

# Reto Internacional LABSAG

## Firma 6



## **Integrantes de la firma:**

- **Jesus Humberto Hernandez Salazar.**
- **Ferral Aguilar Cecilia.**
- **Michel Landeros Perla Anette.**
- **Sánchez Ramos Rosalinda. (Prof).**

# Introducción.

**Bienvenidos a la presentación de Resultados del Reto MARKLOG de Labsag.**

- **Simulación empresarial enfocada en marketing y logística.**
- **Objetivo:** Gestionar una empresa virtual optimizando producción, distribución y marketing.

**A continuación, se muestra las estrategias implementadas para la toma de cada una de las decisiones.**

# Metodología

**Los procesos utilizados para la realización de cada una de las decisiones, consistió en:**

1. Revisar los resultados de la decisión anteriores.
2. Exportar el excel de datos obtenidos.
3. Dar formato y utilizar formulas para determinar inventario a futuro y llegada de embarques.
4. Utilizar los datos proporcionados por la plataforma para determinar la demanda futura.
5. Realizar y enviar la decisión mediante la plataforma.

1.-

**LABSAG MARKLOG**  
MARKETING Y LOGÍSTICA B2B

Reporte para Alumno MARKLOG

INDUSTRIA: 02RET062024\_LIC    EQUIPO/FIRMA: 6    RESULTADOS TRIMESTRE: 9

ACCIONES: REGRESAR EXPORTAR

Embarques | Inventario | Estado Resultados | Estadísticas | Pronósticos | Resultados comparativos

EMBARQUES

Aéreo | Camión | Ferrocarril | Agente | Cooperativa | Marítimo | Mensajes

SEMANA:	33	34	35	36	37	38	39	40
<b>AEROINCA</b>								
Despachado	0	0	0	0				
Llegada Programada	0	0	0	0				
Llegada Real	0	0	0	0				
<b>AEROFLETES LATINOS</b>								
Despachado	0	0	0	0				
Llegada Programada	0	0	0	0				
Llegada Real	0	0	0	0				



Evidencia.

2.-

### INVENTARIO

Semana Número:	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40
Inventario Inicial	0	0	60942	22576	54,028	20,813	17,801	57,181	52,595	49,012	41,462	29,947
Total Kilos Recibidos	45029	114112	0	70056	0	40,030	80,031	40,032	45,000	45,000	45,000	45,000
DEMANDA B/ Total Kilos Disponibles	45029	114112	60942	92632	54,028	60,843	97,832	97,213	97,595	94,012	86,462	74,947
49575 Demanda Total	49789	53170	38366	38604	33,215	43,042	40,652	44,618	48,584	52,550	56,516	60,482
Mayoristas	49789	46814	38366	38604	33,215	36,686	40,652	44,618	48,584	52,550	56,516	60,482
Fabricantes	0	6356	0	0	0	6,356	0	0	0	0	0	0
Inventario Final	0	60942	22576	54028	20,813	17,801	57,181	52,595	49,012	41,462	29,947	14,465
Inventario Valorizado \$	0	41002	16378	35213								
Faltantes	4760	0	0	0								
Sgte. Orden Fabricante en Sem. 34												
					67%	74%	82%	90%	98%	106%	114%	122%
				4701								

3.-

#### PARTE 1

Semanas:	Sem. 33	Sem. 34	Sem. 35	Sem. 36
1. AEROINCA				
2. AEROFLETES LATINOS				
3. CAMIONES ZAS				
4. SUPER CARGAS				
5. CONFICARGAS				
6. TRANS CARGAS				
7. FERROVIA AMAZONICA	40033			
8. AGENTE DE CARGA				
9. COOP. EMBARQUES				
10. VAPORES MAGALLANES	45033	45034	45035	45036
11. OPCION ESPACIO BLOQUE				
12. OPCION ALQUILER ESPACIO DE ALMACENAJE				

05.

# Decisión 1:

La **primer decisión**, la cual fue tomada aleatoriamente por el sistema, dio inicio al rumbo que como equipo tenemos que seguir, dando resultados algo desfavorables y arriesgados al equipo.

