

TORNEO LABSAG OCTUBRE 2017

Equipo 5

Aguilar Martinez Leonardo

España Verde Jose Alfredo

Jiménez Mendiola Paola

— López Escutia Andrea Jatziri —

Navarrete Rentería Salvador

PROFESOR: Isaac Corona Lagunas

Industria RETO1820172

Introducción

La experiencia de participar en un reto como este es sumamente enriquecedora, ya que desde un comienzo, el simple hecho de formar un equipo y ponerse de acuerdo para tomar las diferentes decisiones ya es un aprendizaje; después planear la estrategia que se tomaría como guía para que a través de la teoría que hemos aprendido a lo largo de la carrera, pudiéramos manejar la organización y cada una de las áreas que ésta incluye.

Y a pesar de ser sólo un simulador, nos permitió darnos cuenta de que cada uno de los elementos dentro de la organización son importantes y que si alguno falta o no está bien coordinado, no se podrá lograr el objetivo que se percibe; en el caso del torneo, nosotros lo conseguimos alcanzando el valor de la acción más alto dentro del mercado.

Decisión 1

PARTE 1

<input type="text" value="2"/>	<input type="text" value="8"/>	<input type="text" value="6"/>	<input type="text" value="6"/>	<input type="text" value="5"/>	<input type="text" value="3"/>	<input type="text" value="3"/>	<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="40"/>	<input type="text" value="40"/>	<input type="text" value="40"/>
# de páginas de publicidad nacional	AREA 1	AREA 2	AREA 3	AREA 1	AREA 2	AREA 3	Número de mejoras al producto	AREA 1	AREA 2	AREA 3
Número de páginas de publicidad local			Número de vendedores				Precio			

PARTE 2

<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text" value="4500"/>	<input type="text" value="4000"/>	<input type="text" value="6500"/>	<input type="text" value="6500"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
# de vendedores contratados	# de vendedores despedidos	AREA 1	AREA 2	AREA 3	Total transferidas	AREA 1	AREA 2	AREA 3
			Unidades transferidas hacia		Unidades transferidas desde			

PARTE 3

<input type="text" value="13000"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
AREA 1	AREA 2	AREA 3	AREA 1	AREA 2	AREA 3	Pedido de préstamo a corto plazo	Total pagado del préstamo a corto plazo	% de ganancia por dividendo	Dividendo por acción en centavos
Material ordenado en unidades			Planta ordenada en unidades construidas						

PARTE 4

<input type="text" value="18000"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text" value="2"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
AREA 1	AREA 2	AREA 3	AREA 1	AREA 2	AREA 3	AREA 1	AREA 2	AREA 3	Depósitos en Dólares	Retiro en Dólares	Suspensión de trabajadores
Producción total en unidades			Órdenes de producción ordenados			Órdenes de producción despedidos					

Nuestra primera decisión fue ordenar sólo la materia prima necesaria ya que se tenía un inventario final de 5,600 unidades, lo que generaba un mayor costo de almacén.

Aplicamos una mejora para que nuestro producto tuviera una ventaja sobre la competencia

Nos mantuvimos con los mismos trabajadores y contratamos mayor publicidad donde se reportaba mayor demanda.

Se mantuvo el precio de venta, producimos el total de la capacidad de la planta y cuadrillas.

Decisión 2

PMITE 1											
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
# de página de publicidad nacional	7	5	5	6	3	3	2	40	40	41	
	AREA 1	AREA 2	AREA 3	AREA 1	AREA 2	AREA 3		AREA 1	AREA 2	AREA 3	
	Número de páginas de publicidad local			Número de vendedores				Número de mejoras al producto			Plazo

PMITE 2							
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
# de vendedores contratados	# de vendedores despedidos		4776	4500	9276	9276	
		AREA 1	AREA 2	AREA 3		AREA 1	AREA 2
		Unidades transferidas hasta				Unidades transferidas desde	
					Total transferidas		

PMITE 3									
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
17500									
AREA 1	AREA 2	AREA 3	AREA 1	AREA 2	AREA 3				
Material ordenado en unidades			Plano ordenado en unidades construidas			Pedido de préstamo a corto plazo	Total pagado del préstamo a corto plazo	% de ganancia por dividendo	Dividendo por acción en centavos

PMITE 4											
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
18000			2								
AREA 1	AREA 2	AREA 3	AREA 1	AREA 2	AREA 3	AREA 1	AREA 2	AREA 3			
Producción total en unidades			Órdenes de producción ordenadas			Órdenes de producción despedidas			Depositos en Dólares	Retiro en Dólares	Suspensión de trabajadores
									A 1	A 2	A 3

Se decidió bajar la publicidad porque la demanda iba en aumento pero sin perjudicar la calidad de nuestro producto; es por ello que se decidió realizar mejoras al producto para seguir manteniendo una ventaja competitiva.

Se decidió aumentar el precio de venta en el área 3, ya que era donde existía mayor demanda del producto.

Se envió más producto del área 1, a las demás áreas y se ordenó más material para mantener y producir las unidades específicas del total de las cuadrillas.

Decisión 3

PARTE 1

2	6	6	6	6	3	3	0	40	40	41
# de páginas de publicidad nacional	AREA 1	AREA 2	AREA 3	AREA 1	AREA 2	AREA 3	Número de mejoras al producto	AREA 1	AREA 2	AREA 3
	Número de páginas de publicidad total			Número de vendedores				Precio		

PARTE 2

			4723	4885	9606	9606		
# de vendedores contratados	# de vendedores despedidos	AREA 1	AREA 2	AREA 3	Total transferidas		Unidades transferidas desde	
			Unidades transferidas hacia					

PARTE 3

18000									
AREA 1	AREA 2	AREA 3	AREA 1	AREA 2	AREA 3	Pedido de préstamo a corto plazo	Total pagado del préstamo a corto plazo	% de ganancia por dividendo	Dividendo por acción en centavos
Materia ordenada en unidades			Planta ordenada/unidades construidas						

PARTE 4

18000			2										
AREA 1	AREA 2	AREA 3	AREA 1	AREA 2	AREA 3	AREA 1	AREA 2	AREA 3	Deposito en dólares	Precio en dólares	A.1	A.2	A.3
Producción total en unidades			Overs de producción ordenada			Overs de producción despedidos					Suspensión de trabajadores		

En este periodo nos enfrentamos con una problemática, ya que no vendimos las unidades esperadas, por lo que, para mejorar nuestra venta, nos enfocamos en la publicidad, ya que si contratábamos más vendedores nos costaría un gasto fijo y con la publicidad tendríamos mayor movilidad para nuestras siguientes decisiones.

