

SIMULADOR DE NEGOCIOS TEMPOMATIC

RETO INTERNACIONAL LABSAG MAYO-2022



PARTICIPANTES

Josabeth Jamilka Fernandez Menacho

Yamil Andres Coarite Vasquez

Greisy Masciel Salas Mayta

Lic. Iván Fernando Guarachi Fernandez (Docente)

LA PAZ-BOLIVIA



LABSAG
TENPOMATIC

1

OBJETIVO

2

ESTRATEGIAS

3

ANÁLISIS DE
LAS
DECISIONES

4

CONCLUSIONES

LABSAG
SIMULADORES DE NEGOCIOS

1

OBJETIVO

Posicionar a la Firma 1 sobre la competencia con un valor en las acciones superior en el trimestre 16.

2

ESTRATEGIAS



Estrategia de
producción



Estrategia de
marketing



Estrategia
financiera



Estrategia de
recursos
humanos

3

ANÁLISIS DE LAS DECISIONES

FIRMA 1

PARTE 1

Con el fin de maximizar las ventas para tomar ventaja en la primera decisión se decide invertir en publicidad nacional pese a que ya se tenía del anterior trimestre e incrementar la publicidad local

Se decide guiar la fuerza de ventas al área 1 aunque no dejando de lado el área 2 y 3

Se considero asignar un precio que se ajuste para la primera decisión previendo la estrategia que tomarían las demás empresas.

PARTE 3

Se ordena materia prima en base al siguiente trimestre y esperando un crecimiento del mercado

Se realiza el pago del préstamo para evitar que el monto sea mayor por los intereses

PARTE 2

Se prevé contratar a otros vendedores ante la amenaza de que se retiren de la empresa en el siguiente trimestre

Se transfiere una cantidad creciente para área de la empresa con el fin de evitar perdidas en ventas.

PARTE 4

Se produce envase al total ya antes proyectado para las ventas de este trimestre

Se contrata obreros para evitar que las cuadrillas estén incompletas

Estrategia Implementada

- Analizar la publicidad nacional y local para lograr posicionarse en el cliente
- Identificar las áreas que posean mayor demanda
- Contratar y distribuir vendedores en las áreas previamente analizadas
- Determinar la cantidad necesaria de producción para cada área en base a la demanda de la empresa
- Determinar las cuadrillas necesarias para la empresa

Resultados obtenidos

- Incremento en valor de acción a 10.89
- Utilidades de \$57.390
- Ventas superiores a las demás empresas
- Se mantienen 18 cuadrillas

Cia N°	Ventas	Ingre. Net Imp	IPA	Retorno S. Ventas	Retorno S. Activos	Retorno S. Capital	Precio Acción
1	790000	57390	0.36	16.38	22.56	13.04	10.89
2	766000	61714	0.39	18.02	23.98	13.99	10.97
3	727000	56293	0.35	17.49	22.2	12.8	10.87
4	778000	48967	0.31	14.47	19.77	11.18	10.73
5	773000	48981	0.31	14.55	19.78	11.18	10.73
6	669000	26980	0.17	10.23	12.25	6.24	10.32
7	581000	35652	0.22	14.78	13.85	8.2	10.48
8	656000	51011	0.32	17.76	20.45	11.63	10.77
9	506000	14331	0.09	8.54	7.83	3.34	10.08
10	762000	29180	0.18	9.56	9.17	6.74	10.36
11	700000	55367	0.35	17.89	21.9	12.6	10.85
12	662000	30940	0.19	11.54	12.64	7.14	10.39
13	695000	28406	0.18	10.27	12.73	6.56	10.34
14	581000	40355	0.25	16.4	16.87	9.26	10.57
15	769000	53225	0.33	15.73	21.19	12.12	10.81

PARTE 1

Se deja de comprar publicidad nacional debido a que ya se posee del anterior trimestre, se aumenta la publicidad local para maximizar las ventas en cada área

Se decide guiar la fuerza de ventas al área 1 aunque no dejando de lado el área 2 y 3

Considerando las demás empresas en el simulador se asigna un precio en base a su estrategias de precios

PARTE 3

Analizando la materia prima que sobra se ordena en base al siguiente trimestre

Se realiza el pago del préstamo para evitar que el monto sea mayor por los intereses

PARTE 2

Aun se prevé contratar a otros vendedores ante la amenaza de que se retiren de la empresa en el siguiente trimestre

Analizando las ventas realizadas el anterior trimestre se enviara cantidades necesarias para cubrir las demandas en cada área

PARTE 4

Se produce considerando la cantidades a enviar a cada área y buscando maximizar las ventas según el comportamiento del mercado

