



1. Identificación del Informe Ejecutivo del diplomado en Simulación Gerencial. (Estimado estudiante, por favor lea claramente las instrucciones y sugerencias que están reseñadas en cada uno de los cuadros de trabajo)

I. INFORMACIÓN GENERAL					
Título: Diplomado en Simulación Gerencial y Liderazgo Organizacional					
Programa académico: Negocios Internacionales					
Área (s) de Conocimiento: Talento Humano, Contabilidad y Finanzas, Logística y Marketing			Área a cargo del Centro de Desarrollo Empresarial:		
Datos de los Participantes					
Nombres	Identificación	Teléfono	Correo	Semestre	Registro OMP ¹
María Camila Bravo Acevedo	1020836051	3192192704	mbravo@unbosque.edu.co	8	
Angie Daniela Calderón León	1022440779	3134418331	adcalderon@unbosque.edu.co	8	
Valentina Castro Castillo	1015468899	3152605289	vcastroca@unbosque.edu.co	8	
Juan Antonio Daza Castro	1065653691	3153298625	jadaza@unbosque.edu.co	8	
Alejandro Rafael Díaz Bracho	570697	3186909959	ardiaz@unbosque.edu.co	8	
Johan Spencer Robayo	1020835029	3203402632	jrobayo@unbosque.edu.co	8	
Darly Natalia Romero	1020836991	3133656217	dromeroj@unbosque.edu.co	8	
RESUMEN (Contiene la información necesaria para brindar una idea general del proceso realizado. Debe incluir de manera articulada: Planteamiento de la situación, contexto del ejercicio y desarrollo del mismo. Máximo 300 caracteres)					
<p><i>El simulador trata acerca de competir entre las empresas que están dentro del mismo mercado, en esta ocasión son 5 empresas que tienen 3 diferentes productos en los que se encuentra TecnoPerso, PeqElectro y DomoHogar, la idea es crecer un 10% por jugada, por medio de diferentes estrategias en las que se tiene la creación y apertura en nuevos mercados, a través del análisis se determinará cuál será la decisión adecuada. Dentro del simulador se tiene diferentes análisis en diferentes áreas de la empresa tales como marketing, logística, recursos humanos y finanzas, por medio de las cuales se podrá interpretar en qué situación está en la empresa.</i></p> <p><i>Mediante 3 jugadas que se realizarán en el transcurso del diplomado se tomarán una serie de decisiones de las cuales se definirá por medio de un ranking las empresas que ganaron más valor durante las jugadas, por esta razón hay que tener muy en cuenta los datos que nos brinda la plataforma y analizarlos de la forma correcta para que la empresa tenga un constante crecimiento.</i></p>					

¹ Espacio la Coordinación de Investigación, Emprendimiento e Innovación



Palabras clave: Simulador, Empresa, Decisiones, Mercado, Datos.

IDENTIFICACIÓN BASE DEL PROYECTO DE GRADO

Nombre del diplomado	Opción de grado: Simulación gerencial y liderazgo organizacional	Ciudad:
Lugar específico: Universidad El Bosque		
Nro. de licencia asignada al ejercicio:		
Líder Responsable del grupo de trabajo:		
Director Diplomado: Héctor Rodrigo Ospina		Fecha de Inicio: 21 de septiembre de 2019
Responsable CDE:		Fecha de terminación: 26 de octubre de 2019

2. Tabla de Contenido

1. Identificación del Informe Ejecutivo del diplomado en Simulación Gerencial. **1**

2. Tabla de contenido **2**

3. Diagnóstico situacional **3**

4. Desarrollo de las sesiones de toma de decisiones **7**

4.1 Desarrollo de las sesiones de toma de decisiones (Ronda decisión : 1) **7**

4.2 Desarrollo de las sesiones de toma de decisiones (Ronda decisión : 2)Error! Bookmark not defined.

4.3 Desarrollo de las sesiones de toma de decisiones (Ronda decisión : 3).....**20**

5. Proyección de los resultados obtenidos frente a los impactos registrados en el proyecto/programa**26**

6. Discusión y análisis**30**

7. Conclusiones**33**

8. Referencias.....**34**



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

Informe Ejecutivo, Opción de Grado, diplomado Simulación Gerencial y Liderazgo Organizacional

