TENPOMATIC

INDUSTRÍA:RMAR1105

FIRMA: 3

EQUIPO

- Aviles Ortega Johanna
- Sanchez Gutierrez Raul
- Olivera Osorio Jorge

Universidad Tecnológica de Izúcar de Matamoros

Johanna Raúl Jorge

Universidad Tecnológica de Izúcar de Matamoros

Johanna Raúl Jorge

Universidad Tecnológica de Izúcar de Matamoros

Johanna Raúl Jorge

Universidad Tecnológica de Izúcar de Matamoros

Jorge - Johanna -Raúl

Universidad Tecnológica de Izúcar de Matamoros

Johanna Raúl Jorge

Contenido

"El tiempo es más valioso que el dinero.
tu puedes conseguir más dinero, pero no más tiempo."
by Guild Design Inc.

1 FUERZA DE VENTAS

2 PRODUCCIÓN

3 EXTRAS

4 CONCLUSIONES

FUERZA DE VENTAS

Publicidad Nacional

Procuramos mantener constantemente esta publicidad ya que de este modo nuestro producto se comercializaría mas fácilmente y en combinación con la pub. Local y las mejoras obtendríamos mayor demanda.

Publicidad Local

La manejamos de acuerdo a la variabilidad de la Publicidad Nacional, para de este modo no incurrir en demasiados gastos y así poder controlar la demanda. Teniendo en cuenta el comportamiento de esta.

Vendedores

Al principio decidimos contratar otros dos vendedores, para que en dado caso de que perdiéramos alguno (s) se pudiera compensar. Posteriormente mantuvimos nuestros vendedores, teniendo un mayor numero de vendedores en el área 1 ya que nuestra mayor demanda la concentramos en ella.

Precio

Buscamos un equilibrio en el precio conforme a nuestros costos y la demanda del producto, procurando vender lo mas posible sin tener ventas perdidas.

Mejoras al Producto

Decidimos arriesgar a que el producto tuviera mejoras constantes y de esta forma aumentaríamos la demanda, aunque tuviéramos costos elevados.

PRODUCCIÓN

Producción

Unidades Ordenadas

Se ordenaron las unidades de materia prima dependiendo de cómo se comportara la demanda y nuestros inv. Finales puesto que conforme fuéramos creyendo necesario se fuera a utilizar para el sig. Trimestre. Posteriormente se ordenaban de acuerdo a la capacidad de la planta más el sobre-tiempo en caso de que así se dispusiera.

Unidades por Producir

La cantidad que mandábamos a producir variaba de acuerdo a la demanda en cada área.
Los obreros se contrataban según fueran requeridos para el siguiente periodo, de acuerdo a lo que se tenia previsto producir.

Unidades Transferidas

La cantidad de unidades que transferíamos a las áreas variaba de acuerdo al inventario que tuviésemos en las mismas. También dejábamos un margen de Stock, por si es que en las áreas pudiera hacer falta producto.

Expansiones

También acordamos ampliar la planta periodicamente como fuéramos considerando necesario, llegando ampliarla, hasta 6 000 piezas mas, para tener más producción.

EXTRAS

Prestamos a corto Plazo

Cuando el saldo en caja era negativo, pedimos prestamos de acuerdo al presupuesto realizado procurando no pagar el 30% y así reducir intereses.

Información Ambiental

En cuanto a esto solo pedíamos la información de precios de nuestros competidores para de este modo darnos cuenta del comportamiento del entorno y establecer nuestros precios como consideráramos conveniente.

CONCLUSIONES

- Para nuestro equipo esta experiencia fue muy agradable ya que al competir con distintas universidades del país, así como de otros países nos alentaba a ponerle un mayor empeño e importancia a cada decisión tomada.

En cada trimestre fueron decisiones distintas, experimentado que efecto tenia y apostándole a todo los factores que intervenían en el precio de acción.

Nunca nos quedamos con una sola estrategia que funciono en un trimestre, si no que buscábamos dependiendo las circunstancias y lo que consideráramos pertinente. Un agradecimiento al soporte de LabSag ya que mediante este simulador ponemos aprueba todos nuestros conocimientos en la practica usando nuestros recursos y por consecuencia volviéndonos más competitivos.