PARTE 1				
Semanas:	Sem. 1	Sem. 2	Sem. 3	Sem. 4
1. AEROINCA	20001	20002	20003	20004
2. AEROFLETES LATINOS	20001	20002	20003	20004
3. CAMIONES ZAS				
4. SUPER CARGAS				
5. CONFICARGAS				
6. TRANS CARGAS				
7. FERROVIA AMAZONICA				
8. AGENTE DE CARGA				
9. COOP. EMBARQUES				
10. VAPORES MAGALLANES				
11. OPCION ESPACIO BLOQUE	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
12. OPCION ALQUILER ESPACIO DE ALMACENAJE	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

# Decisión 2:

La **segunda decisión**, fue enfocada en base a la demanda que existía en el momento, tomando la decisión de arriesgar y reponer el stock necesario con el método de envío más rápido, en este caso se decidió traer un expeditado por avión con el fin de cubrir la falta de stock para la venta de la semana 5. Debido a esto se comenzó a pedir por los demás medios de transporte con una vista en la semana de venta 6, 7 y 8.

PARTE 1				
Semanas:	Sem. 5	Sem. 6	Sem. 7	Sem. 8
1. AEROINCA	33001			
2. AEROFLETES LATINOS				
3. CAMIONES ZAS				
4. SUPER CARGAS				
5. CONFICARGAS	37001			
6. TRANS CARGAS				
7. FERROVIA AMAZONICA				
8. AGENTE DE CARGA	40001			
9. COOP. EMBARQUES	30001	30002		
10. VAPORES MAGALLANES				
11. OPCION ESPACIO BLOQUE	<input type="text" value=""/>	<input type="text" value=""/>	<input type="text" value=""/>	<input type="text" value=""/>
12. OPCION ALQUILER ESPACIO DE ALMACENAJE	<input type="text" value=""/>	<input type="text" value=""/>	<input type="text" value=""/>	<input type="text" value=""/>

# Decisión 3:

La **tercer decisión**, fue tomada en base a la demanda que existía en el momento, se optó la decisión de comenzar a utilizar los métodos de envío mas baratos progresivamente, sin arriesgar la demanda de las semanas siguientes, donde decidimos un planteamiento de no sobrecargar el nivel de stock con el fin de no incurrir en gastos extras de almacenaje.

PARTE 1				
Semanas:	Sem. 9	Sem. 10	Sem. 11	Sem. 12
1. AEROINCA				
2. AEROFLETES LATINOS				
3. CAMIONES ZAS				
4. SUPER CARGAS	30009			
5. CONFICARGAS	30009			
6. TRANS CARGAS				
7. FERROVIA AMAZONICA	30009	30010		
8. AGENTE DE CARGA	34509			
9. COOP. EMBARQUES	30009	30010		
10. VAPORES MAGALLANES	30009			
11. OPCION ESPACIO BLOQUE				
12. OPCION ALQUILER ESPACIO DE ALMACENAJE				



# Decisión 4:

La **cuarta decisión**, fue tomada en base a la demanda que existía en el momento, a partir de esta decisión, ya comenzabamos a tener el nivel de stock necesario para cubrir la demanda de 1 semana más aparte de las que se simularían, por lo que se decidió comenzar a confiar en el método de envío por vapores magallanes, esto con el objetivo de reducir aún más los costos de operación.

PARTE 1				
Semanas:	Sem. 13	Sem. 14	Sem. 15	Sem. 16
1. AEROINCA				
2. AEROFLETES LATINOS				
3. CAMIONES ZAS				
4. SUPER CARGAS	30013			
5. CONFICARGAS	25013			
6. TRANS CARGAS				
7. FERROVIA AMAZONICA	35013	35014		
8. AGENTE DE CARGA	30013			
9. COOP. EMBARQUES	30013	23014		
10. VAPORES MAGALLANES	30013	30014		
11. OPCION ESPACIO BLOQUE	<input type="text" value=""/>	<input type="text" value=""/>	<input type="text" value=""/>	<input type="text" value=""/>
12. OPCION ALQUILER ESPACIO DE ALMACENAJE	<input type="text" value=""/>	<input type="text" value=""/>	<input type="text" value=""/>	<input type="text" value=""/>

# Decisión 5:

La **quinta decisión**, fue tomada en base a la demanda que existía en el momento, con los resultados que nos proporciono la decisión anterior, comenzamos a reducir los envíos por los medios de transporte mas caros como lo son los transportes terrestres, redistribuyendolo en órdenes para un método de transporte más económico como lo es vapores magallanes.