Se mantuvo el mismo precio de venta. Continuamos solicitando solo la materia prima necesaria para optimizar costos.

Decisión 4

PARTE 1												
2	8	6	7	6	3	3	1	40	40	41		
# de página de publicidad nacional	ÁREA 1			ÁREA 2			ÁREA 3			Número de mejoras al producto		
	Número de páginas de publicidad local			Número de vendedores				Precio				
PARTE 2												
			4723	4883	9606	9606						
# de vendedores contratados	# de vendedores despedidos		Unidades transferidas físicas			Total transferidas			Unidades transferidas devaluadas			
			ÁREA 1	ÁREA 2	ÁREA 3		ÁREA 1	ÁREA 2	ÁREA 3			
PARTE 3												
18000												
ÁREA 1	ÁREA 2	ÁREA 3	ÁREA 1	ÁREA 2	ÁREA 3	Pedidos de préstamo a corto plazo	Total pagado del préstamo a corto plazo	% de garantía por dividendo	Dividendo por acción en centavos			
Material ordenado en unidades		Plano ordenado en unidades construidas										
PARTE 4												
18000			2									
ÁREA 1	ÁREA 2	ÁREA 3	ÁREA 1	ÁREA 2	ÁREA 3	ÁREA 1	ÁREA 2	ÁREA 3	Depositos en Dólares	Retiro en Dólares	A 1	A 2
Producción total en unidades			Órdenes de producción ordenados			Órdenes de producción despedidos					Suspensión de trabajos	

Para garantizar el posicionamiento del producto se realizó una mejora, ya que ya la anterior perdía su impacto.

Seguimos solicitando el material necesario para reducir los costos.

Decisión 5

PARTE 1											
2		8		6		7		8		3	
N.º de páginas de publicidad regional		ÁREA 1		ÁREA 2		ÁREA 3		ÁREA 1		ÁREA 2	
		Número de páginas de publicidad local		Número de vendedores		Número de máquinas al producto		ÁREA 1		ÁREA 2	
								Precio		ÁREA 3	
PARTE 2											
				5500		5000		10500		10500	
N.º de unidades compradas		N.º de unidades depositadas		Unidades transferidas hacia		Unidades transferidas desde		Total transferidas		Unidades transferidas desde	
				ÁREA 1		ÁREA 2		ÁREA 1		ÁREA 2	
PARTE 3											
17900											
ÁREA 1		ÁREA 2		ÁREA 3		ÁREA 1		ÁREA 2		ÁREA 3	
Material ordenado en unidades		Planta ordenada en unidades conocidas		Pérdida de préstamo a corto plazo		Total pagado del préstamo a corto plazo		% de garantía por dividendos		Dividendos por acción en centavos	
PARTE 4											
18000				2							
ÁREA 1		ÁREA 2		ÁREA 3		ÁREA 1		ÁREA 2		ÁREA 3	
Producción total en unidades		Órdenes de producción ordenadas		Órdenes de producción depositadas		Depósitos en dólares		Retiro en dólares		Suspensión de trabajadores	
PARTE 5											
Número		Precio (centavos)		Cantidad en Dólares		Interés por año a 10%		Cantidad del primer pago (1%)		Cantidad de otros pagos	
División de acciones		Acciones retiradas				Banco Emisor y Pago					

El incremento en la demanda nos obliga a aumentar el precio en el área 1 y 2 ; ya que, ahora donde se concentra la mayor cantidad de ventas.

Se decidió ordenar 100 unidades menos para tener las 18,000 piezas que se producen y no mantener piezas en inventario, teniendo como objetivo producir lo que compramos.

Decisión 6

PARTE 1												
		8	6	7	4	3	3	0		41	41	41
# de página de publicidad nacional	Número de páginas de publicidad local			Número de periodistas			Número de ingresos al producto	Precio				
PARTE 2												
				5300		5801		11281		11281		
# de periodistas contratados	# de periodistas despedidos	Unidades transferidas local			Total transferido			Unidades transferidas desde				
PARTE 3												
18000												
Material ordenado en unidades	Plano ordenado en unidades contratadas			Papel de impresión a corto plazo			Total pagado del préstamo a corto plazo			% de garantía por dividendo		Cantidad por acción en centavos
PARTE 4												
18000			2									
Producción total en unidades	Gastos de producción ordenados			Gastos de producción despedidos			Depositos en Dólares		Netos en Dólares		Suspensión de trabajadores	
PARTE 5												
		2000	1400									
Número	Precio (centavos)	Número	Precio (centavos)	Cantidad en Dólares	Interés por año a 100	Cantidad del primer pago (1%)	Tipo de primer pago (agel)	Cantidad de cinco pagos	Pagos netos por primer bono			
Emisión de acciones	Acciones retiradas		Bono: Emisión y Pago									

Como la demanda estaba a nuestro favor era el momento de retirar acciones. Eso nos ayudó a tener mayor participación de nuestra empresa y obtener mayores utilidades.

El precio lo mantuvimos, ya que había una buena aceptación por parte del mercado.