Registro OMP:

2. Diagnóstico situacional (complete la información derivada del uso y exploración del simulador)

<p>Descripción de la empresa asignada</p>	<p>La empresa asignada fue Gama, con dos sedes, una en Estados Unidos y la otra en México, atendemos los mercados de Estados Unidos, Canadá, América central y América del sur con 2 tipos de fábrica, una High Technology que se encuentra en Estados Unidos y una All in one que se encuentra en México. Es una empresa de productos de la tecnología para el hogar, competimos con empresas alfa, beta, delta y omega que están ubicadas en Alemania, China, México y Japón respectivamente.</p>
<p>Análisis del entorno de la empresa asignada</p>	<p>Nuestra empresa, en un principio, cuenta con dos sedes en donde se realizaba principalmente toda la producción y venta de nuestros productos. Nos encontrábamos en un mercado altamente competitivo, puesto que 4 empresas más vendían los mismos productos, sólo que se encontraban en diferente ubicación. En cuanto a nuestro mercado, nuestras mayores ventas venían por parte de los productos de Tecnología personal, sin embargo, lo que más nos generaba rentabilidad eran los productos de DomoHogar. Los mayores consumidores se encontraban en Estados Unidos y Canadá y nuestro mayor reto era aumentar tanto las ventas como generar más rentabilidad en América central y Sur, puesto que allí no teníamos tanto reconocimiento. Una de las variables estratégicas que influyeron en la toma de decisiones fue el reconocimiento que teníamos un mayor reconocimiento en los productos de DomoHogar respecto a nuestra competencia. Así mismo, la ubicación de nuestras fábricas nos brindaba una posición estratégica para lograr abrirnos a nuevos mercados sin tantos costos logísticos.</p>
<p>Análisis Estratégico</p>	<p>La empresa tiene un nivel de inventarios muy alto, por lo tanto, esto nos genera sobrecostos por almacenamiento e inventario. No contamos con liquidez puesto que no se tiene dinero en caja. Tenemos un crédito extraordinario en el cual se nos cobra a una tasa del 7,5% y finalmente, la empresa había disminuido su valor, mayormente en el valor de marca.</p> <p>El mercado en el que se ubica la empresa es amplio y grande, debido a que tiene Estados Unidos, Canadá, América central y del sur, estratégicamente las fábricas están muy bien ubicadas y se puede llegar a todas las áreas geográficas en donde la empresa se encuentra.</p>
<p>Análisis del mercado y Análisis Comercialización</p>	<p>Para nuestra primera jugada, teniendo en cuenta que nuestro mercado era todo el continente americano, pudimos observar que TecnoPerso era el tipo de producto que más volumen de ventas y margen sobre el mismo, nos representaba, por ello, decidimos invertir en su promoción para aumentar el nivel de ventas ya que a pesar de que tenía una excelente salida, contábamos con un considerable número en inventario, además decidimos invertir en la innovación y tecnología para aumentar aún más el margen de cada producto, nuestro mercado en USA y Canadá demandaba un poco más de</p>



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

Informe Ejecutivo, Opción de Grado, diplomado Simulación Gerencial y Liderazgo Organizacional

Registro OMP:

	<p>TecnoPerso, PeqElectro y DomoHogar, así que consideramos invertir en marketing, promoción, tecnología e innovación en nuestros productos para llegar a esa demanda que no estábamos cubriendo. En la competencia pudimos observar que en América Central nuestra competencia era Delta y con precio competitivos, en TecnoPerso nosotros manejamos un precio menor, pero sólo con \$2 dólares de diferencia, y era el producto más económico, pero en nuestro producto, más costoso, DomoHogar, teníamos una diferencia de \$42 dólares, siendo ellos más económicos, y allí sí podrían impactarnos, ya que es el producto más costoso, y por el mercado y sus ingresos PérCapita (\$3500), es un poco más complicado de vender pero tampoco podíamos ser una empresa económica, teniendo en cuenta que nuestro enfoque estaba en este producto y producimos en Estados Unidos, lo cual también representaba un costo y posible calidad más alta. En PeqElectro también teníamos \$1 de diferencia, siendo nosotros más costosos, ellos eran nuestra única competencia allí.</p> <p>En USA y Canadá también, nuestra única competencia es Delta, allí, en todos los productos, su precio se encuentra por debajo del nuestro, sin embargo, en este mercado quisimos invertir bastante a la promoción pues nos encontrábamos bien posicionados y el mercado suele buscar alta tecnología y de excelente calidad, además de que a pesar de que Delta estuviese en ambos lugares, nuestra ventaja se encontraba en que nosotros no teníamos costes logísticos allí, debido a que contábamos con una fábrica HighTechnology en Estados Unidos, y AllInOne en México.</p>
<p>Análisis de producto</p>	<p>Contábamos con tres productos diferentes, Tecnoperso, PeqElectro y DomoHogar con un área de influencia ubicada en Estados Unidos y Canadá en donde vendemos más unidades.</p> <p>El producto que deja a la empresa un mayor beneficio es el DomoHogar dado que es un producto innovador, que tiene mucha tecnología y el mercado es innovador por lo que se siente atraído hacia el producto. Así mismo, dicho producto es el de mayor precio, esto debido a que cuenta con altos niveles de tecnología e innovación.</p>
<p>Análisis económico y Financiero</p>	<p>Uno de los factores económicos a tener en cuenta para la toma de decisiones es el valor de la compañía, dado que es el indicador que nos ubica en el ranking y nos posiciona en el mercado y esto también influye en cómo nos ven las personas y que imagen reflejamos en ellos, otro factor es el nivel de inventario, dado que este genera sobrecostos dependiendo de la cantidad que se tenga del mismo, además si se tiene mucho inventario significa que no se está vendiendo mucho y de la misma manera se sigue con la producción, también es importante el ratio de endeudamiento que da una idea de cómo está la empresa frente al endeudamiento de esta.</p>



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

Informe Ejecutivo, Opción de Grado, diplomado Simulación Gerencial y Liderazgo Organizacional

Registro OMP:

Los ingresos son uno de los factores más relevantes puesto que a través de este podemos determinar que tanta liquidez podría llegar a tener la empresa y con qué presupuesto se cuenta para realizar la siguiente jugada.
La importancia de esto dentro del simulador es la guía para poder tomar decisiones que hagan que la compañía siga mejorando y generando crecimientos significativos, teniendo en cuenta que lo ideal es un crecimiento del 10% por periodo jugado.

Análisis Organizacional

Estructura

Estructura	
Director General	Valentina Castro
Director Marketing	Juan Antonio Daza
Director Logística	Johan Robayo
Director RRHH	Alejandro Díaz
Director Finanzas	Darly Robayo
Analista General	Daniela Calderón
Analista Financiera	María Camila Bravo

Fábricas

Fábricas	Tipo Fábrica	Tecnología
USA Y CANADÁ	High Technology	6
AMÉRICA CENTRAL Y SUR	All in one	4

La sede de la empresa se encuentra en Estados Unidos



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

Informe Ejecutivo, Opción de Grado, diplomado Simulación Gerencial y Liderazgo Organizacional

Registro OMP:

Análisis de desarrollo tecnológico y digital

La empresa tiene unos niveles de innovación buenos en una escala del 1 al 10, se tiene productos con más nivel que otros, pero en general son productos innovadores.

Innovación	
TecnoPerso	6
PeqElectro	5
DomoHogar	4

Como se refleja en el cuadro, el producto con menor nivel es el DomoHogar, que siendo el producto más competitivo y que deja mayor margen de ganancia, es una oportunidad que se tiene con ese producto y que puede llegar a ser el más competitivo en el mercado.



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

Informe Ejecutivo, Opción de Grado, diplomado Simulación Gerencial y Liderazgo Organizacional

Registro OMP:

4. Desarrollo de las sesiones de toma de decisiones (Por cada ronda de decisiones que se realicen, se deben usar los cuadros del punto número 4. Para registrar los resultados de cada ronda y proceder a generar el análisis final.)