PARTE 1				
Semanas:	Sem. 17	Sem. 18	Sem. 19	Sem. 20
1. AEROINCA				
2. AEROFLETES LATINOS				
3. CAMIONES ZAS				
4. SUPER CARGAS	25017			
5. CONFICARGAS	25017			
6. TRANS CARGAS				
7. FERROVIA AMAZONICA	50017			
8. AGENTE DE CARGA		35018		
9. COOP. EMBARQUES	50017	25018		
10. VAPORES MAGALLANES	50017	50018	50019	50020
11. OPCION ESPACIO BLOQUE				
12. OPCION ALQUILER ESPACIO DE ALMACENAJE				

# Decisión 6:

La **sexta decisión**, fue tomada en base a la demanda que existía en el momento, sin embargo, en esta decisión, existieron complicaciones con la entrega de los embarques, donde estaban programados para llegar una semana después de lo esperado, por lo que se tuvo que recurrir a un expeditado de 5k pcs por avión, con el fin de cubrir la demanda requerida en la semana inmediata. Se siguió planificando con 3 semanas de ventaja a la demanda, haciendo proyecciones en base a la demanda esperada mostrada.

## PARTE 1

Semanas:	Sem. 21	Sem. 22	Sem. 23	Sem. 24
1. AEROINCA	5021			
2. AEROFLETES LATINOS				
3. CAMIONES ZAS				
4. SUPER CARGAS				
5. CONFICARGAS	22021			
6. TRANS CARGAS				
7. FERROVIA AMAZONICA	25021			
8. AGENTE DE CARGA				
9. COOP. EMBARQUES	23021			
10. VAPORES MAGALLANES	30021	40022	30023	30024
11. OPCION ESPACIO BLOQUE	<input type="text" value=""/>	<input type="text" value=""/>	<input type="text" value=""/>	<input type="text" value=""/>
12. OPCION ALQUILER ESPACIO DE ALMACENAJE	<input type="text" value=""/>	<input type="text" value=""/>	<input type="text" value=""/>	<input type="text" value=""/>

# Decisión 7:

La **septima decisión**, fue tomada en base a la demanda que existía en el momento, una vez arreglado el problema con los embarques, y aprovechando la baja demanda pronosticada, se decidió realizar pedidos solo para cubrir lo justo y necesario para la proyección de las siguientes 4 semanas.

PARTE 1				
Semanas:	Sem. 25	Sem. 26	Sem. 27	Sem. 28
1. AEROINCA				
2. AEROFLETES LATINOS				
3. CAMIONES ZAS				
4. SUPER CARGAS				
5. CONFICARGAS				
6. TRANS CARGAS				
7. FERROVIA AMAZONICA	25025			
8. AGENTE DE CARGA				
9. COOP. EMBARQUES				
10. VAPORES MAGALLANES	30025	30026	30027	30028
11. OPCION ESPACIO BLOQUE	<input type="text" value=""/>	<input type="text" value=""/>	<input type="text" value=""/>	<input type="text" value=""/>
12. OPCION ALQUILER ESPACIO DE ALMACENAJE	<input type="text" value=""/>	<input type="text" value=""/>	<input type="text" value=""/>	<input type="text" value=""/>

# Decisión 8:

La **octava decisión**, fue tomada en base a la demanda que existía en el momento, nuevamente se presento un problema urgente con la llegada de embarques, lo que implicó un costo grande que no estaba contemplado, que fue expeditar 45k pcs con el fin de cubrir la demanda inmediata e inesperada, los demás pedidos se mantuvieron como lo esperado, analizando el crecimiento esperado a futuro.

