



Taller práctico – Día 2

MÓDULO I - ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN EN BASE A KPI'S Y OBJETIVOS

"Me lo contaron y lo olvidé; lo vi y lo entendí; lo hice y lo aprendí"

Confucio (551 a.C. - 479 a.C.)

Pensamiento por KPI's

Dar el mayor rendimiento de la empresa
vs la competencia /mercado

KPI 1.-

KPI 2.-

KPI 3.-

KPI 4.-

¿Cómo la vamos a entregar?

Pensamiento por KPI's

Dar el mayor rendimiento de la empresa
vs la competencia /mercado

BIG Y

- 1.- Ventas = \$40.79M
- 2.- Market Share = 20% (5 empresas)
- 3.- Margen Bruto = 20%
- 4.- ROS = 6.1%

¿Cómo la vamos a entregar?

Recorriendo el Simulador

Repaso para conocer donde tomar decisiones

APRENDER HACIENDO

P&R

PREPARANDONOS

- Entrega de usuarios y contraseñas
- Ingreso al simulador

¡Relájense y disfruten hay mucho aprendizaje!

USUARIOS y CONTRASEÑAS

| Nombre | Apellido | User ID | Password | Company |
|------------------|---------------------|--------------------------------------|-----------|---------|
| Omar | Carrasco Cruz | omar_carrasco@dibsamexico.com.mx | Capsim123 | ANDREWS |
| Carlos | Garcia Sagredo | carlos.sagredo@macomex.com.mx | Capsim123 | ANDREWS |
| Erick | Zamacona Valdivieso | erick.zamacona@orbisrpm.com | Capsim123 | ANDREWS |
| FRANCESCA | BIANCHI | italmaq.amm@gmail.com | Capsim123 | ANDREWS |
| Andrea Guadalupe | Rodriguez Estrada | andirdz2210@outlook.es | Capsim123 | ANDREWS |
| Margarita | Guevara Reyes | Margarita_guevara@dibsamexico.com.mx | Capsim123 | BALDWIN |
| Janet Migdalel | Ocampo Villanueva | Janet.ocampo@orbisrpm.com | Capsim123 | BALDWIN |
| Jessica Lizbeth | Castorena Diaz | Lizbeth.castorena@orbisrpm.com | Capsim123 | BALDWIN |
| EDITH | VILLANUEVA ALDANA | edithvillanueva.aguaviva@gmail.com | Capsim123 | BALDWIN |
| VICTOR HORACIO | MORALES LARA | vhmoraleslara@hotmail.com | Capsim123 | BALDWIN |
| Dalia Josefina | Giron Ibanez | dalia.giron@macomex.com.mx | Capsim123 | CHESTER |
| Ingrid Viridiana | Samano Sanchez | Ingrid.samano@orbisrpm.com | Capsim123 | CHESTER |
| JOSE LUIS | TERAN LUGO | oconter@hotmail.com | Capsim123 | CHESTER |
| SONIA | OVALLE | sonigym@hotmail.com | Capsim123 | CHESTER |

USUARIOS y CONTRASEÑAS

| Nombre | Apellido | User ID | Password | Company |
|----------------|---------------------|-------------------------------------|-----------|---------|
| Rebeca | Rodriguez Caballero | rebeca.rodriguez@macomex.com.mx | Capsim123 | DIGBY |
| Manuel Enrique | Gonzalez Garcia | manuel.gonzalez@orbisrpm.com | Capsim123 | DIGBY |
| Monica | Esquivel Ramirez | monicaesquivel754@hotmail.com | Capsim123 | DIGBY |
| LAURA ELENA | PILA GARCIA | laura.pina@tectriu.com | Capsim123 | DIGBY |
| Jorge Efrain | Vazquez Vallejo | jorge.vazquez@macomex.com.mx | Capsim123 | ERIE |
| Edith | Escobedo Estrada | edith.escobedo@orbiscorporation.com | Capsim123 | ERIE |
| JENNIFER | VILLAPANDO JIMENEZ | jeenylegadospa@gmail.com | Capsim123 | ERIE |
| ANAKAREN | ALVARADO ALVAREZ | anakaren.alvarez@tectriu.com | Capsim123 | ERIE |

¿Cómo ingresar al Simulador FOUNDATION?