INTERPRETACIÓN DE INDICADORES CLAVE

Compañía: Gama

Ronda decisión: 1

Describe los indicadores clave más relevantes y realiza un análisis de la situación actual.

	INDICADOR CLAVE	DEFINICIÓN	ANÁLISIS
1.	Valor de Compañía	Es un indicador que toma en cuenta varios parámetros de la empresa y que ubica en una posición a la empresa dentro del mercado	En la primera jugada pasamos de estar 3151 a 3350 con un crecimiento del 6,33% en valor lo que significa que nos posicionamos más como empresa, recuperando el valor que había perdido en años anteriores, nos deja en el puesto #2 del ranking.
2.	Ingresos	Indicador que refleja las ventas que se realizaron directo, no cuanta las que están por financiación	En la primera jugada pasamos de 49'234.867 a 49'620837 lo que significa que aumentaron los ingresos en un 0,8%,
3.	Ratio de endeudamiento	Es un indicador que mide la dependencia que tiene la empresa de financiación ajena (Proveniente de bancos) para poder balancear las cuentas.	El ratio de endeudamiento de la empresa estaba en 0,35 en el momento que nos la entregaron y después de la primera jugada el ratio pasó a 0,28 disminuyendo en un 20%
4.	Innovación del producto	Es el indicador que mide el nivel de innovación que tienen los productos.	Cuando nos entregaron la compañía la innovación se encontraba en 5,0 en una escala de 1 a 10 y después de la primera



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

Informe Ejecutivo, Opción de Grado, diplomado Simulación Gerencial y Liderazgo Organizacional

Registro OMP:

			jugada pasamos a 5,3 ganando un 6,6% en este indicador.
5.	Tecnología industrial	Este indicador mide el nivel que tiene las fábricas en tecnología para poder tener mejores productos y poder innovar.	Al empezar este indicador se encontraba en 5,0 en una escala de 1 a 10, después de la primera jugada pasamos a 6,0 ganando un 20% lo que significa que mejoramos significativamente y tenemos unas fábricas más tecnológicas.



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

Informe Ejecutivo, Opción de Grado, diplomado Simulación Gerencial y Liderazgo Organizacional

Registro OMP:

RELACIÓN DECISIONES - INDICADORES CLAVE

Compañía: Gama

Ronda decisión: 1

Relaciona cada indicador clave con las decisiones que permiten modificarlos o tienen relación directa.

INDICADOR CLAVE	DECISIONES
Valor de Marca	Esto se logra mediante la inversión que se hace a promoción en USA y Canadá en TecnoPerso, PeqElectro y DomoHogar y en América Central y del Sur en pequelectro con porcentajes de 9% y 10%.
Innovación	En innovación decidimos hacer una inversión en domótica que es el producto en el que más nos destacamos por lo que aumentamos en un 10% la inversión.
Tecnología	En tecnología decidimos que sería buena idea invertir u volver la fábrica más competitiva frente a las otras empresas, por lo que invertimos el 6% en la fábrica de High Technology
Capacitación	Por la inversión que habíamos realizado en innovación y tecnología teníamos que hacer una inversión en la capacitación de nuestros empleados, decidimos hacer una inversión del 6% y subir el nivel de marketing, innovación y tecnología.



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

Informe Ejecutivo, Opción de Grado, diplomado Simulación Gerencial y Liderazgo Organizacional

Registro OMP:

ANÁLISIS DE CAUSAS

Compañía: Gama

Ronda decisión: 1

Describe algunos resultados relevantes que consideres positivos, e identifica las causas que han motivado esta evolución.

