

FACULTAD DE
INGENIERÍA Y NEGOCIOS



**MONOGRAFIA CONDUCENTE A LA OBTENCIÓN DE TITULO DE
INGENIERO COMERCIAL**

TENPOMATIC FIRMA 1

Profesor: Sergio Acevedo

Integrantes: Asunción Sáez
Karina León
Pablo Gálvez
Jonathan Barría

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	4
ANÁLISIS TÉCNICO.....	5
Misión	5
Visión.....	5
Descripción del equipo de trabajo.....	5
OBJETIVOS GENERALES	6
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	6
SITUACIÓN GENERAL DE LA INDUSTRIA	7
SITUACIÓN INICIAL FIRMA 1	8
ANÁLISIS PRIMER AÑO FIRMA 1	11
Trimestre 9.....	11
Trimestre 10.....	12
Trimestre 11.....	13
Trimestre 12.....	14
GRÁFICO COMPARATIVO DEL PRECIO DE ACCIÓN DE LA INDUSTRIA ENTRE EL TRIMESTRE 9, 10,11 Y 12.....	15
GRÁFICO COMPARATIVO DE ROTACIÓN SOBRE LOS ACTIVOS (ROA) DE LA INDUSTRIA ENTRE LOS TRIMESTRES 9, 10,11 y 12.....	16
GRÁFICO COMPARATIVO DE ROTACIÓN SOBRE EL CAPITAL O PATRIMONIO NETO (ROE) DE LA INDUSTRIA ENTRE LOS TRIMESTRES 09, 10,11 y 12.....	17
GRÁFICO COMPARATIVO DE RETORNO SOBRE LAS VENTAS (ROS) DE LA INDUSTRIA ENTRE LOS TRIMESTRES 09, 10, 11 y 12.....	18
ANÁLISIS SEGUNDO AÑO FIRMA 1	19
Trimestre 13.....	19
Trimestre 14.....	20
Trimestre 15.....	21
Trimestre 16.....	22
GRÁFICO COMPARATIVO DEL PRECIO DE ACCIÓN DE LA INDUSTRIA ENTRE EL TRIMESTRE 13, 14,15 Y 16.....	23
GRÁFICO COMPARATIVO DE ROTACIÓN SOBRE LOS ACTIVOS (ROA) DE LA INDUSTRIA ENTRE LOS TRIMESTRES 13, 14,15 y 16.....	24
GRÁFICO COMPARATIVO DE ROTACIÓN SOBRE EL CAPITAL O PATRIMONIO NETO (ROE) DE LA INDUSTRIA ENTRE LOS TRIMESTRES 13, 14,15 y 16.....	25
GRÁFICO COMPARATIVO DE RETORNO SOBRE LAS VENTAS (ROS) DE LA INDUSTRIA ENTRE LOS TRIMESTRES 13, 14,15 y 16.....	26

ANÁLISIS TERCER AÑO FIRMA 1.....	27
Trimestre 17.....	27
Trimestre 18.....	28
Trimestre 19.....	29
Trimestre 20.....	30
GRÁFICO COMPARATIVO DE ROTACIÓN SOBRE LOS ACTIVOS (ROA) DE LA INDUSTRIA ENTRE LOS TRIMESTRES 17, 18,19 y 20.....	31
GRÁFICO COMPARATIVO DE ROTACIÓN SOBRE EL CAPITAL O PATRIMONIO NETO (ROE) DE LA INDUSTRIA ENTRE LOS TRIMESTRES 17, 18,19 y 20.....	32
GRÁFICO COMPARATIVO DE RETORNO SOBRE LAS VENTAS (ROS) DE LA INDUSTRIA ENTRE LOS TRIMESTRES 17, 18,19 y 20.....	33
GRÁFICO COMPARATIVO DEL PRECIO DE ACCIÓN DE LA INDUSTRIA ENTRE EL TRIMESTRE 17, 18,19 Y 20.....	34
SITUACIÓN FINAL DEL SECTOR.....	35
Conclusiones.....	37
ANEXO 1: DETALLE DE JUGADAS.....	38
Jugada 9.....	38
Jugada 10.....	39
Jugada 11.....	40
Jugada 12.....	41
Jugada 13.....	41
Jugada 14.....	42
Jugada 15.....	42
Jugada 16.....	43
Jugada 17.....	43
Jugada 18.....	44
Jugada 19.....	44
Jugada 20.....	45
Anexo 2: Resumen balance general.....	46
Anexo 3: Resumen estado de resultados.....	47
Anexo 4: Resumen flujo de caja.....	48

INTRODUCCIÓN

Hoy en día en un entorno cambiante y altamente competitivo, como el del mundo empresarial actual, la capacidad de adaptación juega un rol clave en la carrera hacia el éxito de todo ejecutivo. Es por ello que conocer el funcionamiento interno de la empresa, y su respuesta frente al entorno externo, se convierte en una herramienta poderosa para elevar el nivel competitivo de toda organización.

Conocer la administración y organización es ideal para cubrir la necesidad de los empresarios por dominar la ardua labor de analizar la estructura interna de la empresa, así como su constante interacción con el entorno que la rodea. Conocerla tiene como principal objetivo proporcionar los conceptos teóricos y ejercicios prácticos necesarios, para guiar al empresario en la generación de herramientas y maximización de recursos que garanticen mejores resultados sostenibles en el tiempo.

En los tiempos que vivimos hoy el uso de simuladores de negocios toman cada día más fuerza tanto como para enseñanza académica, como para la capacitación empresarial, ya que como sabemos los recursos que disponen las empresas no son ilimitados y esta es una herramienta que facilita y favorece la comprensión del entorno en donde se están manejando las empresas en un cierto rubro.

Habiendo dicho esto tenpomatic nos insertó un juego real en donde cinco empresas de un mismo rubro competían dentro de una misma industria, con igualdad de condiciones, solo que durante los trimestres en los que se estaba en la simulación, cada grupo fue tomando sus propias decisiones lo que hizo ir diferenciándose de la compañía.

El presente trabajo analizara trimestre a trimestre cada jugada que se empleó y su análisis respectivo.

ANÁLISIS TÉCNICO

Misión

Producto con altos estándares de calidad.

Satisfacción de nuestros clientes.

Gestión de excelencia e innovación en todo el proceso.

Aumentar rentabilidad para los accionistas, proveedor, clientes y empleados.

Visión

Ser una empresa líder en el mercado con reconocimiento a nivel local y nacional.

Descripción del equipo de trabajo



Asunción Saez
Gerente General



Karina León
Gerente Comercial



Pablo Galvéz
Gerente Producción



Jonathan Barria
Gerente Finanzas

OBJETIVOS GENERALES

Obtener la mayor rentabilidad y utilidades esperadas por los accionistas, trabajando en equipo de manera eficiente y lograr una alta competitividad por medio de decisiones estratégicamente tomadas que nos brinden un crecimiento sostenido en el tiempo.

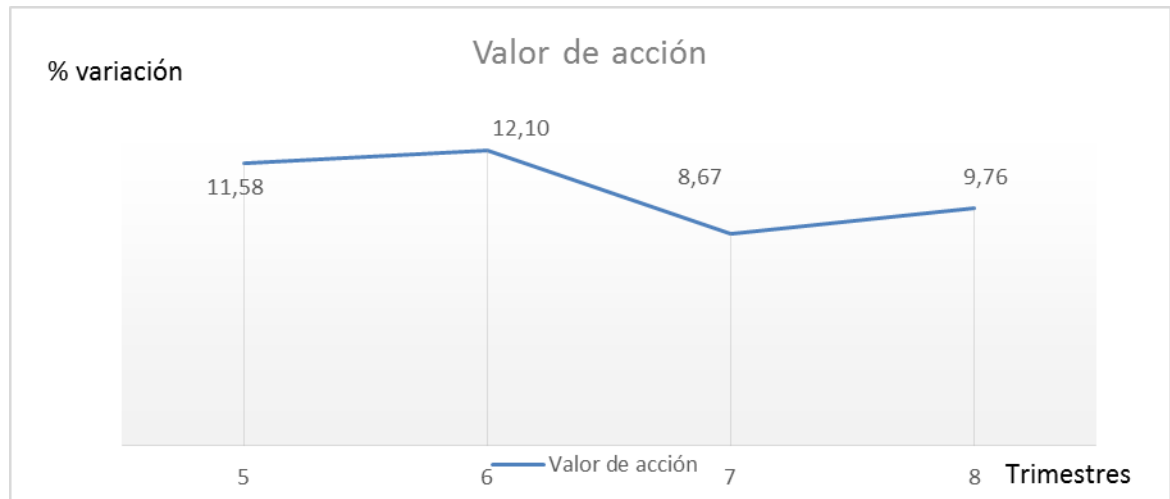
OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Aumentar el precio de la acción sobre los \$ 20
- Incrementar las ventas en un 20%.
- Lograr estrategia de diferenciación a largo plazo
- Realizar ampliación de planta N° 1.
- Lograr un 15% de participación de mercado al segundo año.

SITUACIÓN GENERAL DE LA INDUSTRIA

La industria está compuesta por 5 empresas, cada una en igualdad de condiciones compiten entre sí con un mismo producto el cual venden en el mercado e iniciando sus operaciones con un valor acción de 9,76.-

Al analizar los trimestres pasados se ve claramente reflejada la variación que ha tenido el valor de la acción, bajando considerablemente en el T7 y repuntando en el T8, quedando aún muy distantes del valor que obtuvo en el T6.



El desafío de cada firma es mejorar la situación financiera de la empresa y lograr aumentar en cada jugada del valor de la acción, esto a través de decisiones estratégicas y conformación de equipos de trabajo, hecho que sin duda hará más competitiva la industria.

Tenpomatic entregara al término de cada jugada una serie de informes operativos, que incluyen producción, costos de producción, productos vendidos, operaciones de almacenamiento, análisis de los gastos de venta y administración, flujo de caja, ingresos y posición financiera, informes que serán evaluados por cada firma y que orientaran a la decisión siguiente.

SITUACIÓN INICIAL FIRMA 1

Tenpomatic, se fundó hace tres años con un total de 100.000 acciones comunes, valoradas cada una en \$10. La empresa decidió que, en vez de realizar toda la fabricación por su cuenta, compraría conjuntos de elementos o kits como materia prima y los ensamblaría para hacer Tenpomatics.

A continuación se detalla información financiera acumulada al término de la jugada 8.

ESTADO DE RESULTADOS		
Ventas netas	\$	2.395.713
Costo productos vendidos	\$	1.703.365
Gastos adm y vtas	\$	491.700
Gastos almacen y almacenamiento	\$	149.336
Total gastos operativos	\$	2.344.401
Utilidad Operativa	\$	51.312
Intereses netos (gastos-reditos)	-\$	91.004
Utilidad antes de impuesto	-\$	39.962
Provisión para imp. a la renta (50%)	-\$	19.845
Utilidad neta despues de impuestos	-\$	59.537
Dividendos declar.		
A utilidades retenidas	-\$	59.537
Número de acciones emitidas		160.000
Ganancia por acción	-\$	124

Los resultados obtenidos al término del ejercicio arrojaron una pérdida de \$59.537, lo que provocó una caída en el valor de la acción a \$9.76

BALANCE GENERAL			
ACTIVOS CORRIENTES			
Efectivo		\$	58.660
Cuentas por Cobrar		\$	789.992
Inversiones Corto Plazo			0
<u>Inventarios:</u>			
Materia Prima	\$	28.379	
Productos Terminado	\$	86.241	\$ 114.620
ACTIVOS CORRIENTES			\$ 963.272
INVERSIONES DE CAPITAL			
Plantas y Equipos	\$	1.820.000	
(-)Depreciación Acumulada	-\$	503.000	\$ 1.317.000
INVERSIONES DE CAPITAL			\$ 1.317.000
TOTAL ACTIVOS			\$ 2.280.272
PASIVOS			
PASIVOS CORRIENTES			
Cuentas por Pagar		\$	150.000
Impto Renta Estimado x Pagar		-\$	52.604
Dividendos por Pagar		\$	-
TOTAL PASIVOS CORRIENTES			\$ 97.396
DEUDA LARGO PLAZO			
Bonos x Pagar 1	\$	200.000	
Bonos x Pagar 2	\$	280.000	
DEUDA LARGO PLAZO			\$ 480.000
TOTAL PASIVOS			\$ 577.396
CAPITAL-ACCIONISTAS			
Acciones Comunes (Val.Par \$10)160.000		\$	1.600.000
Utilidades Acumuladas Retenidas	\$	47.416	
Utilidad del Trimestre	\$	55.464	
CAPITAL TOTAL ACCIONISTAS			\$ 1.702.880
TOTAL PASIVOS + CAPITAL ACCIONARIO			\$ 2.280.276
	Precio Mercado Acción	\$	9,76

A continuación se detalla Información útil de los últimos trimestres que nos servirán como referencia para nuestra primera toma de decisión.