El Ingreso al simulador FOUNDATION de CAPSIM

1. Vaya a www.capsimmexico.com
2. Click en “Ingresar”



The screenshot shows the homepage of the CAPSIM website. At the top left is the logo for IDEMESIS CAPSIM, with the tagline 'knowledge & innovation' and 'AFFILIATE'. To the right of the logo are navigation links: 'Simulaciones de negocios', 'Microsimulaciones', and 'Corporativo'. The 'Ingresar' button is highlighted with a green border and an orange arrow points to it from the text 'Click en "Ingresar"'. To the right of the 'Ingresar' button are social media icons for Facebook, LinkedIn, and YouTube. Below the navigation bar is a dark blue banner with the text: 'Descubre cómo Capsim está respondiendo a COVID-19 y su impacto en apoyo a las comunidades a las que servimos'. Below the banner are two white boxes with green borders. The left box contains the text: 'Si eres profesor universitario, impartimos una conferencia SIN COSTO a tus alumnos'. The right box contains the text: 'Si eres empresario, impartimos una conferencia SIN COSTO a tu equipo de trabajo'. Below these boxes is a large white section with a blue background. The main heading is 'Simulador de negocios: El nuevo estándar en aprendizaje de negocios'. Below the heading is the text: 'Capsim® ofrece un simulador de negocios online y evaluaciones para que los profesores diseñen experiencias prácticas de aprendizaje significativas y relevantes'. At the bottom of this section are two buttons: a green button with a speech bubble icon and the text 'PLATICA CON NOSOTROS', and an orange button with a book icon and the text 'Obtén e-book y conferencia sin costo'.

El Ingreso al simulador FOUNDATION de CAPSIM

Coloque el "Username" y el "password" que se les proporcionó y posteriormente el botón de "Sign In"

The image shows a screenshot of the CAPSIM Sign In page. At the top left is the CAPSIM logo. Below it is the text "Sign In" and a link "First time user? Register now". There are two input fields: "Username:" and "Password:". The "Password:" field has a "Show" link with an eye icon. Below the fields is a blue "Sign In" button. At the bottom left of the form is a link "Forgot username or password?". Three orange arrows on the left side point to the Username field (labeled 1), the Password field (labeled 2), and the Sign In button (labeled 3). A fourth orange arrow points from the "Forgot username or password?" link towards the right side of the page.

Si no recuerda su contraseña, por favor de click en "Forgot username or password" y se le enviaran instrucciones a su correo

El Ingreso al simulador FOUNDATION de CAPSIM

a) Para Ingresar al Simulador de Click en “FOUNDATION”

Welcome

Log Out

Capsim® Course Page

Course Name:

Professor: IDEMESIS

Course Number: 1

| Class Work | Starts | Ends |
|-------------------|--|---|
| FOUNDATION | Apr 13, 2020 Central Standard Time Mexico Industry:F11838 | Apr 27, 2020 Central Standard Time Mexico |

55E Monroe, Suite 3210 Chicago, IL 60603 877-477-8787 sales@capsim.com
© Capsim Management Simulations, Inc. 2010. All Rights Reserved. Capsim® and Capsim.com®.

Please select
an activity to
continue.

Su nombre aparecerá en esta sección

RONDA DE PRACTICA #1

Pensamiento por KPI's

Dar el mayor rendimiento de la empresa
vs la competencia /mercado

BIG Y

- 1.- Ventas = \$40.79M
- 2.- Market Share = 16.67% (6 empresas)
- 3.- Margen Bruto = 20%
- 4.- ROS = 6.1%

¿Cómo la vamos a entregar?

¡A conquistar sus mercados!

Tomemos decisiones y veamos nuestras habilidades en los negocios

1. R&D
2. Mercadotecnia y Ventas
3. Producción
4. Revisar Proforma Estado de Resultados
5. Finanzas

Correr el simulador y ver resultados

PLANEACION

Estudio de Mercado

Que quiere el mercado cada año

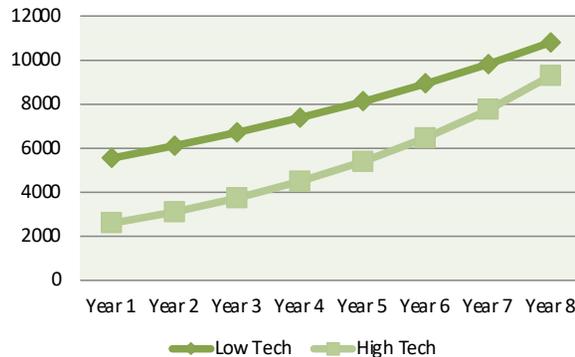
Low Tech Customer Buying Criteria

| | <i>Expectations</i> | <i>Importance</i> |
|-------------------|---------------------|-------------------|
| 1. Price | \$15.00 - 35.00 | 41% |
| 2. Age | Ideal Age = 3.0 | 29% |
| 3. Reliability | MTBF 14000-20000 | 21% |
| 4. Ideal Position | Pfmn 4.8 Size 15.2 | 9% |