RESULTADOS POSITIVOS	PRINCIPALES CAUSAS
Unidades Vendidas	Pasamos de vender 373.741 a 374,160, no son muchas unidades de diferencia debida a la poca variación del 0,1% y esto se da gracias a la promoción del producto, se pudo rotar un poco más el inventario y salir de más unidades.
Valor de compañía	Pasamos de 3151 a 3350, ganando un 6,33% en valor. Esto se da gracias a la gran inversión que se hizo en promoción del producto, en dar a conocer y posicionar mejor el producto en el mercado.
Nivel Tecnológico	El nivel tecnológico aumentó en las 2 fábricas que tenemos en la fábrica All in one pasamos de tener un nivel tecnológico de 4 a 5 y en la fábrica High technology pasamos de 6 a 7, esto se da gracias a la inversión que hicimos del 6% y convertimos nuestras fábricas más competitivas y también nos ayuda la inversión que se hace en capacitación de los empleados.
Ratio de endeudamiento	Disminuimos el ratio de endeudamiento de 0,35 a 0,28 y esto dado que no pedimos ningún préstamo ni a corto ni a largo plazo, el crédito extraordinario que se tenía se pagó y aumentamos nuestras cuentas del activo

Describe algunos resultados relevantes que consideres negativos, e identifica las causas que han motivado esta evolución.

RESULTADOS NEGATIVOS	PRINCIPALES CAUSAS
Beneficio Neto	En la primera jugada pasamos de tener un beneficio neto de 4'275.555 a tener 4'035.030 esto debido al aumento en la inversión en innovación y tecnología, por consiguiente, hubo un incremento los gastos de I+D



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

Informe Ejecutivo, Opción de Grado, diplomado Simulación Gerencial y Liderazgo Organizacional

Registro OMP:

ANÁLISIS ESTADO DE RESULTADOS

Compañía: Gama

Ronda decisión: 1

Indica en el cuadro siguiente, los 5 conceptos o partidas de tu informe de resultados (ingresos, coste de las ventas, margen, utilidad/beneficio,...) que más han variado y especifica el motivo de tal variación. Puedes indicar tanto variaciones positivas como negativas.

Concepto	Porcentaje Variación	Motivo Variación
Ingresos Totales	0,8%	Tuvimos más unidades vendidas que el periodo anterior pero no la cantidad suficiente para tener un crecimiento mayor.
Beneficio Neto	-5,6%	Disminuye porque a pesar de que vendimos más, tuvimos más gastos en I+D, personal, marketing, esto dado a la decisión que tomamos en invertir en promoción, aumentar innovación y tecnología.
Costes de fabricación	-1,4%	Disminuye gracias a la tecnología e innovación, pero también porque aumentamos la producción de productos en Domótica.



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

Informe Ejecutivo, Opción de Grado, diplomado Simulación Gerencial y Liderazgo Organizacional

Registro OMP:

ANÁLISIS INDICADORES CLAVE

Compañía: Gama

Ronda decisión: 1

Indica en el cuadro siguiente, los 5 Indicadores Clave que más han variado y especifica el valor del periodo actual y el del anterior. Puedes indicar tanto variaciones positivas como negativas. Indica un valor objetivo para el siguiente periodo.

Indicador	Valor Periodo Anterior	Valor Periodo Actual	Valor Objetivo Siguiete Periodo
Valor compañía	3.151	3.350 Variación: 6,3%	3.618 Variación: 8% (IDEAL)
Unidades vendidas	373.741	374.160 Variación: 0,1%	404.092,8 Variación: 8% (Queremos vender en la misma proporción que el valor de compañía)



INTERPRETACIÓN DE INDICADORES CLAVE

Compañía: Gama

Ronda decisión: 2

Describe los indicadores clave más relevantes y realiza un análisis de la situación actual.

	INDICADOR CLAVE	DEFINICIÓN	ANÁLISIS
1.	Valor de Compañía	Es un indicador que toma en cuenta varios parámetros de la empresa y que ubica en una posición a la empresa dentro del mercado	En la segunda jugada no tuvimos los resultados que esperábamos, dado que en esta jugada crecimos en un 0,23% consideramos que esto se da a las decisiones algo conservadoras que tomamos en esta jugada.
2.	Ingresos	Indicador que refleja las ventas que se realizaron directo, no cuenta las que están por financiación	Los ingresos de la empresa aumentaron en un 8% pasando de tener ingresos de 49'620.837 a tener 53'597.911 cifra que nos favorece, por lo que la intención que teníamos con la jugada que realizamos en cierta parte se cumplió
3.	Ratio de endeudamiento	Es un indicador que mide la dependencia que tiene la empresa de financiación ajena (Proveniente de bancos) para poder balancear las cuentas.	Este indicador pasó de estar en 0,28 a 0,29 aumentando en un 3,6%, esto se da porque aunque disminuimos nuestra deuda en un 6,1% nuestras cuentas de proveedores aumentaron en un 10%.
4.	Innovación del producto	Es el indicador que mide el nivel de innovación que tienen los productos.	Pasamos de estar en 5,3 a 5,7 creciendo en un 6,4%, algo que es muy significativo y que nos beneficia en el momento de ofrecer un producto más competitivo con respecto a las demás empresas.



