



SIMULADOR TENPOMATIC INFORME - FIRMA 6

ADMINISTRACION DE EMPRESAS

Ydalid Vente Llerena, Eimy Toro Bernal y Jhulisa Morales Cruzado

Introducción

- ▶ El directorio de la empresa Tenpomatic decidió hacer un cambio de la Gerencia General para este año, y así mejorar los resultados que se vinieron obteniendo a lo largo de los primeros ocho trimestres.
- ▶ Esta enorme responsabilidad recayó en nuestro equipo de trabajo, sabíamos que no iba a ser fácil, pero teníamos una misión claramente definida, que orientaría el rumbo de nuestras decisiones.
- ▶ Era hora de poner a trabajar al equipo, integrar personas con habilidades distintas para que los esfuerzos coadyuven en una sola dirección: “Generar Valor a la Empresa”.



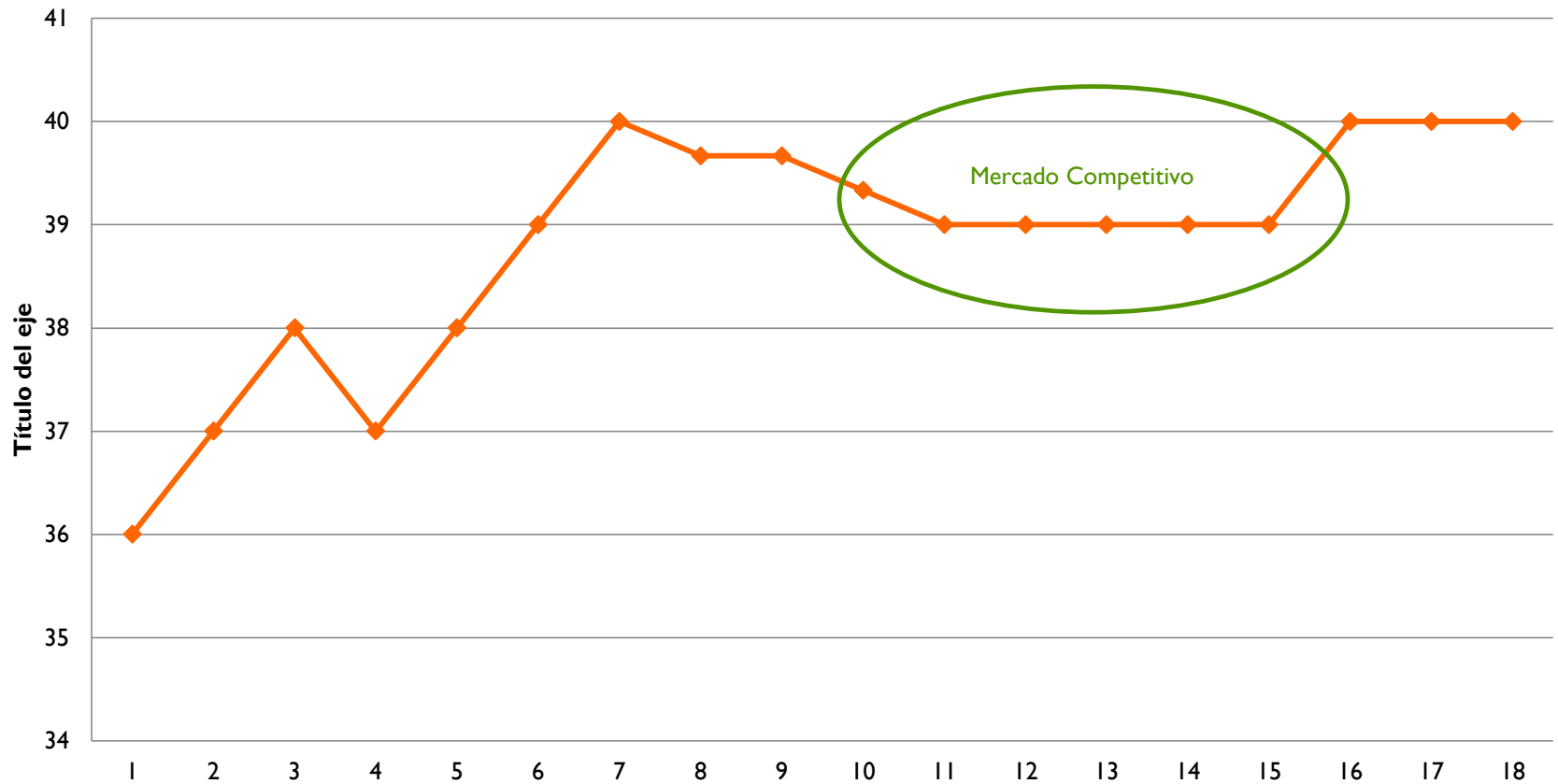
Informe Inicial

- ▶ Desde sus Inicios, Tenpomatic fue una empresa no muy estable, como se puede apreciar en los Estados Financieros, que muestran problemas de situación financiera y económica.
- ▶ El objetivo principal de nuestra gestión fue mejorar los índices de rentabilidad y solidez de la empresa. Para esto tomamos entre otras las siguientes decisiones:
 - Mantener precios competitivos.
 - Reducción de costos.
 - Minimizar stocks.
 - Incrementar el valor de la Empresa