Ítem	Trimestre 5	Trimestre 6	Trimestre 7	Trimestre 8
Precio de venta prom.	38	39	40	40
Total venta	560.120	638.313	575.120	622.160
Ventas en unidades	14.740	16.367	14.378	15.554
Nº de Vendedores	11	13	12	10
Nº Pág. Publicidad Nacion	8	8	8	11
Nº Pág. Publicidad Local	13	13	15	16
Cantidad de trabajadores	39	37	38	53
Costo Prod. Terminado	23,66	26,51	34,78	27,04
Flujo Caja/Ingresos	998.867	825.824	1.320.716	702.099
Flujo Caja/Egresos	917.168	1.040.168	1.223.718	793.439
Préstamos	50.000	214.344	0	150.000
Saldo de Caja Trimestral	131.699	0	96.998	58.660
Valor de acción	11,58	12,1	8,67	9,76

Al analizar el cuadro se visualiza una variabilidad en los ingresos por ventas las cuales en el T6 y T8 no alcanzan a cubrir los egresos.

En el T8 se tuvo que recurrir a un préstamo para cubrir los costos, por lo tanto la jugada 9, tendrá este cargo el cual hay que considerar.

El precio, tiene una gran incidencia en las ventas, por lo tanto se requiere mantener información de mercado por área para estar competitivos.

Con respecto al apoyo para ventas es imprescindible mantener publicidad nacional y local, aplicar mejoras en el producto y contar con un equipo de vendedores y obreros suficientes para fabricar y comercializar los kits.

Estas decisiones deben ser estudiadas a cabalidad por nuestra gerencia para lograr nuestro objetivo, valor de acción sobre los \$20.-

ANÁLISIS PRIMER AÑO FIRMA 1

Trimestre 9

	A1	A2	A3
Precio Venta	39	40	40

Trimestre 9	
Ventas	524.931
Unidades	13.378
Ingreso	652.281
Egreso	571.924
ROS	12,57
ROA	11,84
ROE	5,95
Precio de acción	10,29
N° vendedores	11
Obreros	54
Publicidad Nacional	0
Publicidad Local	15
Mejoras	0
Kits	20.000
Informes	1

Este es el primer trimestre para nuestra firma, comenzamos con una estrategia conservadora, ya que nuestro objetivo era minimizar al máximo los costos. El valor de la acción aumento en comparación al trimestre anterior en 0,53 puntos. Nuestra mayor concentración de ventas la colocamos en el área 1 con 15.000 unidades de las cuales se vendieron 10.189, en las áreas 2 y 3 se vendieron todas las unidades destinadas 1794 y 1395, respectivamente, lo cual nos llevó a tener ventas perdidas y con ello perder fuerza de ventas. Con respecto a la publicidad local disminuimos en 1 página. Nuestros egresos fueron elevados debido a que se cubrió un préstamo a corto plazo que quedo de la administración anterior. Además se decidió solicitar un informe de mercado, pero debido a la falta de experiencia este no supo ser interpretado, debido a lo cual en los 4 trimestres posteriores no se solicitó. Con respecto al precio al no tener información sobre la competencia nos basamos en el trimestre anterior modificando solo el precio del Área 1.

Trimestre 10

	A1	A2	A3
Precio Venta	40	41	41

Trimestre 10	
Ventas	564.128
Unidades	13.950
Ingreso	648.100
Egreso	636.646
ROS	11,27
ROA	12,10
ROE	6,01
Precio de acción	10,83
N° vendedores	10
Obreros	45
Publicidad Nacional	0
Publicidad Local	13
Mejoras	0
Kits	20.000
Informes	0

En este trimestre nuestra estrategia continua siendo el minimizar los costos al máximo, debido a esto, disminuimos las páginas de publicidad local, no se hizo publicidad nacional y tampoco mejoras ni informes.

El valor de la acción tuvo un alza de 0,54 puntos con respecto al trimestre anterior, con respecto al precio se aumentó en \$ 1 para todas las áreas, debido a lo cual nos quedamos con un stock final de 4.050 unidades que no se vendieron, no hubieron ventas perdidas.

Con respecto a los indicadores, el ROS presento una disminución, la cual se asocia directamente a malas decisiones tomadas por la administración. El ROA y ROE presentaron un aumento, lo cual significa que nuestra firma presenta rentabilidad tanto a nivel de capital y activos.

Trimestre 11

	A1	A2	A3
Precio Venta	44	39	39

Trimestre 11	
Ventas	583.945
Unidades	14.770
Ingreso	561.885
Egreso	667.761
ROS	3,62
ROA	4,08
ROE	6,56
Precio de acción	10,35
N° vendedores	10
Obreros	49
Publicidad Nacional	2
Publicidad Local	13
Mejoras	0
Kits	18.000
Informes	0

En este periodo nuestra firma por una mala decisión de la administración se decidió transferir la mayor cantidad de productos al área 2 y 3 (8.396 y 8.571 respectivamente) en stock quedaron 3.780 unidades repartidas en las 2 áreas, y dejamos en el área 1, 1.583 unidades, las cuales se vendieron en su totalidad incluso quedaron 151 unidad de ventas perdidas, debido a esto se perdió un vendedor. A raíz de esta mala decisión aumentaron los costos de transferencia. Además la acción presento una disminución en 0,48 puntos con respecto al periodo anterior. En relación al precio en el área 1 decidimos aumentarlo ya que teníamos pocas unidades destinadas a esta área y bajamos el precio en área 2 y 3 en relación al periodo anterior. Con respecto a los indicadores estos quedaron todos en negativo, lo que significa que este periodo nuestra firma no es rentable para los accionistas.

Trimestre 12

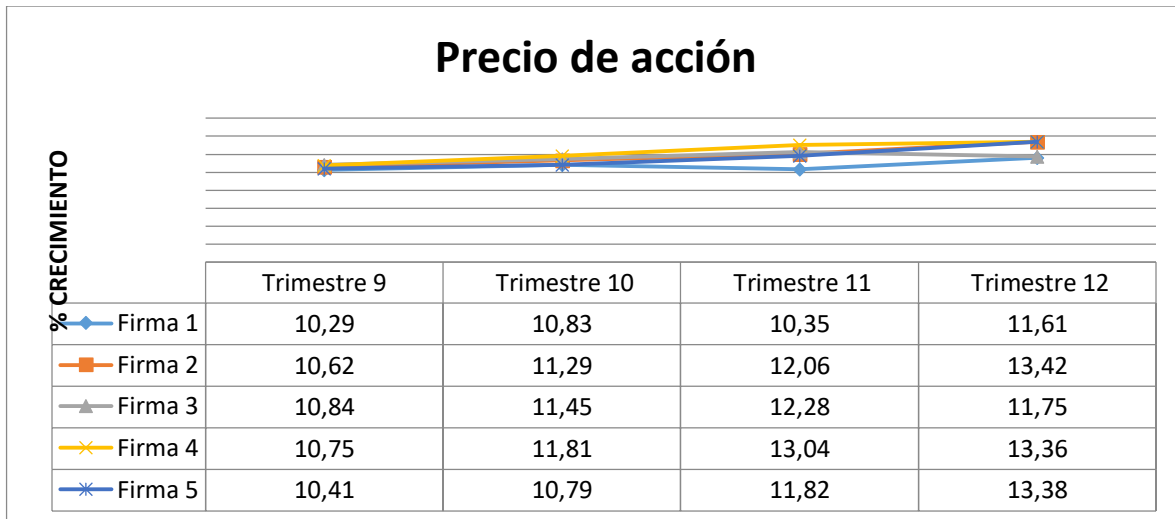
	A1	A2	A3
Precio Venta	43	42	41

Trimestre 12	
Ventas	673.528
Unidades	15.978
Ingreso	584.977
Egreso	483.526
ROS	16,64
ROA	20,58
ROE	14,42
Precio de acción	11,61
N° vendedores	9
Obreros	51
Publicidad Nacional	0
Publicidad Local	17
Mejoras	0
Kits	0
Informes	0

En este periodo logramos repuntar en todos nuestros índices, en relación a las ventas estas presentaron un alza de 1.208 unidades, concentramos nuestros esfuerzos en vender la mayor cantidad en el área 1 y 2, en inventario final quedaron 4.802 unidades, no hubieron ventas perdidas, no se perdieron vendedores. Aumentamos las páginas de publicidad con respecto al periodo anterior. En relación al precio lo bajamos en el área 1 y áreas 2 y 3 lo aumentamos. Los indicadores de rentabilidad tuvieron un alza, presentando una utilidad en el periodo.

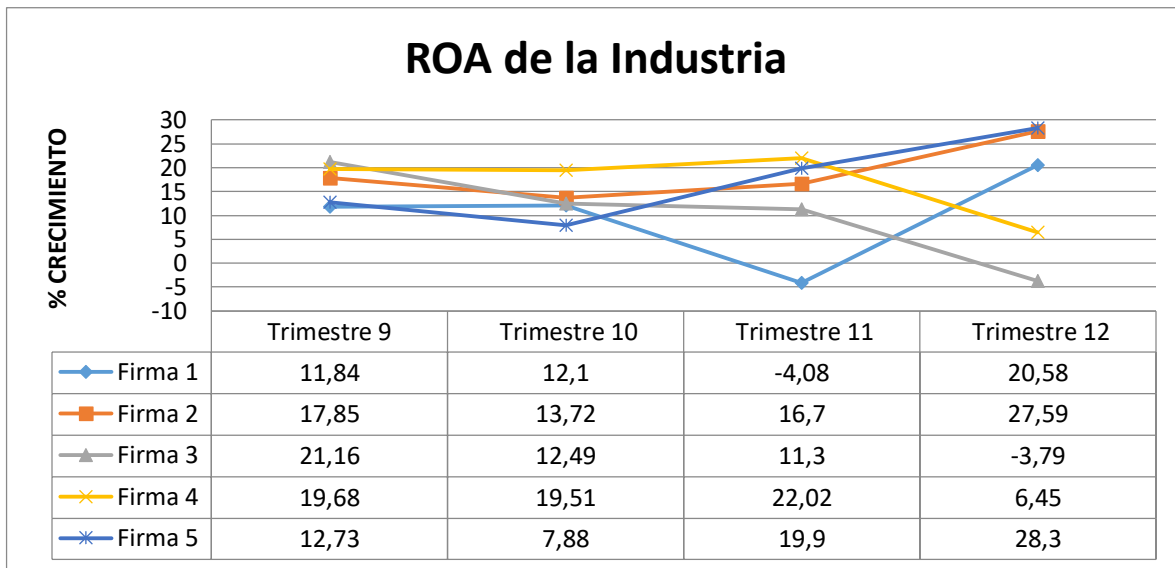
Con respecto al precio de acción igual presento un alza de 1,26 puntos. Nuestra conclusión es, que nuestra estrategia preparada para este trimestre fue la indicada, seguiremos implementando esta para que nuestros índices demuestren que nuestra firma es rentable.

GRÁFICO COMPARATIVO DEL PRECIO DE ACCIÓN DE LA INDUSTRIA ENTRE EL TRIMESTRE 9, 10,11 Y 12.



Con respecto al precio de acción al término del primer año, el gráfico muestra que nuestra firma está en la última posición con un 11.61%, somos los más bajos de la industria con una diferencia de 15.59% con respecto a la firma número 2 que fueron los que más aumentaron el valor de acción llegando a los 13.42%.

