

TENPOMATIC

Elideth Nayeli Villanueva Márquez Alumna – UTH

Raúl Ramírez Juárez Profesor – UTH

Ganadores del 1° Lugar - Reto LABSAG Mayo 2023

INTRODUCCIÓN

En el presente archivo se realizará una presentación de como obtuvimos el primer lugar del Reto LABSAG Mayo 2023 en el simulador TENPOMATIC

Abordando puntos clave y estratégicos para una correcta toma de decisiones en la Gerencia General apuntando los esfuerzos a un crecimiento del precio de acción, buscando abarcar la mayor cantidad del mercado de la industria.

Nuestro Rol en Tempomatic

En TEMPOMATIC, como equipo guiamos a nuestra empresa a liderar el mercado de bienes de consumo ensamblados industrialmente, administrando, con perspectiva de largo plazo y direccionados a maximizar el precio de acción, dirigiendo todas las funciones gerenciales, las cuales son: finanzas, contabilidad, producción, marketing, ventas y gestión de personal, economía, integrando nuestros conocimientos y teorías aplicandolas en el mundo gerencial y empresarial.

01 Mundo Tenpomatic

Ecosistema Interno
Ecosistema Externo

Decisión 1

Decisión 2

Decisión 3

TABLA DE CONTENIDOS

01 Decisión 4

Decisión 5

Decisión 6

Decisión 7

Decisión 8

TABLA DE CONTENIDOS



CONTABILIDAD Y FINANZAS

Flujo de Efectivo

Financiamientos

Presupuestos

Estados Ffinancieros

Ingresos y Egresos

Contratación

Suspensión

Proyecciones

Despidos

Administración



RECURSOS HUMANOS

MUNDO TENPOMATIC

Ecosistema Interno

Cantidad a producir

Cantidad de obreros

Compras de materia
prima

Presupuesto de
ventas

Ampliación de Planta

Análisis de Oferta y
Demanda

Mejoras de producto
Estudios de Mercado

Publicidad Local y
Regional

Precio de producto

MARKETING Y VENTAS

PRODUCCIÓN





DECISIÓN

01

Se analizaron los siguientes puntos:

Cantidad de unidades vendidas el trimestre anterior

- Cantidad de dinero disponible para el próximo periodo
 - Cantidad de materia prima disponible
 - Cantidad de personal de producción disponible
 - Cantidad de vendedores disponibles
- Cantidad de publicidad usada el trimestre anterior

Con base en los análisis anteriores, se determinó la cantidad de producción y la publicidad total

DECISIÓN 2

Se analizaron los siguientes puntos:

Cantidad de unidades vendidas el trimestre anterior

- Cantidad de dinero disponible para el próximo periodo
- Cantidad de publicidad usada el trimestre anterior

Se determinó la cantidad de producción y unidades enviadas a cada una de las áreas, haciendo referencia el pronóstico de demanda en cada una de las áreas.

Ya que hay renuncias en el departamento de producción, se mandaron a contratar 2 de personal de producción.

Se pidió un préstamo a corto plazo.

DECISIÓN 3

Se analizaron los siguientes resultados de la decisión 2:

- Cantidad de unidades vendidas el trimestre anterior
- Cantidad de dinero disponible para el próximo periodo
- Cantidad del pronóstico de ventas del próximo trimestre
- La cantidad de unidades enviadas a cada una de las áreas era mayor a las ventas y se obtuvieron excedentes en las 3 áreas.

Se aumentó el nivel de publicidad total

Se pidió un préstamo a corto plazo

DECISIÓN

04

Se analizaron los siguientes resultados de la decisión 3:

- Cantidad de unidades vendidas el trimestre anterior
- Cantidad de dinero disponible para el próximo periodo
- Cantidad del pronóstico de ventas del próximo trimestre

La cantidad de unidades enviadas a cada una de las áreas era mayor a las ventas y se obtuvieron excedentes en las 3 áreas.

Se mantuvo el nivel de publicidad total.

Se pidió un préstamo a corto plazo.

Se contrataron vendedores y personal de producción.