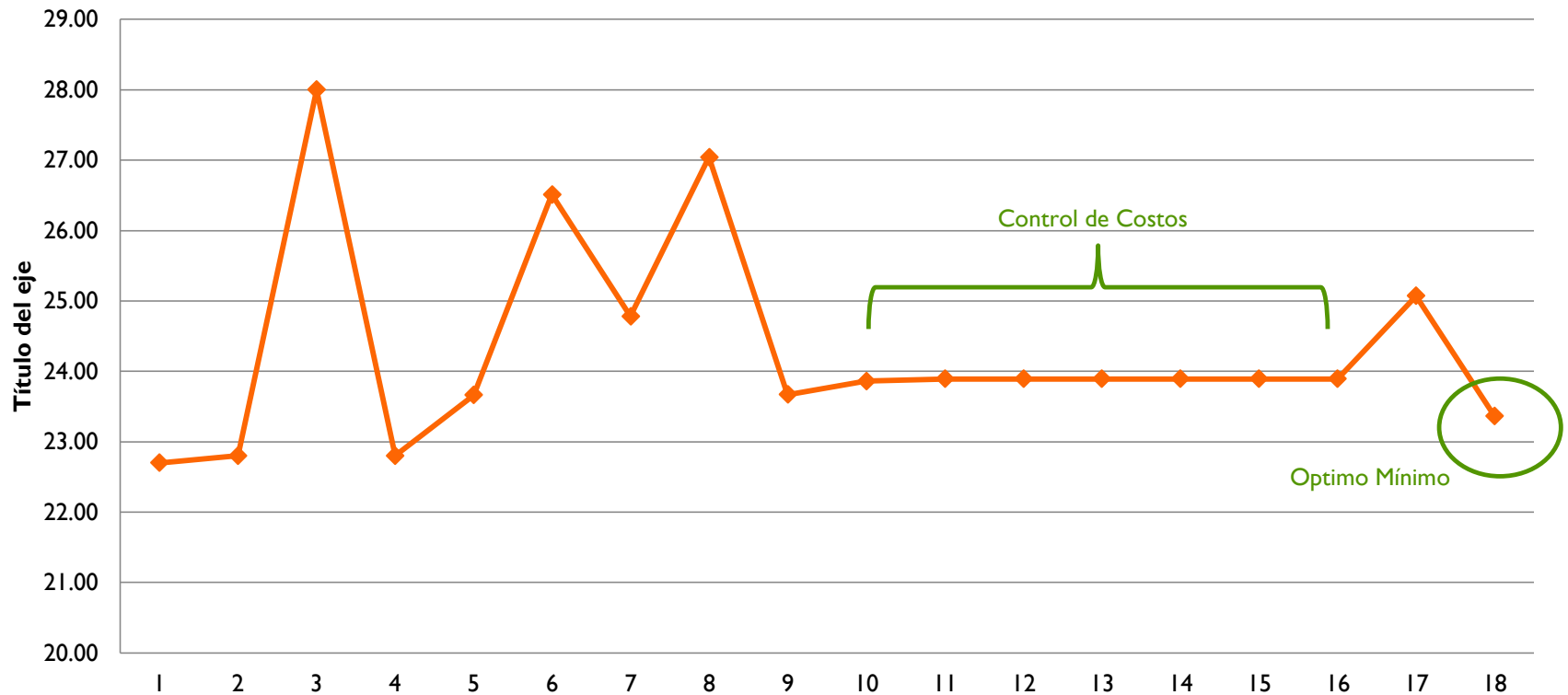
Informe Tenpomatic

Evolucion del Precio de Venta



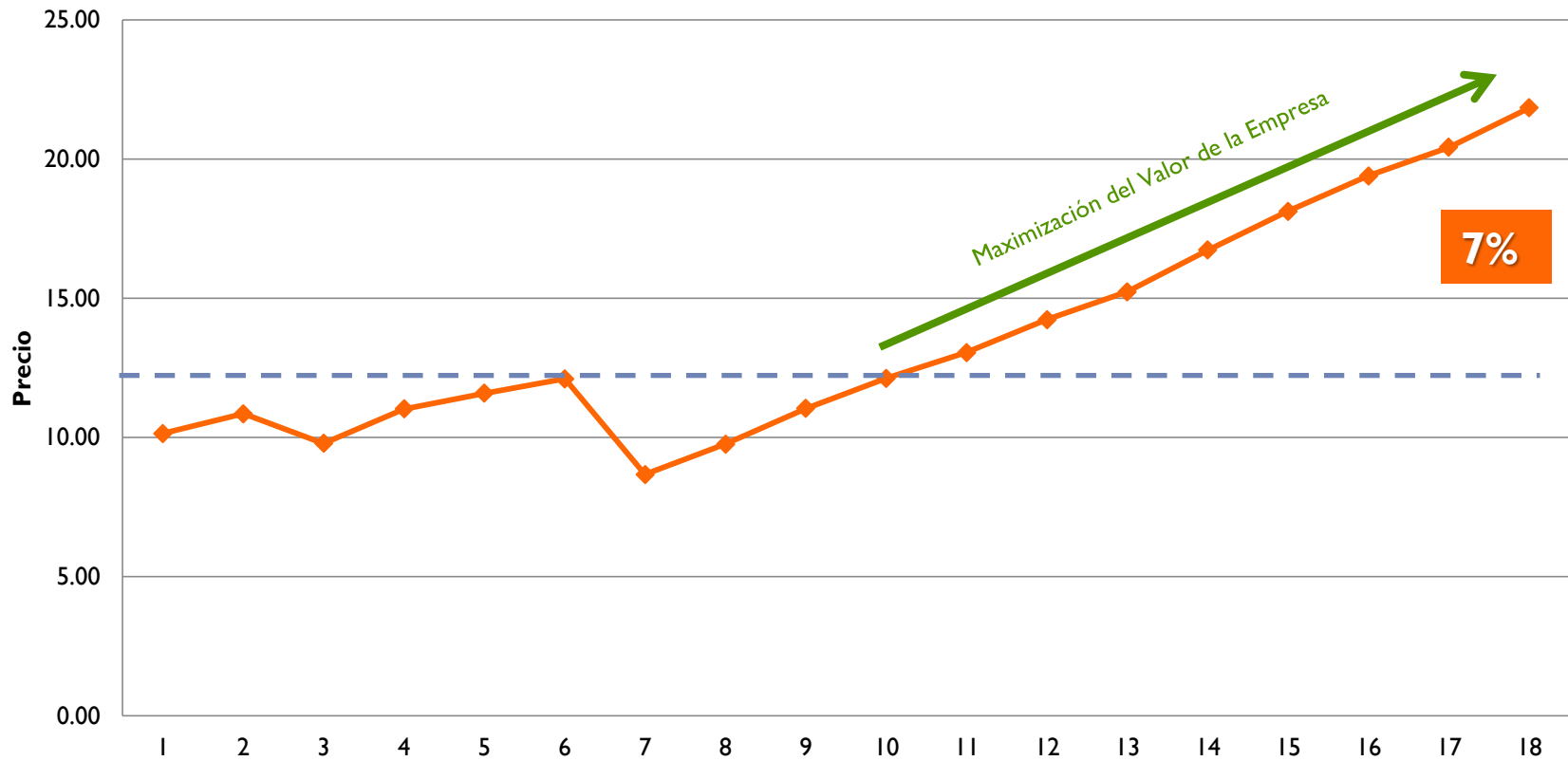
Informe Tenpomatic

Evolucion del Costo de Produccion



Informe Tenpomatic

Evolucion del Precio por Accion



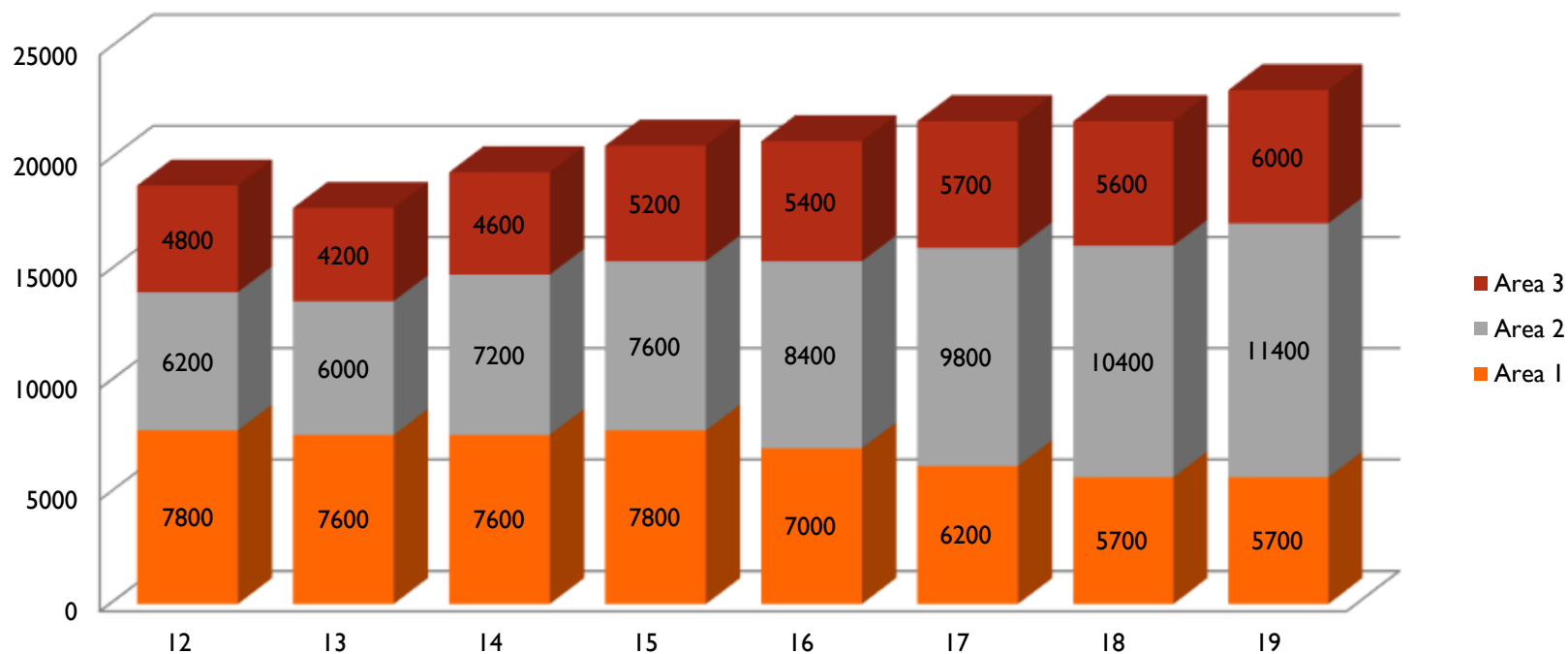


SIMULADOR TENPOMATIC ANALISIS DE LA DEMANDA

ADMINISTRACION DE EMPRESAS
Gerencia Integral

Proyectado de Ventas