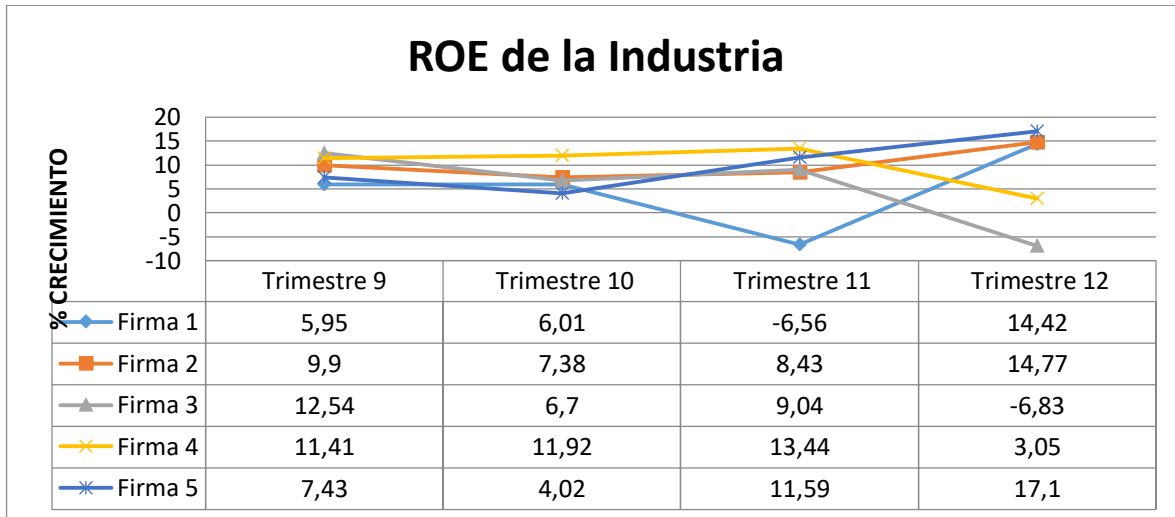
GRÁFICO COMPARATIVO DE ROTACIÓN SOBRE LOS ACTIVOS (ROA) DE LA INDUSTRIA ENTRE LOS TRIMESTRES 9, 10,11 y 12.



El siguiente gráfico nos muestra cómo se obtienen los mayores beneficios para la empresa con los mínimos recursos, de acuerdo a esta definición y a lo que el gráfico nos indica podemos ver que todas las firmas durante el primer año tuvieron dificultades a la hora de tomar decisiones sobre maximizar la rentabilidad de la empresa, ya que todas las firmas fueron fluctuantes y variaron dentro de los periodos, terminando el último trimestre nuestra firma como la mejor de todas.

En otras palabras nuestra empresa está siendo atractiva para los inversores ya que para aumentar la rentabilidad se necesitaría una inversión menor.

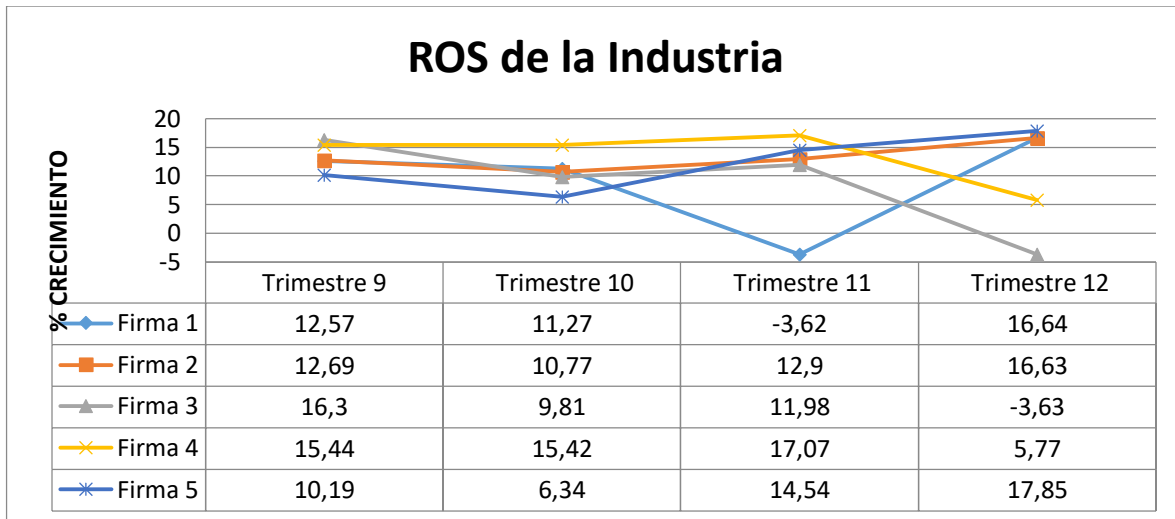
GRÁFICO COMPARATIVO DE ROTACIÓN SOBRE EL CAPITAL O PATRIMONIO NETO (ROE) DE LA INDUSTRIA ENTRE LOS TRIMESTRES 09, 10,11 y 12.



El objetivo de los accionistas o socios de cualquier empresa son, o al menos deberían ser, **obtener una rentabilidad de su inversión inicial superior a la que podría obtener** en cualquier otro producto con menor riesgo, dicho esto y viendo los indicadores del gráfico anterior podemos analizar que el mercado en general es fluctuante dentro de los diferentes trimestres ya que en el trimestre 11 nuestra firma tuvo un escenario negativo por debajo de todas las empresas, sin embargo al termino del año nuestra firma logró remontar esta desventaja que tenía, logrando estar en segundo lugar con un 14,42%, y con un tan solo 2.42% de diferencia con la firma número 2 que es la que lideró el último trimestre con un 14.77%

Que quiere decir esto, que como empresa estamos midiendo de manera efectiva el rendimiento que tienen los accionistas de los fondos invertidos o dicho de otra manera la empresa está siendo eficiente a la hora de remunerar a sus accionistas.

GRÁFICO COMPARATIVO DE RETORNO SOBRE LAS VENTAS (ROS) DE LA INDUSTRIA ENTRE LOS TRIMESTRES 09, 10, 11 y 12.



En este gráfico podemos ver claramente una variación con respecto a todas las empresas durante todos los periodos, sin embargo en el último trimestre quedamos en segundo lugar con un 16.64%, tras una considerable remontada ya que en el trimestre 11 tuvimos un déficit de un -3.62% producto de una mala gestión del precio de los productos por lo que tuvimos ventas perdidas y no estábamos siendo lo suficientemente eficaces a la hora de obtener beneficios por las ventas, sin embargo pudimos revertir esta situación en el último trimestre.

ANÁLISIS SEGUNDO AÑO FIRMA 1

Trimestre 13

	A1	A2	A3
Precio Venta	44	44	42

Trimestre 13	
Ventas	608.394
Unidades	14.012
Ingreso	870.272
Egreso	724.283
ROS	16,27
ROA	19,50
ROE	9,89
Precio de acción	12,51
N° vendedores	9
Obreros	51
Publicidad Nacional	0
Publicidad Local	21
Mejoras	1
Kits	15.500
Informes	0

Las ventas disminuyeron en un 9,7%, en relación al trimestre 12, debido a que la decisión que se tomó en el área 1 y 2 fue aumentar el precio.

Los ingresos del trimestre tuvieron un alza de un 31%, logrando de a poco mantener un nivel de ingreso en constante crecimiento.

Los egresos aumentaron considerablemente por el pago de un préstamo a corto plazo solicitado en el trimestre y por compra de materia prima.

Con respecto al ROS se mantiene constante con una leve variación en relación al trimestre anterior, nuestra capacidad de generar ganancia es positiva.

Con respecto al ROA se mantienen los beneficios generados por los activos de la empresa lo que significa una mejor situación de nuestras finanzas.

Con respecto al ROE cae levemente debido a que la utilidad operativa del trimestre disminuyó por la baja en las ventas.

El precio de acción aumento en un 7,2% en comparación al trimestre anterior lo que significa un crecimiento sostenible que esperamos seguir en los siguientes periodos.

El número de vendedores se mantuvo, aumentamos la publicidad local de 17 a 21 páginas ya que la publicidad local incidía directamente en el aumento de las ventas, incluimos la primera mejora para comenzar a diferenciar nuestro producto y obtener mejores resultados. En cuanto a los obreros disminuimos a 51, con una suspensión de 2 para poder completar las cuadrillas del trimestre que necesitábamos para la producción.

Trimestre 14

	A1	A2	A3
Precio Venta	44	44	43

Trimestre 14	
Ventas	728.746
Unidades	16.627
Ingreso	792.472
Egreso	647.177
ROS	11,35
ROA	16,92
ROE	8,45
Precio de acción	13,30
N° vendedores	12
Obreros	42
Publicidad Nacional	3
Publicidad Local	30
Mejoras	3
Kits	14.000
Informes	1

Las ventas tuvieron un alza de 16,52% en el trimestre, lo cual se refleja en un aumento en 2615 unidades vendidas concentradas en el área 1 y 2.

Los ingresos disminuyeron levemente, aun así la empresa sigue creciendo. Los egresos disminuyeron en un 11% dado por disminuir los gastos de producción y un menor retiro en bonos y acciones.

Con respecto al ROS cae levemente pero igual es positivo, debido a que las utilidades de la empresa representan un 11,35% de las ventas del trimestre.

Con respecto al ROA también disminuye levemente en un 16,92% lo que significa que la compañía mantiene un nivel alto del total de activos en la generación de utilidades. Con respecto al ROE es de un 8,45% lo que mantiene un buen índice de rentabilidad de los accionistas. El precio de acción aumento a \$13,3.

En el trimestre hay 12 vendedores ingresando ahora los 3 que estaban en entrenamiento, se suspendieron 7 obreros para completar las cuadrillas y cubrir nuestra capacidad de planta, optamos por aumentar la publicidad nacional y local, sobre todo la publicidad local siendo esta la que surge más efecto sobre la demanda consiguiendo que las ventas se incrementen en todas las áreas y se hicieron 3 mejoras para seguir con nuestra estrategia de calidad e innovación en el producto.

A partir de este trimestre realizamos gastos de investigación de mercado, para mantenernos informados sobre la industria y la competencia.

Trimestre 15

	A1	A2	A3
Precio Venta	45	45	44

Trimestre 15	
Ventas	669.799
Unidades	14.947
Ingreso	820.006
Egreso	506.341
ROS	6,95
ROA	9,69
ROE	4,81
Precio de acción	13,78
N° vendedores	11
Obreros	33
Publicidad Nacional	0
Publicidad Local	40
Mejoras	3
Kits	10.589
Informes	5

Las ventas disminuyeron en un 9% debido al incremento en el precio de venta y una caída en la demanda, lo que se reflejó en una disminución de 1680 unidades en relación al trimestre 14. Logramos mantener un buen nivel de ingresos, que se mantiene constante y refleja un crecimiento. Los egresos siguen disminuyendo por el término de las deudas de préstamo a corto plazo manteniendo un considerable saldo neto en caja. El ROS sigue disminuyendo, lo que nos hace pensar en realizar alguna estrategia para mantener una rentabilidad positiva de las utilidades con respecto a las ventas del mes. El ROA también disminuye en un 41,7%, los activos que posee la compañía, no están generando utilidades y debemos revertir ésta situación. El ROE disminuyó un 4,81% del capital se utiliza en la generación de utilidades, lo que no es conveniente para nuestros inversionistas. El precio de acción aumentó en un 3% lo que indica que seguimos con una estrategia sostenida de crecimiento. Contamos con 11 vendedores, contratando 5 para los siguientes trimestres pensando en una ampliación de planta, tenemos 33 obreros por lo que tuvimos que suspender a 14 para poder producir nuestra capacidad de planta de 11 cuadrillas, aumentamos a 40 la publicidad local como lo venimos haciendo hace un par de jugadas y realizamos 3 mejoras, continuando con nuestra estrategia de diferenciación mejorando y actualizando nuestro producto incurriendo en los costos que sean necesarios.

Trimestre 16

	A1	A2	A3
Precio Venta	43	42	43

Trimestre 16	
Ventas	819.173
Unidades	19.216
Ingreso	1.061.980
Egreso	856.753
ROS	5,34
ROA	7,90
ROE	4,66
Precio de acción	13,42
N° vendedores	11
Obreros	45
Publicidad Nacional	0
Publicidad Local	40
Mejoras	2
Kits	20.000
Informes	2

Este trimestre las ventas aumentaron en un 18,3% vendiendo 4269 unidades más que el trimestre anterior, pero tuvimos muchas ventas perdidas, ya que, vendimos el total de unidades disponibles para la venta y no teníamos capacidad de producción, por lo que decidimos aumentar la planta.

El ingreso del periodo aumento considerablemente, por primera vez sobre \$1.000.000, debido a la emisión de un bono para financiar la ampliación de planta.