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

Informe Ejecutivo, Opción de Grado, diplomado Simulación Gerencial y Liderazgo Organizacional

Registro OMP:

5.	Tecnología industrial	Este indicador mide el nivel que tiene las fábricas en tecnología para poder tener mejores productos y poder innovar.	Igualmente, en este indicador pasamos de 6,0 a 7,0 aumentando un 16,7% con respecto al año anterior, esto significa que nuestras fábricas tienen una tecnología alta y están altamente desarrolladas para producir con los niveles de innovación que esperamos.
----	-----------------------	---	---



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

Informe Ejecutivo, Opción de Grado, diplomado Simulación Gerencial y Liderazgo Organizacional

Registro OMP:

RELACIÓN DECISIONES - INDICADORES CLAVE

Compañía: Gama

Ronda decisión: 2

Relaciona cada indicador clave con las decisiones que permiten modificarlos o tienen relación directa.

INDICADOR CLAVE	DECISIONES
Valor de mercado	En esta jugada decidimos abrir otro mercado para poder disminuir el inventario que teníamos y así poder generar más ingresos, en cuanto a valor de mercado disminuimos un 0,24% interpretamos esto por el aumento en gastos que tuvimos dada la internacionalización y aunque aumentamos los ingresos no fue lo suficiente para tener un mejor resultado.
Innovación	En cuanto a innovación en esta segunda jugada decidimos dejar la misma inversión que teníamos en la jugada pasada y nos funcionó porque aumentamos un 6,4% respecto al año anterior.
Unidades vendidas	Pasamos de vender 374.160 a vender 406.965 esto lo relacionamos con la apertura de un nuevo mercado que fue Japón, consideramos que fue una buena decisión ya que en Japón vendimos 74.274 unidades y en un mercado en el que ya estábamos ubicados como lo es América Central y del sur vendimos 42.25 lo que significa que en Japón vendimos 32.024 unidades más siendo un este un mercado al que acabamos de ingresar.
Capacitación	En esta jugada como tomamos la decisión de entrar a otro mercado, tuvimos que invertir y destinar mayor importancia al rubro de logística internacional, debido a que iba ser una de las áreas más relevantes en el proceso por la exportación que se debía realizar para poder llevar los productos a Japón.



ANÁLISIS DE CAUSAS

Compañía: Gama

Ronda decisión: 2

Describe algunos resultados relevantes que consideres positivos, e identifica las causas que han motivado esta evolución.

RESULTADOS POSITIVOS	PRINCIPALES CAUSAS																											
Caja	En esta segunda jugada aumentamos la caja en un 193,6% pasando de tener 2'820.711 a tener 8'241.340																											
Coste unitario de producción	Es esta jugada disminuimos el coste para cada producto y además logramos esto en las 2 fábricas que tenemos. <table border="1" data-bbox="779 783 1541 951"> <caption>Costes unitario de fabricación por producto y país. Gama</caption> <thead> <tr> <th rowspan="2"></th> <th colspan="3">2020</th> <th colspan="3">2019</th> </tr> <tr> <th>TecnoPerso</th> <th>PeqElectro</th> <th>DomoHogar</th> <th>TecnoPerso</th> <th>PeqElectro</th> <th>DomoHogar</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>México</td> <td>72</td> <td>19</td> <td>317</td> <td>74</td> <td>20</td> <td>327</td> </tr> <tr> <td>USA</td> <td>110</td> <td>29</td> <td>390</td> <td>116</td> <td>30</td> <td>399</td> </tr> </tbody> </table>		2020			2019			TecnoPerso	PeqElectro	DomoHogar	TecnoPerso	PeqElectro	DomoHogar	México	72	19	317	74	20	327	USA	110	29	390	116	30	399
	2020			2019																								
	TecnoPerso	PeqElectro	DomoHogar	TecnoPerso	PeqElectro	DomoHogar																						
México	72	19	317	74	20	327																						
USA	110	29	390	116	30	399																						
Ingresos	Logramos en esta jugada aumentar nuestro ingreso en un 8.0%, aumentando la cuenta en 3'977.074 esto dado a la entrada a un nuevo mercado que nos ayuda a rotar más producto y lograr vender más de lo que esperábamos si no abríamos un mercado.																											