Decisión 7

PARTE 1											
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
# de páginas de publicidad nacional	ÁREA 1	ÁREA 2	ÁREA 3	ÁREA 1	ÁREA 2	ÁREA 3	Número de impresos a producir	ÁREA 1	ÁREA 2	ÁREA 3	Precio
	5	6	7	3	2	2	0	42	41	42	
	Número de páginas de publicidad local							Número de vendedores			

PARTE 2											
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
# de vendedores comitados	# de vendedores despididos	ÁREA 1	ÁREA 2	ÁREA 3	Total transferidos	ÁREA 1	ÁREA 2	ÁREA 3	Unidades transferidas desde		
1			5000	5000	10000	10000					
		Unidades transferidas hacia					Unidades transferidas desde				

PARTE 3											
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
ÁREA 1	ÁREA 2	ÁREA 3	ÁREA 1	ÁREA 2	ÁREA 3	Pedidos de préstamos a corto plazo	Total pagado del préstamo a corto plazo	% de ganancias por dividendo	Dividendos por acción en acciones		
10000											
Material ordenado en unidades			Plano ordenado en unidades construidas								

PARTE 4											
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
ÁREA 1	ÁREA 2	ÁREA 3	ÁREA 1	ÁREA 2	ÁREA 3	ÁREA 1	ÁREA 2	ÁREA 3	Duplicados en dólares	Riesgo en dólares	Suspensión de trabajadores
10000			2								
Producción total en unidades			Órdenes de producción ordenadas			Órdenes de producción despididos					

Para este periodo, y con base en la gran cantidad de ventas perdidas, optamos por elevar el precio a \$42 en área 1 y 3.

También, a razón de las ventas perdidas, perdimos a vendedores por lo que buscamos compensar este efecto con la contratación de un solo vendedor más; considerando que la publicidad mantenida y la inversión en mejoras permitían bajar nuestro número total de vendedores y así evitar elevar nuestros costos de administración y ventas.

Decisión 8

Debido a que ahora sí hubo tenomatics no vendidos, optamos por gastar en publicidad nacional que recuperara mayor demanda de nuestros consumidores.

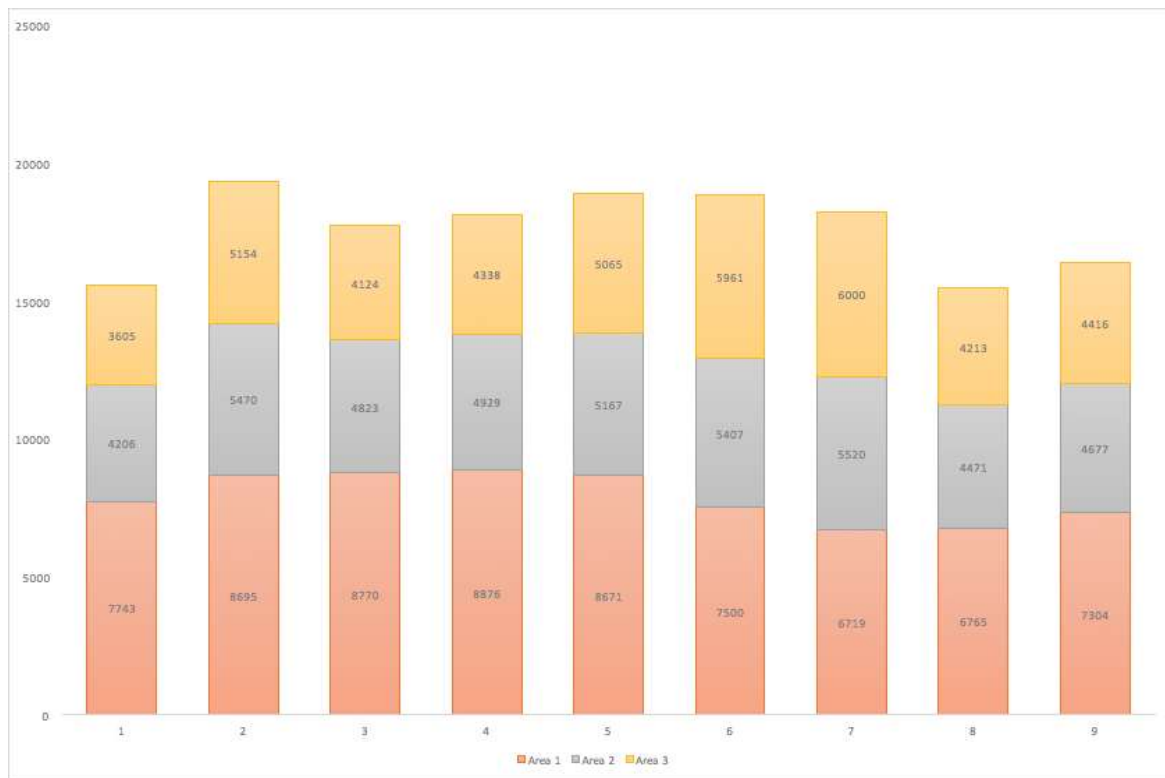
Por otra parte consideramos que la mejor opción era mantener el precio y equilibrar nuestra producción a nuestra demanda por lo que disminuimos en 1,000 unidades tanto el material requerido como nuestra producción.

A su vez y debido a que contabamos con utilidades retenidas, continuamos con la estrategia de retirar acciones.

