

SIMULADOR DE NEGOCIOS TEMPOMATIC

RETO INTERNACIONAL LABSAG JUNIO 2023

Participantes:

Alexandra Borda Muñoz

Alan Gonzalo Asillanes Ramos

Alejandro Parrado Guzman

Lic. Iván Fernando Guarachi Fernandez (Docente)

LA PAZ-BOLIVIA



CONTENIDO



Objetivos



Estrategias



Decisiones



Conclusiones



Recomendaciones



LABSAG
TENPOMATIC

UNIVERSIDAD PRIVADA
UNIFRANZ
FRANZ TAMAYO
Internacionalízate



Objetivos



LABSAG
TENPOMATIC

UNIVERSIDAD PRIVADA
UNIFRANZ
FRANZ TAMAYO
Internacionalízate

Objetivo general

Constituir a Tenpomatic como una empresa sólida en el mercado y posicionarla ante la competencia, por medio de la toma de buenas decisiones a través de la firma 2 que garanticen el crecimiento económico de la empresa aumentando el precio de las acciones ante la competencia.

Objetivos específicos

- ✓ **Trabajar en equipo, dividiendonos por areas (Finanzas, produccion y ventas)**
- ✓ **Incorporar permanentemente nuevas tecnologías y mejoras continuas en los productos y procesos productivos.**
- ✓ **Evitar pérdidas en las unidades vendidas, con el fin de minimizar la disminución de vendedores**
- ✓ **Aumentar el precio de la acción.**



LABSAG
TENPOMATIC

UNIVERSIDAD PRIVADA
UNIFRANZ
FRANZ TAMAYO
Internacionalízate



Estrategias



LABSAG
TENPOMATIC

UNIVERSIDAD PRIVADA
UNIFRANZ
FRANZ TAMAYO
Internacionalízate

Estrategias

Aumentar los recursos para expandir el mercado de la empresa.

Realizar mejoras constantes en el producto y su tecnología, lo que implica que el producto sea más comercializable.

Estimar cuántos vendedores van a renunciar y que crecimiento de producción posee nuestra fábrica, con el fin de tomar una mejor decisión el próximo trimestre.

Analizar problemas comunes presentados en los trimestres anteriores, para corregirlo en el siguiente trimestre.

Las decisiones tomadas a lo largo de nuestra administración como firma 2, fueron basadas en una planeación estratégica dinámica, flexible y adecuada a un entorno cambiante basándose en las necesidades del trimestre en curso tomando en cuenta las repercusiones que traería para los trimestres a futuro. Para el primer trimestre se leyó el manual y se inició tomando bajo estos puntos las decisiones:

Mantener una salud financiera, donde nuestra utilidad sea mayor que las otras firmas.

Establecer técnicas para que se pueda tener un pronóstico adecuado acerca de la cantidad de vendedores y obreros que necesita la empresa.

Calcular la cantidad de obreros que renunciaron en el próximo periodo.

DECISIONES

DECISIÓN 1

Estrategia Implementada

Se realizó una producción con sobretiempo, aumentando la distribución de publicidad local, vendedores y mejoras en el producto para que se llegue a vender más, sé bajo el precio en el área 1.

Resultados obtenidos

Se llegó a vender mucha más cantidad de productos en este trimestre, se terminó todo el producto que se elaboró, pero llegó a faltar más cantidad en cada área.

Cia N°	Ventas	Ingre. Net Imp	IPA	Retorno S. Ventas	Retorno S. Activos	Retorno S. Capital	Precio Acción
1	838000.	76517.	.56	20.01	28.24	21.64	13.01
2	837000.	53111.	.33	14.42	20.70	12.39	12.33
3	622000.	35145.	.22	13.65	15.09	8.09	10.47
4	796000.	34444.	.22	10.48	13.64	7.93	10.46
5	682000.	44482.	.28	15.17	18.27	10.18	10.64
6	576000.	14251.	.09	7.47	7.77	3.32	10.08
7	704000.	19088.	.12	7.49	6.48	4.43	10.17
8	769000.	53522.	.33	15.81	21.29	12.19	10.81
9	712000.	51405.	.32	16.49	20.58	11.88	11.12
10	787000.	30116.	.19	9.50	13.31	6.95	10.37
11	738000.	54283.	.34	16.67	20.71	12.36	10.83
12	769000.	53246.	.33	15.73	21.19	12.13	10.81
13	769000.	31595.	.20	10.11	13.75	7.29	10.40

DECISIÓN 2



Estrategia Implementada

Se realizó una producción con sobretiempo y se distribuyo los pocos vendedores debido a que anteriormente se fueron 3 vendedores.