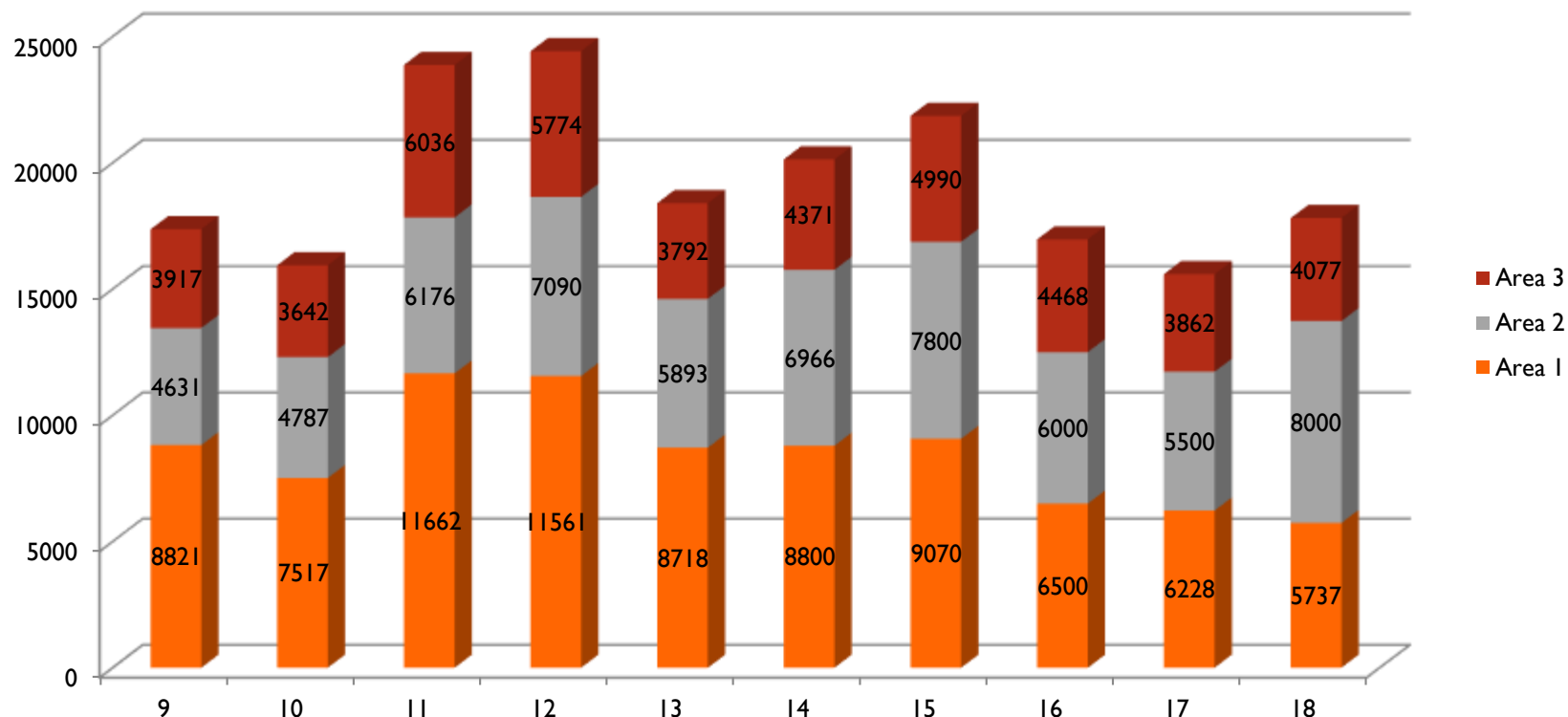
Proyectado de Ventas



El informe de mercado indica un crecimiento nulo para los primeros cinco trimestres de gestión (del 9 al 13 en total), que se abastecerá con la capacidad de producción actual y los stocks resultantes de los primeros trimestres. El área I muestra un decremento en la tendencia, situándose en 5700 para el ultimo trimestre.