Aun se contrata obreros para evitar que las cuadrillas estén incompletas

PARTE 5

Con el fin de aumentar el flujo de caja se analiza las opciones de acciones retiradas y emisión de bonos para su uso

Estrategia Implementada

- Analizar la publicidad local y la eficiencia que posee en las ventas de cada áreas
- Contratar y distribuir vendedores en las áreas necesarias previamente analizadas
- Proyectar la demanda en las diferentes áreas de la empresa
- Analizar opciones para aumentar el flujo de caja

Resultados obtenidos

- Incremento en valor de acción a 11.83
- Utilidades de \$44.266

Cia N°	Ventas	Ingre. Net Imp	IPA	Retorno S. Ventas	Retorno S. Activos	Retorno S. Capital	Precio Acción
1	773000	44266	0.3	12.86	17.47	10.67	11.83
2	612000	37194	0.23	13.93	15.78	8.26	11.72
3	656000	39044	0.24	13.55	16.12	8.69	11.65
4	753000	28731	0.18	9.07	9.81	6.45	11.32
5	623000	38078	0.24	13.97	16.16	8.51	11.49
6	677000	17551	0.11	6.83	8.34	4.02	10.7
7	480000	20421	0.13	11.56	9.65	4.64	10.91
8	567000	31125	0.19	12.89	13.42	6.97	11.4
9	385000	-326605	-2.04	-82.03	-70.83	-93.95	4.01
10	747000	13442	0.08	7.06	8.08	3.08	10.66
11	585000	30573	0.19	12.31	13.35	6.84	11.47
12	774000	31912	0.2	10.11	12.88	7.23	11.04
13	773000	33669	0.21	10.18	14.53	7.63	11.02
14	585000	-58051	-0.37	-8.06	-8.54	-13.99	9.52
15	734000	47183	0.29	14.33	19.4	10.51	12.09

PARTE 1

Se vuelve a utilizar la publicidad nacional y aumentar la publicidad local con el fin de mantener la fuerza de ventas en el mercado

Se decide buscar un equilibrio entre las áreas para asignar los vendedores de manera eficiente

Considerando las demás empresas en el sector se decide asignar un precio que maximice las ventas

PARTE 3

Analizando la materia prima sobrante en el anterior trimestre se ordena en base a la demanda y las ventas del siguiente trimestre

Se analiza y realiza la cantidad de pago del préstamo para evitar que el monto sea mayor por los intereses

PARTE 2

Aun se prevé contratar a otros vendedores ante la amenaza de que se retiren de la empresa en el siguiente trimestre

Analizando las ventas realizadas el anterior trimestre se enviara cantidades necesarias para cubrir las demandas en cada área

PARTE 4

Se produce considerando la cantidades a enviar a cada área y buscando maximizar las ventas según el comportamiento del mercado

Aun se contrata obreros para evitar que las cuadrillas estén incompletas

PARTE 5

Con el fin de aumentar el flujo de caja se analiza las opciones de acciones retiradas y emisión de bonos para su uso

Estrategia Implementada

- Analizar la publicidad nacional y local para lograr posicionarse en el cliente
- Contratar y distribuir vendedores en las áreas necesarias previamente analizadas
- Proyectar la demanda en las diferentes áreas de la empresa
- Analizar y determinar opciones para aumentar el flujo de caja

Resultados obtenidos

- Incremento en valor de acción a 13.11
- Utilidades de \$57.238

Cia N°	Ventas	Ingre. Net Imp	IPA	Retorno S. Ventas	Retorno S. Activos	Retorno S. Capital	Precio Acción
1	946000	57238	0.41	14.42	24.06	14.57	13.11
2	825000	57679	0.36	14.88	22.63	12.41	12.85
3	874000	76208	0.48	18.41	29.04	16.26	13.13
4	930000	48203	0.3	12.55	16.5	10.54	12.27
5	820000	53271	0.33	13.91	21.23	11.56	12.54
6	769000	29091	0.18	9.49	13.32	6.55	11.3
7	602000	7266	0.05	5.14	5.36	1.65	11.1
8	642000	38858	0.24	13.62	16	8.52	12.18
9	821000	38626	0.24	10.8	17.45	10.81	4.78
10	902000	54621	0.34	15.48	21.72	12.14	11.73
11	637000	41916	0.26	14.46	17.37	9.16	12.31
12	881000	35173	0.22	10.81	16	7.81	11.75
13	655000	26607	0.17	9.62	12.13	5.94	11.57
14	795000	-342050	-2.16	-40.44	-53.56	-103.85	3.09
15	771000	60215	0.38	16.55	22.83	13.04	13.87

PARTE 1

Para la decisión 4, se tomó en cuenta la publicidad nacional comprada el anterior trimestre ya que la publicidad nacional cubre hasta tres trimestres y de esta manera no se incurre en más costos.

