al mismo tiempo que observamos el comportamiento del mercado en cuanto a la compra de los productos por lo que estimamos el uso de los vendedores necesarios y la utilización de la mano de obra adecuada, según la tendencia.

CONCLUSIONES

- Se tomó la decisión de establecer ganancias de acuerdo al precio del producto más que a las ventas del mismo, ya que la utilidad se veía inclinada a ese parámetro, puesto que elegimos invertir en mejoras para hacer más atractivo el producto con respecto a la competencia y justificar los precios que establecimos.
- Detectamos que las estrategias de la competencia eran ventas altas a precios bajos, pero no había una utilidad significativa.

CONCLUSIONES

- Se pudo observar que el precio de la acción en el mercado aumentaba de manera proporcional a las ganancias que la empresa tenía, lo que nos mostró que durante toda la temporada estábamos siendo igual de atractivos que en trimestres anteriores, lo que conlleva a hacer más atractiva a la empresa e incrementar potencialmente el valor de la acción.
- Dentro de los límites que implica un simulador, concordamos en que

CONCLUSIONES

- Dentro de los límites que implica un simulador, concordamos en que las decisiones que tuvimos que tomar en el transcurso de estas dos semanas han sido fuente de aprendizaje y grata experiencia.
- El poder operar una empresa de forma holística nos permite tener una visión más amplia que nos servirá a lo largo de nuestra carrera.