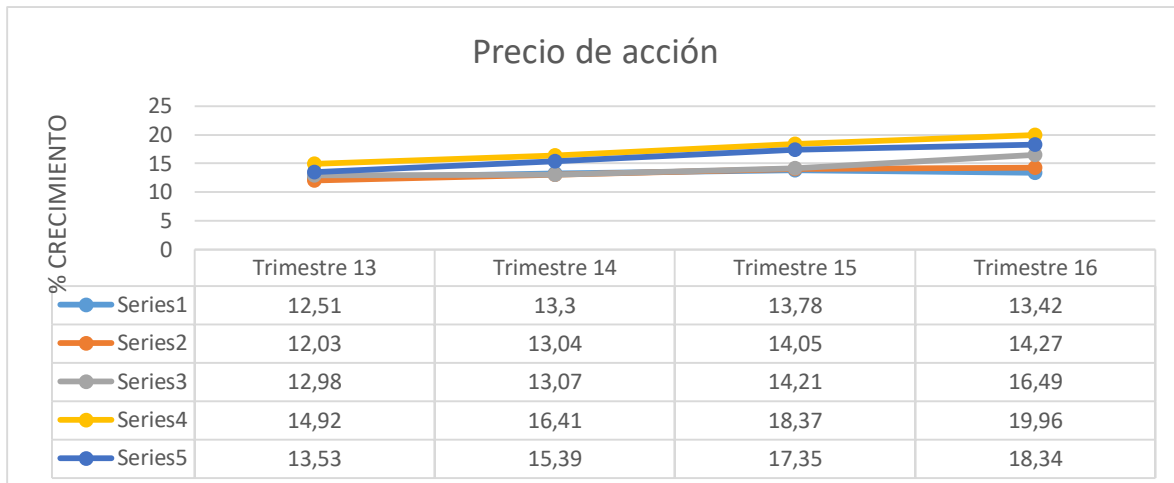
Los egresos aumentaron significativamente por el primer pago por ampliación de planta y la contratación de mano de obra para cubrir dicha ampliación.

Los ratios del periodo disminuyeron a un -5,34%, -7,9% y -4,66% ya que, las ventas del mes no alcanzaron a cubrir los gastos operativos, lo que provocó que la utilidad operativa sea negativa impactando directamente en los ratios del trimestre.

El precio de acción disminuyó a \$13,42 debido a la mal emisión de un bono para financiar la ampliación de planta, que lo emitimos por \$40.000, pero en realidad debería haber sido por \$400.000, lo que nos obligó a pedir un préstamo a corto plazo en el trimestre siguiente.

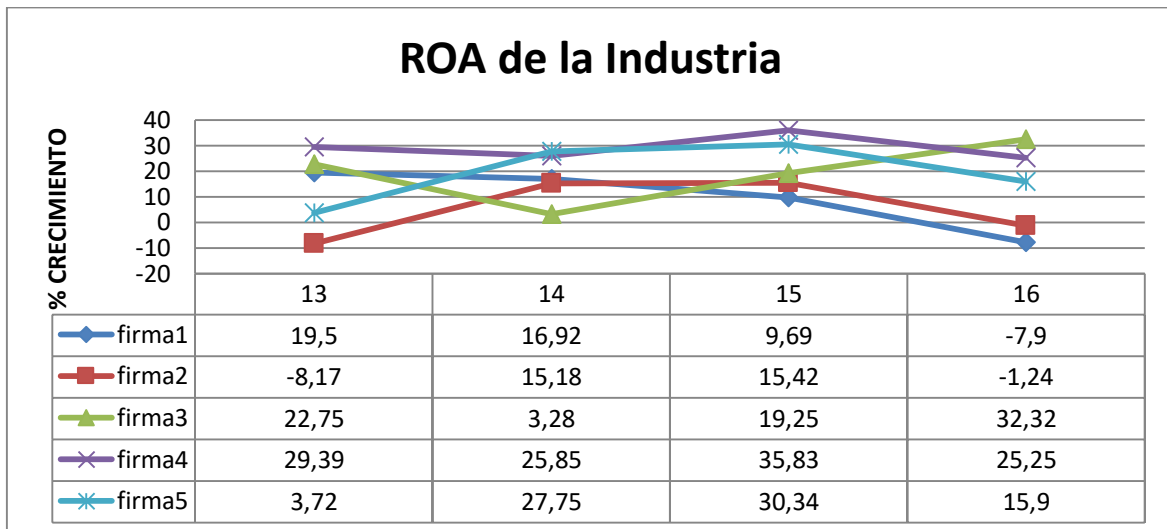
El n° de vendedores es 11, manteniendo 5 en entrenamiento, hay 45 obreros más 21 contratados para el trimestre siguiente, se mantuvo la cantidad de páginas de publicidad nacional en todas las áreas y continuamos con nuestra estrategia de diferenciación incorporando mejoras.

GRÁFICO COMPARATIVO DEL PRECIO DE ACCIÓN DE LA INDUSTRIA ENTRE EL TRIMESTRE 13, 14, 15 Y 16.



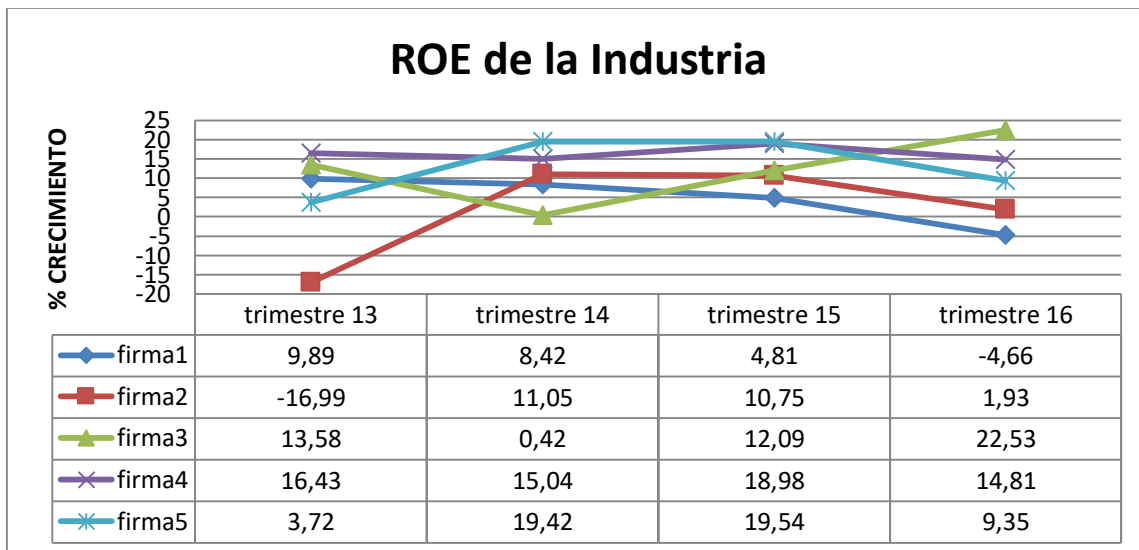
Finalmente terminamos en el 5º lugar al término del cuarto año, logrando quedar en el 3º lugar en el trimestre 14, el más alto desde que nos hicimos cargo de la empresa, lo que refuerza nuestro crecimiento y demuestra que hemos realizado una buena gestión financiera, a pesar de los problemas a los cuales nos enfrentamos durante los primeros trimestres. En resumen durante este periodo las utilidades con el precio siguen en relación proporcional, ya que hemos generado ganancias por acción.

**GRÁFICO COMPARATIVO DE ROTACIÓN SOBRE LOS ACTIVOS
(ROA) DE LA INDUSTRIA ENTRE LOS TRIMESTRES 13, 14,15 y 16.**



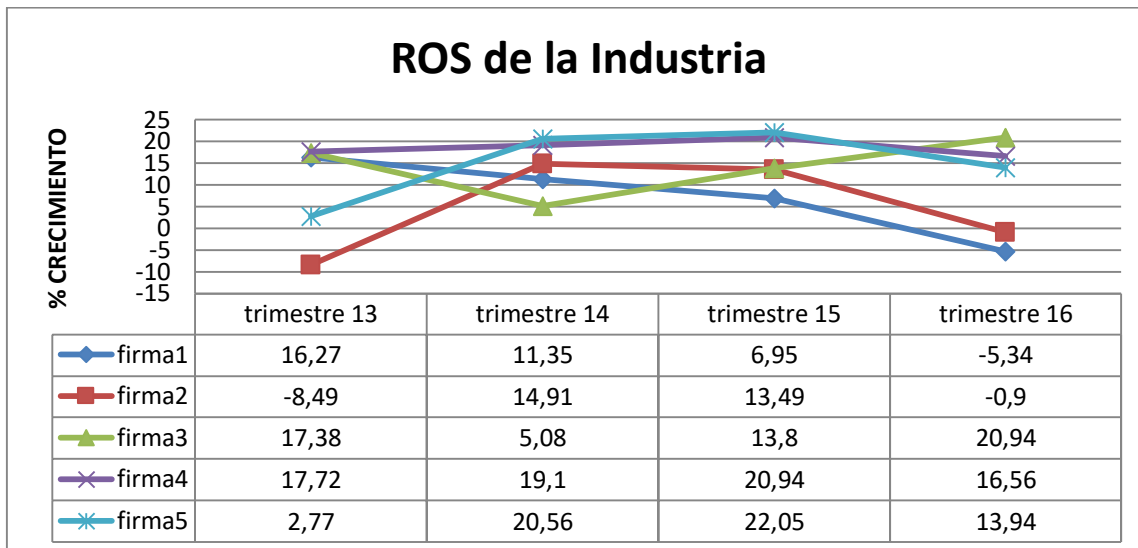
El retorno según los activos de nuestra compañía nos demuestra que partiendo el trimestre 13 somos eficientes en el uso de nuestros activos para generar utilidades, sin embargo, el mercado está muy complejo y se refleja que en la competencia existen muchas fluctuaciones, como en la firma 3 que baja de 22,75% a 3,28% y luego sube a 19,28 lo que indica que el ratio sobre los activos dependen directamente de cuanto es lo que la empresa está dispuesta a invertir para aumentar la rentabilidad. Por ende debemos como gerencia buscar la forma de reinvertir en la empresa, para obtener más utilidades y ser atractivos para los accionistas de Tenpomatic.

GRÁFICO COMPARATIVO DE ROTACIÓN SOBRE EL CAPITAL O PATRIMONIO NETO (ROE) DE LA INDUSTRIA ENTRE LOS TRIMESTRES 13, 14,15 y 16.



En este periodo el retorno de capital de nuestra firma comenzó en el trimestre 13 de manera muy positiva generando ganancias positivas para nuestros inversionistas, y en una buena posición en relación a la competencia, pero a medida que pasaron los trimestres fuimos disminuyendo, hasta llegar al trimestre 16 donde fue el periodo en que todos nuestros ratios de rentabilidad fueron negativos quedando muy por debajo de la competencia, lo que llevo a replantearnos la manera de salir de esta situación, con el fin, de que los accionistas sigan confiando en nosotros para conducir y dirigir la compañía, y revertir esta situación en la que nos encontramos.

GRÁFICO COMPARATIVO DE RETORNO SOBRE LAS VENTAS (ROS) DE LA INDUSTRIA ENTRE LOS TRIMESTRES 13, 14, 15 y 16.



En el trimestre 13, el % de rentabilidad sobre las ventas fue de 16,27%, la utilidad con respecto a las ventas es positivo logrando mantenernos en los primeros lugares en relación a la competencia. En los trimestres tuvimos problemas en el manejo del precio hasta que llegamos al trimestre 16, periodo en que tuvimos muchas ventas perdidas, producto de que nuestra capacidad de planta estaba completa, por esto la opción de ampliar esta. El costo de contratar mano de obra nos produjo una utilidad operacional negativa provocando que el ratio de ventas disminuyera considerablemente a -5,34, quedando muy por debajo de la competencia

En resumen, podemos concluir que la producción se mantuvo dentro de lo permitido, al final del 2° año decidimos ampliar la planta para aumentar la capacidad y así aumentar las ventas, que se han incrementado en un 23% desde que comenzó el año, debido a nuestra estrategia de aumentar la publicidad local, implementar mejoras e invertir informes de mercado para tener más información sobre la industria y la competencia del sector.

El precio de la acción también se ha incrementado en un 7% dentro de éste periodo, lo que indica que la compañía sigue en crecimiento.

Los indicadores retorno sobre las ventas, ROA y ROE comenzaron con un buen % a principio de año, pero fueron decreciendo a medida que pasaban los trimestres, aun así mantenemos un buen % de retorno para nuestros accionistas en la participación del capital y de los activos en la generación de utilidades. Llegamos al trimestre 16 donde tuvimos una utilidad operativa negativa la cual nos afectó con una baja en el precio de acción y por ende en los ratios de rentabilidad.