PARTE 1											
2	90	6	7	3	3	3	0	42	41	42	
# de páginas de publicidad nacional	Número de páginas de publicidad local			Número de vendidores			Número de mapas al producto	Precio			
PARTE 2											
			4471		4218		8684	8684			
# de vendidores contratados	# de vendidores despedidos	Unidades manufacturadas fisco			Total transacciones			Unidades manufacturadas decto			
PARTE 3											
17000											
Material ordenado en unidades		Planta ordenada/unidades contratadas			Pedido de préstamo a corto plazo		Total pagado del préstamo a corto plazo		% de ganancias por dividendo		Dividendo por acción en dólares
PARTE 4											
17000										3	
Producción total en unidades			Órdenes de producción ordenadas			Órdenes de producción despedidas			Dólares en Dólares	Retiro en Dólares	Supervisor de trabajadores
PARTE 5											
		2000	1800								
Número	Precio (centavos)	Número	Precio (centavos)	Cantidad en Dólares	Interés por año x 100	Cantidad del primer pago (1V)	Tiempo de primer pago (seg)	Cantidad de otros pagos	Pagos antes del primer bono		
División de acciones		Acciones retenidas		Bono Dividendo y Pago							

Resultados Generales

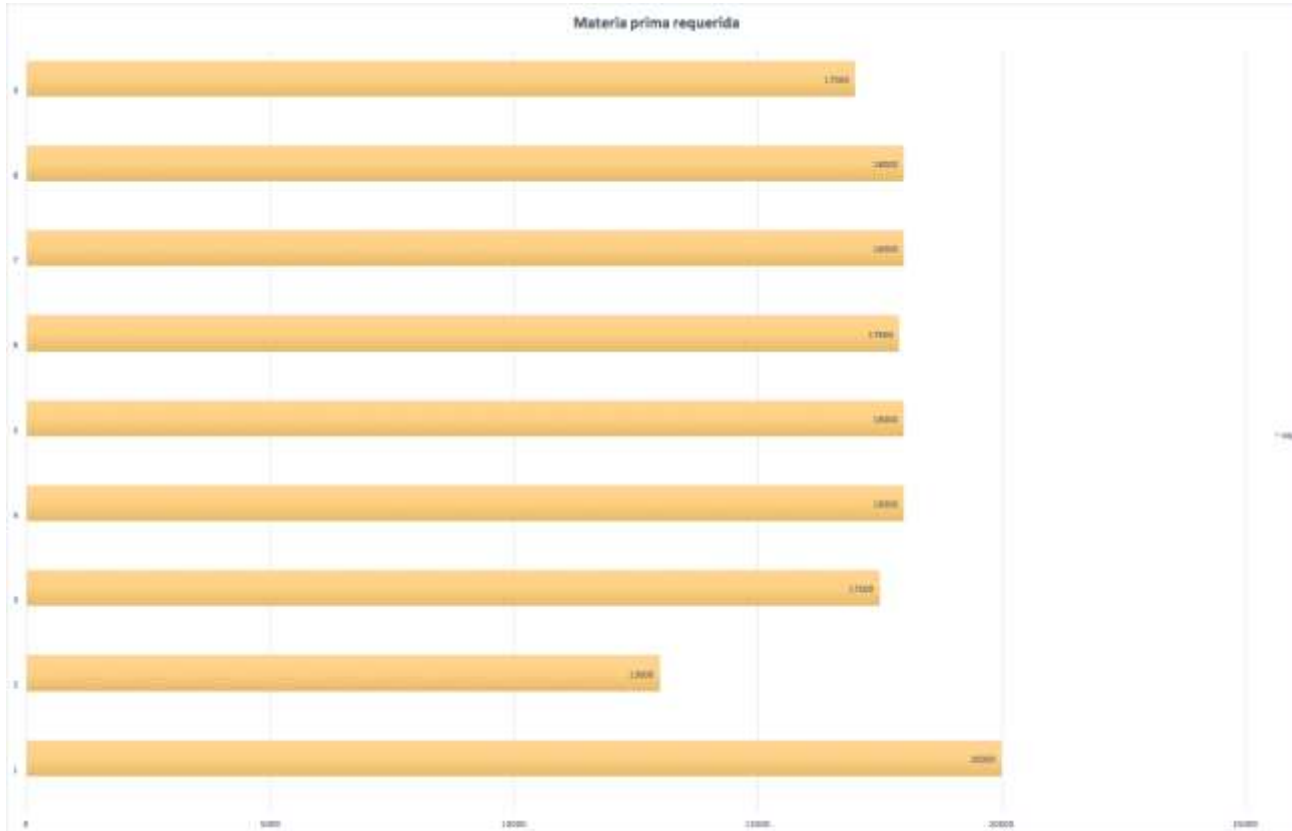
Unidades Vendidas



Para el trimestre 16 (periodo 9) nuestra meta era lograr un equilibrio entre las unidades producidas y el nivel de ganancia.