Resultados obtenidos

Se llegó a vender menor cantidad de productos en este trimestre, quedo en cada área productos debido a que no se tenía la cantidad de vendedores requerida.

Cia N°	Ventas	Ingre. Net Imp	IPA	Retorno S. Ventas	Retorno S. Activos	Retorno S. Capital	Precio Acción
1	700000.	45154.	.36	17.72	20.91	13.95	15.90
2	670000.	22319.	.14	8.47	10.40	5.20	14.57
3	679000.	39382.	.25	13.20	16.07	8.86	11.26
4	720000.	33671.	.21	11.57	14.02	7.61	11.14
5	681000.	40132.	.25	13.39	16.97	8.98	11.44
6	18000.	-196895.	-1.23	***	-35.77	-51.81	6.44
7	622000.	-171752.	-1.07	-23.44	-15.45	-44.32	7.00
8	626000.	36492.	.23	13.39	15.61	8.19	11.89
9	688000.	39920.	.25	13.19	16.22	9.19	12.52
10	706000.	30213.	.19	10.18	13.56	6.85	10.99
11	652000.	37755.	.24	13.60	15.73	8.81	11.19
12	732000.	46736.	.29	14.26	19.24	10.37	11.74
13	720000.	39240.	.25	12.48	16.51	8.85	11.19



LABSAG
TENPOMATIC



Internacionalízate

DECISIÓN 3



Estrategia Implementada

Se realizó una producción con sobretiempo y se incrementó la cantidad de vendedores, publicidad, sé amplio la planta para abarcar la demanda en el mercado.

Resultados obtenidos

Se llegó a vender mayor cantidad que los anteriores trimestres, se logró distribuir de una mejor manera los productos, pero se perdió un vendedor en el área 3.

Cia N°	Ventas	Ingre. Net Imp	IPA	Retorno S. Ventas	Retorno S. Activos	Retorno S. Capital	Precio Acción
1	611000.	20557.	.17	15.13	13.16	6.68	18.48
2	829000.	57703.	.36	15.39	22.26	13.36	17.73
3	853000.	59239.	.37	15.38	23.34	12.90	12.42
4	687000.	26097.	.16	9.55	11.30	5.81	11.68
5	695000.	36121.	.23	11.43	15.13	7.92	12.17
6	727000.	-11311.	-.07	1.27	1.75	-3.00	6.28
7	775000.	-98349.	-.61	-4.01	-3.48	-27.10	5.21
8	736000.	47114.	.29	13.79	19.16	10.43	13.42
9	863000.	51445.	.32	13.48	21.07	11.65	14.38
10	780000.	62855.	.39	17.08	25.00	13.77	12.22
11	723000.	40015.	.25	12.59	16.18	9.12	11.99
12	634000.	36131.	.23	12.53	14.48	7.86	12.47
13	662000.	12157.	.08	5.10	6.41	2.72	11.47



LABSAG
TENPOMATIC

UNIFRANZ
Internacionalízate

UNIVERSIDAD PRIVADA
FRANZ TAMAYO

DECISIÓN 4



Estrategia Implementada

Se realizó una producción con sobretiempo y se incrementó la cantidad de vendedores, publicidad, realizando un incremento progresivamente a la cantidad de demanda que existía.

Resultados obtenidos

Se llegó a vender mayor cantidad que los anteriores trimestres, se logró distribuir de una mejor manera los productos, pero se perdió un vendedor en el área 1.