High Tech Customer Buying Criteria

| | <i>Expectations</i> | <i>Importance</i> |
|-------------------|---------------------|-------------------|
| 1. Ideal Position | Pfmn 7.4 Size 12.6 | 33% |
| 2. Age | Ideal Age = 0.0 | 29% |
| 3. Price | \$25.00 - 45.00 | 25% |
| 4. Reliability | MTBF 17000-23000 | 13% |

Sensor Industry

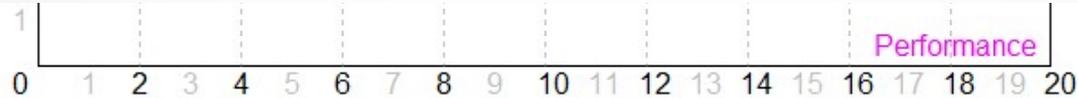


Veo a todo el Mercado de sensores creciendo aproximadamente de un 14% a un 15% por año.

El Mercado de alta tecnología por sí mismo estará creciendo a un increíble 20% y el de gama baja un 10%

1. Mejores sensores cada año (Pfmn & Size)
2. Los dos segmentos de mercado crecen

Proyección de sus los puntos ideales, por ronda, en cada segmento

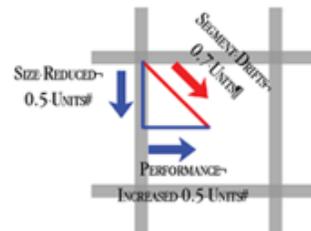


Drift Rates

Each year, the segments drift the length of the hypotenuse of the triangle formed by customers' desire for smaller and faster product

Table 1 Segment Circle Drift Rates: Every year, customers demand increased performance (Pfmn) and decreased size.
Note that the drift rates vary for each segment.

| | Pfmn | Size |
|-----------|------|------|
| Low Tech | +0.5 | -0.5 |
| High Tech | +0.7 | -0.7 |



La información está disponible en la sección "Situation Analysis" del "getting started"

Proyección de Puntos ideales – creando mi estrategia

Posicionamiento (puntos ideales) en los dos segmentos

BAJA TECNOLOGIA **Prfrmnc** **Size**
 +0.5 -0.5
 0.5 -0.5

| | Baja Tecnología | | | | | | | | |
|---------------------------|------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| | R0 2022 | R1 2023 | R2 2024 | R3 2025 | R4 2026 | R5 2027 | R6 2028 | R7 2029 | R8 2030 |
| Rendimiento (Performance) | 4.8 | 5.3 | 5.8 | 6.3 | 6.8 | 7.3 | 7.8 | 8.3 | 8.8 |
| Tamaño (Size) | 15.2 | 14.7 | 14.2 | 13.7 | 13.2 | 12.7 | 12.2 | 11.7 | 11.2 |

ALTA TECNOLOGIA **Prfrmnc** **Size**
 +0.7 -0.7
 0.7 -0.7

| | Alta Tecnología | | | | | | | | |
|---------------------------|------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| | R0 2022 | R1 2023 | R2 2024 | R3 2025 | R4 2026 | R5 2027 | R6 2028 | R7 2029 | R8 2030 |
| Rendimiento (Performance) | 7.4 | 8.1 | 8.8 | 9.5 | 10.2 | 10.9 | 11.6 | 12.3 | 13 |
| Tamaño (Size) | 12.6 | 11.9 | 11.2 | 10.5 | 9.8 | 9.1 | 8.4 | 7.7 | 7 |

CALCULO DE LA PROYECCION DE VENTAS

DOS METODOS

1.- Volumen anterior más tasa de crecimiento de mercado

| FORECAST DE VENTAS | | | | | | |
|------------------------------------|--|--------------|--------------|------------------|--------------|--|
| Calculo por crecimiento de mercado | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | 2022 | % Crecimiento | 2023 | |
| | | Able - Low | 840 | 0.00% | 840.00 | |
| | | Able - High | 360 | 0.00% | 360.00 | |
| | | TOTAL | 1,200 | | 1,200 | |

2.- Participación de mercado deseada según estrategia de negocio.

RONDA DE PRACTICA #1

Ronda de Práctica # 1

Disponen de 40 minutos en total

Agenda Sugerida

- 10 minutos: Alimentar decisiones - Investigación y Desarrollo
- 05 minutos: Alimentar decisiones - Mercadotecnia y Ventas
- 05 minutos: Alimentar decisiones - Producción
- 05 minutos: Revisar sus Proformas. Sugerencia-Estado de Resultados y Flujo de Caja
- 05 minutos: Ajustar sus decisiones en las áreas operativas para mejorar sus proyecciones
- 05 minutos: Alimentar decisiones - Finanzas
- 05 minutos: Confirmar sus decisiones y salvarlas como definitivas.

