



Universidad
Continental

Reto LABSAG 2020 - Tempomatic





INTEGRANTES

- GOMEZ SAMANIEGO LIZBETH
- VALVERDE ALANIA DALMA JOSELIN



INTRODUCCIÓN



Tempomatic es una herramienta de simulación que nos ayuda a tomar decisiones en un corto lapso de tiempo, es por ello que en esta presentación le explicaremos como fueron tomadas las decisiones por nuestro equipo. Cada decisión fue analizada entre nosotras y se logro encontrar una estrategia para subir en cada decisión de manera eficaz.



OBJETIVOS DE TEMPOMATIC



- Entender la simulacion tomar en cuenta en la toma de decisiones los modelos estadisticos, analisis de valor presente, sistemas de informacion, programacion lineal, tener en cuenta los recursos de cara área
- La simulacion adopta el comportamiento de los participantes por lo que se busca que los participantes busquen una solucion óptima.
- Reunir datos tales como costo, volumen, utilidad ubicar los costo fijos y variables.
- Buscar la herramienta apropiada para tomar cada decision especifica.

CRITERIOS DE DECISIÓN

- A continuación se muestra de manera específica los puntos mas importantes que se tuvieron en cuenta para la toma de decisiones.
- Se estructuro de la siguiente manera los puntos de tempomatic trimestralmente.





ESTRATEGIA GENERAL

ANALIZAR EL MANUAL

Como grupo nos enfocamos en analizar cada parte del manual y destacar puntos importantes de la decision 8.

REALIZAR INFORMES

Descargamos en excel donde esta la base de datos del trimestre anterior y trasladamos la informacion actual.

TOMA DE DECISIÓN

Con la base de datos desarrollada se logro tomar cada decisión teniendo en cuenta los parametros del manual.

MATERIA PRIMA

Se tuvo en cuenta 4 puntos importantes



COSTOS

Se tuvo en cuenta el costo unitario de los productos para el estado de resultados.



INVENTARIO

Nos enfocamos en tener un inventario controlado lo mas mínimo.



PRODUCCIÓN

Comenzamos con una producción de 18000 unidades la cual ampliamos mas adelante.



COSTO DE ALMACÉN

Nuestros costos de almacen los mantuvimos siempre bajos.

MANO DE OBRA



- Para el número de cuadrillas consideramos necesarias 20 cuadrillas para alcanzar a la producción
- Se debe tener un número controlado de vendedores.
- En los primeros trimestres tuvimos que reducir el número de vendedores debido a que habían muchos.



Consideraciones de la Mano de obra

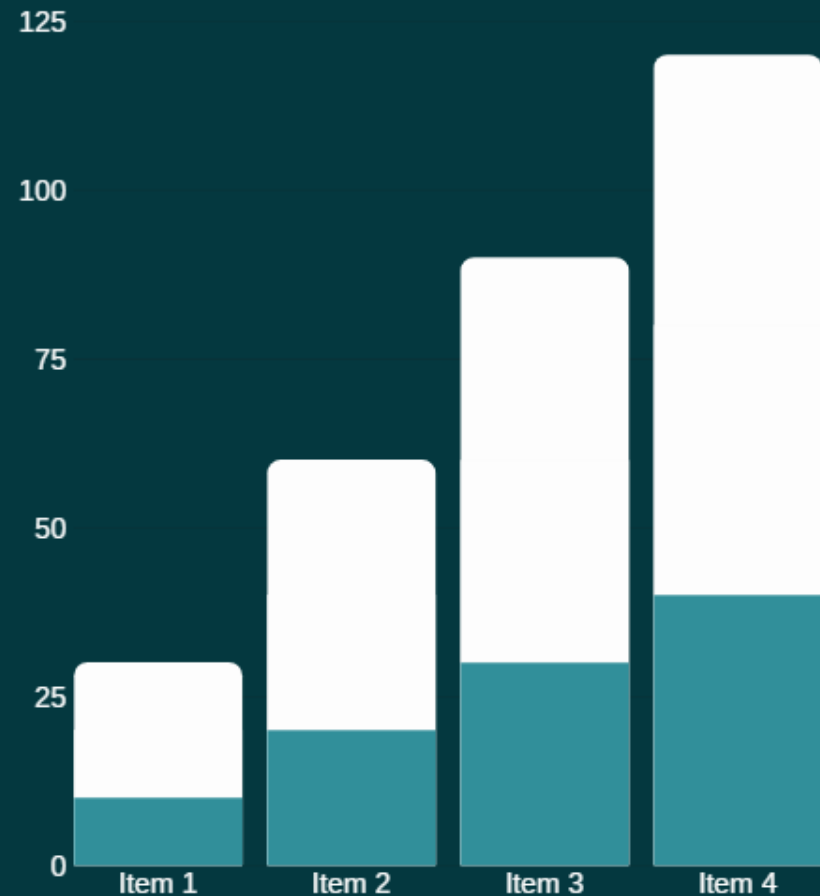
- Producir con sobretiempo a cantidad minima.
 - Considerar el sobretiempo de acuerdo a la proyeccion de ventas que generas.
 - Ver el numero de cuadrillas con el que cuentas.
- Ver si tienes materia prima suficiente disponible.