Cia N°	Ventas	Ingre. Net Imp	IPA	Retorno S. Ventas	Retorno S. Activos	Retorno S. Capital	Precio Acción
1	704000.	16506.	.14	10.52	11.10	5.33	19.85
2	859000.	46769.	.29	12.05	13.98	10.79	20.93
3	844000.	38529.	.24	10.36	16.22	8.22	13.19
4	982000.	60698.	.38	13.57	22.97	13.07	12.87
5	706000.	49492.	.31	14.78	20.05	10.57	13.15
6	724000.	23096.	.14	4.40	5.94	6.03	6.76
7	772000.	-101662.	-.64	4.15	5.07	-30.12	3.35
8	783000.	56551.	.35	15.13	22.79	12.46	15.38
9	624000.	21170.	.13	8.55	10.26	4.85	14.40
10	669000.	45233.	.28	14.34	18.47	10.47	12.72
11	904000.	60463.	.38	15.13	24.13	13.62	13.52
12	635000.	40996.	.26	13.77	16.60	8.72	13.29
13	806000.	38805.	.24	10.50	16.45	8.51	12.25



LABSAG
TENPOMATIC



DECISIÓN 5



Estrategia Implementada

Se subió el precio en el área 1, área 2 y área 3; a precios de 42, 43 y 42 respectivamente. Se incrementó el pedido de materia prima, se retiró acciones. Incrementamos el porcentaje de pago en los dividendos.

Resultados obtenidos

Se incrementó las ventas, la acción ascendió de 20.93 a 22.65.

Cia N°	Ventas	Ingre. Net Imp	IPA	Retorno S. Ventas	Retorno S. Activos	Retorno S. Capital	Precio Acción
1	770000.	38630.	.32	14.78	15.87	12.74	23.40
2	866000.	41325.	.29	13.22	18.13	10.88	22.65
3	854000.	57187.	.36	14.04	22.90	11.84	14.31
4	1012000.	68235.	.43	14.45	25.42	14.17	14.20
5	316000.	-243560.	-1.52	-75.96	-56.15	-59.79	8.63
6	647000.	-43876.	-.27	-2.64	-3.49	-11.79	5.99
7	772000.	-23171.	-.14	1.33	1.73	-6.98	2.97
8	751000.	61447.	.38	16.84	25.08	13.45	17.68
9	988000.	83838.	.52	17.88	34.32	18.32	16.02
10	840000.	65394.	.41	16.00	27.74	14.92	14.35
11	781000.	51662.	.32	14.82	21.56	11.56	15.14
12	693000.	39661.	.25	12.16	15.78	8.26	14.08
13	852000.	69308.	.43	16.81	27.99	14.64	13.60

DECISIÓN 6



Estrategia Implementada

Se incrementó la inversión en Marketing, última contratación de vendedores, se subió el precio en el área 3, se solicitó bonos.

Resultados obtenidos

Se incrementó las ventas superando a la competencia considerablemente, la acción ascendió hasta 24.59, obteniendo el 1.er lugar en nuestro grupo.

Cia N°	Ventas	Ingre. Net Imp	IPA	Retorno S. Ventas	Retorno S. Activos	Retorno S. Capital	Precio Acción
1	711000.	-9038.	-.08	8.20	6.48	-3.00	23.22
2	915000.	50713.	.35	14.31	15.80	13.32	24.59
3	74000.	-395863.	-2.47	-533.20	-99.84	-103.06	6.94
4	804000.	35734.	.22	9.78	13.90	7.29	14.92
5	625000.	12273.	.08	4.21	6.22	2.99	8.91
6	739000.	5516.	.03	4.06	6.78	1.48	6.14
7	856000.	12987.	.08	9.91	14.51	3.88	3.26
8	768000.	53071.	.33	14.06	21.88	11.79	18.33
9	678000.	43418.	.27	13.42	17.41	9.27	16.88
10	783000.	67860.	.42	17.57	28.52	15.41	16.27
11	739000.	53083.	.33	15.50	22.78	11.80	17.04
12	639000.	23686.	.15	8.43	10.13	4.88	14.57
13	830000.	67909.	.42	16.58	24.48	13.85	14.92



DECISIÓN 7



Estrategia Implementada

Se incrementó la inversión en Marketing de forma considerable, 18 en cada área, producimos en nuestra máxima capacidad, se retiró acciones, se incrementó el pago de dividendos.

Resultados obtenidos

Se incrementó las ventas, la acción ascendió hasta 26.60, mantuvimos el 1.º lugar en nuestro grupo, buena distribución y sin pérdida de vendedores.