CORRER SIMULADOR Y ANALIZAR RESULTADOS DE LA RONDA #1 DE PRACTICA

APRENDER HACIENDO

P&R

¿Qué Aprendimos?

RONDA DE COMPETENCIA #1

Ajustar mi estrategia y/o mi táctica para la competencia

0:20 minutos

Con base a los resultados de la ronda #1 de práctica de mi empresa y de la industria

Estoy siguiendo mi visión

Estoy siguiendo mi estrategia

Estoy cumpliendo la táctica que definí, por ejemplo:

- ✓ # productos a lanzar al mercado
- ✓ Año de lanzamiento de cada nuevo producto (si es el caso)
- ✓ Hoja de Excel para calcular puntos ideales en el tiempo
- ✓ Hoja de Excel para calcular proyecciones de ventas en el tiempo
- ✓ Hoja de Excel para calcular compra de producción en el tiempo
- ✓ Segmento(s) a incursionar
- ✓ Asignación de responsabilidades de c/integrante

Ronda de Competencia # 1



Disponen de 40 minutos en total

Agenda Sugerida

- 10 minutos: Alimentar decisiones - Investigación y Desarrollo
- 05 minutos: Alimentar decisiones - Mercadotecnia y Ventas
- 05 minutos: Alimentar decisiones - Producción
- 05 minutos: Revisar sus Proformas. Sugerencia-Estado de Resultados y Flujo de Caja
- 05 minutos: Ajustar sus decisiones en las áreas operativas para mejorar sus proyecciones
- 05 minutos: Alimentar decisiones - Finanzas
- 05 minutos: Confirmar sus decisiones y salvarlas como definitivas.

CORRER SIMULADOR Y ANALIZAR RESULTADOS DE LA RONDA #1 DE COMPETENCIA

APRENDER HACIENDO

P&R

¿Qué Aprendimos?

RONDA DE COMPETENCIA #2

Ajustar mi estrategia y/o mi táctica para la competencia

0:10 Minutos

Con base a los resultados de la ronda #1 de mi empresa y de la industria

Estoy siguiendo mi visión

Estoy siguiendo mi estrategia

¿Qué esta haciendo mi competencia?

Estoy cumpliendo la táctica que definí, por ejemplo:

- ✓ # productos a lanzar al mercado
- ✓ Año de lanzamiento de cada nuevo producto (si es el caso)
- ✓ Hoja de Excel para calcular puntos ideales en el tiempo
- ✓ Hoja de Excel para calcular proyecciones de ventas en el tiempo
- ✓ Hoja de Excel para calcular compra de producción en el tiempo
- ✓ Segmento(s) a incursionar
- ✓ Asignación de responsabilidades de c/integrante

Ronda de Competencia # 2



Disponen de 50 minutos en total

Agenda Sugerida

- 10 minutos: Alimentar decisiones - Investigación y Desarrollo
- 10 minutos: Alimentar decisiones - Mercadotecnia y Ventas
- 10 minutos: Alimentar decisiones - Producción
- 05 minutos: Alimentar decisiones - RH
- 05 minutos: Revisar sus Proformas. Sugerencia-Estado de Resultados y Flujo de Caja y Ajustar decisiones
- 05 minutos: Ajustar sus decisiones en las áreas operativas para mejorar sus proyecciones
- 05 minutos: Alimentar decisiones - Finanzas y salvarlas como definitivas

CORRER SIMULADOR Y ANALIZAR RESULTADOS DE LA RONDA #2 DE COMPETENCIA

APRENDER HACIENDO

P&R

¿Qué Aprendimos?

OBJETIVOS S.M.A.R.T

¿QUÉ SON LOS OBJETIVOS S.M.A.R.T.?

Objetivo SMART es sinónimo de objetivo inteligente. Los objetivos SMART son aquellos que guían a la empresa hacia lo que quiere conseguir. Y contribuyen a mejorar el rendimiento de la empresa.

Para que un objetivo sea SMART debe cumplir cada una de las siguientes características:

S: Específico (Specific)

M: Medible (Measurable)

A: Alcanzable (Achievable)

R: Relevante (Relevante)

T: Acotado en el tiempo (Timely)

¿CÓMO FIJAR OBJETIVOS S.M.A.R.T.?