Por consecuente se realizó la estrategia de incrementar la publicidad local de acuerdo a la demanda.

De acuerdo al incremento de la demanda se tomo la estrategia de incrementar el precio en las tres áreas.

PARTE 3

Analizando la materia prima que sobra se ordena en base al siguiente trimestre considerando el porcentaje de error de la llegada de la materia prima

PARTE 2

De acuerdo a la demanda presentada, no se contrato a ningún vendedor, ya que los actuales cubren las ventas.

Analizando las ventas realizadas el anterior trimestre se envió mayor cantidad de los productos al área dos ya que tiene mayor incremento de la demanda, sin embargo no se descuido el área uno y tres.

PARTE 4

Se produce la capacidad máxima de la planta en el área uno.

Aun se contrata obreros para evitar que las cuadrillas estén incompletas

PARTE 5

Se realizó el pago de un porcentaje del préstamo, para la reducción de los intereses

Asimismo se tomo la estrategia de comprar el estudio de mercado H

Estrategia implementada

- Reducción de costos
- Distribución de la materia prima
- Incremento del precio

Resultados obtenidos

- Incremento del precio de la acción a 14.82
- A pesar de no tener la mayor cantidad de ventas el ingreso neto es el segundo más alto de las 15 firmas

Cia N°	Ventas	Ingre. Net Imp	IPA	Retorno S. Ventas	Retorno S. activos	Retorno S. capital	Precio Acción
1	909000	69033	0,55	17,88	29,57	19,40	14,82
2	946000	62662	0,39	13,85	19,63	13,04	14,07
3	795000	65980	0,41	17,34	25,47	13,60	14,42
4	915000	-30780	-0,19	-4,09	-5,12	-6,85	11,74
5	828000	63943	0,40	16,13	25,02	13,41	13,79
6	816000	36740	0,23	10,44	16,00	8,10	12,04
7	699000	4179	0,03	4,13	4,91	0,94	11,23
8	846000	63074	0,39	16,01	24,31	13,37	13,41
9	427000	-227096	-1,42	-60,17	-40,80	-74,38	2,00
10	865000	77252	0,48	19,92	28,27	16,46	13,23
11	709000	40185	0,25	12,14	16,61	8,59	13,11
12	819000	-1286	-0,01	2,00	2,81	-0,29	11,78
13	684000	-18197	-0,11	-4,46	-6,37	-4,10	11,28
14	79000	-383931	-2,42	-474,00	-36,68	-98,78	2,00
15	832000	79793	0,50	19,83	30,45	16,63	16,27

PARTE 1

Para la decisión actual se considero la estrategia de nuevamente realizar la compra de la publicidad nacional.

Por lo cual el número de páginas locales se mantuvo igual que la anterior decisión en el área uno y dos, sin embargo se redujo en una página en el área tres.

De acuerdo al incremento de la demanda y el precio de la competencia, se tomo la estrategia de incrementar el precio en las tres áreas.

PARTE 3

Para reducir los costos por materia prima, se considero la compra de menor cantidad ya que se tiene inventario del anterior trimestre

PARTE 2

Se contrato a un vendedor, ya que debido a la demanda se perdió uno por los productos faltantes en el área dos.

Analizando las ventas realizadas el anterior trimestre se envió mayor cantidad de los productos al área dos debido que la firma concentrará el mayor esfuerzo en esta área.

PARTE 4

Se produce la capacidad máxima de la planta en el área uno

Aun se contrata obreros para evitar que las cuadrillas estén incompletas

PARTE 5

Se aumento el porcentaje del pago del préstamo, para la reducción de los intereses

Estrategia implementada

- Distribución de la materia prima con mayor concentración en el área dos
- Incremento del precio
- Reducción de costos en la materia prima

Resultados obtenidos

- Incremento del precio de la acción a 16.94 posicionados en el segundo lugar
- Se obtuvo la mayor cantidad de ventas, asimismo el ingreso neto se incremento.

