

UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL (ECUADOR)

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

RETO LABSAG 2011

MARKLOG

FIRMA 4



INTEGRANTES:

ING. MARK. LESTER MENDOZA LAYANA.

ING. COM. GREGORIO TUMBACO ONTANEDA.

ING. COM. ADRIANA GARCES SANCHEZ.

OBJETIVO GENERAL

Satisfacer la demanda a tiempo con una buena planificación en la logística y la diversificación del traslado del producto por las diferentes alternativas de transporte que el escenario de marklog ofrece sin dejar de lado la optimización de nuestros recursos siempre manteniendo el costo mas bajo en la industria.

ESTRATEGIA

Diversificar el transporte de nuestro producto principalmente por los camiones por la mayor confiabilidad de la llegada y su corto tiempo de llegada para suplir la demanda inmediata de las semanas 2 y 3 de cada periodo.

ESTRATEGIA

Realizar proyecciones en el crecimiento o en la disminución de la demanda y de esta manera anticipar envíos de mercadería para la siguiente decisión por ferrovía y agente de carga. Con cantidades que oscilaban entre 10000 y 20000 unidades.

ESTRATEGIA

Se trata de nivelar o bajar nuestros costos con transportes grandes de mercadería por la cooperativa de embarques y vapores Magallanes para nuestras decisiones futuras y así tratar de minimizar el uso de los transportes mas costosos y erradicar los envíos por aviones los cuales solo se tenia que utilizar para urgencias en las primeras semanas de cada decisión en caso de quedarnos sin inventario.

ESTRATEGIA

Siempre se trata de trabajar con el método (just in time) justo a tiempo para así erradicar el uso de bodegas externas y también minimizar nuestros costos de bodegas internas.

TRASPIÉS

De acuerdo a nuestras proyecciones ante el crecimiento económico en cada periodo, tuvimos problemas para divisar el crecimiento excesivo de la demanda en los periodos 3, 5, 6 y 7, lo cual nuestra capacidad de respuesta fue limitada debido a que hubieron retrasos en la llegada de mercadería programada, los efectos de los riesgos asumidos en la implementación de la estrategia “Just in Time.

TRASPIÉS

Todos estos imprevistos dentro de nuestras proyecciones originaron faltantes y envíos forzados de mercadería por aviones, y cuando decidimos re direccionar nuestra estrategia tuvimos que pagar un alto costo de almacenaje y por ende no pudimos continuar en nuestro crecimiento proyectado a bajo costo.

PERIODO 3

INVENTARIO: POSICION

SEMANA NUM.	9	10	11	12
INVENTARIO INICIAL	7807.	0.	7167.	0.
TOTAL KILOS RECIBIDAS	20004.	55065.	30039.	15033.
TOTAL KILOS DISPONIBLES	27811.	55065.	37206.	15033.
DEMANDA TOTAL	39988.	47898.	48726.	45727.
MAYORISTAS	39988.	44194.	48726.	45727.
FABRICANTES	0.	3705.	0.	0.
INVENTARIO FINAL	0.	7167.	0.	0.
INVENTARIO VALORIZADO \$	0.	5210.	0.	0.
FALTANTES	12177.	0.	11521.	30694.
SGTE.ORDEN DE FABRICANTE EN SEM.	16 FOR		3506. KILOS	

SGTE.ORDEN DE FABRICANTE EN SEM. 16 FOR 3506. KILOS
FALTANTES 12177. 0. 11521. 30694.

PERIODO 5

PERDIDA RECIENTE FLETE TOTAL P. CONFIGURAR = 7519.

INVENTARIO: POSICION

SEMANA NUM.	17	18	19	20
INVENTARIO INICIAL	61304.	22867.	11740.	301.
TOTAL KILOS RECIBIDAS	20028.	55112.	60105.	27555.
TOTAL KILOS DISPONIBLES	81332.	77979.	71845.	27856.
DEMANDA TOTAL	58465.	66239.	71545.	62143.
MAYORISTAS	58465.	66239.	71545.	62143.
FABRICANTES	0.	0.	0.	0.
INVENTARIO FINAL	22867.	11740.	301.	0.
INVENTARIO VALORIZADO \$	16344.	8218.	211.	0.
FALTANTES	0.	0.	0.	0.
SGTE. ORDEN DE FABRICANTE EN SEM.	21	FOR	0.	34287
			6793.	KILOS

PERIODO 6

<i>SEMANA NUM.</i>	<i>21</i>	<i>22</i>	<i>23</i>	<i>24</i>
<i>AEROINCA</i>				
<i>DESPACHADO</i>				
<i>LLEGADA PROGR.</i>	25021.	0.	0.	0.
<i>LLEGADA REAL</i>	25021.	0.	0.	0.

PERDIDA RECIENTE FLETE TOTAL P.TRASCARGA = 5023.