HAZ QUE EL OBJETIVO SEA **ESPECÍFICO**

Define el **resultado que quieres conseguir**, siendo lo más claro y preciso posible. Especifica:

- ¿Qué se quiere lograr? ¿Hacia dónde se quiere ir?
- ¿Para qué va a servir?
- ¿Por qué se quiere conseguir?
- ¿Cómo se hará?
- ¿A quién involucra?
- ¿Dónde?
- ¿Ayudará este objetivo a obtener los resultados deseados?

¿CÓMO FIJAR OBJETIVOS S.M.A.R.T.?

HAZ QUE EL OBJETIVO SEA **MEDIBLE**

¿Cómo se sabe si el objetivo está cumpliendo con las expectativas?

El objetivo SMART debe ser **cuantificable y susceptible de medición** para saber si se ha logrado o no el resultado que se pretendía, así como la evolución o porcentaje de avance del objetivo.

Por lo tanto, es recomendable establecer una cifra, ya sea una cantidad, un porcentaje, un índice, una frecuencia, plazos.

Para ello, puedes utilizar los datos históricos de la propia empresa, la competencia y una valoración del entorno.

¿CÓMO FIJAR OBJETIVOS SMART?

HAZ QUE EL OBJETIVO SEA ALCANZABLE

Este atributo hace referencia a los **recursos** que se poseen. De modo que, el objetivo debe ir acorde a las oportunidades y los medios de los que dispone la empresa (recursos humanos, dinero, tiempo, infraestructura), que garanticen que ese objetivo establecido se puede lograr.

La idea es fijar un **objetivo ambicioso, pero a la vez posible**.

Por tanto, antes de marcar el objetivo, es importante que realices un análisis de los recursos y capacidades de la organización para no caer en la utopía.

¿CÓMO FIJAR OBJETIVOS SMART?

HAZ QUE EL OBJETIVO SEA RELEVANTE

La cuestión aquí es **¿para qué se quiere lograr ese objetivo? ¿es lo suficiente importante? ¿vale la pena ir a por ello?**

Si la respuesta a estas dos últimas preguntas es afirmativa, entonces el objetivo SMART va por buen camino.

De lo contrario, es conveniente volver a revisar el objetivo, o en su caso descartarlo, para que se adapte a las necesidades realmente importantes para la empresa.

¿CÓMO FIJAR OBJETIVOS SMART?

HAZ QUE EL OBJETIVO ESTÉ ACOTADO EN EL TIEMPO

El objetivo SMART debe incluir un plazo de tiempo específico. Por ello, la pregunta es **¿Cuándo finaliza el objetivo?** Para contestar a esta pregunta es necesario hacer una valoración del tiempo estimado que ocupará la consecución del objetivo.

Asimismo, este **límite de tiempo** dependerá de los recursos de la empresa y de la prioridad que se le dé a un objetivo. Siguiendo con este último, si un objetivo es más importante o urgente que otro, se establecerá una fecha tope más cercana. Enfocando, por tanto, los recursos hacia el objetivo con mayor preferencia.

EJEMPLO OBJETIVO S.M.A.R.T.

UN MAL EJEMPLO DE OBJETIVO SMART

“Mejorar las visitas web”

Esto no es fijar un objetivo de forma inteligente, ya que no concreta nada. Por un lado, no especifica la cifra que se quiere alcanzar ni tampoco la fecha límite. Por otro, no sabemos la prioridad de este objetivo, ¿por qué es realmente importante? ¿para qué queremos lograr ese objetivo?

Con lo cual, este objetivo no se puede medir. Y ante este punto, ¿cómo sabremos cuándo se ha alcanzado? ¿Quiere decir que... con conseguir una visita más al mes ya se estaría cumpliendo el objetivo?

EJEMPLO OBJETIVO SMART

UN BUEN EJEMPLO DE OBJETIVO SMART

Aumentar el tráfico web un 40% (de 1.000 a 1.400 visitas mensuales con registro de nombre y correo de los visitantes en la página) para Agosto de 2020, con el fin de aumentar las oportunidades de venta. De modo que:

- **El 25% del tráfico sea de búsquedas orgánicas.**
- **El 10% del tráfico provenga de redes sociales.**
- **El 5% de las visitas sean de las fuentes restantes.**

EJEMPLO OBJETIVO SMART

UN EJEMPLO DE NUESTRA SESION DE PLANEACION

Crear en Excel los 3 reportes Financieros mensuales (Edo Res, Balance y Flujo), el Staffing Plan, el Pipeline y los procesos de control y seguimiento mensuales que requiere Triolabs para lograr las metas empresariales del 2020 que se describen a continuación. Estos reportes y sus controles deben estar listos antes del 01 Enero 2020. Deben participar Finanzas + Operaciones + Recursos Humanos, asesorados por el consultor financiero. El Champion será el Director General.