Ventas Consolidadas

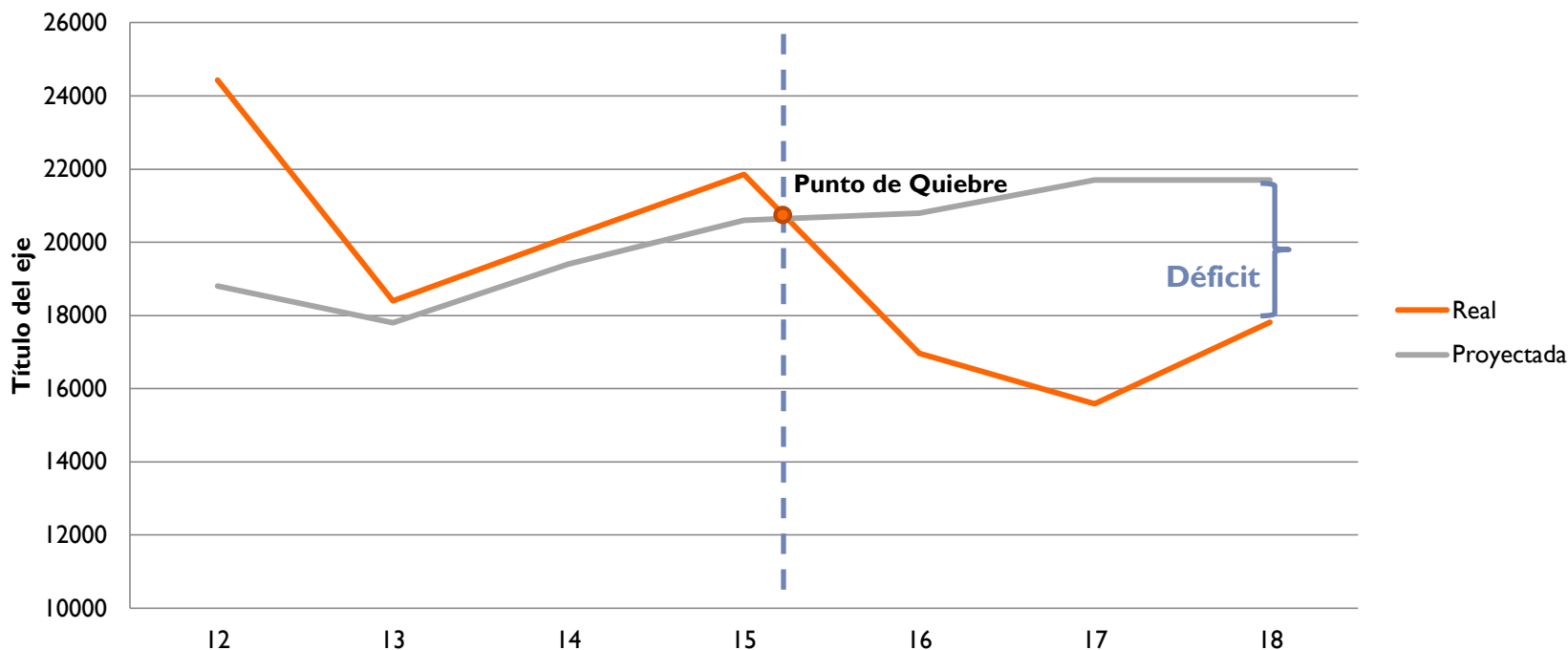
Ventas Reales



La gestión de la gerencia comercial abasteció la demanda sin problemas hasta el trimestre 15, Las ventas disminuyeron para los tres últimos trimestres,, por un problema de oferta y no de demanda (el escenario cambio en los últimos trimestres).

Comparativo de lo Real y Proyectoado

Ventas Reales vs Proyectoadas



El grafico muestra que la estrategia inicial de mantener una estrategia de precios competitivos ante un escenario no creciente, mostro su validez hasta el trimestre 15. El escenario cambia para los últimos tres trimestres pero nuestra gestión decidió incrementar ligeramente la producción para no sobrecalentar el costo de producción en los últimos tres trimestres.

Comparativo de Precios - Competencia

Firmas	Trimestre I3			Trimestre I6		
	Area I	Área 2	Area 3	Area I	Área 2	Área 3
1	38	41	40	38	41	40
2	39	40	39	39	39	39
3	37	39	39	40	41	41
4	40	40	40	40	40	40
5	39	40	40	37	39	39
6	39	39	39	40	40	40
7	40	40	40	40	40	40
8	38	38	38	35	35	35
9	38	38	38	37	40	40

En los primeros trimestres se mantuvo un precio competitivo de US\$ 39 por tenpomatic, para posicionar el producto y ampliar nuestros clientes. Este precio generaba ingresos significativos que permitió honrar las deudas y generar ingresos financieros, mediante incrementos de las inversiones de corto plazo.