PROYECCIÓN DE VENTAS

UNIDADES DEMANDADAS

- Para proyectar la demanda del Área 1, Área 2 y Área 3, consideramos las ventas de los trimestres anteriores.
- Consideramos hacer un valor incremental a cada área, como el área 1 es la que más produce y el área 2 es la que más vende se considera multiplicar por 0.2% y 0.1% hallando la cantidad de incremento de ventas.



PUBLICIDAD Y VENTAS

- Consideramos importante esta área ya que al extraer los datos del manual vimos que los números varían y entendimos que las ventas, publicidad y operarios tienen participación en conjunto.
- Dar publicidad nacional y local involucra también al numero de operarios que vas a designar.
- En el transcurso de nuestras decisiones optamos por dar mas publicidad local que nacional.
- Se dio valores mayores en el área 1, valor promedio al area 2 y minimo al area 3.



VENTAS

MEJORAS

En general en todas nuestras decisiones solo optamos por 3 mejoras en los primeros periodos.

VENDEDORES

Al inicio contratamos muchos vendedores teníamos 17 tuvimos que reducirlo a 14 al final.

PUBLICIDAD LOCAL

Consideramos dar mas al área 1 llegamos máximo hasta 20, 10 en área 2 y 6 en área 3.

PUBLICIDAD NACIONAL

En publicidad nacional usamos en todas nuestras decisiones solo hasta 3.

CONSIDERACIONES DE LO COSTOS EN VENTAS



- Verificar las unidades disponibles para la venta.
- Evaluar el precio de venta, considera cada vez que subes los precios tiene que quedarse un trimestre para que se incremento la utilidad.
- Costo que nos genera al no vender todas las unidades en cada área.
- El costo que se genera al perder vendedores por exceder la demanda.

TRANSFERIR UNIDADES



- Para nuestras decisiones consideramos mejor ahorrar en costos de transferencia.
- Priorizamos el area 1 ya que por trasferir nos salia mas costos.
- En todas nuestras decisiones equilibramos siempre trasferimos mas al area 1, como segundo al area 2 y poco al area 3 ya que es la que menos vende, y es el area a donde menos productos llegan.

FLUJO DE CAJA

GASTO DE MANO DE OBRA

En nuestras
decisiones
priorizamos esta
variable que se
extrae del costo
de produccion.

GASTOS ADMINISTRATIVOS

Datos que extrajimos de
la parte de analisis de
costos administrativos
y de ventas.

GASTO DE ALMACÉN

Como consideramos no
trasferir mucho nuestro
en la parte de gastos
de almacen y producto
reducimos costos.

SALDO EN CAJA AL FINAL

Restando el total de
efectivo con el total de
egresos tenemos el
saldo final, solo si sale
negativo se pide
prestamo sino es
coneniemnte sacar
mayor a 5 digitos.

ESTADO DE RESULTADOS



PRECIOS Y VENTA ACUMULADA

A lo largo de nuestra decision no excedimos del precio de 46 dolares debido a que todos mantuvieron sus ventas a ese precio.

COSTO DEL PRODUCTO

Considerando las unidades vendidas del producto terminado estas pasaron a ser multiplicadas por este costo, para obtener el total de productos vendidos.