ANÁLISIS TERCER AÑO FIRMA 1

Trimestre 17

	Area 1	Area 2	Area 3
Precio Venta	44	44	44

Trimestre 17	
Ventas	880.000
Unidades	20.000
Ingreso	970.734
Egreso	922.368
ROS	19.09
ROA	28.21
ROE	17.01
Precio de acción	15.03
N° vendedores	13
Obreros	63
Publicidad Nacional	3
Publicidad Local	40
Mejoras	2
Kits	20.000
Informes	2

En este inicio del tercer año hubo una pérdida de venta de 6.583 unidades, lo que provoco que se fueran tres vendedores y tres obreros, sin embargo las ventas han mejorado y dado esto por el aumento en la publicidad local, nacional y las mejoras lo que ha provocado un incremento en las ventas y en el retorno de estas mismas.

Además en este trimestre se pide un préstamo por \$300.000 para pagar la ampliación de la planta del trimestre anterior.

Otro de los acontecimientos de este primer trimestre del tercer año fue que la producción aumentó, producto de la ampliación de la planta la que fue cumplida mediante horas extras por los obreros.

Trimestre 18

	Area 1	Area 2	Area 3
Precio Venta	44	44	44

Trimestre 18	
Ventas	1.049.000
Unidades	23.842
Ingreso	1.220.940
Egreso	1.018.479
ROS	15.98
ROA	29.08
ROE	15.62
Precio de acción	16.57
N° vendedores	10
Obreros	60
Publicidad Nacional	0
Publicidad Local	40
Mejoras	2
Kits	24.000
Informes	2

Este trimestre está marcado por un incremento en el precio de acción nunca antes visto de un 10,24%, producto que las ventas aumentaron un 19,20%.

Sin embargo aún hay ventas perdidas, menos que el trimestre anterior, pero, siguen habiendo 863 unidades por vender, lo que provoco que se fueran más vendedores y obreros.

Una de las falencias en la administración en este trimestre fue tener más material del que podíamos producir, producto de la capacidad de la planta incluyendo las horas extras por lo que tuvimos 2000 unidades en inventario final lo que implica costo por almacenamiento y una mal gestión de los recursos de la empresa.

Pese a todo lo mencionado anteriormente, la fuerza de venta y las estrategias de marketing utilizadas está siendo efectiva ya que al tener un precio de venta de \$44 en todas las áreas muy similar al resto del mercado hemos podido subir considerablemente las ventas con respecto al trimestre anterior.

Trimestre 19

	Area 1	Area 2	Area 3
Precio Venta	44	44	45

Trimestre 19	
Ventas	1.071.000
Unidades	24.261
Ingreso	1.186.045
Egreso	1.019.865
ROS	19.36
ROA	36.41
ROE	18.92
Precio de acción	18.52
N° vendedores	13
Obreros	63
Publicidad Nacional	3
Publicidad Local	43
Mejoras	2
Kits	26.000
Informes	2

En este trimestre y como ha sido la tónica de los últimos trimestres aún tenemos ventas perdidas, cada vez menor (173 unidades), esto ha provocado una desmotivación por parte de los vendedores y obreros que han renunciado y lo que ha provocado una disminución en la fuerza de venta de nuestra empresa para poder satisfacer todas las áreas de venta.

Sin embargo el precio de acción sigue en alza con un aumento del 11,77% con respecto del trimestre anterior, esto debido a un incremento en las ventas.

Siguen los problemas en la administración ya que se piden más materiales de los que la planta pueda producir incluyendo las horas extras.

Trimestre 20

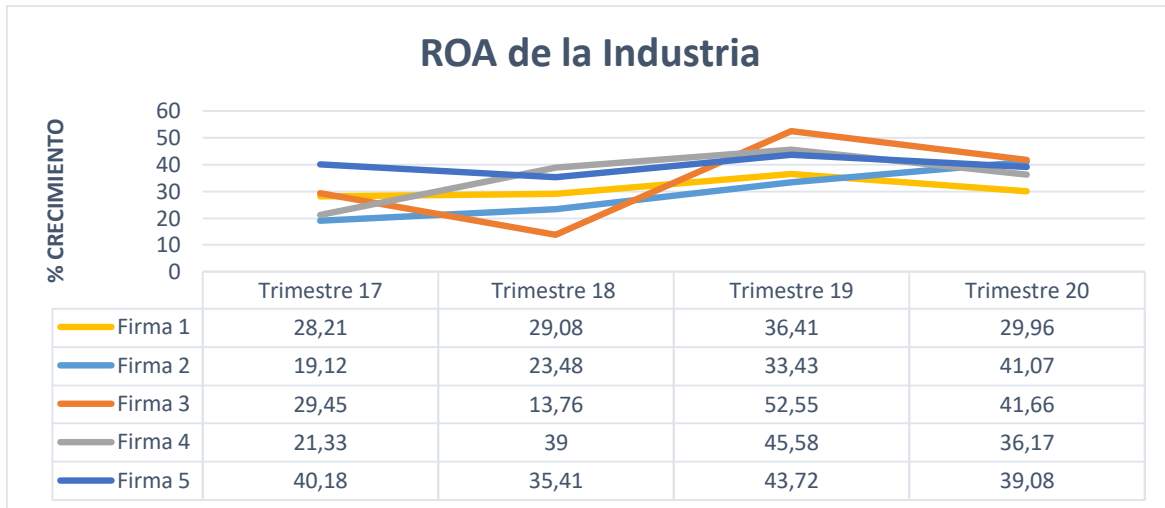
	Area 1	Area 2	Area 3
Precio Venta	45	45	45

	Trimestre 20
Ventas	945.000
Unidades	21.004
Ingreso	1.215.616
Egreso	880.734
ROS	18.61
ROA	29.96
ROE	15.69
Precio de acción	20.21
N° vendedores	15
Obreros	63
Publicidad Nacional	0
Publicidad Local	46
Mejoras	2
Kits	26.000
Informes	2

En este último trimestre las ventas disminuyeron un 11.76% producto del aumento en el precio de los productos \$45 en las tres áreas, esto fue con el objetivo de poder evitar las ventas perdidas ya que no contábamos con la fuerza de venta óptima para cada área, provocando esto una disminución en las ventas. Igual hubieron ventas perdidas en el área 3 (282 unidades).

Sin embargo un factor que no afectó las decisiones del trimestre anterior fue el precio de acción que se mantiene al alza con un aumento del 9,12% llegando a 20.21%, aun así nos situamos muy por debajo de la industria. Comparándonos con nuestros competidores fuimos los que tuvimos el menor precio de acción con una diferencia de 46% con respecto a la firma número 5, ya que esta logro llegar a un valor de 29.62%.-

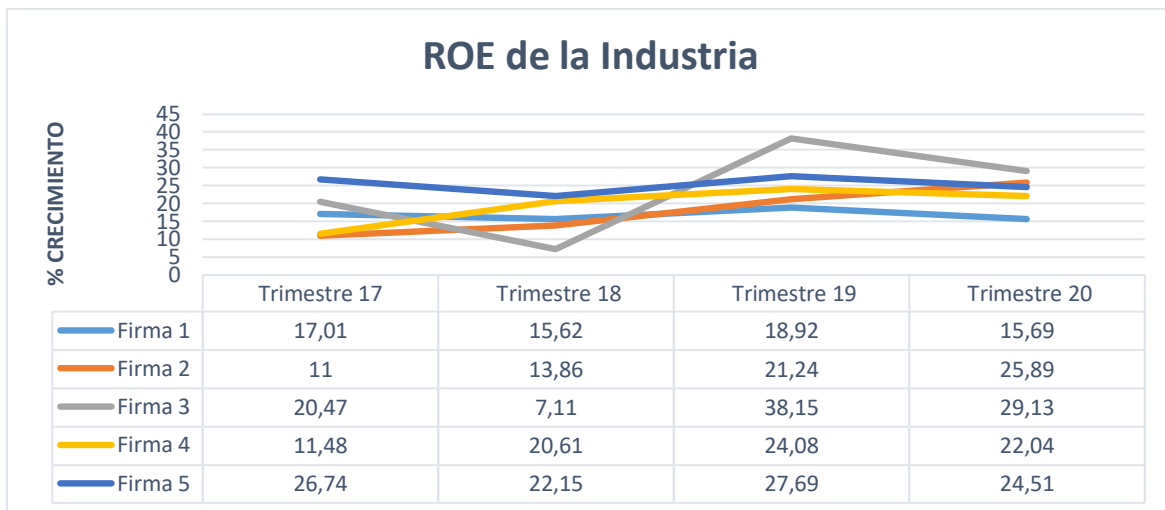
GRÁFICO COMPARATIVO DE ROTACIÓN SOBRE LOS ACTIVOS (ROA) DE LA INDUSTRIA ENTRE LOS TRIMESTRES 17, 18, 19 y 20.



El siguiente grafico nos muestra cómo se obtienen los mayores beneficios para la empresa con los mínimos recursos, de acuerdo a esta definición y a lo que el gráfico nos indica podemos ver que solo una firma logro ir incrementando sus índices durante el último año siendo uno de los mejores gestores a la hora de maximizar la rentabilidad de la empresa, todas las demás firmas fueron fluctuantes y variaron dentro de los periodos, en el último semestre terminamos siendo la más baja de todas.

En otras palabras nuestra empresa no está siendo atractiva para los inversores ya que para aumentar la rentabilidad se necesitaría una inversión aún mayor.

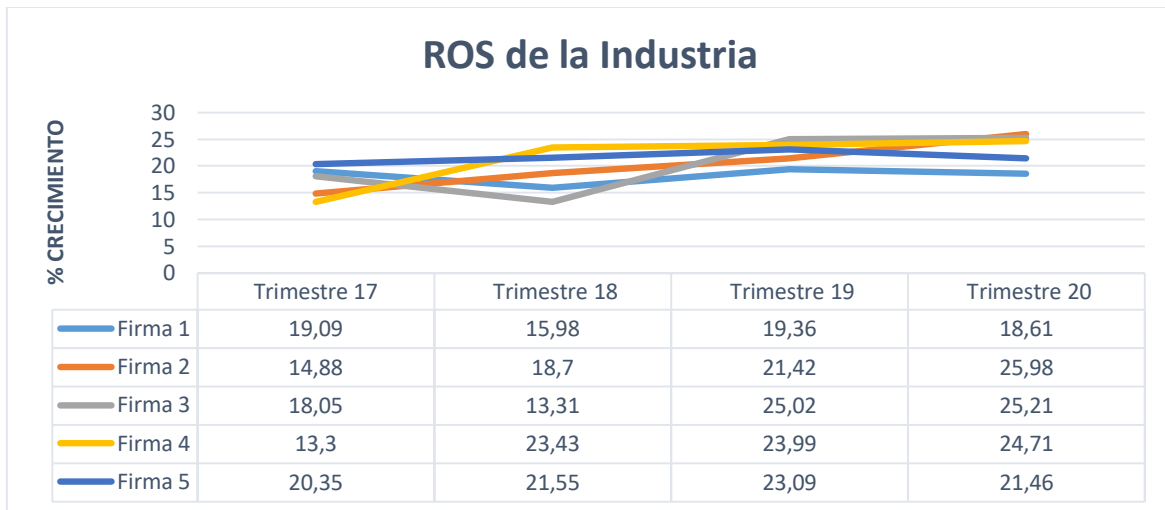
GRÁFICO COMPARATIVO DE ROTACIÓN SOBRE EL CAPITAL O PATRIMONIO NETO (ROE) DE LA INDUSTRIA ENTRE LOS TRIMESTRES 17, 18,19 y 20.



El objetivo de los accionistas o socios de cualquier empresa son, o al menos deberían ser, **obtener una rentabilidad de su inversión inicial superior a la que podría obtener** en cualquier otro producto con menor riesgo, dicho esto y viendo los indicadores del gráfico anterior podemos analizar que nuestra empresa al igual que el análisis anterior es el más bajo y la firma dos es la que ha crecido todos los trimestres sin sufrir ningún tipo de fluctuación.