Se analizaron los siguientes resultados de la decisión 4:

- Cantidad de unidades vendidas el trimestre anterior
- Cantidad de dinero disponible para el próximo periodo
 - Cantidad del pronóstico de ventas del próximo trimestre

La cantidad de unidades enviadas a cada una de las áreas era la necesaria para las ventas y se obtuvo un inventario aceptable en las 3 áreas.

Se bajó el nivel de publicidad total.

Se pidió un préstamo a corto plazo menor que el trimestre anterior.

Se contrataron vendedores y personal de producción.

Se realizaron 3 mejoras de productos

DECISIÓN 5

Se analizaron los siguientes resultados de la decisión 5:

- Cantidad de unidades vendidas el trimestre anterior
- Cantidad de dinero disponible para el próximo periodo
 - Cantidad del pronóstico de ventas del próximo trimestre

La cantidad de unidades enviadas a cada una de las áreas era la necesaria para las ventas, excepto en el área 3 y se obtuvo un inventario aceptable en el área 1 y 2, en el área 3 existió un faltante de unidades.

Se bajó el nivel de publicidad total.

La empresa tenía un flujo de efectivo suficiente para financiar sus gastos.

Se contrataron vendedores y personal de producción.

Se realizaron 3 mejoras de productos

Se aumentó el precio al producto en el área 3

DECISIÓN 6

DECISIÓN 7

Se analizaron los siguientes resultados de la decisión 6:

- Cantidad de unidades vendidas el trimestre anterior
- Cantidad de dinero disponible para el próximo periodo
 - Cantidad del pronóstico de ventas del próximo trimestre

Existió un faltante en la cantidad de unidades enviadas a cada una de las áreas, pues la demanda había crecido a un punto en que la producción no era suficiente.

La empresa tenía un flujo de efectivo suficiente para financiar sus gastos.

Se bajó el nivel de publicidad total.

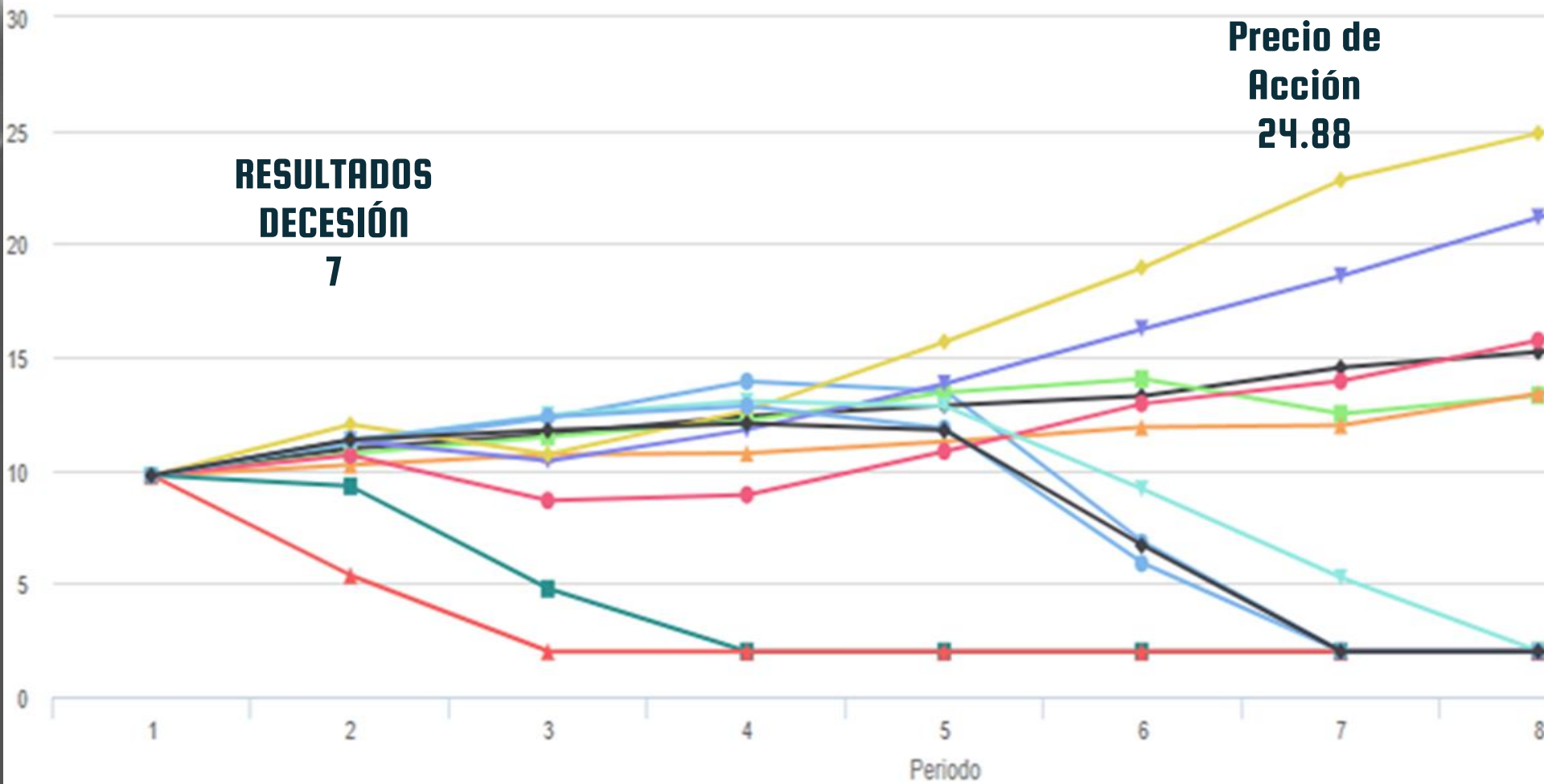
Se contrató personal de producción.