Fuerza de Ventas

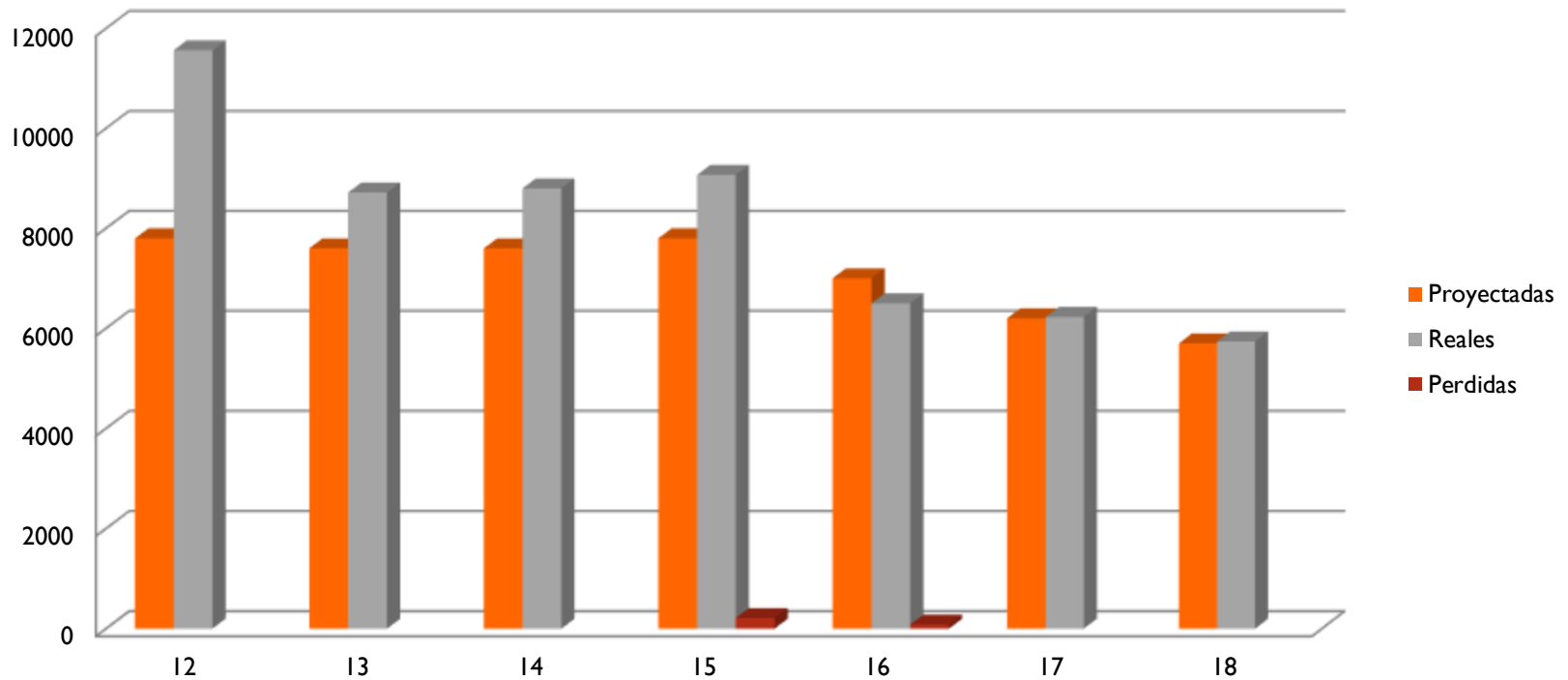
Distribucion de Vendedores por Area



Hasta el trimestre 14, la empresa contaba con 12 vendedores repartidos en las tres áreas de ventas, sin embargo, se termino con 9 vendedores como consecuencia de unidades perdidas, producto del crecimiento de la demanda, en los últimos cuatro trimestres. Estratégicamente no se opto por recuperar el personal por varios motivos: demora de 2 meses para que el vendedor este apto, necesidad de desalentar la venta producto de la escasez de producción de tenpomatics.