GANANCIAS POR ACCIÓN

Dato muy importante ya que si defines bien este valor te ayudara a saber en cuanto puede incrementar tu precio de accion en el mercado.

BALANCE GENERAL



PASIVOS

Durante nuestras decisiones mantuvimos un flujo de efectivo equilibrado en las ultimas decisiones. En las primera tuvimos que pedir prestamos seguidos.

ACTIVOS

Para nuestros activos tuvimos cuentas por cobrar, costo de la materia prima, pago por plantas y sobrellevar la depreciacion acumulada.

CAPITAL

Dato muy importante de esto depende el precio de accion en el mercado. Lo importante es organizar tu bae de datos de excel lo mas completa.



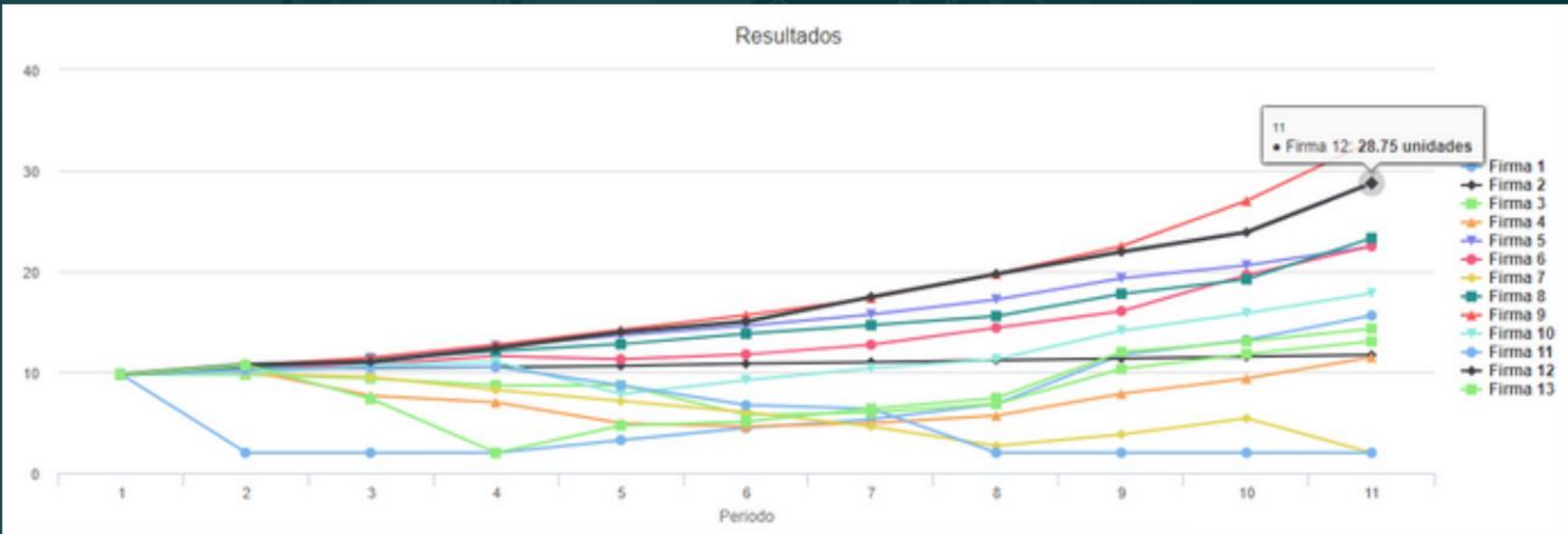
INFORMACIÓN DEL MERCADO

En nuestra primera decisión pedimos información de mercado sobre los precios de las otras firmas.

Gracias a ello se supo que precios esta manejando en cada trimestre cada firma.

En total solo pedimos 3 informaciones de mercado en los trimestres 1, 5 y 8.

POSICIÓN DE LA FIRMA 12





CONCLUSIONES

Gracias a la guía del manual y la base de datos se logró el puntaje esperado, logrando un resultado meritorio.

Gracias a la experiencia que adquirimos en el proceso nos llevamos un valioso conocimiento acerca de las áreas de una empresa y interacción que tuvimos con la simulación.

Aprendimos mucho esta es una nueva experiencia, supimos cómo manejar recursos, disminuir costos, conocer el mercado y tomar decisiones a partir de ello.