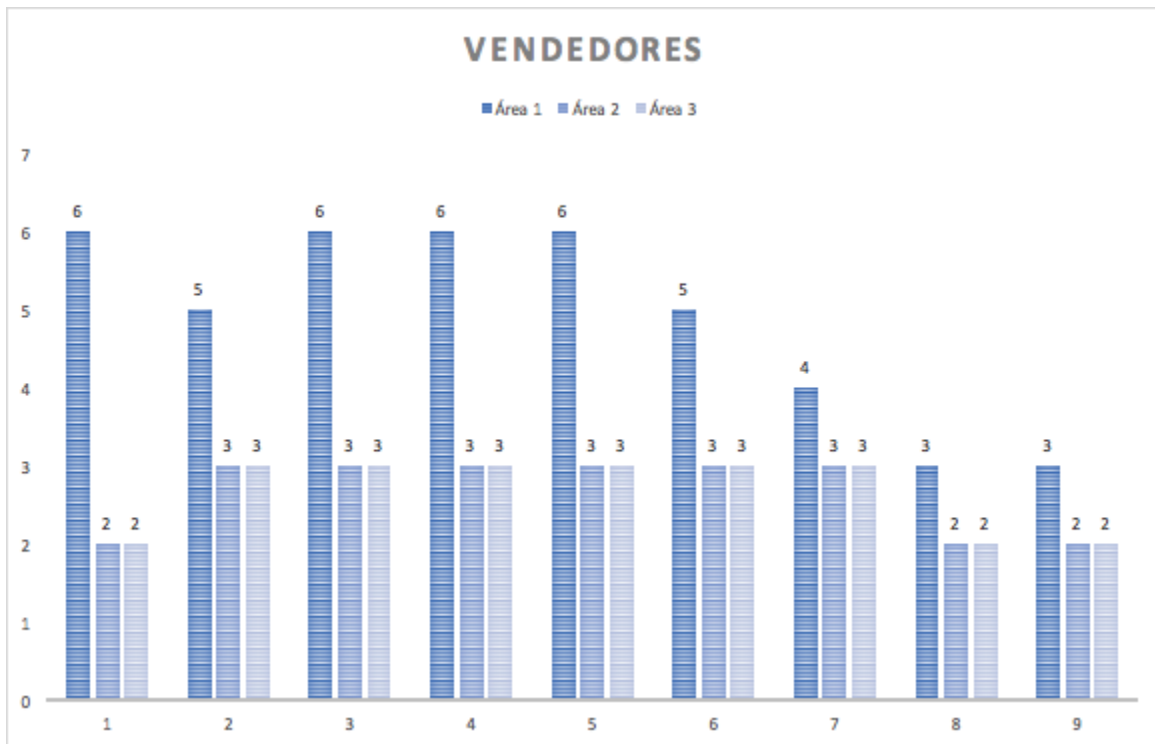
Considerando que nuestro precio había aumentado y que las mejoras a nuestro producto asegurarían el interés del mercado, optamos por una estrategia en la que disminuir las unidades vendidas no afectará los ingresos de la empresa.

Materia Requerida



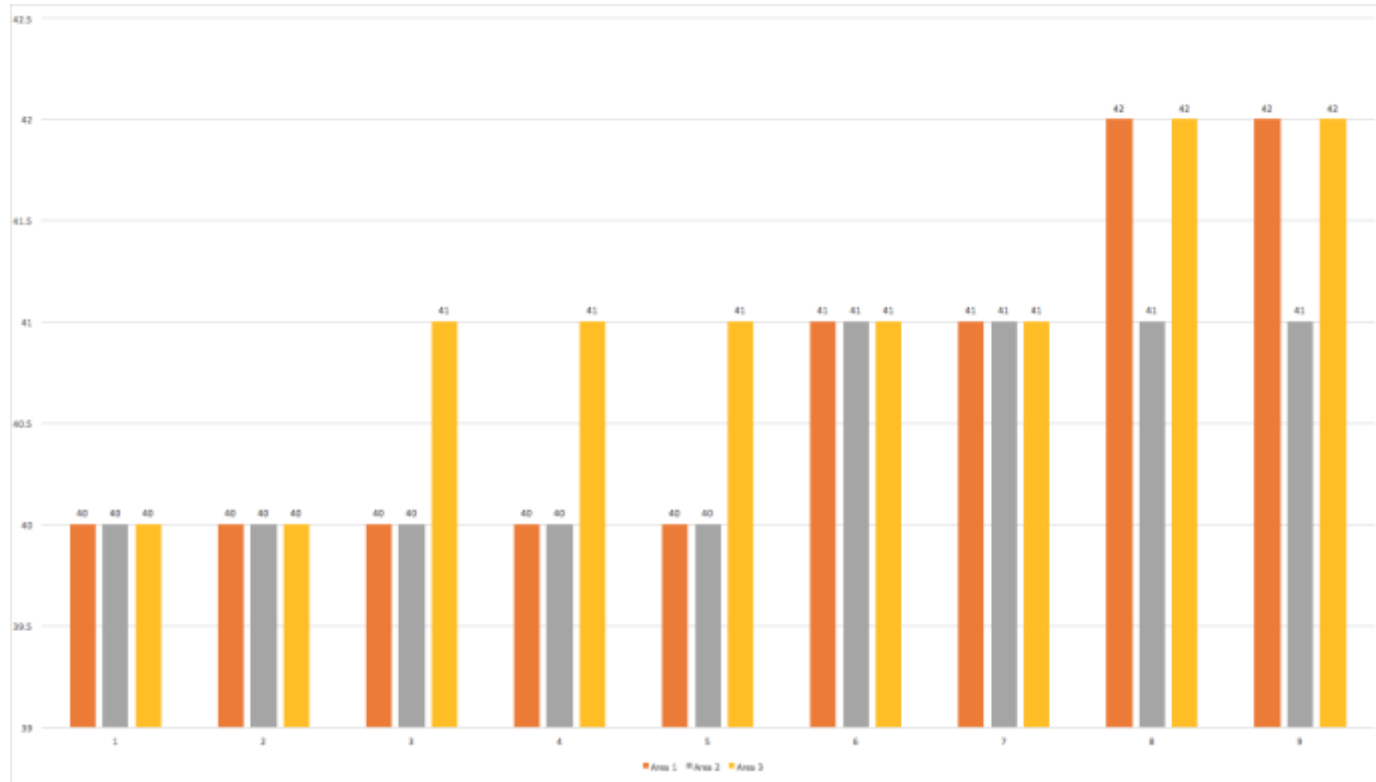
Debido a que la capacidad de producción de la empresa así como de la mano de obra tienen como máximo las 18,000, consideramos que adquirir 20,000 piezas generaba costos de inventario innecesarios. Por ello en los siguientes períodos nuestro objetivo se basó en mantener un sistema efectivo que contemplara los factores anteriores más la probable cantidad demandada del respectivo periodo posterior.

Vendedores



Basados en la cantidad demandada y nuestra fuerza de publicidad en relación con las mejoras aplicadas al producto, consideramos que contratar nuevos vendedores tendría los mismos resultados pero a un mayor costo, que además sería fijo, por lo optamos por dejar un total de 7 vendedores capaces de cubrir las necesidades de cada área.