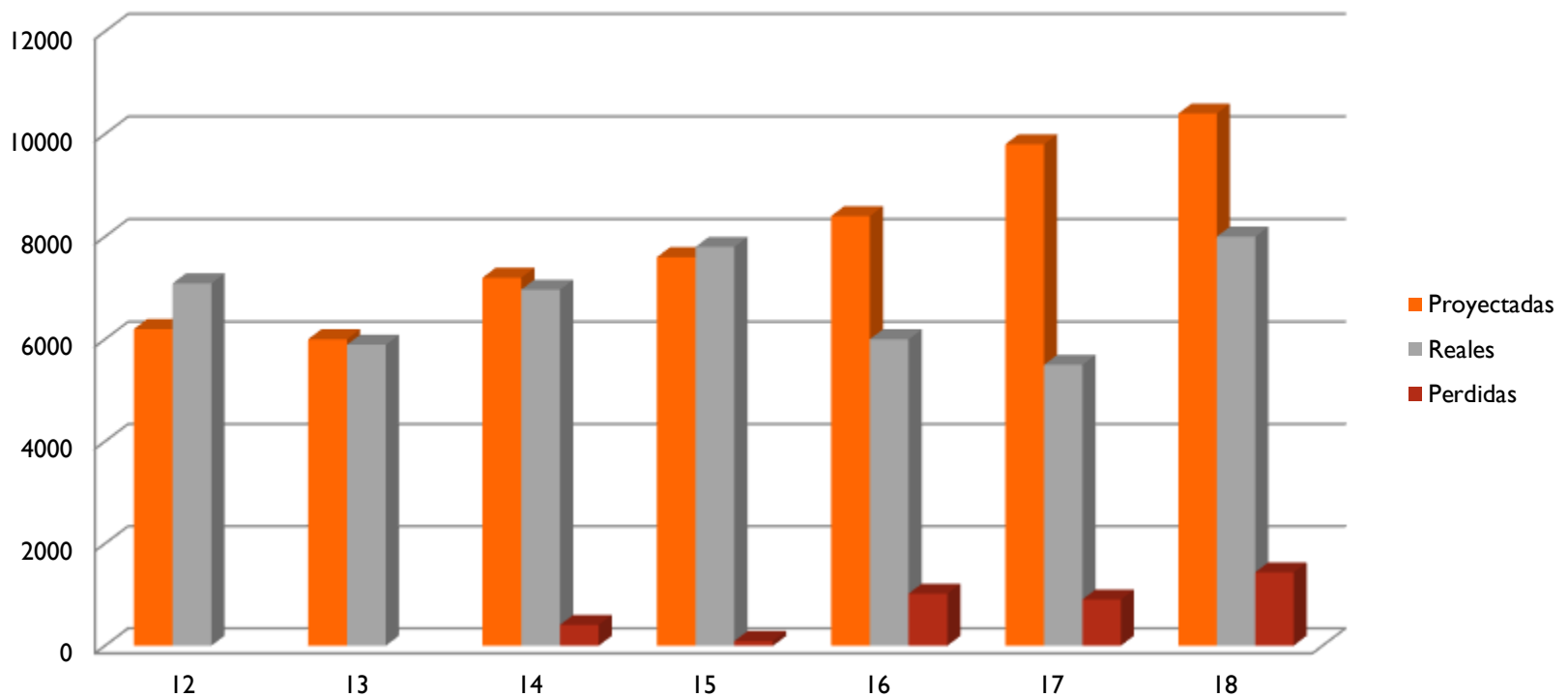
Fuerza de Ventas

Ventas Area I



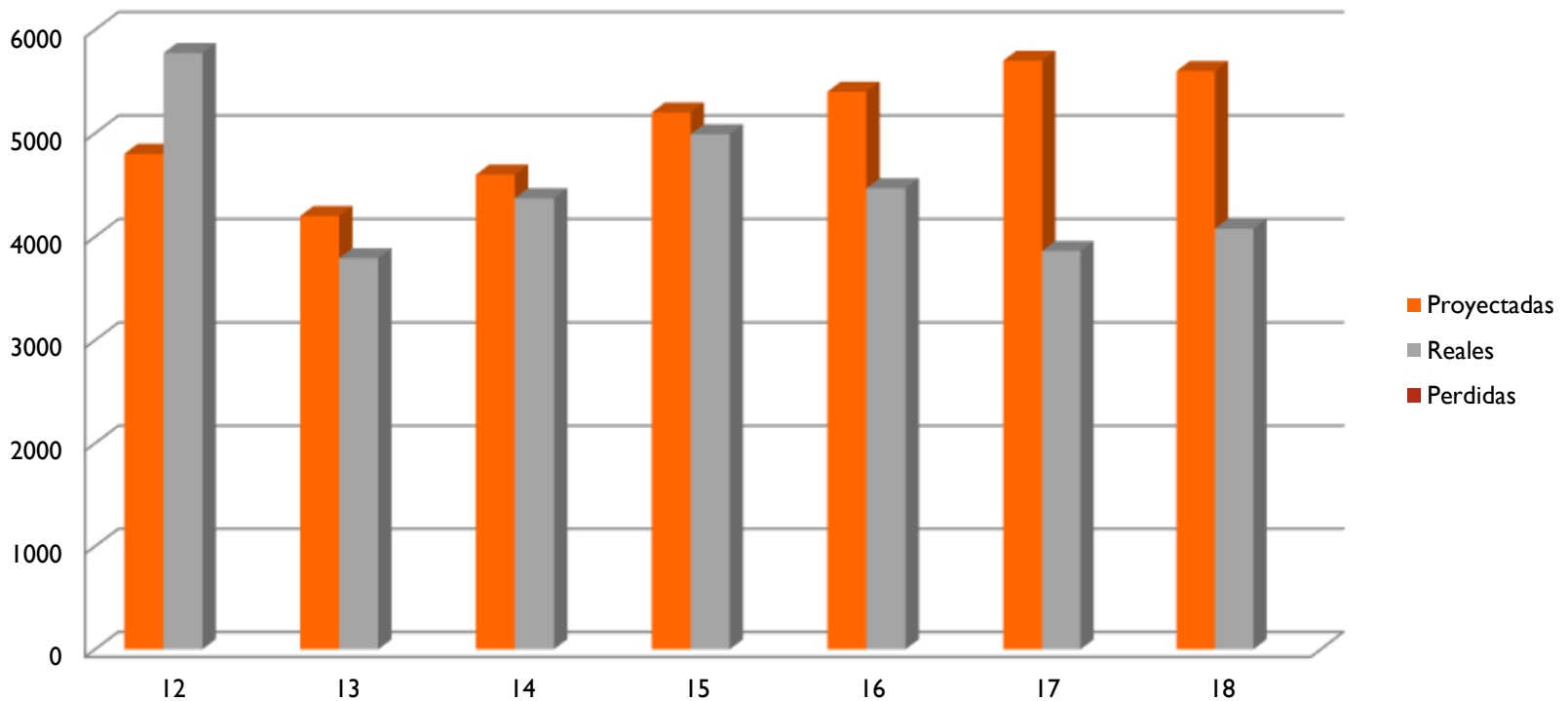
Fuerza de Ventas

Ventas Area 2



Fuerza de Ventas

Ventas Area 3



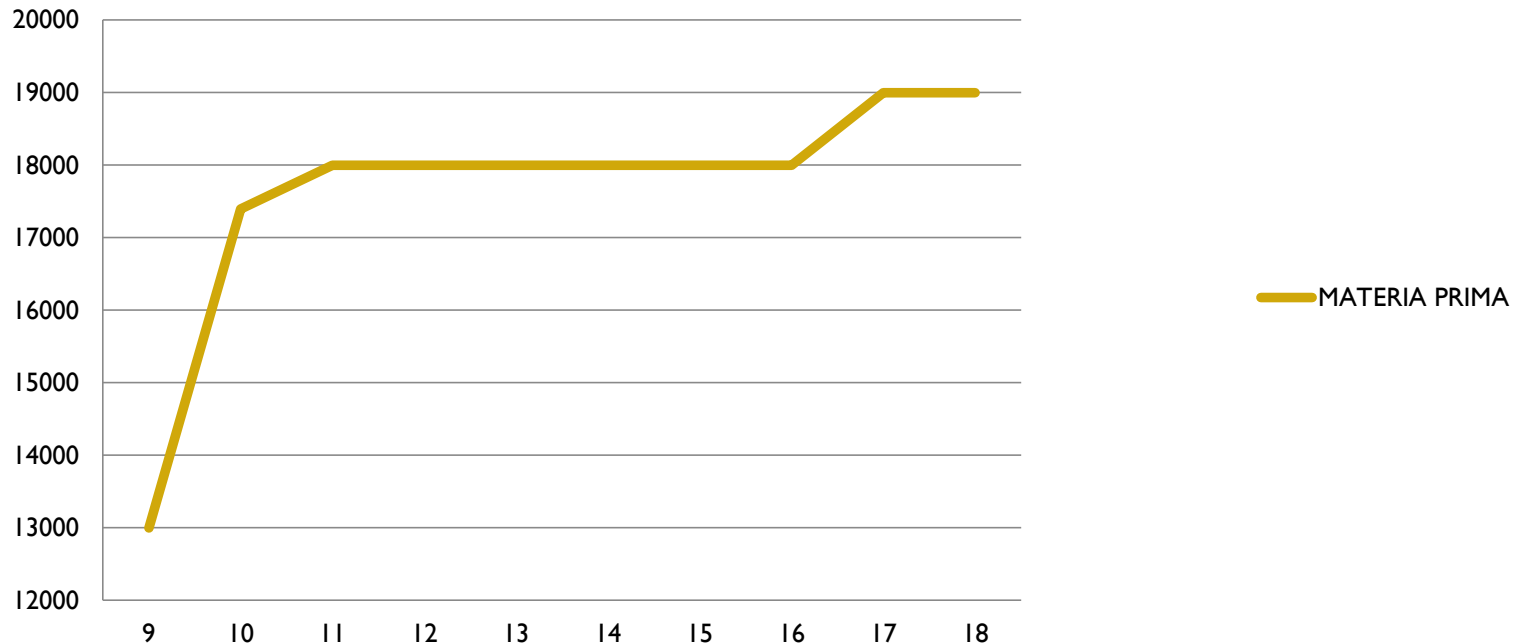


SIMULADOR TENPOMATIC ANALISIS DE PRODUCCION

ADMINISTRACION DE EMPRESAS
Gerencia Integral

Inventario de Materia Prima

Materia Prima

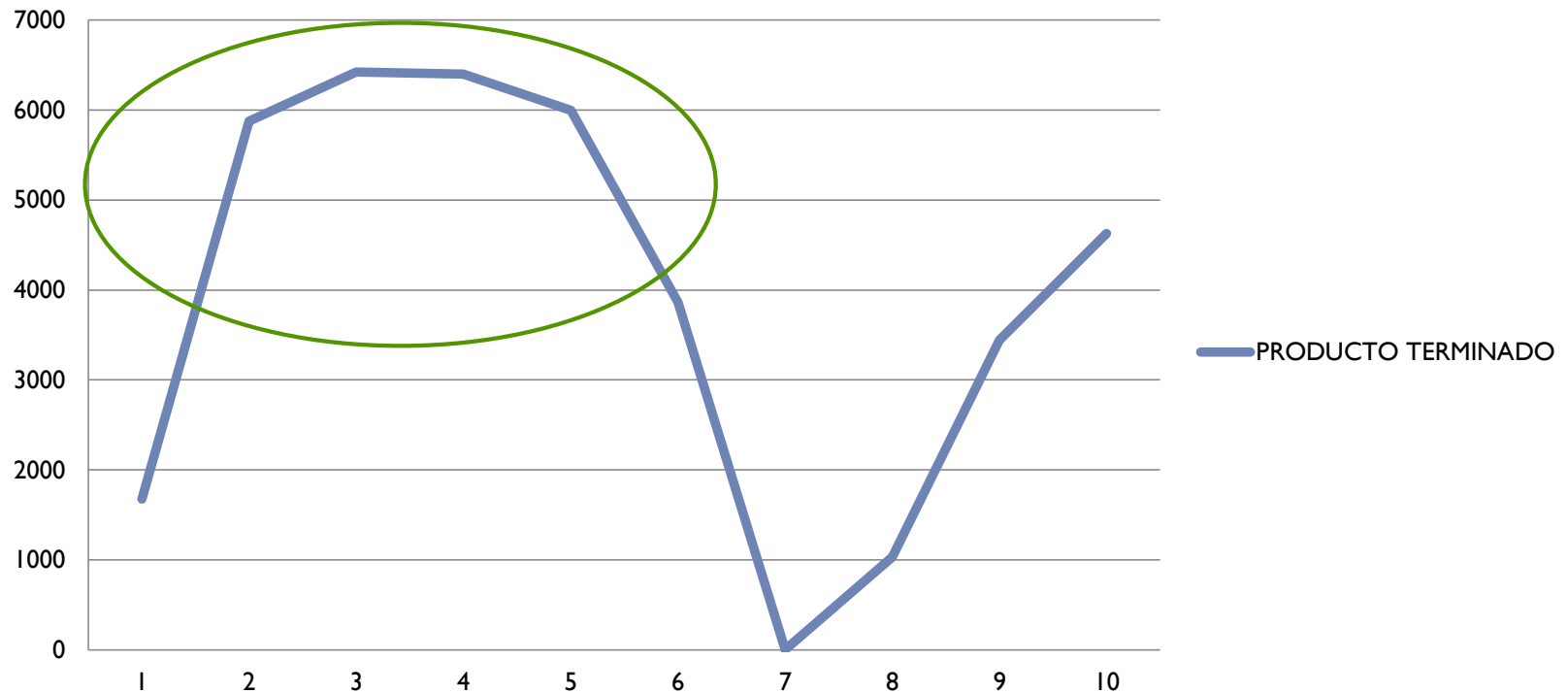


La demanda de Materia Prima, durante los últimos trimestres de ha mantenido estable con una demanda de 18000 unidades y 19000 unidades para los 2 últimos trimestres que se amplio la planta en 1000 unidades la planta existente. Este control en inventario permitió manejar un costo de producción bajo.



Inventario de Producto Terminado

Stock de Productos Terminados



Nuestra estrategia fue reducir de manera optima nuestro stock , para reducir costos de mantenimiento en consecuencia mejorar la situación económica de la empresa. En los primeros 6 trimestres, el stock de producto terminado era significativo, por la falta de ventas ante un escenario no creciente.