Metas 2020 a lograr son:

- Ventas Base \$13M y Stretch \$19M
- Margen Bruto 43%
- SG&A del 18%
- EBITDA de al menos el 25%

UN OBJETIVO S.M.A.R.T. DE LA COMPETENCIA

Objetivo SMART es sinónimo de objetivo inteligente. Los objetivos SMART son aquellos que guían a la empresa hacia lo que quiere conseguir. Y contribuyen a mejorar el rendimiento de la empresa.

Para que un objetivo sea SMART debe cumplir cada una de las siguientes características:

S: Específico (Specific)

M: Medible (Measurable)

A: Alcanzable (Achievable)

R: Relevante (Relevante)

T: Acotado en el tiempo (Timely)

UN OBJETIVO S.M.A.R.T. DE SU VIDA PROFESIONAL

Objetivo SMART es sinónimo de objetivo inteligente. Los objetivos SMART son aquellos que guían a la empresa hacia lo que quiere conseguir. Y contribuyen a mejorar el rendimiento de la empresa.

Para que un objetivo sea SMART debe cumplir cada una de las siguientes características:

S: Específico (Specific)

M: Medible (Measurable)

A: Alcanzable (Achievable)

R: Relevante (Relevante)

T: Acotado en el tiempo (Timely)

¿Qué aprendí?

Por favor mencione algo que aprendió y aplicará en su empresa



TU OPINION ES IMPORTANTE

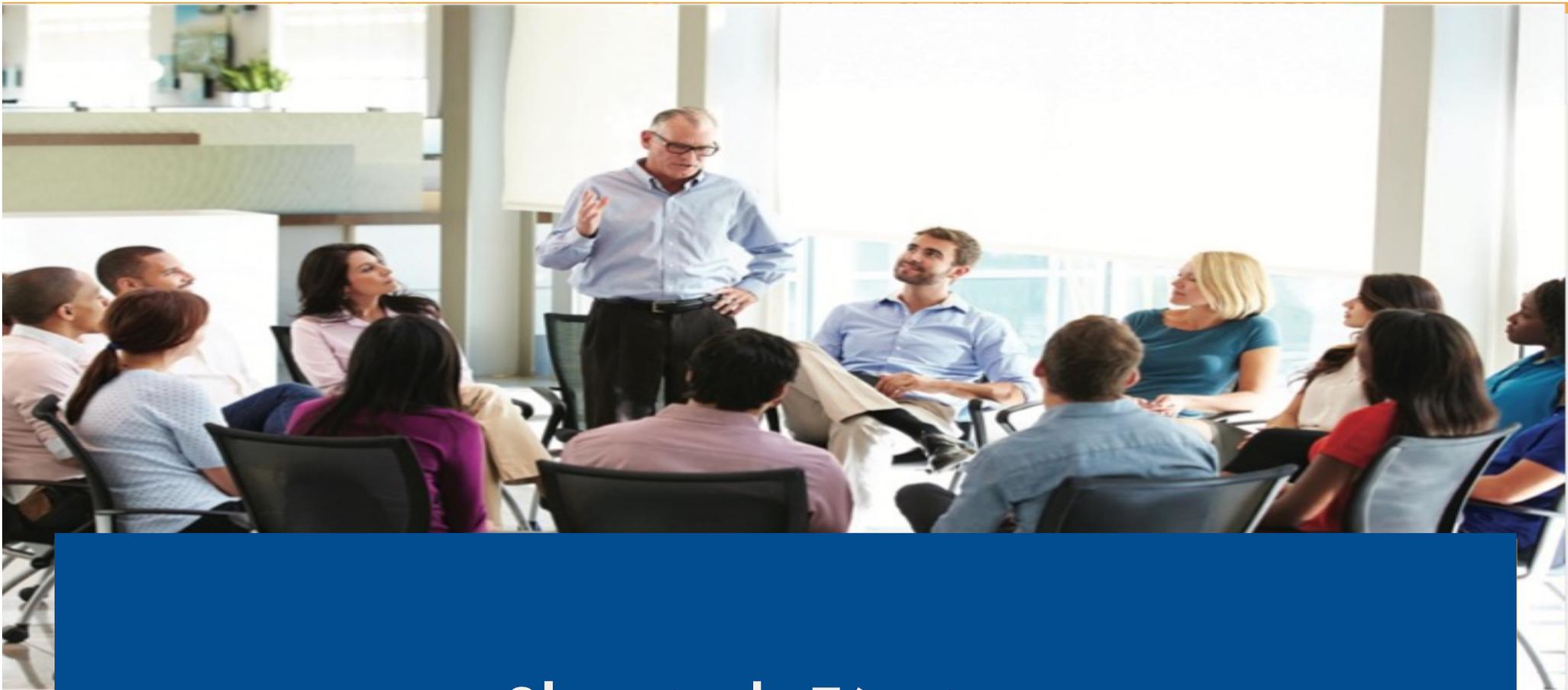


¡GRACIAS!