Cia N°	Ventas	Ingre. Net Imp	IPA	Retorno S. Ventas	Retorno S. Activos	Retorno S. Capital	Precio Acción
1	716000.	4274.	.04	8.21	7.81	1.42	23.38
2	996000.	45599.	.31	14.46	17.91	11.96	26.60
3	738000.	46129.	.29	12.62	22.88	11.66	7.85
4	832000.	39993.	.25	10.37	15.56	7.99	15.72
5	743000.	53015.	.33	14.39	24.47	12.51	9.95
6	817000.	31911.	.20	9.12	17.30	8.37	6.79
7	342000.	-113484.	-.71	-19.60	-13.53	-37.01	2.00
8	799000.	60083.	.38	15.16	25.22	13.26	19.86
9	929000.	69596.	.43	15.51	27.10	14.32	18.23
10	641000.	46313.	.29	14.59	20.18	10.60	16.79
11	642000.	43011.	.27	13.51	18.02	9.50	19.00
12	1038000.	84415.	.53	16.84	31.77	16.65	16.20
13	860000.	72843.	.46	17.30	27.57	14.32	16.34



DECISIÓN 8



Estrategia Implementada

Producción a la máxima capacidad, se Incrementó la inversión en marketing solo el local, se mantuvo el precio, retiramos acciones, 2 mejoras en el producto y se incrementó el pago de dividendos.

Resultados obtenidos

Se superó el millón en las ventas, la acción ascendió hasta 29.15, mantuvimos el 1.º lugar en nuestro grupo, buena distribución y sin pérdida de vendedores.

Cia N°	Ventas	Ingre. Net Imp	IPA	Retorno S. Ventas	Retorno S. Activos	Retorno S. Capital	Precio Acción
1	632000.	2716.	.02	9.75	9.05	.90	22.99
2	1048000.	77149.	.59	19.50	27.48	23.59	29.15
3	740000.	266414.	1.67	18.52	31.86	57.63	12.90
4	759000.	46474.	.29	12.77	15.69	9.08	16.64
5	704000.	174518.	1.09	14.97	23.43	37.34	13.27
6	859000.	162444.	1.02	15.41	31.07	38.49	9.89
7	371000.	4032.	.03	8.03	8.14	1.31	2.13
8	709000.	45324.	.28	12.78	19.06	9.76	20.76
9	635000.	49261.	.31	15.89	18.76	10.13	19.55
10	787000.	58766.	.37	14.94	25.22	13.13	18.29
11	780000.	61841.	.39	15.67	25.10	13.55	21.56
12	931000.	77790.	.49	17.06	28.78	14.78	17.71
13	913000.	77132.	.48	17.02	28.39	14.61	17.84