Cia N°	Ventas	Ingre. Net Imp	IPA	Retorno S. Ventas	Retorno S. Activos	Retorno S. Capital	Precio Acción
1	949000	72570	0,69	18,70	33,51	24,07	16,94
2	706000	-16075	-0,10	-1,24	-1,39	-3,37	13,82
3	806000	75770	0,47	19,24	28,57	15,03	15,89
4	922000	12376	0,08	5,92	7,79	2,73	12,02
5	706000	55592	0,35	16,27	21,90	11,33	14,88
6	764000	25629	0,16	7,89	7,88	5,57	12,57
7	865000	27891	0,17	8,07	13,25	6,20	11,80
8	860000	81040	0,51	19,91	31,53	16,47	14,98
9	381000	-501052	-3,13	-121,11	-64,64	-271,01	2,00
10	863000	88369	0,55	21,85	32,75	17,98	14,94
11	720000	52376	0,33	15,04	21,08	10,89	14,14
12	818000	41080	0,26	12,33	18,09	8,93	12,60
13	905000	15923	0,10	3,91	4,78	3,56	11,63
14	249000	-748857	-4,73	-219,53	-36,99	-371,69	2,00
15	816000	84431	0,53	21,13	31,82	16,92	19,00

PARTE 1

Para no incrementar los costos y de acuerdo a la demanda se mantuvo la cantidad de número de páginas locales.

Para poder reducir el inventario de productos terminados se mantuvo el precio en las tres áreas.

PARTE 3

Para producir la cantidad necesaria, se aumento la compra de materia prima

PARTE 2

Se contrato a un vendedor, ya que debido a la demanda se perdió uno por los productos faltantes.

Debido que se la firma se concentrará en el área dos, se mando mayor cantidad de productos a dicha área.

PARTE 4

Se produce la capacidad máxima de la planta en el área uno

Aun se contrata dos obreros para completar las cuadrillas de la planta en el área uno

PARTE 5

Se mantuvo el porcentaje del pago del préstamo, para la reducción de los intereses del anterior trimestre

Estrategia implementada

- Distribución de la materia prima con mayor concentración en el área dos
- Concentración de vendedores en el área dos.

Resultados obtenidos

- Incremento del precio de la acción a 19.76 de tal forma que mantenemos la posición en el segundo lugar.
- Se obtuvo 19.99 de retorno sobre ventas.

Cia N°	Ventas	Ingre. Net Imp	IPA	Retorno S. Ventas	Retorno S. Activos	Retorno S. Capital	Precio Acción
1	944000	73789	0,92	19,99	37,27	32,18	19,76
2	1086000	78869	0,49	15,91	26,80	15,89	15,35
3	737000	54136	0,34	14,93	19,62	10,46	16,96
4	1117000	56206	0,35	12,34	18,77	12,04	13,12
5	580000	32704	0,20	11,59	13,00	6,56	15,54
6	775000	3924	0,02	2,15	1,98	0,85	12,69
7	711000	23099	0,14	7,45	9,68	5,07	12,28
8	753000	80441	0,50	21,75	30,20	15,71	16,54
9	301000	-681264	-4,26	-182,54	-64,86	-4677,08	2,00
10	777000	77933	0,49	20,84	29,31	15,25	16,45
11	683000	40030	0,25	11,98	16,02	8,16	14,94
12	599000	-4822	-0,03	1,47	1,70	-1,05	12,56
13	886000	14779	0,09	5,12	4,46	3,28	11,96
14	342000	-1235627	-7,80	-207,46	-34,25	1150,11	2,00
15	717000	67474	0,42	19,07	24,3	13,15	21,67

PARTE 1

Se compro publicidad nacional debido a que en el anterior trimestre no se adquirió, se mantuvo la publicidad local para maximizar las ventas en cada área

Se decide guiar la fuerza de ventas al área 1 aunque no dejando de lado el área 2 y el área 3 termina menos una fuerza de ventas

Se sube el precio en el área 1 y las demás áreas se mantienen igual

PARTE 3

Analizando la materia prima que sobra se ordena en base al siguiente trimestre

Se realiza el pago del préstamo para evitar que el monto sea mayor por los intereses

PARTE 2

No se contrata vendedores

Analizando las ventas realizadas el anterior trimestre se enviara cantidades necesarias para cubrir las demandas en cada área

PARTE 4

Se produce considerando la cantidades a enviar a cada área y buscando maximizar las ventas según el comportamiento del mercado

Aun se contrata obreros para evitar que las cuadrillas estén incompletas

PARTE 5

Con el fin de aumentar el flujo de caja se analiza las opciones de acciones retiradas y emisión de bonos para su uso

Estrategia Implementada

- Analizar la publicidad local y la eficiencia que posee en las ventas de cada áreas
- Contratar y distribuir vendedores en las áreas necesarias previamente analizadas
- Proyectar la demanda en las diferentes áreas de la empresa
- Analizar opciones para aumentar el flujo de caja

