

# Índice

Introducción .....	4
Capítulo 1: Introducción al Simulador de Negocios .....	5
1.1 Simulador de negocios de la Universidad de Carnegie Mellon .....	6
1.1.1 Estructura del Simulador .....	6
1.1.2 Funcionamiento del simulador .....	8
1.2 Descripción de Tempo .....	10
1.2.1 Visión .....	11
1.2.2 Misión .....	11
1.2.3 Organigrama de la empresa .....	11
1.2.4 Productos .....	12
1.2.5 Mensaje de mercadotecnia de Tempo: .....	14
Capítulo 2: Planeación estratégica de Tempo .....	14
2.1 Estrategias para los diferentes productos .....	16
2.2. Decisiones estratégicas anuales .....	17
2.2.1 Objetivos del primer año .....	17
2.2.1.1 Acciones del primer año .....	18
2.2.1.1.1 Análisis de la competencia del primer año .....	21
2.2.1.1.2 Resultados del primer año .....	22
2.2.2 Objetivos del Segundo año: .....	25
2.2.2.1 Acciones del segundo año .....	25
2.2.2.1.1 Análisis de la competencia del segundo año .....	28
2.2.2.2 Resultados del Segundo Año .....	31
2.2.3 Objetivos del Tercer año: .....	34
2.2.3.1 “Un cambio en la estrategia”. Acciones del tercer año .....	35
2.2.3.2 Resultados del tercer año .....	36
Capítulo 3: Análisis retrospectivo y recomendaciones .....	38
3.1 Análisis del primer año contra el segundo, como consecuencia de los resultados del tercer año. .....	38
3.2 Recomendaciones .....	42
Conclusiones .....	44
Referencias: .....	45
Anexos .....	46

## Índice de Tablas y Figuras

Figura 1.1 .....	6
Figura: 1.2 .....	9
Figura 1.3 Organigrama de Tempo .....	10
Figura 1.4 .....	11
Figura 1.5 .....	12
Figura 2.1 Gráfica análisis del producto económico .....	13
Figura 2.2 Grafica de análisis del producto de lujo .....	13
Figura 2.3 Coeficientes de regresiones producto económico .....	17
Figura 2.4 Coeficientes de regresiones producto de lujo .....	17
Figura 2.5 Análisis de competencia, primer año .....	20
Figura 2.6 Gráfica de calidad producto de lujo .....	21
Figura 2.7 Gráfica de precios para el producto de lujo .....	21
Figura 2.8 Gráfica de la calidad del producto económico .....	22
Figura 2.9 Grafica de precios del producto de lujo .....	22
Figura 2.10 Distribución de inversión producto económico .....	26
Figura 2.11 Distribución de inversión producto de lujo .....	26
Figura 2.12 Cuadro comparativo de las estrategias de cada empresa .....	27
Figura 2.13 Precios del producto económico, segundo año .....	28
Figura 2.14 Calidad del producto económico, segundo año .....	29
Figura 2.15 Calidad del producto de lujo .....	29
Figura 2.16 Precios del producto de lujo .....	30
Figura 2.17 Ventas del producto económico .....	30
Figura 2.18 Ventas del producto de lujo .....	31
Figura 2.19 Ingresos por ventas, segundo año .....	31
Figura 2.20 Utilidad Neta del segundo año .....	32
Figura 2.21 Utilidad neta .....	35
Figura 2.22 Gráfica de Ingresos por ventas .....	36
Figura 2.23 Gráfica de ROE, todos los periodos .....	36
Figura 3.1 Gráfica de ventas netas por compañía .....	38
Figura 3.2 Utilidad neta de los 3 años por compañía .....	39