PARTE 1				
Semanas:	Sem. 29	Sem. 30	Sem. 31	Sem. 32
1. AEROINCA	45029			
2. AEROFLETES LATINOS				
3. CAMIONES ZAS				
4. SUPER CARGAS				
5. CONFICARGAS	29029			
6. TRANS CARGAS				
7. FERROVIA AMAZONICA	25029			
8. AGENTE DE CARGA				
9. COOP. EMBARQUES				
10. VAPORES MAGALLANES	40029	40030	40031	40032
11. OPCION ESPACIO BLOQUE				
12. OPCION ALQUILER ESPACIO DE ALMACENAJE				

# Decisión 9:

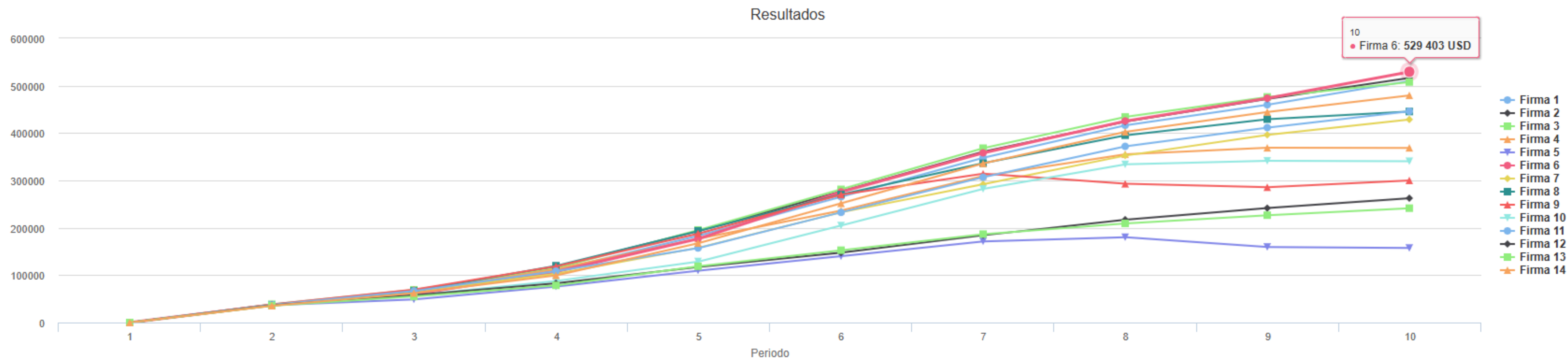
La **novena decisión y última decisión**, fue tomada en base a la demanda que existía en el momento, enfocandose en el crecimiento exponencial que tendría la demanda en las próximas semanas, afortunadamente el tema de embarques se encontraba regulado y era cuestión de dar seguimiento a los resultados.

PARTE 1				
Semanas:	Sem. 33	Sem. 34	Sem. 35	Sem. 36
1. AEROINCA				
2. AEROFLETES LATINOS				
3. CAMIONES ZAS				
4. SUPER CARGAS				
5. CONFICARGAS				
6. TRANS CARGAS				
7. FERROVIA AMAZONICA	40033			
8. AGENTE DE CARGA				
9. COOP. EMBARQUES				
10. VAPORES MAGALLANES	45033	45034	45035	45036
11. OPCION ESPACIO BLOQUE	<input type="text" value="v"/>	<input type="text" value="v"/>	<input type="text" value="v"/>	<input type="text" value="v"/>
12. OPCION ALQUILER ESPACIO DE ALMACENAJE	<input type="text" value="v"/>	<input type="text" value="v"/>	<input type="text" value="v"/>	<input type="text" value="v"/>

# Progreso del equipo ante la competencia.

El progreso del equipo fue creciente semana tras semana comenzando en un 10mo puesto, sin embargo, la competencia no era poca, demostrando que cada uno de ellos tomaban excelentes decisiones, lo cual complicaba el escalado de posiciones dentro de grupo.