INVENTARIO: POSICION

SEMANA NUM.	21	22	23	24
INVENTARIO INICIAL	0.	26128.	23985.	0.
TOTAL KILOS RECIBIDAS	90096.	60121.	30109.	25113.
TOTAL KILOS DISPONIBLES	90096.	86249.	54094.	25113.
DEMANDA TOTAL	63968.	62263.	56576.	57969.
MAYORISTAS	57175.	62263.	56576.	57969.
FABRICANTES	6793.	0.	0.	0.
INVENTARIO FINAL	26128.	23985.	0.	0.
INVENTARIO VALORIZADO \$	19347.	16563.	0.	0.
FALTANTES	0.	0.	2482.	32856.
SGTE.ORDEN DE FABRICANTE EN SEM.	27 FOR		5157. KILOS	

SGTE.ORDEN DE FABRICANTE EN SEM	27 FOR	5157. KILOS		
FALTANTES	0.	0.	2482.	32856.
INVENTARIO VALORIZADO \$	19347.	16563.	0.	0.

PERIODO 7

SEMANA NUM.	25	26	27	28
AEROLINCA				
DESPACHADO	25025.	0.	0.	0.
LLEGADA PROGR.	25025.	0.	0.	0.
LLEGADA REAL	25025.	0.	0.	0.

INVENTARIO: POSICION

SEMANA NUM.	25	26	27	28
INVENTARIO INICIAL	0.	59851.	46761.	71242.
TOTAL KILOS RECIBIDAS	105184.	30075.	77720.	27578.
TOTAL KILOS DISPONIBLES	105184.	89926.	124481.	98820.
DEMANDA TOTAL	45333.	43165.	53238.	44217.
MAYORISTAS	45333.	43165.	48081.	44217.
FABRICANTES	0.	0.	5157.	0.
INVENTARIO FINAL	59851.	46761.	71242.	54604.
INVENTARIO VALORIZADO \$	44011.	34462.	49297.	39581.
FALTANTES	0.	0.	0.	0.
SGTE. ORDEN DE FABRICANTE EN SEM.	31	FOR	4653.	KILOS

REDISEÑO DE ESTRATEGIA

Nuestra estrategia principal implementada fue “just in time”, lo cual represento para nosotros un riesgo muy alto ya que se vieron afectadas nuestras utilidades al presentarse problemas en la llegada de mercadería lo cual genero faltantes, por ende nuestra reacción fue inmediata en el cambio de estrategia y empezamos a calcular un promedio de inventario final de 30000 unidades para cada semana, lo cual preveíamos alguna de mercadería en los fletes y empezamos analizar las variaciones en los pronósticos económicos en decisiones anteriores.

PERIODO 8

INVENTARIO: POSICION

SEMANA NUM.	29	30	31	32
INVENTARIO INICIAL	54604.	56376.	29332.	4069.
TOTAL KILOS RECIBIDAS	37581.	7587.	15027.	60144.
TOTAL KILOS DISPONIBLES	92185.	63963.	44359.	64213.
DEMANDA TOTAL	35809.	34631.	40290.	31358.
MAYORISTAS	35809.	34631.	35636.	31358.
FABRICANTES	0.	0.	4653.	0.
INVENTARIO FINAL	56376.	29332.	4069.	32856.
INVENTARIO VALORIZADO \$	40118.	22122.	2837.	22536.
FALTANTES	0.	0.	0.	0.
SGTE.ORDEN DE FABRICANTE EN SEM.		36 FOR	4264.	KILOS

CIA.NUMERO	,	1	291614.	293331.	294971.	296640.
CIA.NUMERO	,	2	348066.	355860.	361998.	365827.
CIA.NUMERO	,	3	-280568.	-300405.	-322632.	-340376.
CIA.NUMERO	,	4	347167.	355324.	364297.	373887.

PERIODO 9

INVENTARIO: POSICION

SEMANA NUM.	33	34	35	36
INVENTARIO INICIAL	32856.	24384.	28894.	9091.
TOTAL KILOS RECIBIDAS	20090.	35193.	17667.	25169.
TOTAL KILOS DISPONIBLES	52946.	59577.	46561.	34260.
DEMANDA TOTAL	28562.	30683.	37470.	41103.
MAYORISTAS	28562.	30683.	37470.	36840.
FABRICANTES	0.	0.	0.	4264.
INVENTARIO FINAL	24384.	28894.	9091.	0.
INVENTARIO VALORIZADO \$	17228.	19427.	6456.	0.
FALTANTES	0.	0.	0.	6843.
SGTE.ORDEN DE FABRICANTE EN SEM.	41	FOR	3864.	KILOS

CIA.NUMERO	,	1	292292.	285282.	272940.	258418.
CIA.NUMERO	,	2	373256.	378620.	386952.	394437.
CIA.NUMERO	,	3	-359179.	-376964.	-398262.	-419268.
CIA.NUMERO	,	4	381352.	389283.	399714.	409339.