Se aumentó \$1 el precio al producto en el área 1, 2 y 3.

Resultados

**Precio de
Acción
24.88**

**RESULTADOS
DECESIÓN
7**



DECISIÓN 8

Se analizaron los siguientes resultados de la decisión 7:

- Cantidad de unidades vendidas el trimestre anterior
- Cantidad de dinero disponible para el próximo periodo
- Cantidad del pronóstico de ventas del próximo trimestre

La cantidad de unidades enviadas estuvo acorde a la demanda

La empresa tenía un flujo de efectivo suficiente para financiar sus gastos.

Se bajó el nivel de publicidad total.

Se contrato personal de producción, la materia prima necesaria para la producción total de la planta, sin tiempo extra.

Se pagó una parte del bono.

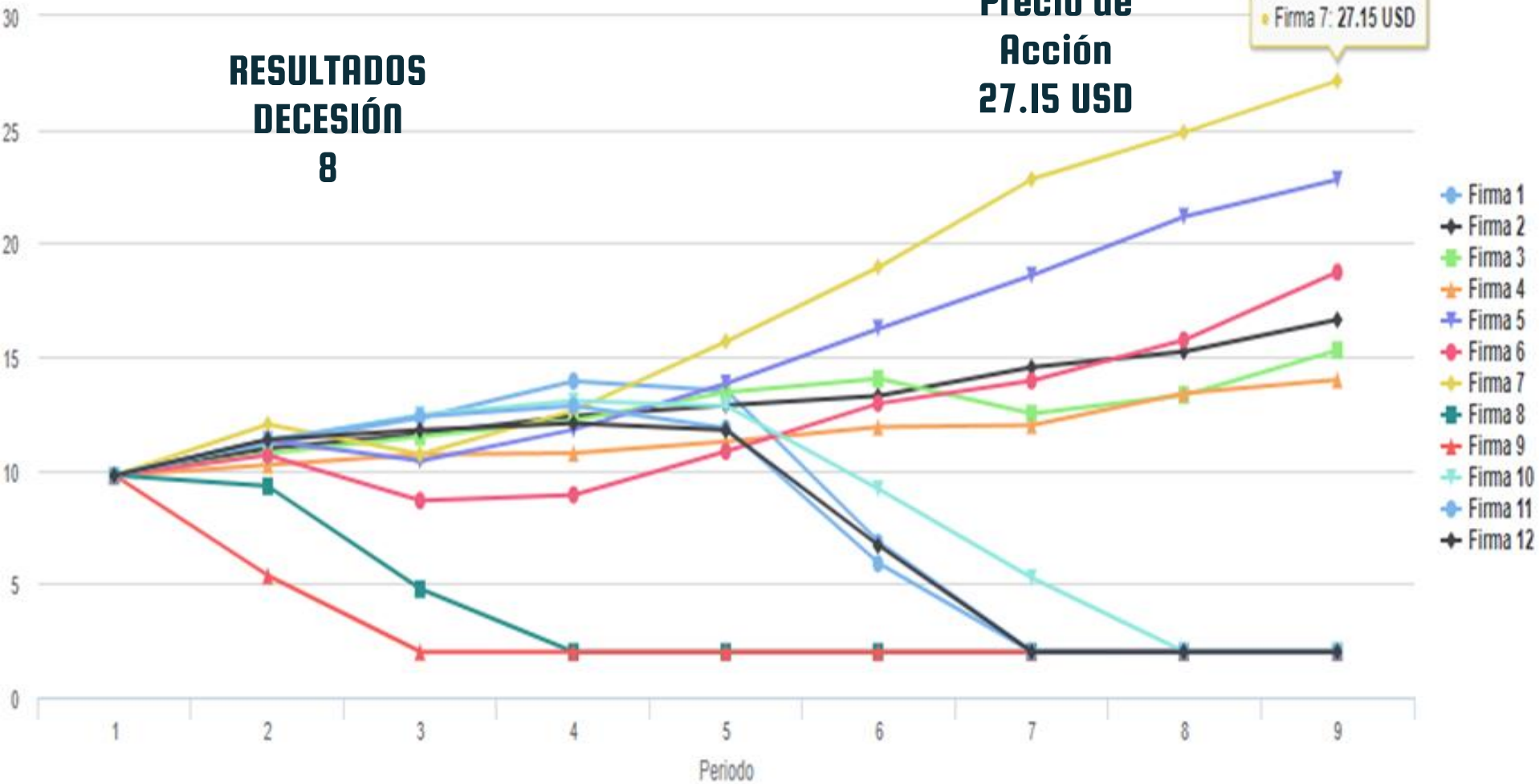
Se obtuvo un precio de acción de 27.15 USD

Resultados

RESULTADOS DECESIÓN 8

**Precio de
Acción
27.15 USD**

9
Firma 7: 27.15 USD



CONCLUSIONES

- Pronosticar correctamente la demanda para saber la cantidad de unidades a enviar a las diversas áreas.
- Calcular correctamente los ingresos y egresos para pedir los financiamientos en cantidades correctas.
- Analizar los presupuestos de ventas para determinar la cantidad de compra de materia prima.