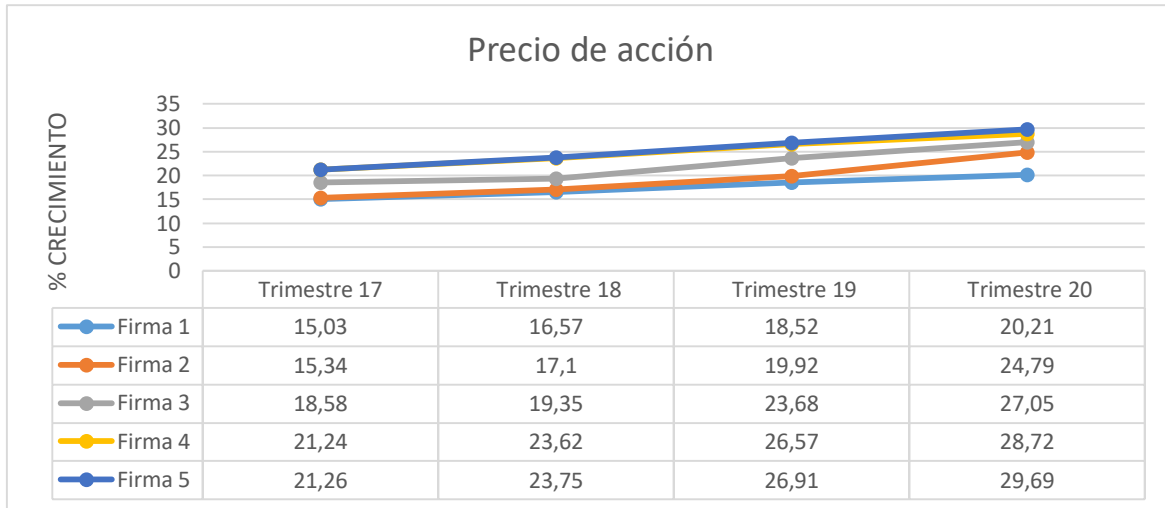
Que quiere decir esto, con respecto a nuestra empresa no estamos midiendo de manera efectiva el rendimiento que tienen los accionistas de los fondos invertidos o dicho de otra manera la empresa no está siendo eficiente a la hora de remunerar a sus accionistas.

GRÁFICO COMPARATIVO DE RETORNO SOBRE LAS VENTAS (ROS) DE LA INDUSTRIA ENTRE LOS TRIMESTRES 17, 18,19 y 20.



En este gráfico podemos ver claramente una variación con respecto a todas las empresas durante todos los periodos, sin embargo en el último trimestre quedamos por debajo de todas las empresas, producto de una mala gestión a la hora de asignar el precio y la baja cantidad de vendedores que teníamos previsto para cada área como se analizó anteriormente, no estamos siendo lo suficiente eficaces a la hora de obtener beneficios por las ventas.

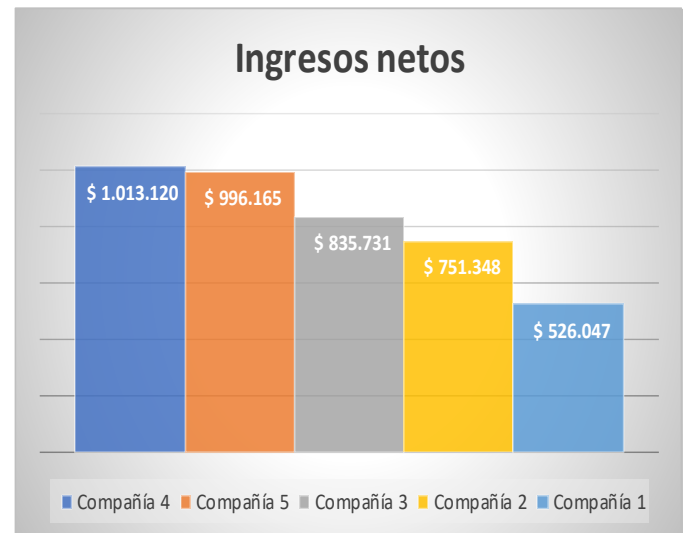
GRÁFICO COMPARATIVO DEL PRECIO DE ACCIÓN DE LA INDUSTRIA ENTRE EL TRIMESTRE 17, 18,19 Y 20.



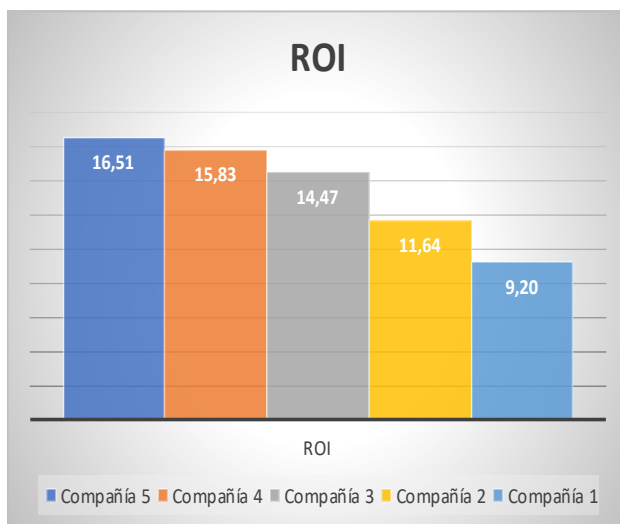
Con respecto al precio de acción como podemos ver en el gráfico anterior nuestra firma está en la última posición con un 20.21% muy por debajo de la industria, ya que fuimos los que menos aumentó el precio de acción con una diferencia de 46% con respecto a la firma número 5 que fueron los que más aumentaron el valor de acción llegando a los 29.62%.

SITUACIÓN FINAL DEL SECTOR

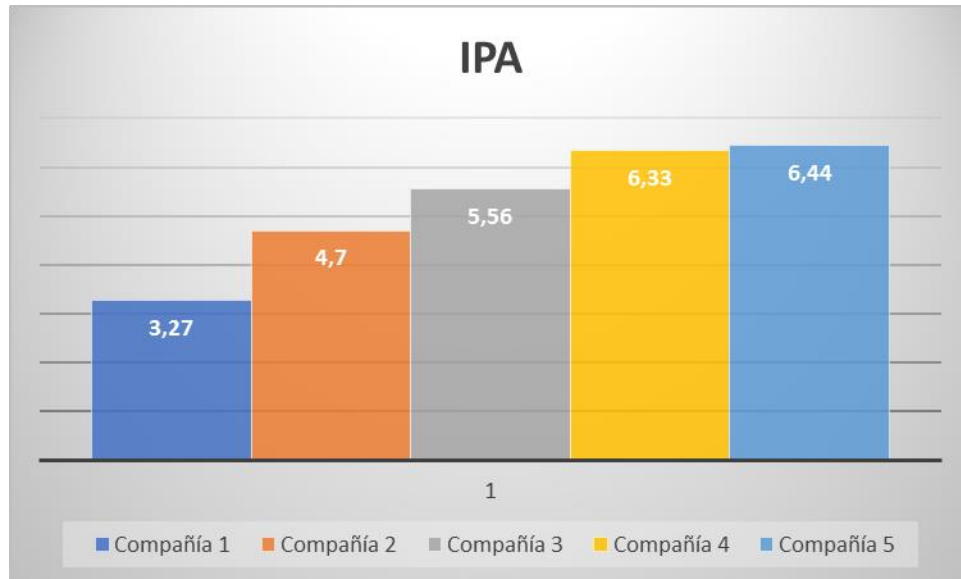
En el acumulado al cierre del trimestre 20, se visualiza que la Firma 5 es la que tuvo el mejor desempeño en las ventas, sin embargo la compañía 4 fue la que tuvo el mejor resultado en los ingresos netos.



Con respecto al Retorno sobre el Capital, el cual nos indica la rentabilidad que han obtenido los inversionistas, se visualiza el buen resultado de la compañía 5.



Con respecto al IPA, índice que da a conocer la utilidad neta que le corresponde a cada acción, el mejor resultado lo tuvo la compañía 5, seguida muy de cerca por la compañía 4. Nuestra firma ocupa el último lugar.



Conclusiones

Tenpomatic, es una empresa rentable en el tiempo, así lo demuestra el resultado obtenido las compañías.

Nuestras primeras decisiones no fueron acertadas lo que nos dejó con los indicadores muy por debajo de la competencia ocupando en forma consecutiva el quinto lugar, aun así fuimos aumentando el precio de acción partiendo con \$ 9,76 y cerrando en \$ 20,21.-

Durante los 3 años de gestión de tenpomatic, logramos mantenernos vigentes dentro de la industria, hubo errores, pero pudimos enmendarlos y tomar el camino correcto, entregamos una firma en crecimiento y con bases sólidas para continuar su operación, los indicadores así lo indican.

Nuestra primera estrategia fue bajar los costos, nos enfocamos en la diferenciación del producto comenzando a incorporar mejoras, aumentamos la publicidad y adquirimos informes de mercado para ser más asertivos en la toma de decisiones. Mantuvimos un precio promedio en todos los periodos con respecto a la competencia, pudimos ampliar la planta lo que demuestra que nuestra capacidad de venta podía ser mayor

Como equipo este trabajo nos permitió conocer la magnitud de las decisiones que se deben considerar para manejar una empresa y darme cuenta que cuando existen personas sin preparación es muy difícil que puedan tener éxito.

Propuesta ante resultados

Continuar operando sobre la base de nuestra estrategia, diferenciación, sin despreocupar a los colaboradores y el entorno de la industria, es la única forma de mantenerse vigente y aprovechar al máximo los recursos.

Establecer políticas de excelencia e innovación, que permitan mejorar cada día el desarrollo de nuestro trabajo, analizar los procesos claves tales como: compra materias primas, vendedores y obreros.

El trabajo en equipo es difícil porque en algún momento hay rupturas en nuestros esquemas de pensamiento, reconocimiento y la necesidad de aceptación, nuestra cultura fomenta la individualidad, el valor del esfuerzo solitario, la acumulación de riqueza persona y la importancia de la competencia.

Finalmente, en el desarrollo de nuestra vida nos damos cuenta que el trabajar en equipo nos ayuda a complementarnos como personas, y los simuladores de gerencia es la mejor herramienta para poner en práctica los conocimientos adquiridos durante los años de estudios en la Universidad

ANEXO 1: DETALLE DE JUGADAS

Jugada 9

FIRMA: 1 Industria: INDUSTRIAT7 Período: 9 Última decisión enviada el 13/9/2017 a las 9:31:52 PM Fecha Actual: 28/12/2017 Hora Actual: 8:33:13 PM Cada decisión cubre un trimestre. El único dato imprescindible es materia prima y después producción											
PARTE 1											
8		4		3		6		3		2	
ÁREA 1		ÁREA 2		ÁREA 3		ÁREA 1		ÁREA 2		ÁREA 3	
Número de páginas de publicidad nacional		Número de páginas de publicidad local		Número de vendedores		Número de acciones al producto		Precio			
PARTE 2											
		4500		2500		7000					
ÁREA 1		ÁREA 2		ÁREA 3		ÁREA 1		ÁREA 2		ÁREA 3	
Número de vendedores contratados		Número de vendedores despididos		Unidades transferidas hacia		Total transferidas		Unidades transferidas desde			
PARTE 3											
20000											
ÁREA 1		ÁREA 2		ÁREA 3		ÁREA 1		ÁREA 2		ÁREA 3	
Material ordenado en unidades		Planta ordenada/unidades construídas		Pérdida de préstamo a corto plazo		Total pagado del préstamo a corto plazo		% de ganancia por dividendo		Dividendo por acción en centavos	
PARTE 4											
15000											
ÁREA 1		ÁREA 2		ÁREA 3		ÁREA 1		ÁREA 2		ÁREA 3	
Producción total en unidades		Obreros de producción ordenados		Obreros de producción despedidos		Depósitos en Dólares		Retiro en Dólares		Suspensión de trabajadores	
PARTE 5											
Número		Precio (centavos)		Número		Precio (centavos)		Cantidad en Dólares		Interés por año x 100	
Emisión de acciones		Acciones retiradas		Cantidad del primer pago (5%)		Tipo de primer pago (egte)		Cantidad de otros pagos		Pagos extras por primer bono	
PARTE 6											
Precio de venta		Depreciación acumulada		Área		Capacidad en unidades		Precio de compra		Área	
Venta de planta		Compras de planta		Capacidad en unidades		Compras de planta		Capacidad en unidades			
Estudios/Información Ambiental											
Costo de información ambiental		A		B		C		D		E	
		F		G		H		I			

Jugada 10

FIRMA: 1 Industria: INDUSTRIA7 Período: 10

Última decisión enviada el **21/9/2017 a las 11:01:55 PM**

Fecha Actual: **28/12/2017 Hora Actual: 8:11:23 PM**

Cada decisión cubre un trimestre. El único dato imprescindible es materia prima y después producción

