



Internacionalízate

Presentado por Facultad de Ciencias Económicas y
Empresariales

LABSAG 2025

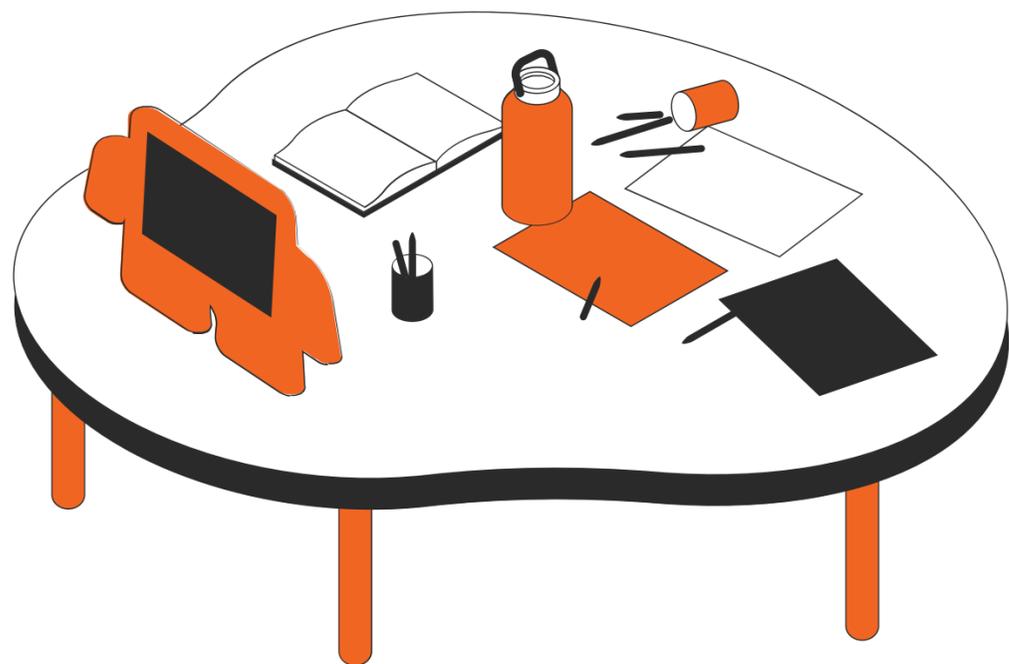
TEMPOMATIC - JUNIO

UNIVERSIDAD PRIVADA FRANZ TAMAYO
"UNIFRANZ"



Firma 3

Industria: RETO_01_2025_24



Integrantes

Eduardo Alejandro Sardon Fernandez

Fabricio Andres Illanes Choque

Noelia Iris Valdez Conde

Asesor

Jose Gonzalo Helguero Mendez

Datos iniciales

- El precio inicial de la acción es de 9.76.
- Contamos con 17 cuadrillas de 3 obreros cada una.
- Una productividad de 1000 por cuadrilla.
- Una capacidad de producción de planta de 18000.
- Inventario en el Área 2 1794.
- Inventario en Área 3 1395.
- Total de inventario actual de 3189.
- Pérdidas en el Área 1 (pérdida de un vendedor).
- Un total de 10 vendedores y 2 entrenamiento.

Mano de Obra	Área 1	Área 2	Área 3	Total
1. Obreros Anteriores	55.	0.	0.	55.
2. Despedidos	0.	0.	0.	0.
3. Renunciaron (Rotación)	2.	0.	0.	2.
4. Suspendidos	0.	0.	0.	0.
5. Obreros Disponibles	53.	0.	0.	53.
6. Cuads. (3) Disponibles	17.	0.	0.	17.
7. Obreros Contratados	3.	0.	0.	3.
8. Productividad por Cuadrilla	1000.	900.	800.	
9. Max. Producción sin Sobretiempo	17000.	0.	0.	17000.
10. Capacidad Prod. Planta	18000.	0.	0.	18000.
11. Planta en Contrucción UN	0.	0.	0.	
12. Planta Ordenada UN	0.	0.	0.	