Precio

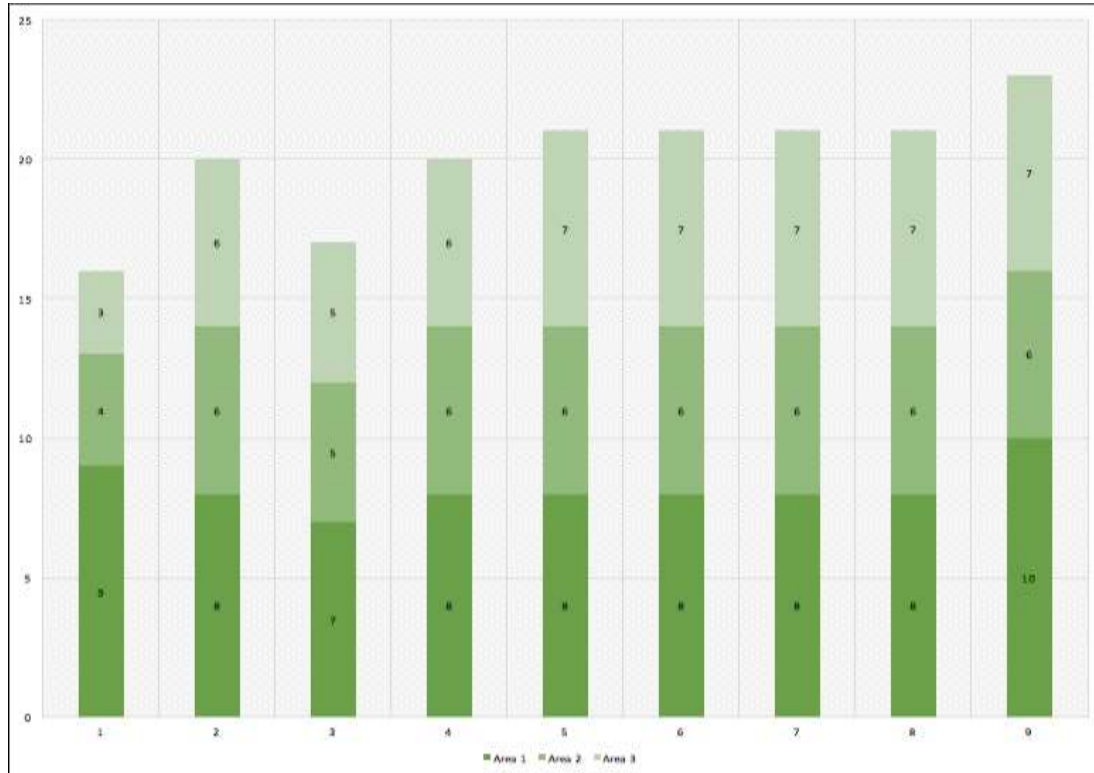


Cada incremento en el precio se llevó a cabo con base en factores como:

- Demanda de piezas en el periodo anterior.
- Mejoras aplicadas al producto.
- Precio de la competencia

Con ello se concluyó que en áreas 1 y 3 la cantidad demandada era superior a la oferta, por lo que para equilibrarlo con nuestro nivel de ventas, el precio en ambas área fue mayor por un punto.

Publicidad Local

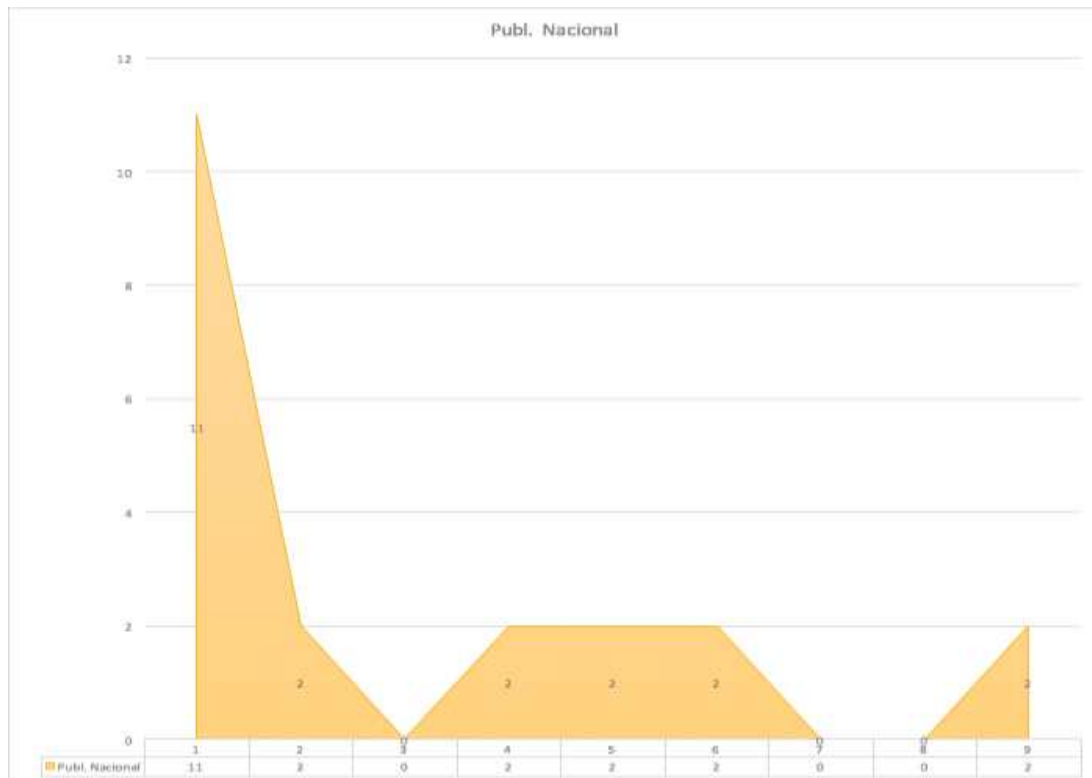


Una vez que logramos evaluar la demanda tendencial del mercado, decidimos mantener constante el número de páginas destinadas por cada área.