PARTE 1													
# de página de publicidad nacional	7												
	AREA 1	AREA 2	AREA 3	AREA 1	AREA 2	AREA 3	Número de metros al producto	AREA 1	AREA 2	AREA 3			
	Número de páginas de publicidad local			Número de vendedores				40	41	41			
	Precio			Total transferidas									
PARTE 2													
# de vendedores contratados													
	AREA 1	AREA 2	AREA 3	AREA 1	AREA 2	AREA 3	Total transferidas	AREA 1	AREA 2	AREA 3			
# de vendedores despedidos													
	Unidades transferidas hacia			Unidades transferidas desde									
	3957			2638			6595						
	6595												
PARTE 3													
Material ordenado en unidades	18000												
	AREA 1	AREA 2	AREA 3	AREA 1	AREA 2	AREA 3	Pérdida de préstamo a corto plazo	Total pagado del préstamo a corto plazo	% de ganancia por dividendo	Dividendo por acción en centavos			
	Planta ordenada/unidades construidas												
PARTE 4													
Producción total en unidades	13189												
	AREA 1	AREA 2	AREA 3	AREA 1	AREA 2	AREA 3	AREA 1	AREA 2	AREA 3	Depósitos en Dólares	Retiro en Dólares		
	Obreros de producción ordenados			Obreros de producción despedidos						7			
	A1			A2			A3			Suspensión de trabajadores			
PARTE 5													
Número			Número			Cantidad en Dólares							
	Precio (centavos)		Precio (centavos)		Interés por año x 100		Cantidad del primer pago (5%)		Trm de primer pago (log)		Cantidad de otros pagos		
	Emisión de acciones		Acciones retiradas		Bonos: Emisión y Pago								
PARTE 6													
Precio de venta			Área			Precio de compra							
	Depreciación acumulada		Capacidad en unidades		Área		Capacidad en unidades						
	Venta de planta		Compra de planta										
Estudios/Información Ambiental													
Costo de información ambiental	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	Estudios/Información ambiental			

Jugada 11

FIRMA: 1 Industria: INDUSTRIAT7 Período: 11

Última decisión enviada el 25/9/2017 a las 9:38:52 PM

Fecha Actual: 28/12/2017 Hora Actual: 8:16:11 PM

Cada decisión cubre un trimestre. El único dato imprescindible es materia prima y después producción

PARTE 1											
2	3	5	5	2	4	4	44	39	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	Precio
PARTE 2											
# de vendedores contratados	# de vendedores despedidos	AREA 1	AREA 2	AREA 3	8100	8400	16500	16500	AREA 1	AREA 2	AREA 3
		Unidades transferidas hacia			Total transferidas		Unidades transferidas desde				
PARTE 3											
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											
14500	5									1	
AREA 1	AREA 2	AREA 3	AREA 1	AREA 2	AREA 3	AREA 1	AREA 2	AREA 3	Depósitos en Dólares	Retiro en Dólares	A1 A2 A3
Producción total en unidades			Obreros de producción ordenados			Obreros de producción despedidos			Suspensión de trabajadores		
PARTE 5											
Número	Precio (centavos)	Número	Precio (centavos)	Cantidad en Dólares	Interés por año x 100	Cantidad del primer pago (5%)	Trim de primer pago (sigla)	Cantidad de otros pagos	Pagos extras por primer bono		
Emisión de acciones		Acciones retiradas		Bonos: Emisión y Pago							
PARTE 6											
Precio de venta	Depreciación acumulada	Area	Capacidad en unidades	Precio de compra	Area	Capacidad en unidades					
Venta de planta				Compra de planta							
Estudios/Informacion Ambiental											
Costo de información	A	B	C	D	E	F	G	H	I		

Jugada 12

FIRMA: 1 Industria: INDUSTRIA7 Periodo: 12
Última decisión enviada el 2/10/2017 a las 9:48:53 PM
Fecha Actual: 28/12/2017 Hora Actual: 8:18:07 PM
Cada decisión cubre un trimestre. El único dato imprescindible es materia prima y después producción

PARTE 1													
# 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			
7	5	5	4	3	2		43	42	41				
PARTE 2													
# de vendedores contratados	# de vendedores despedidos	AREA 1	AREA 2	AREA 3	Total transferidas	AREA 1	AREA 2	AREA 3					
3		6452	2548	9000	9000								
PARTE 3													
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				
15500						137640							
PARTE 4													
AREA 1	AREA 2	AREA 3	AREA 1	AREA 2	AREA 3	AREA 1	AREA 2	AREA 3	Depósitos en Dólares	Retiro en Dólares	A1	A2	A3
17000											2		
PARTE 5													
Número	Precio (centavos)	Número	Precio (centavos)	Cantidad en Dólares	Interés por año x 100	Cantidad del primer pago (5%)	Trim de primer pago (sigte)	Cantidad de otros pagos	Pagos extras por primer bono				
PARTE 6													
Precio de venta	Depreciación acumulada	Area	Capacidad en unidades	Precio de compra	Area	Capacidad en unidades							
Estudios/Informacion Ambiental													
Costo de información	A	B	C	D	E	F	G	H	I				

Jugada 13

FIRMA: 1 Industria: INDUSTRIA7 Periodo: 13
Última decisión enviada el 12/10/2017 a las 8:05:57 PM
Fecha Actual: 28/12/2017 Hora Actual: 8:21:41 PM
Cada decisión cubre un trimestre. El único dato imprescindible es materia prima y después producción

PARTE 1													
# 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			
7	7	7	4	3	2		1	44	44	42			
PARTE 2													
# de vendedores contratados	# de vendedores despedidos	AREA 1	AREA 2	AREA 3	Total transferidas	AREA 1	AREA 2	AREA 3					
		7000	3000	10000	10000								
PARTE 3													
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				
14000													
PARTE 4													
AREA 1	AREA 2	AREA 3	AREA 1	AREA 2	AREA 3	AREA 1	AREA 2	AREA 3	Depósitos en Dólares	Retiro en Dólares	A1	A2	A3
17000													
PARTE 5													
Número	Precio (centavos)	Número	Precio (centavos)	Cantidad en Dólares	Interés por año x 100	Cantidad del primer pago (5%)	Trim de primer pago (sigte)	Cantidad de otros pagos	Pagos extras por primer bono				
PARTE 6													
Precio de venta	Depreciación acumulada	Area	Capacidad en unidades	Precio de compra	Area	Capacidad en unidades							
Estudios/Informacion Ambiental													
Costo de información	A	B	C	D	E	F	G	H	I				

Jugada 14

FIRMA: 1 Industria: INDUSTRIAT7 Periodo: 14

Última decisión enviada el 18/10/2017 a las 8:53:15 PM

Fecha Actual: 28/12/2017 Hora Actual: 8:23:18 PM

Cada decisión cubre un trimestre. El único dato imprescindible es materia prima y después producción

PARTE 1												
3	13	11	6	5	5	2	3	44	44	43		
# de página de publicidad nacional	ÁREA 1			ÁREA 2			ÁREA 3			ÁREA 3		
Número de páginas de publicidad local				Número de vendedores				Número de mejoras al producto		Precio		
PARTE 2												
			6000	2000	8000	8000						
# de vendedores contratados	# de vendedores despedidos	Unidades transferidas hacia			Total transferidas	Unidades transferidas desde						
PARTE 3												
10589												
Material ordenado en unidades			Planta ordenada/unidades construidas			Pedido de préstamo a corto plazo	Total pagado del préstamo a corto plazo	% de ganancia por dividendo	Dividendo por acción en centavos			
PARTE 4												
14000												7
Producción total en unidades			Obreros de producción ordenados			Obreros de producción despedidos			Depósitos en Dólares	Retiro en Dólares	A1	A2
												Suspensión de trabajadores
PARTE 5												
Número	Precio (centavos)	Número	Precio (centavos)	Cantidad en Dólares	Interés por año x 100	Cantidad del primer pago (5%)	Trim de primer pago (señ)	Cantidad de otros pagos	Pagos extras por primer bono			
Emisión de acciones			Acciones retiradas			Bonos: Emisión y Pago						
PARTE 6												
Precio de venta	Depreciación acumulada	Área	Capacidad en unidades	Precio de compra	Área	Capacidad en unidades						
Venta de planta			Compra de planta									
Estudios/Información Ambiental												
25000	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Costo de información	A	B	C	D	E	F	G	H	I			

Jugada 15

FIRMA: 1 Industria: INDUSTRIAT7 Periodo: 15

Última decisión enviada el 25/10/2017 a las 8:54:28 PM

Fecha Actual: 12/11/2018 Hora Actual: 12:43:38 PM

Cada decisión cubre un trimestre. El único dato imprescindible es materia prima y después producción

PARTE 1												
	16	14	10	5	5	1	4	45	45	44		
# de página de publicidad nacional	ÁREA 1			ÁREA 2			ÁREA 3			ÁREA 3		
Número de páginas de publicidad local				Número de vendedores				Número de mejoras al producto		Precio		
PARTE 2												
5			5000	3000	8000	8000						
# de vendedores contratados	# de vendedores despedidos	Unidades transferidas hacia			Total transferidas	Unidades transferidas desde						
PARTE 3												
20000												
Material ordenado en unidades			Planta ordenada/unidades construidas			Pedido de préstamo a corto plazo	Total pagado del préstamo a corto plazo	% de ganancia por dividendo	Dividendo por acción en centavos			
PARTE 4												
11000												14
Producción total en unidades			Obreros de producción ordenados			Obreros de producción despedidos			Depósitos en Dólares	Retiro en Dólares	A1	A2
												Suspensión de trabajadores
PARTE 5												
Número	Precio (centavos)	Número	Precio (centavos)	Cantidad en Dólares	Interés por año x 100	Cantidad del primer pago (5%)	Trim de primer pago (señ)	Cantidad de otros pagos	Pagos extras por primer bono			
Emisión de acciones			Acciones retiradas			Bonos: Emisión y Pago						
PARTE 6												
Precio de venta	Depreciación acumulada	Área	Capacidad en unidades	Precio de compra	Área	Capacidad en unidades						
Venta de planta			Compra de planta									
Estudios/Información Ambiental												
9500	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Costo de información ambiental	A	B	C	D	E	F	G	H	I			

Jugada 16

FIRMA: 1 Industria: INDUSTRIA7 Periodo: 16

Última decisión enviada el 2/11/2017 a las 9:29:11 PM

Fecha Actual: 12/1/2018 Hora Actual: 12:54:49 PM

Cada decisión cubre un trimestre. El único dato imprescindible es materia prima y después producción

PARTE 1												
# 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		
16	14	10	5	5	1	2	43	42	43			
Número de páginas de publicidad local												
Número de vendedores												
Precio												
PARTE 2												
# de vendedores contratados	# de vendedores despedidos	Unidades transferidas hacia			Unidades transferidas desde							
7000	3000	10000	10000									
PARTE 3												
Material ordenado en unidades	AREA 1	AREA 2	AREA 3	Planta ordenada/unidades construidas	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	
20000	4000											
PARTE 4												
Producción total en unidades	AREA 1	AREA 2	AREA 3	Obras de producción ordenadas	AREA 1	AREA 2	AREA 3	Obras de producción despedidas	Depósitos en Dólares	Retiro en Dólares	A1	A2
18000	21											
PARTE 5												
Número	Precio (centavos)	Número	Precio (centavos)	Cantidad en Dólares	Interés por año x 100	Cantidad del primer pago (5%)	Trm de primer pago (log)	Cantidad de otros pagos	Pagos extras por primer bono			
40000	1250	2000	17									
PARTE 6												
Precio de venta	Depreciación acumulada	Área	Capacidad en unidades	Precio de compra	Área	Capacidad en unidades						
Venta de planta							Compra de planta					
Estudios/Información Ambiental												
5000	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
Costo de información ambiental	A	B	C	D	E	F	G	H	I			

Jugada 17

FIRMA: 1 Industria: INDUSTRIA7 Periodo: 17

Última decisión enviada el 6/11/2017 a las 7:57:54 PM

Fecha Actual: 12/1/2018 Hora Actual: 12:57:36 PM

Cada decisión cubre un trimestre. El único dato imprescindible es materia prima y después producción