PERIODO 10

INVENTARIO: POSICION

SEMANA NUM.	37	38	39	40
INVENTARIO INICIAL	0.	17539.	2294.	39016.
TOTAL KILOS RECIBIDAS	57670.	27610.	82793.	25693.
TOTAL KILOS DISPONIBLES	57670.	45149.	85087.	64709.
DEMANDA TOTAL	40131.	42856.	46071.	52252.
MAYORISTAS	40131.	42856.	46071.	52252.
FABRICANTES	0.	0.	0.	0.
INVENTARIO FINAL	17539.	2294.	39016.	12457.
INVENTARIO VALORIZADO \$	11744.	1636.	27772.	9047.
FALTANTES	0.	0.	0.	0.
SGTE.ORDEN DE FABRICANTE EN SEM.		41 FOR	3864. KILOS	

CIA. NUMERO	,	1	239361.	227294.	212282.	203251.
CIA. NUMERO	,	2	398815.	399546.	398560.	397066.
CIA. NUMERO	,	3	-443083.	-470928.	-499790.	-535355.
CIA. NUMERO	,	4	422599.	434731.	447884.	460689.

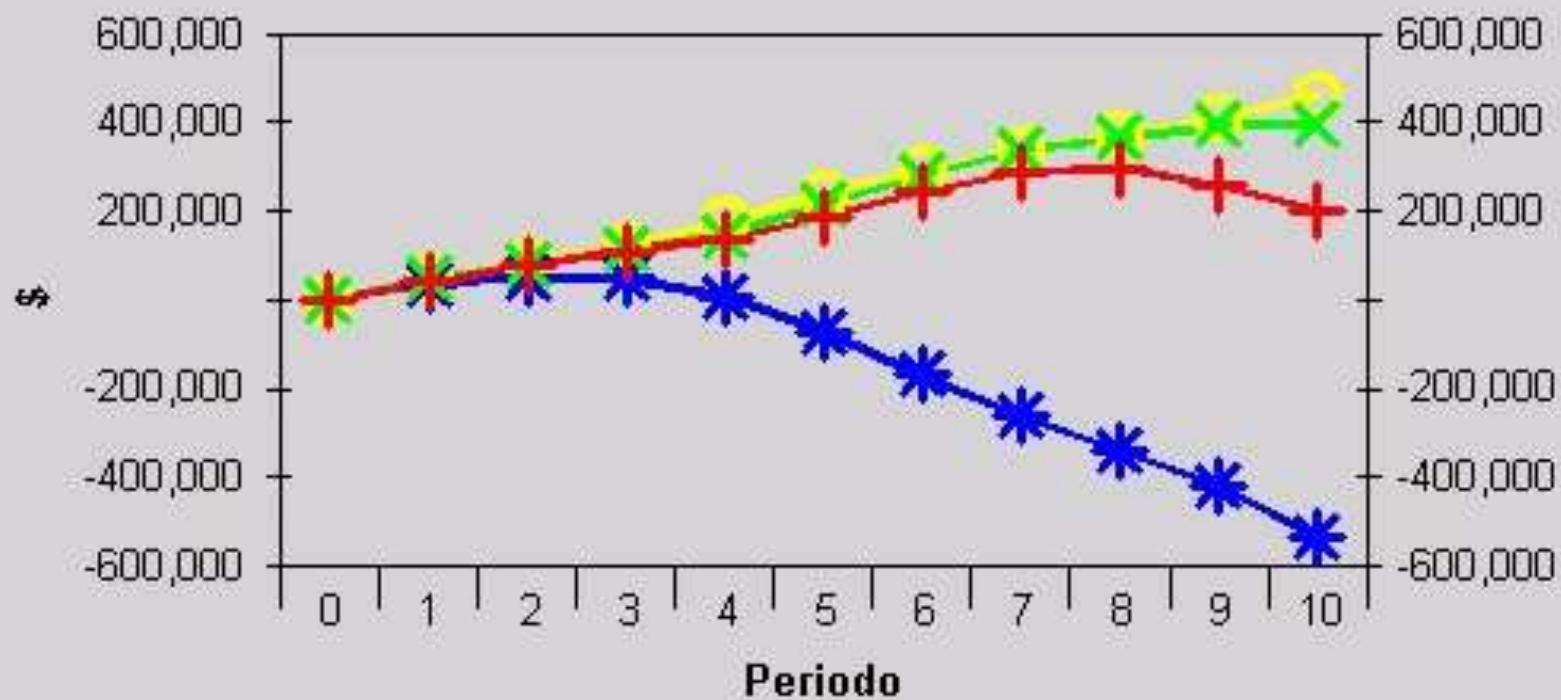


REDISEÑO DE ESTRATEGIA

Aunque este cambio no fue tan fácil porque tuvimos que pagar un alto costo por inventario, al final nos ayudo a cubrir la demanda de forma eficiente reflejándose en el incremento de nuestras utilidades en los periodos posteriores.

RESULTADOS COMPARATIVOS

Utilidades Acumuladas - MARKLOG



+ Firma 1 * Firma 2 * Firma 3 * Firma 4