En el trimestre 16 (periodo 9), comenzó a aumentar el inventario de producto terminado, lo que nos llevó a:

- >Eleva a 2 el número de páginas nacionales
- >Apoyar ese esfuerzo con un aumento de la publicidad local, específicamente, en Área 1.

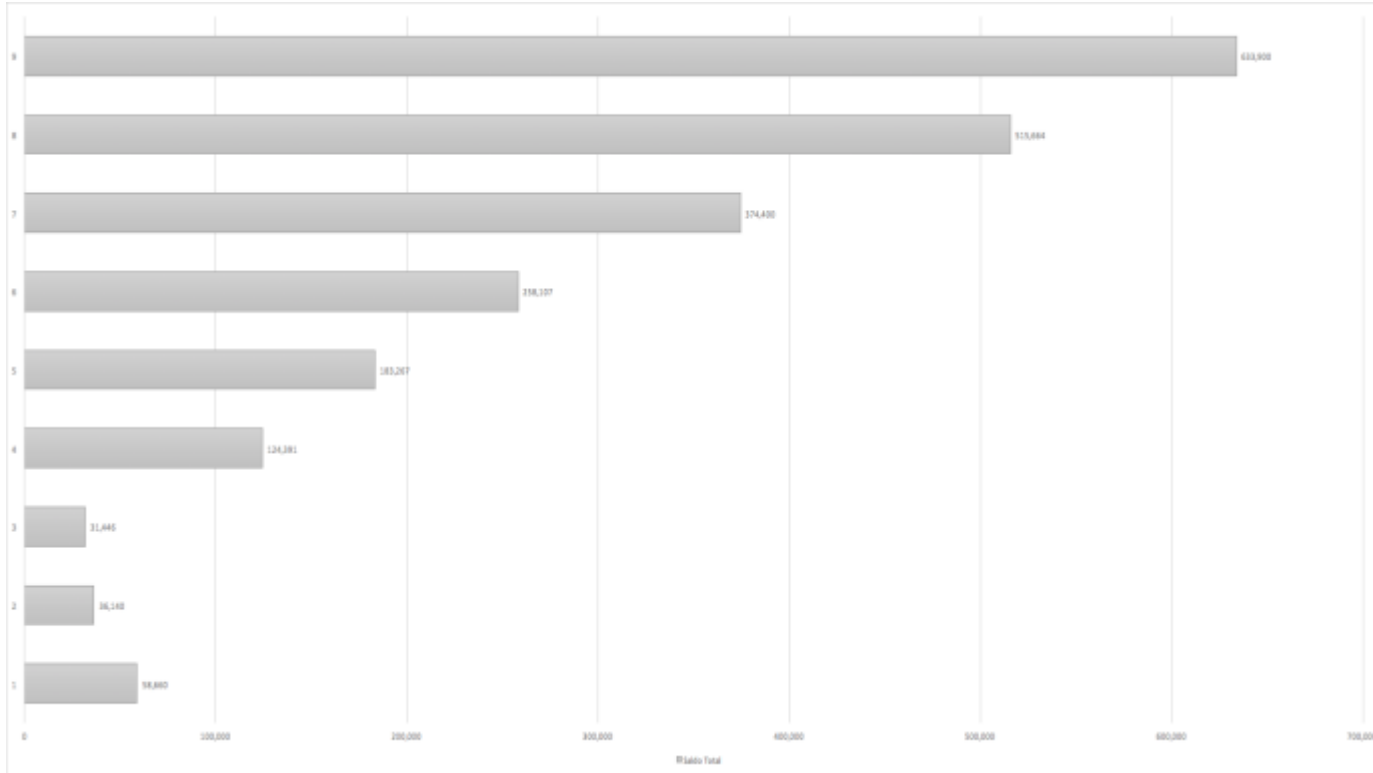
Publicidad nacional



En cuanto a la publicidad nacional contemplamos en cada decisión el efecto aplazado de cada trimestre por lo que, teniendo en mente que la empresa ya contaba con 11 páginas, decidimos disminuir ese costo para los periodos posteriores.

Optamos por utilizar este recurso como complementario al esfuerzo en la publicidad local, considerando a su vez la necesidad de ventas (piezas disponibles para la venta y vendedores en cada área).