PARTE 1												
# 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		
3	16	14	10	5	5	3	2	44	44	44		
Número de páginas de publicidad local												
Número de vendedores												
Precio												
PARTE 2												
# de vendedores contratados	# de vendedores despedidos	Unidades transferidas hacia			Unidades transferidas desde							
5	8000	4000	12000	12000								
PARTE 3												
Material ordenado en unidades	AREA 1	AREA 2	AREA 3	Planta ordenada/unidades construidas	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	
24000	300000											
PARTE 4												
Producción total en unidades	AREA 1	AREA 2	AREA 3	Obras de producción ordenadas	AREA 1	AREA 2	AREA 3	Obras de producción despedidas	Depósitos en Dólares	Retiro en Dólares	A1	A2
20000	9											
PARTE 5												
Número	Precio (centavos)	Número	Precio (centavos)	Cantidad en Dólares	Interés por año x 100	Cantidad del primer pago (5%)	Trm de primer pago (log)	Cantidad de otros pagos	Pagos extras por primer bono			
PARTE 6												
Precio de venta	Depreciación acumulada	Área	Capacidad en unidades	Precio de compra	Área	Capacidad en unidades						
Venta de planta							Compra de planta					
Estudios/Información Ambiental												
5000	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
Costo de información ambiental	A	B	C	D	E	F	G	H	I			

Jugada 18

FIRMA: 1 Industria: INDUSTRIA7 Periodo: 18

Última decisión enviada el 13/11/2017 a las 7:22:17 PM

Fecha Actual: 12/1/2018 Hora Actual: 12:59:55 PM

Cada decisión cubre un trimestre. El único dato imprescindible es materia prima y después producción

PARTE 1											
# de página de publicidad nacional	16	14	10	4	4	2	2	44	44	44	
# de vendedores	Número de páginas de publicidad local			Número de vendedores			Número de mejoras al producto		Precio		
PARTE 2											
# de vendedores contratados	3		11000	5000	16000	16000					
# de vendedores despedidos	Unidades transferidas hacia			Total transferidas			Unidades transferidas desde				
PARTE 3											
Material ordenado en unidades	26000						Pedido de préstamo a corto plazo	Total pagado del préstamo a corto plazo	% de ganancia por dividendo	Dividendo por acción en centavos	
Planta ordenadas/unidades construidas			Obreros de producción despedidos			Depósitos en Dólares			Retiro en Dólares		
PARTE 4											
Producción total en unidades	26000		6				Obreros de producción despedidos			Suspensión de trabajadores	
PARTE 5											
Número	Precio (centavos)	Número	Precio (centavos)	Cantidad en Dólares	Interés por año x 100	Cantidad del primer pago (5%)	Trim de primer pago (pago)	Cantidad de otros pagos	Pagos extras por primer bono		
Emisión de acciones		Acciones retiradas		Bonos: Emisión y Pago							
PARTE 6											
Precio de venta	Depreciación acumulada	Área	Capacidad en unidades	Precio de compra	Área	Capacidad en unidades					
Venta de planta			Compra de planta								
Estudios/Información Ambiental											
Costo de información ambiental	5000	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Estudios/Información ambiental											

Jugada 19

FIRMA: 1 Industria: INDUSTRIA7 Periodo: 19

Última decisión enviada el 20/11/2017 a las 6:39:10 PM

Fecha Actual: 12/1/2018 Hora Actual: 1:02:15 PM

Cada decisión cubre un trimestre. El único dato imprescindible es materia prima y después producción

PARTE 1											
# de página de publicidad nacional	3	17	15	11	4	4	1	2	44	44	45
# de vendedores	Número de páginas de publicidad local			Número de vendedores			Número de mejoras al producto		Precio		
PARTE 2											
# de vendedores contratados			12000	4000	16000	16000					
# de vendedores despedidos	Unidades transferidas hacia			Total transferidas			Unidades transferidas desde				
PARTE 3											
Material ordenado en unidades	26000						Pedido de préstamo a corto plazo	Total pagado del préstamo a corto plazo	% de ganancia por dividendo	Dividendo por acción en centavos	
Planta ordenadas/unidades construidas			Obreros de producción despedidos			Depósitos en Dólares			Retiro en Dólares		
PARTE 4											
Producción total en unidades	28000		3				Obreros de producción despedidos			Suspensión de trabajadores	
PARTE 5											
Número	Precio (centavos)	Número	Precio (centavos)	Cantidad en Dólares	Interés por año x 100	Cantidad del primer pago (5%)	Trim de primer pago (pago)	Cantidad de otros pagos	Pagos extras por primer bono		
Emisión de acciones		Acciones retiradas		Bonos: Emisión y Pago							
PARTE 6											
Precio de venta	Depreciación acumulada	Área	Capacidad en unidades	Precio de compra	Área	Capacidad en unidades					
Venta de planta			Compra de planta								
Estudios/Información Ambiental											
Costo de información ambiental	5000	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Estudios/Información ambiental											

Jugada 20

FIRMA: 1 Industria: INDUSTRIA7

Última decisión enviada el 27/11/2017 a las 8:00:49 PM

Fecha Actual: 12/1/2018 Hora Actual: 1:08:14 PM

Cada decisión cubre un trimestre. El único dato imprescindible es materia prima y después producción

PARTE 1																					
		18		16		12		6		6		3		2		45		45		45	
# 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	Precio								
PARTE 2																					
# de vendedores contratados	# de vendedores despedidos	AREA 1	AREA 2	AREA 3	12000	4000	16000	16000	Total transferidas			Unidades transferidas desde									
PARTE 3																					
19000	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																					
26000	AREA 1	AREA 2	AREA 3	AREA 1	AREA 2	AREA 3	AREA 1	AREA 2	AREA 3	Depósitos en Dólares	Retiro en Dólares		A1	A2							
Producción total en unidades			Órdenes de producción ordenadas				Órdenes de producción despedidas		Depósitos en Dólares		Retiro en Dólares		Suspensión de trabajadores								
PARTE 5																					
Número	Precio (centavos)	Número	Precio (centavos)	Cantidad en Dólares	Interés por año x 100	Cantidad del primer pago (5%)	Trm de primer pago (qte)	Cantidad de otros pagos	Pagos extras por primer bono												
Emisión de acciones		Acciones retiradas				Bonos: Emisión y Pago															
PARTE 6																					
Precio de venta	Depreciación acumulada	Area	Capacidad en unidades	Precio de compra	Area	Capacidad en unidades															
Venta de planta			Compra de planta																		
Estudios/Información Ambiental																					
5000	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>												
Costo de información ambiental	A	B	C	D	E	F	G	H	I												
Estudios/Información ambiental																					

Anexo 2: Resumen balance general

BALANCE GENERAL POR AÑO			
Concepto	Año 3	Año 4	Año 5
Activo			
Activo circulante			
Efectivo	\$ 239.091	\$ 205.277	\$ 334.882
Cuentas por cobrar	\$ 839.753	\$ 1.005.176	\$ 1.278.901
Inversiones corto plazo	\$ -	\$ -	\$ -
Inventarios			
Materia Prima	\$ 16.214	\$ 15.910	\$ 28.657
Producto terminado	\$ 129.928	\$ -	\$ 140.911
Activos Circulantes Totales	\$ 1.224.986	\$ 1.226.313	\$ 1.783.351
Inversiones de capital			
Plantas y Equipos al Costo	\$ 1.820.000	\$ 2.220.000	\$ 2.220.000
Menos depreciación Acumulada	\$ 867.000	\$ 1.231.000	\$ 1.655.000
Total inversiones de capital	\$ 953.000	\$ 989.000	\$ 565.000
Activos totales	\$ 2.177.987	\$ 2.215.313	\$ 2.348.351
PASIVOS			
Pasivos Corrientes			
Cuentas por Pagar	\$ 190.579	\$ 320.000	\$ -
Impuestos por resta Est. x pagar	\$ 36.233	-\$ 21.882	\$ 87.426
Dividendos por pagar	\$ -	\$ -	\$ -
Total Pasivos corrientes	\$ 226.812	\$ 298.118	\$ 87.426
Deuda largo plazo			
Bonos por pagar #1	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 32.000
Bonos por pagar #2	\$ 120.000	\$ -	\$ -
Total de Pasivos	\$ 386.812	\$ 338.118	\$ 119.426
Capital			
Acciones Comunes (VAL. PAR \$10)	\$ 1.600.000	\$ 1.600.000	\$ 1.600.000
Utilidad acumulada retenida	\$ 126.628	\$ 299.086	\$ 541.504
Mas utilidad del trimestre	\$ 64.551	-\$ 21.886	\$ 87.424
Capital total Accionistas	\$ 1.791.179	\$ 1.877.200	\$ 2.228.928
Total pasivo más capital accionario	\$ 2.177.991	\$ 2.215.318	\$ 2.348.354
Precio de mercado de Acción	\$ 11,61	\$ 13,42	\$ 20,21

Anexo 3: Resumen estado de resultados

ITEM	Año 3	Año 4	Año 5
1. VTAS NETA	\$ 673.528	\$ 819.173	\$ 945.180
2. COSTO DE PRODUCTOS VENDIDOS	\$ 432.318	\$ 678.509	\$ 559.173
3. GASTOS ADMINISTRATIVOS Y DE VENTAS	\$ 85.600	\$ 142.000	\$ 143.900
4. GASTOS DE ALMACEN Y ALMACENAMIENTO	\$ 43.560	\$ 42.432	\$ 66.194
5. TOTAL GASTOS OPERATIVOS	\$ 561.478	\$ 862.941	\$ 769.267
6. UTIL. OPERATIVA	\$ 112.050	-\$ 43.768	\$ 175.913
7. INTERESES NETOS (GASTOS - REDITOS)	\$ 11.267	-\$ 43.768	\$ 1.063
8. UTIL. ANTES DE IMP.A RENTA	\$ 100.783	-\$ 43.768	\$ 174.850
9. PROVISION PARA IMP. A AL RENTA (50%)	\$ 36.233	-\$ 21.882	\$ 87.426
10. UTIL.NETA DESPUES IMP.	\$ 64.551	-\$ 21.882	\$ 87.424
11. DIVIDENDOS DECLAR.	-	-	-
12. A UTIL. RETENIDAS	\$ 64.551	-\$ 21.882	\$ 87.424
13. NUMERO DE ACCIONES EMITIDAS	\$ 160.000	\$ 160.000	\$ 160.000
14. GANANCIAS X ACCION	0,403	-0,37	0,546

Anexo 4: Resumen flujo de caja

	Año 3	Año 4	Año 5
ING.EFECTIVO			
1. EFEC.EXIST.-INIC.TRIM.	\$ 0	\$ 313.665	\$ 166.180
2. COLECTA DE CUENTAS POR COBRAR	\$ 584.977	\$ 708.315	\$ 1.049.436
3. ACCIONES,BONOS Y VTS.DE LAS PLT	\$ 0	\$ 40.000	\$ 0
4. TOT. EFECTIVOS DISP.	\$ 584.977	\$ 1.061.980	\$1215616.
EGRE.EN EFEC.			
5. COMPRA MAT. PRIMA	\$ 18.911	\$ 160.000	\$ 210.800
6. INTER. NET. A CORTO PZO	\$ 5.867	\$ 0	\$ 0
7. INTERES SOBRE BONOS X PAG	\$ 5.400	\$ 0	\$ 1.063
8. PAGO DIVIDENDOS DECLAR.	\$ 0	\$ 0	\$ 0
9. IMP.RENTA PAGAD	\$ 0	\$ 22.821	\$ 101.277
10. RETIRO D BONOS Y ACCIONES	\$ 80.000	\$ 0	\$ 2.000
11. PAGOS POR PLANTA	\$ 0	\$ 80.000	\$ 0
12. PRESTAMO CORTO PZO+PAGOS INVERSION	\$ 52.938	\$ 0	\$ 0
13. GASTO M.OBRA+INDIRECTOS	\$ 191.250	\$ 409.500	\$ 355.500
14. COSTO LLEVAR INVENTARIO Y ALMACEN	\$ 43.560	\$ 42.432	\$ 66.194
15. GASTOS ADMINISTRATIVOS Y DE VENTAS	\$ 85.600	\$ 142.000	\$ 143.900
16. TOTAL EGRESOS EFECT	\$ 483.526	\$ 856.753	\$ 880.734
17. SALDO NETO CAJA	\$ 101.451	\$ 205.227	\$ 334.882
18. PREST.CORTO PZO	\$ 137.640		\$ 0
19. SALDO CAJA AL FINAL TRIM.	\$ 239.091	\$ 205.227	\$ 334.882
20. INTERES AGREGADO (INCLUIDO EN L. 6)	\$ 0	\$ 0	\$ 0