FIN DEL DIA #2





Glosario de Términos

"Me lo contaron y lo olvidé; lo vi y lo entendí; lo hice y lo aprendí"

Confucio (551 a.C. - 479 a.C.)

KPI's – Indicadores Clave

Glosario de Términos

KPI's a manejar en la Simulación

FAST TRACK

Glosario de Términos - KPI's de primer nivel

| Inglés | Español |
|---|---|
| ROS (Return On Sales) | Rentabilidad sobre Ventas (Productividad Total) |
| Asset Turnover | Rotación de Activos |
| ROA (Return On Assets) | Rentabilidad sobre Activos (Productividad de los Activos) |
| Leverage | Apalancamiento (Activos/Capital) |
| ROE (Return On Equity) | Rentabilidad sobre el Capital |
| Emergency Loan | Préstamo de Emergencia |
| Sales | Ventas |
| EBIT (Earnings Before Interest & Taxes) | Utilidades antes de Intereses e Impuestos (EBIT) |
| Profits | Utilidades (Ganancias) |
| Cummulative Profit | Utilidad (Ganancia) Acumulada |
| SG&A (Sales, General & Administrative expenses) / Sales | Gastos de Ventas, Generales y Administración / Ventas |
| Contribution Margin % | % Margen de Contribución (Margen Bruto) |

KPI's a manejar en la Simulación

| FAST TRACK | |
|---|--|
| Glosario de Términos - Finanzas 1 | |
| Inglés | Español |
| Cash Flow Statement Survey | Estado de Flujos de Efectivo |
| Cash Flow from Operations | Flujos de Efectivo de Operaciones |
| Net Income (loss) | Ingreso neto (pérdida) |
| Adjustments from non cash items; | Ajuste por operaciones que no involucran efectivo: |
| <i>Depreciation</i> | <i>Depreciación</i> |
| <i>Extraordinary gains/losses/write offs</i> | <i>Ganancias/pérdidas/desgravaciones extraordinarias</i> |
| <i>Change in current assets and liabilities</i> | <i>Cambios en capital y responsabilidades actuales</i> |
| Accounts payable | Cuentas por pagar |
| Inventory | Inventario |
| Accounts Receivable | Cuentas por cobrar |
| Net cash from Operations | Efectivo neto de operaciones |
| Cash Flow from Investing Activities | Flujo de efectivo de inversiones |
| Plant Improvements (net) | Mejoras a la planta (neto) |
| Cash Flow from Financing Activities | Flujos de efectivo de finanzas |
| Dividends paid | Dividendos pagados |
| Sales of common stock | Venta de acciones comunes |
| Purchase of common stock | Compra de acciones comunes |
| Cash from long term issued | Efectivo de préstamos a largo plazo |
| Early retirement of long term debt | Retiro anticip. préstamos a largo plazo |
| Retirement of Current Debt | Retiro de préstamo a corto plazo |
| Cash from current debt borrowing | Efectivo de préstamo a corto plazo |
| Cash from Emergency Loan | Efectivo de préstamo de emergencia |
| Net Change from financing activities | Efectivo neto de actividades financieras |
| Net change in cash position | Cambio neto en posición de efectivo |

KPI's a manejar en la Simulación

| FAST TRACK | |
|---|---|
| Glosario de Términos - Finanzas 2 | |
| Balance Sheet survey | Balance General |
| Cash | Efectivo |
| Accounts receivable | Cuentas por cobrar |
| Inventory | Inventario |
| Total current assets | Total de activos actuales |
| Plant and equipment | Planta y Equipo |
| Accumulated depreciation | Depreciación acumulada |
| Total Fixed Assets | Total de activos fijos |
| Total Assets | Total de Activos |
| Accounts payable | Cuentas por pagar |
| Current debt | Préstamos a corto plazo |
| Long Term debt | Préstamos a largo plazo |
| Total Liabilities | Total Pasivos |
| Common Stock | Acciones comunes |
| Retained earnings | Ganancias retenidas |
| Total Equity | Total Capital |
| Total Liabilities & owner's equity | Total Pasivos y Capital Propio |
| Income Statement Survey | Estado de Resultados |
| Sales | Ventas |
| Variable costs (Labor, Material, Carry) | Costos Variables (Mano de obra, materiales, manejo) |
| Depreciation | Depreciación |
| SGA (R&D, Promo, Sales, Admin) | Gastos (I+D, promoción, ventas, admin) |
| Others (Fees, write offs, TQM, bonuses) | Otros (cuotas, desgrav., calidad, bonos) |
| EBIT (Earnings Before Interest and Taxes) | Ganancias antes de intereses e impuestos (ebit) |
| Interest (Long Term, Short Term) | Intereses (corto y largo plazo) |
| Taxes | Impuestos |
| Profit Sharing | Participación de utilidades |
| Net Profit | Utilidad neta |