Concepto	Área 1	Área 2	Área 3	Total
1. Inventario Inicial	743.	0.	0.	743.
2. Unidades Producidas	18000.	0.	0.	18000.
3. Unidades Disponibles	18743.	0.	0.	18743.
4. Unid. Recibidas de otras Áreas	0.	6000.	5000.	11000.
5. Unid. Enviadas otras Áreas	11000.	0.	0.	11000.
6. Unidades Disponibles p/Venta	7743.	6000.	5000.	18743.
7. Unidades Vendidas	7743.	4206.	3605.	15554.
8. Inventario Final (Actual)	0.	1794.	1395.	3189.
9. Ventas Perdidas (Unidades)	28.	0.	0.	

Decisión I

PARTE 1

<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="7"/>	<input type="text" value="9"/>	<input type="text" value="11"/>	<input type="text" value="4"/>	<input type="text" value="4"/>	<input type="text" value="4"/>	<input type="text" value="0"/>	<input type="text" value="39"/>	<input type="text" value="40"/>	<input type="text" value="41"/>
# de página 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="8500"/>	<input type="text" value="8500"/>	<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="18000"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text" value="3000"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text" value="100000"/>	<input type="text"/>	<input type="text" value="50"/>	<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 ordenadas/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"/>	<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 ?	A 1	A 2	A 3
Producción total en unidades ?			Obreros de producción ordenados ?			Obreros de producción despedidos ?					Suspensión de trabajadores ?		

Decisión I

Para la primera decisión, optamos por emplear como estrategia de marketing el uso combinado de publicidad nacional y local, con el objetivo de maximizar el alcance en esta etapa inicial de la simulación. Distribuimos de forma equitativa el número de vendedores en las tres zonas de mercado. Establecimos precios considerando la demanda prevista.

Además, ampliamos la capacidad productiva de la planta en 3.000 unidades y contratamos a 2 obreros adicionales para atender el incremento esperado en la producción. Para financiar esta inversión, solicitamos un préstamo de 100.000. Finalmente, definimos un margen de utilidad sobre el capital propio (ganancia por acción) del 50%.

Decisión II

PARTE 1

<input type="text"/>	<input type="text" value="7"/>	<input type="text" value="7"/>	<input type="text" value="7"/>	<input type="text" value="6"/>	<input type="text" value="4"/>	<input type="text" value="6"/>	<input type="text" value="0"/>	<input type="text" value="40"/>	<input type="text" value="39"/>	<input type="text" value="40"/>
# de página 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="5300"/>	<input type="text" value="5590"/>	<input type="text" value="10890"/>	<input type="text" value="10890"/>	<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="18000"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text" value="400000"/>	<input type="text"/>	<input type="text" value="50"/>	<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 ordenadas/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"/>	<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 ?	A 1	A 2	A 3
Producción total en unidades ?			Obreros de producción ordenados ?			Obreros de producción despedidos ?					Suspensión de trabajadores ?		

Decisión II

En esta segunda decisión, decidimos distribuir de forma equitativa la inversión en publicidad entre las tres áreas de mercado, buscando mantener el nivel general de reconocimiento de marca. Sin embargo, concentramos la fuerza de ventas en las áreas 1 y 3, priorizando así las zonas con mayor potencial de demanda.

Ajustamos los precios también en función de estas dos áreas prioritarias (1 y 3), manteniendo una estrategia de diferenciación por mercado. Planeamos utilizar la capacidad productiva al máximo, con una producción de 18.000 unidades, para lo que se solicitarán también 18.000 unidades de materia prima, evitando quiebres de stock y fortaleciendo los inventarios.

Contratamos 2 obreros adicionales para cubrir el aumento en la producción y mantenemos un margen de ganancia por acción del 50%.