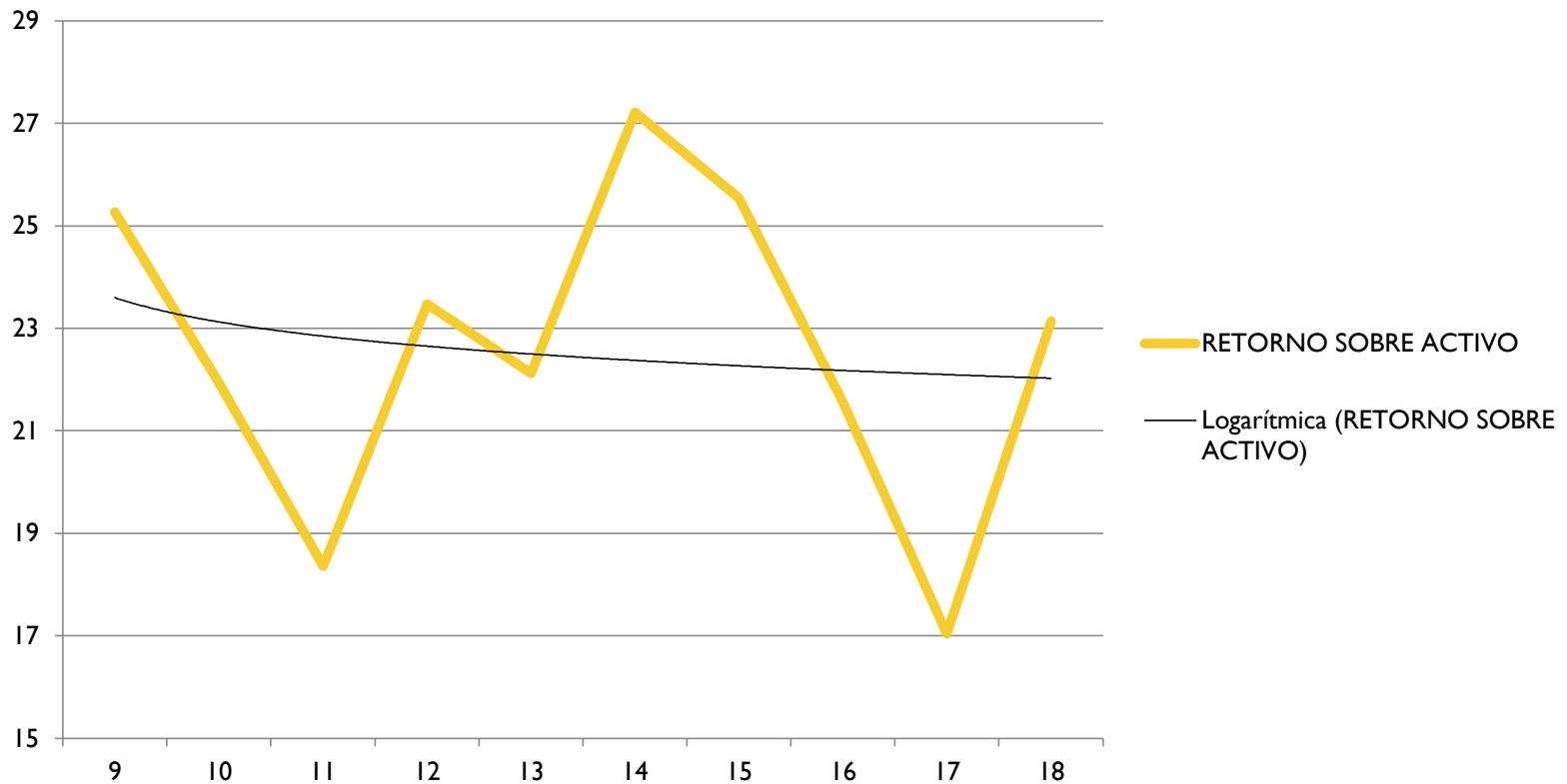


SIMULADOR TENPOMATIC RENTABILIDAD

ADMINISTRACION DE EMPRESAS
Gerencia Integral

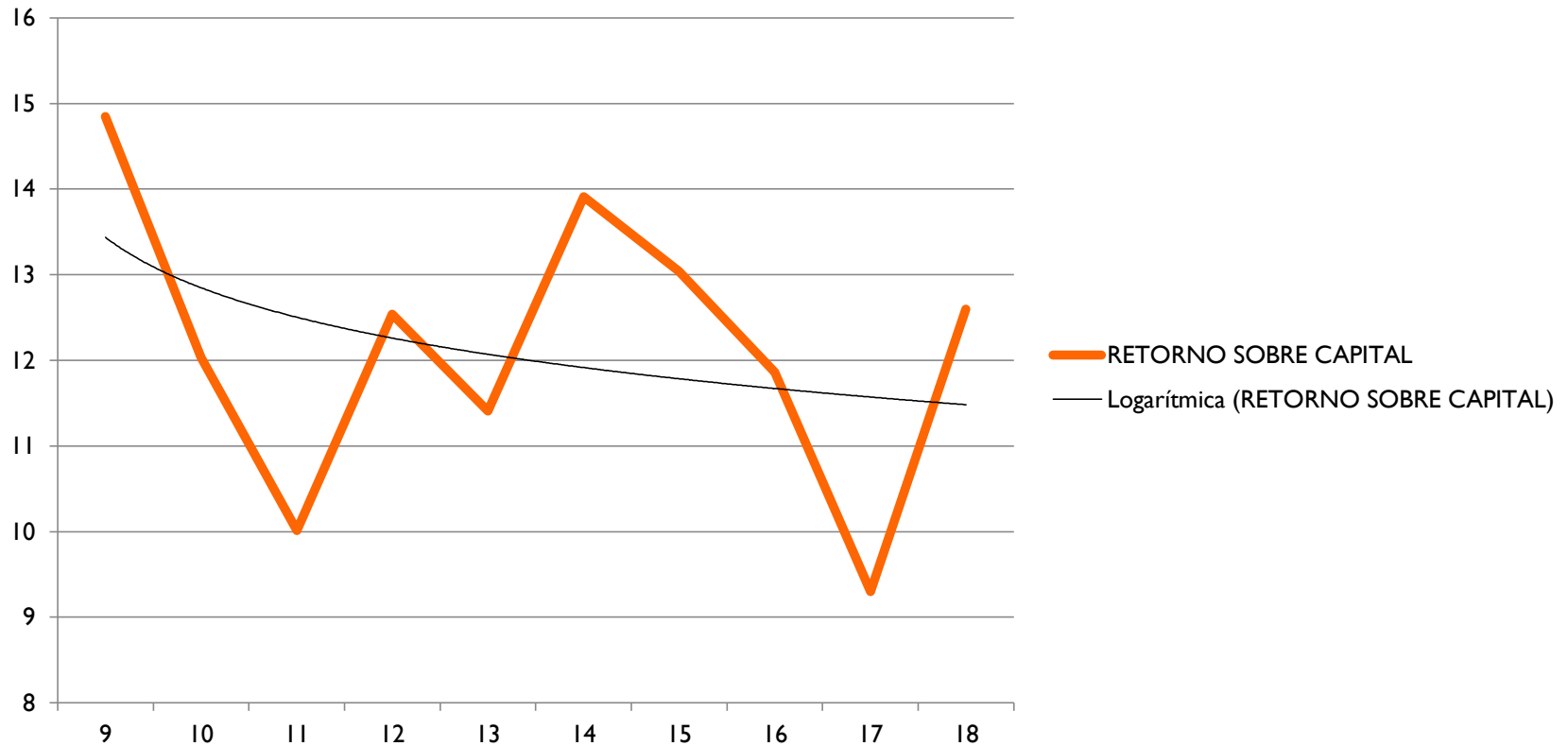
Rotación del Activo

Retorno sobre los Activos



Rotación del Capital

Retorno sobre el Capital



Generación de Valor

Evolucion del Precio por Accion