Conclusiones



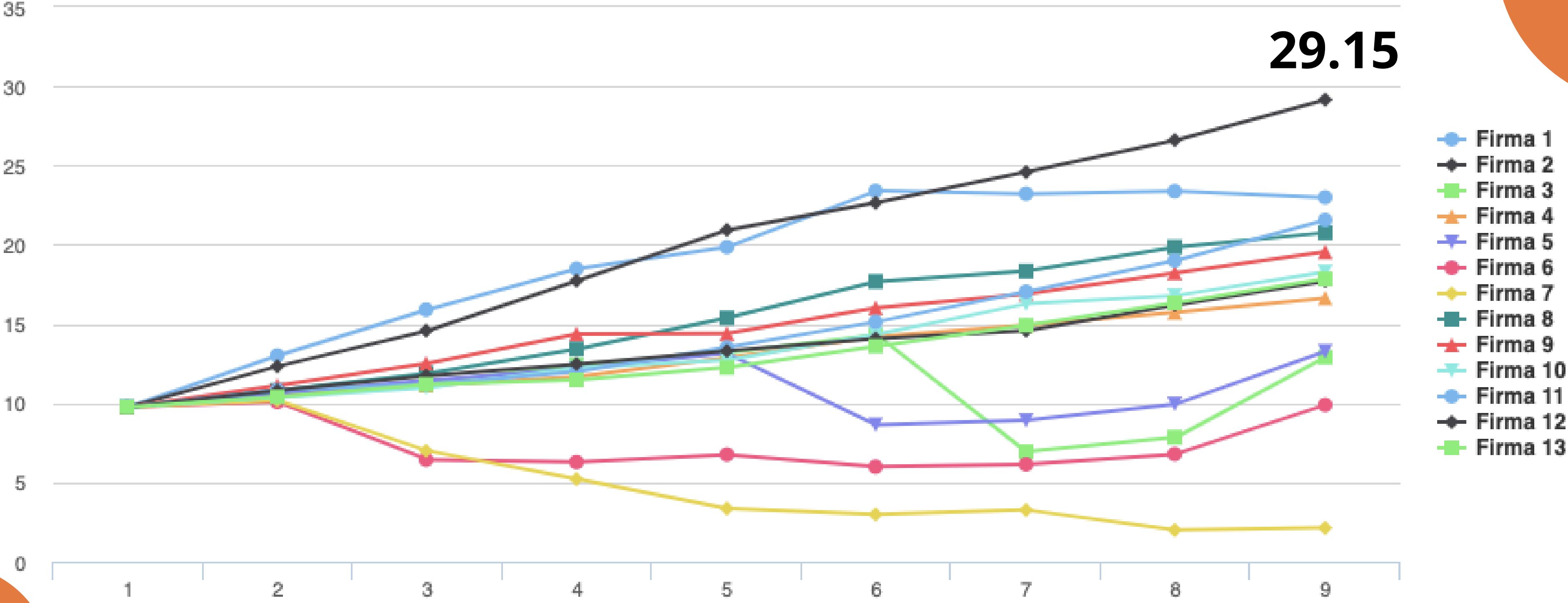
LABSAG
TENPOMATIC

UNIVERSIDAD PRIVADA
UNIFRANZ
FRANZ TAMAYO
Internacionalízate

Resultados

Resultados

29.15



Firmas	Periodo 8	Periodo 9	Periodo 10	Periodo 11	Periodo 12	Periodo 13	Periodo 14	Periodo 15	Periodo 16
Firma 1	9.76	13.01	15.90	18.48	19.85	23.40	23.22	23.38	22.99
Firma 2	9.76	12.33	14.57	17.73	20.93	22.65	24.59	26.60	29.15
Firma 3	9.76	10.47	11.26	12.42	13.19	14.31	6.94	7.85	12.90
Firma 4	9.76	10.46	11.14	11.68	12.87	14.20	14.92	15.72	16.64
Firma 5	9.76	10.64	11.44	12.17	13.15	8.63	8.91	9.95	13.27
Firma 6	9.76	10.08	6.44	6.28	6.76	5.99	6.14	6.79	9.89
Firma 7	9.76	10.17	7.00	5.21	3.35	2.97	3.26	2.00	2.13
Firma 8	9.76	10.81	11.89	13.42	15.38	17.68	18.33	19.86	20.76
Firma 9	9.76	11.12	12.52	14.38	14.40	16.02	16.88	18.23	19.55
Firma 10	9.76	10.37	10.99	12.22	12.72	14.35	16.27	16.79	18.29
Firma 11	9.76	10.83	11.19	11.99	13.52	15.14	17.04	19.00	21.56
Firma 12	9.76	10.81	11.74	12.47	13.29	14.08	14.57	16.20	17.71
Firma 13	9.76	10.40	11.19	11.47	12.25	13.60	14.92	16.34	17.84

**Como se puede ver en el recuadro se alcanzó el
tercer puesto a nivel general con un precio de
29.15**



Recomendaciones



LABSAG
TENPOMATIC

UNIVERSIDAD PRIVADA
UNIFRANZ
FRANZ TAMAYO
Internacionalízate



Mejorar la gestión de contratación:
Evalúa cuidadosamente la demanda del mercado antes de contratar personal adicional.



Optimizar la gestión de ventas: Aunque las ventas aumentaron, es esencial mejorar la capacidad de respuesta frente a la demanda.



Reducir la dependencia de préstamos:
Analiza cuidadosamente tus necesidades financieras y busca formas de reducir la dependencia de préstamos.



Expandir la planta de producción: Si los resultados económicos han sido favorables y existe un potencial para el crecimiento, considera la expansión de la planta de producción.



Continuar experimentando y apostar por la mejora del producto: Esto te permitirá adaptarte a los cambios del mercado, desarrollar nuevos productos o servicios y mantener una ventaja competitiva.



LABSAG
TENPOMATIC

UNIVERSIDAD PRIVADA
UNIFRANZ
FRANZ TAMAYO
Internacionalízate



Muchas gracias

LA PAZ-BOLIVIA

UNIFRANZ
UNIVERSIDAD PRIVADA
FRANZ TAMAYO
Internacionalízate