Resultados obtenidos

- Incremento en valor de acción a 23.49
- Utilidades de \$66.231

Cia N°	Ventas	Ingre. Net Imp	IPA	Retorno S. Ventas	Retorno S. Activos	Retorno S. Capital	Precio Acción
1	947000	66231	1.23	19.93	39.08	43.69	23.49
2	1036000	113934	0.71	23.22	37.34	21.71	17.54
3	841000	64591	0.40	15.47	22.03	12.10	18.22
4	1230000	73487	0.46	14.11	23.03	15.15	14.55
5	1008000	109820	0.78	21.88	45.82	24.20	17.94
6	754000	-89245	-0.56	-2.85	-2.34	-20.36	11.07
7	816000	43058	0.27	11.28	17.64	9.24	13.14
8	773000	85271	0.53	22.18	30.90	15.99	18.19
9	301000	-956091	-5.98	-215.43	-65.73	425.96	2.00
10	928000	105133	0.69	22.86	39.69	20.68	18.56
11	961000	88444	0.55	18.50	33.23	17.24	16.65
12	1175000	66377	0.41	12.08	25.92	13.96	13.85
13	815000	-253982	-1.59	-21.69	-11.37	-65.54	7.25
14	354000	-2066552	-13.05	-302.41	-42.04	288.82	2.00
15	752000	75473	0.47	20.19	27.57	14.28	23.20

PARTE 1

Se decide comprar publicidad nacional, se aumenta la publicidad local para maximizar las ventas en cada área

Se decide guiar la fuerza de ventas al área 1 aunque no dejando de lado el área 2 y 3 como en la decisión anterior

Considerando la decisión anterior se mantiene el precio

PARTE 3

Analizando la materia prima que sobra se ordena en base al siguiente trimestre

Se realiza el pago del préstamo para evitar que el monto sea mayor por los intereses

PARTE 2

No se contrata personal de ventas

Analizando las ventas realizadas el anterior trimestre se enviara cantidades necesarias para cubrir las demandas en cada área

PARTE 4

Se produce considerando la cantidades a enviar a cada área y buscando maximizar las ventas según el comportamiento del mercado

Aun se contrata obreros para evitar que las cuadrillas estén incompletas

PARTE 5

Con el fin de aumentar el flujo de caja se analiza la emisión de bonos o acciones para su uso

Estrategia Implementada

- Analizar la publicidad local y la eficiencia que posee en las ventas de cada áreas
- Contratar y distribuir vendedores en las áreas necesarias previamente analizadas
- Proyectar la demanda en las diferentes áreas de la empresa
- Analizar opciones para aumentar el flujo de caja

Resultados obtenidos

- Incremento en valor de acción a 26.28
- Utilidades de \$49.283

Cia N°	Ventas	Ingre. Net lmpn	IPA	Retorno S Ventas	Retorno S Activos	Retorno S Capital	Precio Acción
1	973000	49283.	0.91	20.49	43.23	30.07	26.28
2	971000	103290.	0.61	20.57	31.20	17.57	18.78
3	454000	-12676.	-0,08	-5.58	-4.81	-2.39	18.03
4	1420000	112830.	0.71	17.74	32.08	21.98	16.72
5	796000	87650.	1.10	22.01	41.03	33.94	21.28
6	738000	-24413.	-0,15	-7.24	-5.42	-5.65	10.66
7	800000	74885.	0.47	19.02	30.21	15.45	14.59
8	717000	89346.	0.56	24.55	30.45	16.08	19.92
9	301000	-1271305.	-7.95	-248.32	-66.39	234.44	2.00
10	849000	110701.	0.78	26.09	43.34	22.91	20.96
11	756000	82605.	0.52	21.85	29.81	15.48	18.25
12	894000	97347.	0.61	22.33	36.76	19.47	15.73
13	766000	-187126.	-1.17	-6.76	-3.43	-54.92	3.79
14	288000	-3385025.	-21.37	-630.46	-62.08	205.58	2.00
15	926000	107939.	0.67	23.30	37.05	19.55	25.16

Los resultados obtenidos han sido favorables gracias a las diversas estrategias utilizadas, obteniendo al final del Trimestre 16 un precio de acción de \$26,28, superior al de la competencia.



LABSAG
SIMULADORES DE NEGOCIOS



INGENIERÍA COMERCIAL
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



EMI
Escuela Militar de Ingeniería
"Moral, Integridad, Justicia y Honor"
Prestigio, Disciplina y Mejores Oportunidades

**EST. YAMIL ANDRÉS
COARITE VÁSQUEZ**

**EST. GREISY MASCIEL
SALAS MAYTA**

**EST. JOSABETH JAMILKA
FERNÁNDEZ MENACHO**

**LIC. IVAN FERNANDO
GUARACHI FERNÁNDEZ**