Flujo de efectivo

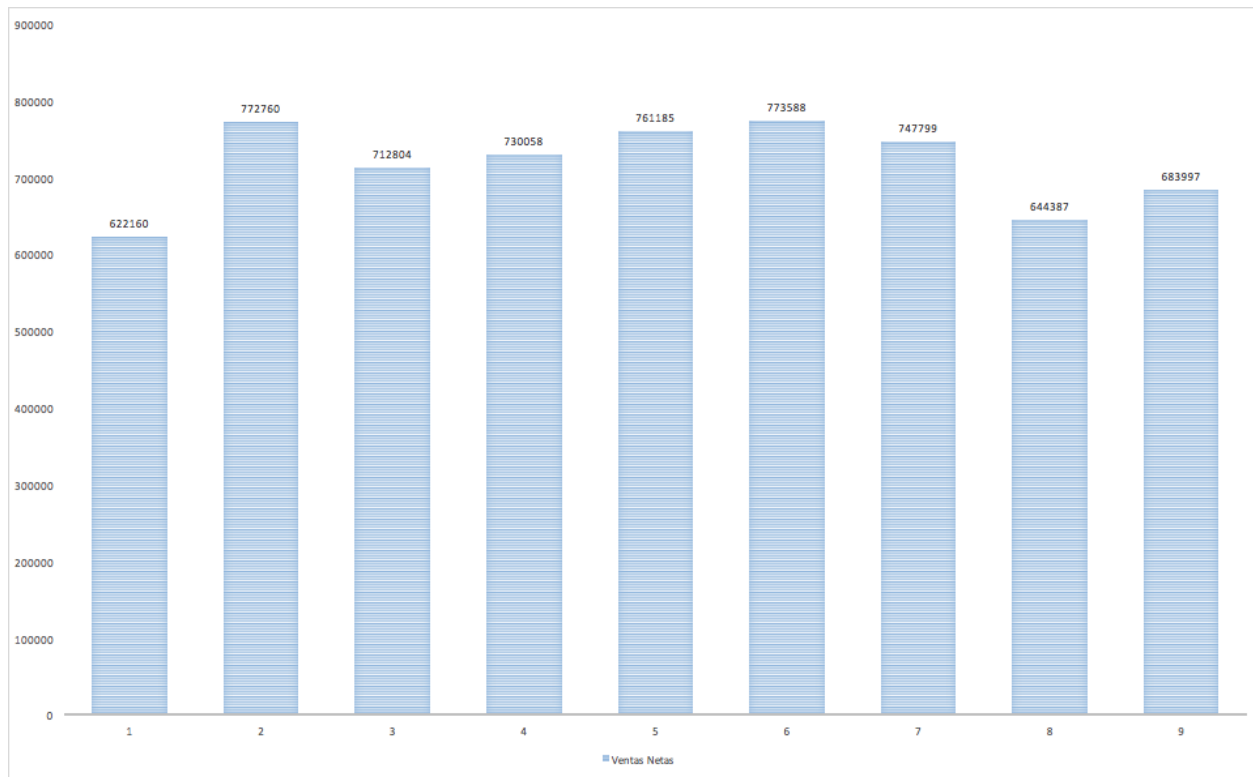


Contemplando la estabilidad de la empresa, sobre la capacidad de mantener los flujos de efectivo en ascenso, optamos por evitar contraer nuevas deudas y reducir al máximo los egresos; en particular:

>Gastos administrativos y de ventas.

>Costo de Inventario y Almacén

Ventas Netas



En el trimestre 16 (periodo 9),
se logró una utilidad de ventas del

20.94%

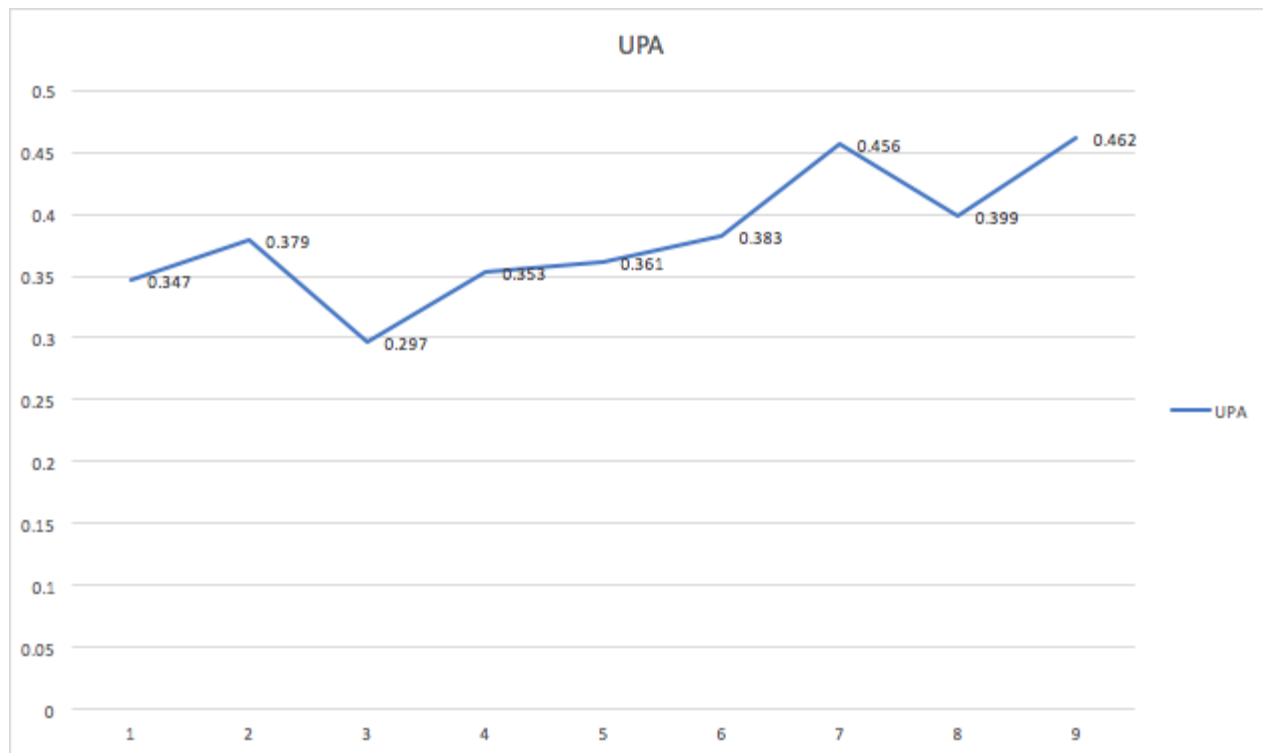
Con base en:

UAI/Ventas

=

$143,251/683,997=0.2094$

Utilidad por Acción



Precio de la acción



Conclusiones

Todos los integrantes del equipo de la firma 5 de Tempomatics quedamos muy satisfechos, ya que a lo largo de los días que duró el torneo, trabajando en equipo, planeando estrategias e inclusive arriesgando en la toma de decisiones, teniendo ventas constantes, sin pérdidas y estabilidad en general dentro de la empresa, se consiguió obtener el 1er lugar, con el valor de acción más alto dentro del mercado. Consideramos que este tipo de ejercicios son importante y generan una buena experiencia para nuestra formación, ya que significan poner en práctica la teoría que hemos estado estudiando.