Decisión III

PARTE 1

<input type="text"/>	<input type="text" value="7"/>	<input type="text" value="10"/>	<input type="text" value="10"/>	<input type="text" value="6"/>	<input type="text" value="4"/>	<input type="text" value="6"/>	<input type="text" value="0"/>	<input type="text" value="38"/>	<input type="text" value="39"/>	<input type="text" value="39"/>
# de página 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="5690"/>	<input type="text" value="5200"/>	<input type="text" value="10890"/>	<input type="text" value="10890"/>	<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="18000"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text" value="200000"/>	<input type="text"/>	<input type="text" value="50"/>	<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 ordenadas/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"/>	<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 ?	A 1	A 2	A 3
Producción total en unidades ?			Obreros de producción ordenados ?			Obreros de producción despedidos ?					Suspensión de trabajadores ?		

Decisión III

Para esta tercera decisión, decidimos orientar la inversión en publicidad hacia las áreas 2 y 3, basándonos en la demanda proyectada en ambos mercados. Ajustamos los precios estratégicamente para estas dos áreas, buscando captar mayor participación y aumentar las ventas.

En cuanto a la fuerza de ventas, la concentramos en las áreas 1 y 3, alineándonos con el nivel de inventarios disponible y las metas de ventas previstas. Mantendremos la producción a plena capacidad (18.000 unidades) para garantizar el abastecimiento del mercado y evitar quiebres de stock. Finalmente, mantenemos el margen de ganancia por acción en 50%.

Decisión IV

PARTE 1

<input type="text"/>	<input type="text" value="7"/>	<input type="text" value="6"/>	<input type="text" value="6"/>	<input type="text" value="10"/>	<input type="text" value="10"/>	<input type="text" value="10"/>	<input type="text" value="0"/>	<input type="text" value="41"/>	<input type="text" value="42"/>	<input type="text" value="41"/>
# de página 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" value="3"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text" value="6800"/>	<input type="text" value="6600"/>	<input type="text" value="13400"/>	<input type="text" value="13400"/>	<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="21000"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text" value="600000"/>	<input type="text" value="10000"/>	<input type="text" value="60"/>	<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 ordenadas/unidades construidas ?						

PARTE 4

<input type="text" value="21000"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text" value="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"/>
AREA 1	AREA 2	AREA 3	AREA 1	AREA 2	AREA 3	AREA 1	AREA 2	AREA 3	Depósitos en Dólares ?	Retiro en Dólares ?	A 1	A 2	A 3
Producción total en unidades ?			Obreros de producción ordenados ?			Obreros de producción despedidos ?					Suspensión de trabajadores ?		

Decisión IV

En esta cuarta decisión, centramos la inversión en publicidad en las áreas 2 y 3, considerando que el área 2 presenta una demanda significativamente alta. Ajustamos los precios al alza en esta área para maximizar el margen de contribución.

Debido a faltantes en el mercado que se reflejaron en pérdida de ventas por falta de cobertura comercial, decidimos contratar 3 vendedores adicionales para reforzar la fuerza de ventas y captar mayor demanda.

Ampliamos la producción a 21.000 unidades para incrementar el volumen de ventas y cubrir las proyecciones de mercado. Para financiar este crecimiento, solicitamos un préstamo a corto plazo, subimos como estrategia financiera un margen de ganancia por acción del 60%.

Decisión V

PARTE 1

<input type="text"/>	<input type="text" value="5"/>	<input type="text" value="5"/>	<input type="text" value="5"/>	<input type="text" value="10"/>	<input type="text" value="10"/>	<input type="text" value="10"/>	<input type="text" value="0"/>	<input type="text" value="41"/>	<input type="text" value="42"/>	<input type="text" value="41"/>
# de página 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" value="1"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text" value="6700"/>	<input type="text" value="6700"/>	<input type="text" value="13400"/>	<input type="text" value="13400"/>	<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="21000"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text" value="200000"/>	<input type="text" value="85"/>	<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 ?
Material ordenado en unidades ?			Planta ordenadas/unidades construidas ?					Dividendo por acción en centavos ?