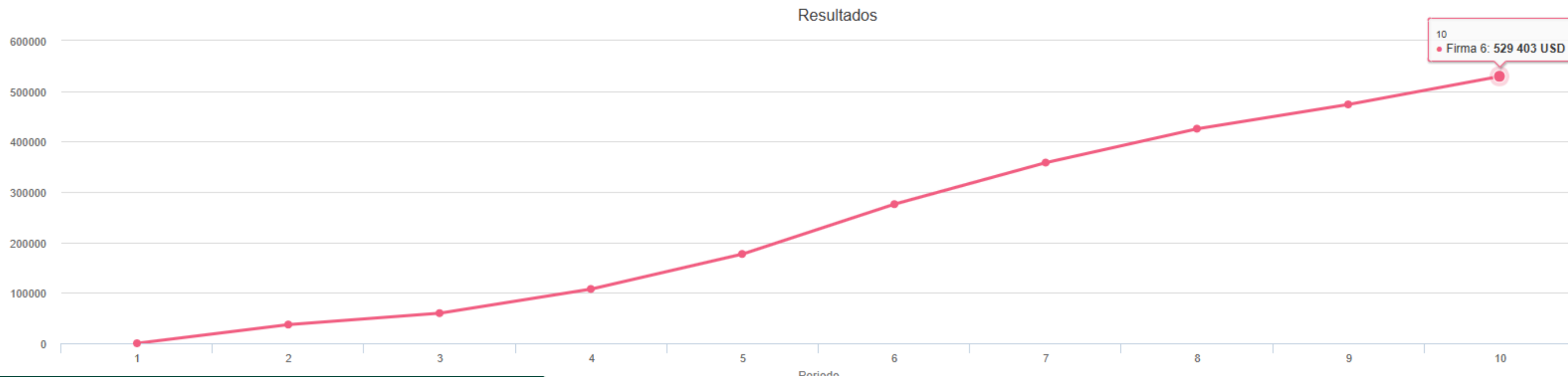
## UTILIDADES ACUMULADAS



# Progreso del equipo personal.

Como equipo, nos esforzamos con el fin de llegar a buenas decisiones, y con el objetivo de dar una digna representación que merece nuestra institución, orgullosamente somos los ganadores de nuestro grupo y el 2do lugar a nivel general de una ardua competencia con universidades internacionales que representaron un verdadero reto.

UTILIDADES ACUMULADAS





# Experiencia y Aprendizaje

## Tareas:

- Tomar decisiones estratégicas sobre producción, distribución y marketing.
- Analizar el mercado y la competencia para ajustar nuestras estrategias.
- Gestionar recursos y presupuestos eficientemente.



## Habilidades desarrolladas:

- **Análisis de datos:** interpretación de informes financieros y de mercado.
- **Planificación estratégica:** desarrollo de planes a corto y largo plazo.
- **Toma de decisiones bajo presión:** adaptarse a cambios rápidos y solucionar problemas imprevistos.

# Resultados y Reflexiones

## Decisiones y estrategias:



- **Éxitos alcanzados:** Aumento de la cuota de mercado, mejora en la eficiencia operativa y crecimiento de los ingresos.
- **Desafíos enfrentados:** Competencia intensa, fluctuaciones del mercado y limitaciones presupuestarias.

## Valor educativo:

- **Experiencia práctica:** Aplicación de conceptos teóricos en un entorno simulado.
- **Aprendizaje integral:** Comprensión de la interrelación entre marketing y logística.

# Preguntas y aclaraciones.

**En caso de alguna duda o aclaración, dejamos a su disposición los siguientes medios de contacto:**

- Jesus Humberto Hernandez Salazar:  
*jesus.hernandezs@uttn.mx*
- Cecilia Ferral Aguilar:  
*cecilia.ferral@uttn.mx*
- Perla Anette Michel Landeros:  
*perla.michel@uttn.mx*
- Sanchez Ramos Rosalinda:  
*rosalinda.sanchez@uttn.mx*



**Muchas gracias por su  
atención.**