KPI's a manejar en la Simulación

| FAST TRACK | |
|---|---|
| Glosario de Términos - Mercadotecnia y Ventas | |
| Inglés | Español |
| Segment Analysis | Análisis del Segmento |
| (Segment) Statistics | Estadísticas (del Segmento) |
| Total Industry Unit Demand | Demanda total de unidades de la industria |
| Actual Industry Unit Sales | Venta actual de unidades en la industria |
| Segment % of Total Industry | % Segmento total de la industria |
| Next year's Segment Growth Rate | Tasa de crecimiento del segmento para el año siguiente |
| (Segment) Customer Buying Criteria | Criterio de Compra del Cliente (segmento) |
| Criteria - Expectations - Importance | Criterio - Expectativas - Importancia |
| 1. Price | 1. Precio |
| 2. Age | 2. Edad |
| 3. MTBF (Mean Time Between Failures) | 3. Fiabilidad MTBF (Tiempo promedio entre fallas) |
| 4. Ideal Position - Performance - Size | 4. Posición ideal - Rendimiento - Tamaño |
| Market Data - Top Products in Segment | Datos del Mercado- Productos principales en el segmento: |
| Name | Nombre |
| Market Share | Participación de Mercado |
| Units sold to Segment | Unidades vendidas al Segmento de Mercado |
| Revision Date | Fecha Revisión (Fecha de la última actualización del producto) |
| Stock Out | Inventario Agotado (Se terminó el inventario) |
| Pfmn Coord (performance coordinates) | Rend. Coord (Cordenadas - Rendimiento) |
| Size Coord (size coordinates) | Tamaño Coord (Cordenadas - Tamaño) |
| List Price | Precio Lista |
| MTBF (Mean Time Between Failures) | MTBF (Tiempo promedio entre fallas) |
| Age Dec. 31 | Edad @ Dic. 31 |
| Promo Budget | Presupuesto Promoción |
| Cust. Awareness (Customer Awareness) | Conocimiento de marca |
| Sales Budget | Ppto. Ventas (Presupuesto de Ventas) |
| Cust. Accessibility (Customer accessibility) | Accesibilidad al Cliente (Facilidad para adquirir el producto) |
| Dec. Customer Survey | Resultado Encuesta al Cliente en Dic. (Índice de satisfacción al cliente) |

KPI's a manejar en la Simulación

| FAST TRACK | |
|--|--|
| Glosario de Términos - Investigación y Desarrollo | |
| Inglés | Español |
| Perceptual Map for all segments | Mapa Perceptual para Todos los Segmentos |
| Perceptual Map (at the end of this year) | Mapa perceptual (para finales de este año) |
| Name | Nombre (del producto) |
| Pfmn (Performance) | Desempeño |
| Size | Tamaño |
| Revised | Revisado (fecha en que se actualizó o lanzó el producto) |
| | |
| FAST TRACK | |
| Glosario de Términos - Producción | |
| Inglés | Español |
| Production vs. Capacity | Producción vs. Capacidad Instalada |
| Name (of the product) | Nombre (del producto) |
| Primary Segment | Segmento Primario |
| Units sold | Unidades vendidas |
| Units Inventory | Unidades en Inventario |
| Revision date | Revisión (fecha del último cambio) |
| Age at Dec. 31 | Edad al 31 de Dic. (del producto) |
| MTBF (Mean Time Between Failure) | MTBF (Confiabilidad, Tiempo promedio entre fallas) |
| Pfmn Coord (Performance Coordenates) | Rendim Coord (Cordenadas de rendimiento) |
| Size Coord (Size Coordenates) | Tamaño Coord (Cordenadas de tamaño) |
| Price | Precio |
| Materilas Cost | Costo de Materiales |
| Labor Cost | Costo de Mano de Obra |
| Contribution Margin | Margen de Contribución |
| 2nd. Shift & overtime | 2o. Turno y Tiempo Extra |
| Automation Next Round | Automatización Siguiente Ronda |
| Capacity Next Round | Capacidad siguiente ronda |
| Plant Utilization | Capacidad utilizada de la Planta |