PARTE 4

<input type="text" value="21000"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text" value="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"/>
AREA 1	AREA 2	AREA 3	AREA 1	AREA 2	AREA 3	AREA 1	AREA 2	AREA 3	Depósitos en Dólares ?	Retiro en Dólares ?	A 1	A 2	A 3
Producción total en unidades ?			Obreros de producción ordenados ?			Obreros de producción despedidos ?					Suspensión de trabajadores ?		

Decisión V

En esta quinta decisión, decidimos mantener la inversión en publicidad distribuida de forma equitativa entre las tres áreas de mercado, al igual que la asignación de la fuerza de ventas, para sostener una cobertura homogénea.

Conservamos los precios ligeramente más altos en el área 2, aprovechando su nivel sostenido de demanda. Contratamos 1 vendedor adicional y 3 obreros para compensar las pérdidas anteriores y asegurar la continuidad operativa. Realizamos el pago del préstamo a corto plazo adquirido en la decisión anterior, aumentamos como política financiera un margen de ganancia por acción al 85%.

Decisión VI

PARTE 1

<input type="text"/>	<input type="text" value="6"/>	<input type="text" value="6"/>	<input type="text" value="6"/>	<input type="text" value="10"/>	<input type="text" value="10"/>	<input type="text" value="10"/>	<input type="text" value="0"/>	<input type="text" value="41"/>	<input type="text" value="42"/>	<input type="text" value="41"/>
# de página 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" value="1"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text" value="4700"/>	<input type="text" value="7000"/>	<input type="text" value="11700"/>	<input type="text" value="11700"/>	<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="21000"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text" value="200000"/>	<input type="text" value="90"/>	<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 ?
Material ordenado en unidades ?			Planta ordenadas/unidades construidas ?					

PARTE 4

<input type="text" value="21000"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text" value="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"/>
AREA 1	AREA 2	AREA 3	AREA 1	AREA 2	AREA 3	AREA 1	AREA 2	AREA 3	Depósitos en Dólares ?	Retiro en Dólares ?	A 1	A 2	A 3
Producción total en unidades ?			Obreros de producción ordenados ?			Obreros de producción despedidos ?					Suspensión de trabajadores ?		

Decisión VI

En esta sexta decisión, mantenemos la misma estructura estratégica en publicidad, fuerza de ventas y precios, incrementando proporcionalmente la inversión y los recursos en todas las áreas debido a la alta demanda observada en el mercado.

Mantenemos un mayor volumen de unidades enviadas al área 3 para controlar mejor las pérdidas que se presentaron allí por falta de cobertura o inventario. Además, contratamos 1 vendedor y 3 obreros adicionales para reforzar la capacidad operativa y comercial.

Finalmente, subimos como política financiera el margen de ganancia por acción del 90%.

Decisión VII

PARTE 1

<input type="text"/>	<input type="text" value="6"/>	<input type="text" value="6"/>	<input type="text" value="6"/>	<input type="text" value="10"/>	<input type="text" value="10"/>	<input type="text" value="10"/>	<input type="text" value="0"/>	<input type="text" value="41"/>	<input type="text" value="41"/>	<input type="text" value="42"/>
# de página 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" value="1"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text" value="6300"/>	<input type="text" value="6500"/>	<input type="text" value="12800"/>	<input type="text" value="12800"/>	<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="21000"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text" value="90"/>	<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 ?
Material ordenado en unidades ?			Planta ordenadas/unidades construidas ?					

PARTE 4

<input type="text" value="21000"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text" value="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"/>
AREA 1	AREA 2	AREA 3	AREA 1	AREA 2	AREA 3	AREA 1	AREA 2	AREA 3	Depósitos en Dólares ?	Retiro en Dólares ?	A 1	A 2	A 3
Producción total en unidades ?			Obreros de producción ordenados ?			Obreros de producción despedidos ?					Suspensión de trabajadores ?		

Decisión VII

En esta séptima decisión, mantenemos una estrategia equitativa en publicidad y distribución de vendedores para abarcar de manera equilibrada todas las áreas del mercado, evitando concentrar riesgos y asegurando cobertura total.