- Prever los cambios de recursos humanos para aprovechar la cantidad de capacidad instalada en el área de producción.
- Considerar el precio de los competidores.
- Analizar el crecimiento de los competidores.
- Determinar el porcentaje de influencia en de la publicidad local, publicidad regional y vendedores en el área de ventas.

Firmas	Periodo 8	Periodo 9	Periodo 10	Periodo 11	Periodo 12	Periodo 13	Periodo 14	Periodo 15	Periodo 16
Firma 1	9.76	11.13	12.32	13.92	13.50	6.82	2.00	2.00	2.00
Firma 2	9.76	10.96	11.60	12.38	12.86	13.27	14.53	15.22	16.62
Firma 3	9.76	10.73	11.48	12.19	13.43	14.03	12.49	13.30	15.28
Firma 4	9.76	10.23	10.69	10.75	11.26	11.90	11.98	13.39	13.98
Firma 5	9.76	11.31	10.41	11.78	13.82	16.24	18.57	21.16	22.79
Firma 6	9.76	10.66	8.66	8.91	10.83	12.94	13.93	15.73	18.72
Firma 7	9.76	12.01	10.70	12.62	15.67	18.95	22.81	24.88	27.15
Firma 8	9.76	9.29	4.76	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00
Firma 9	9.76	5.36	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00
Firma 10	9.76	11.28	12.44	13.04	12.83	9.16	5.25	2.00	2.00
Firma 11	9.76	11.33	12.36	12.83	11.85	5.88	2.00	2.00	2.00
Firma 12	9.76	11.34	11.76	12.07	11.76	6.67	2.00	2.00	2.00

**TABLA DE
RESULTADOS
GENERALES
CONCURSO**



GRACIAS

By: Elideth Nayeli Villanueva Márquez