Ajustamos los precios de forma diferenciada: incrementamos el precio en el área 3 para aprovechar su tendencia de mayor demanda y reducimos el precio en el área 2 para estimular las ventas y reducir las pérdidas observadas.

Continuamos produciendo a máxima capacidad (21.000 unidades) para atender el crecimiento esperado de la demanda. Contratamos 1 vendedor adicional y 3 obreros más, preparándonos para aumentar la oferta disponible.

Finalmente, elevamos el margen de ganancia por acción al 90%, buscando maximizar la rentabilidad para los accionistas.

Decisión VIII

PARTE 1

<input type="text"/>	<input type="text" value="6"/>	<input type="text" value="6"/>	<input type="text" value="6"/>	<input type="text" value="3"/>	<input type="text" value="3"/>	<input type="text" value="6"/>	<input type="text" value="0"/>	<input type="text" value="41"/>	<input type="text" value="42"/>	<input type="text" value="42"/>
# de página 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="6800"/>	<input type="text" value="6500"/>	<input type="text" value="13300"/>	<input type="text" value="13300"/>	<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"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text" value="90"/>	<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 ?
Material ordenado en unidades ?			Planta ordenadas/unidades construidas ?					Dividendo por acción en centavos ?

PARTE 4

<input type="text" value="21000"/>	<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"/>	<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 ?	A 1	A 2	A 3
Producción total en unidades ?			Obreros de producción ordenados ?			Obreros de producción despedidos ?					Suspensión de trabajadores ?		

Decisión VIII

En esta octava decisión, mantenemos la inversión en publicidad distribuida de forma equitativa entre las áreas, garantizando visibilidad constante de la marca a nivel local. Sin embargo, concentramos la fuerza de ventas en el área 3, ya que presenta antecedentes de mayor demanda y potencial de crecimiento.

Mantenemos precios más altos en las áreas 2 y 3 para aprovechar su nivel sostenido de demanda y maximizar la rentabilidad por unidad vendida. Continuamos produciendo a máxima capacidad (21.000 unidades) para cubrir las necesidades del mercado y evitar quiebres de stock.

Finalmente, sostenemos un margen de ganancia por acción del 90%, buscando optimizar el rendimiento para los accionistas.

Resultados

Gracias a una gestión financiera y administrativa eficiente de los recursos de nuestra industria, la Firma 3 alcanzó un precio final de la acción de 30,31, logrando así posicionarse en el primer lugar del reto internacional LABSAG TEMPOMATIC.

Firmas	Periodo 8	Periodo 9	Periodo 10	Periodo 11	Periodo 12	Periodo 13	Periodo 14	Periodo 15	Periodo 16
Firma 1	9.76	10.82	11.83	12.53	13.47	14.31	15.45	16.71	18.21
Firma 2	9.76	10.43	11.15	12.06	12.74	13.21	13.60	13.47	14.61
Firma 3	9.76	12.53	15.42	18.09	21.37	23.27	25.50	27.90	30.31
Firma 4	9.76	10.58	11.53	12.33	13.25	14.37	14.80	15.03	16.48
Firma 5	9.76	11.58	10.65	11.08	13.61	16.22	19.31	22.80	24.87
Firma 6	9.76	10.29	10.53	10.65	10.68	10.62	9.87	6.92	2.00
Firma 7	9.76	12.37	12.20	14.40	17.12	20.02	21.39	23.17	25.34
Firma 8	9.76	11.76	13.50	13.85	16.19	18.95	20.14	21.81	23.60
Firma 9	9.76	11.01	12.05	14.36	16.95	20.19	21.80	23.44	25.52
Firma 10	9.76	10.40	11.18	12.11	13.59	15.26	17.38	20.50	22.21
Firma 11	9.76	10.44	11.57	12.28	14.52	14.31	16.25	16.58	17.42
Firma 12	9.76	10.77	11.48	10.10	10.94	11.78	12.45	13.07	13.76