Describe algunos resultados relevantes que consideres negativos, e identifica las causas que han motivado esta evolución.

RESULTADOS NEGATIVOS	PRINCIPALES CAUSAS
Valor de mercado	En la segunda jugado disminuimos el valor de mercado en un 0,24% consideramos que esto se da por todos los costos que aumentamos dado a la entrada de otro mercado, está claro que penetrar un nuevo mercado es muy difícil y más cuando hay empresas ya posicionadas en el país.



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

Informe Ejecutivo, Opción de Grado, diplomado Simulación Gerencial y Liderazgo Organizacional

Registro OMP:

Valor de Marca

En este indicador pasamos de estar en 54 a 46 en una escala de 10 a 100 esto como decía anteriormente esto se da al entrar a un nuevo mercado, el valor que tiene la marca en los otros mercados no soporta el poco valor que se gana en un nuevo mercado por lo que se empieza ganar valor de marca después de unos periodos en el mercado.



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

Informe Ejecutivo, Opción de Grado, diplomado Simulación Gerencial y Liderazgo Organizacional

Registro OMP:

ANÁLISIS ESTADO DE RESULTADOS

Compañía: Gama

Ronda decisión: 2

Indica en el cuadro siguiente, los 5 conceptos o partidas de tu informe de resultados (ingresos, coste de las ventas, margen, utilidad/beneficio,...) que más han variado y especifica el motivo de tal variación. Puedes indicar tanto variaciones positivas como negativas.

Concepto	Porcentaje Variación	Motivo Variación
Ingresos Totales	8.0%	Tuvimos muchas más unidades vendidas que el periodo anterior, esto también gracias al nuevo mercado en el que vendimos una gran cantidad y pudimos obtener una gran variación en los ingresos lo que nos favorece.
Beneficio Neto	13.7%	En este periodo logramos tener una variación positiva y alta gracias a las ventas altas que tuvimos y a pesar de que los gastos aumentaron tuvimos un ingreso mayor y por eso un beneficio igualmente mayor.
Costes de fabricación	3,7%	El costo de fabricación lo aumentamos en un 3,7% esto dado que aumentamos la fabricación en 2000 unidades en cada producto en las 2 fábricas para así poder suplir el nuevo mercado.



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

Informe Ejecutivo, Opción de Grado, diplomado Simulación Gerencial y Liderazgo Organizacional

Registro OMP:

ANÁLISIS INDICADORES CLAVE

Compañía: Gama

Ronda decisión: 2

Indica en el cuadro siguiente, los 5 Indicadores Clave que más han variado y especifica el valor del periodo actual y el del anterior. Puedes indicar tanto variaciones positivas como negativas. Indica un valor objetivo para el siguiente periodo.

Indicador	Valor Periodo Anterior	Valor Periodo Actual	Valor Objetivo Siguiete Periodo
Valor compañía	3.350	3.151 Variación: -0,24%	3.403 Variación: 8% (IDEAL)
Unidades vendidas	374.160	406.965 Variación: 8,8%	439.522 Variación: 8% (Queremos vender en la misma proporción que el valor de compañía)



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

Informe Ejecutivo, Opción de Grado, diplomado Simulación Gerencial y Liderazgo Organizacional

Registro OMP:

INTERPRETACIÓN DE INDICADORES CLAVE

Compañía: Gama

Ronda decisión: 3

Describe los indicadores clave más relevantes y realiza un análisis de la situación actual.

	INDICADOR CLAVE	DEFINICIÓN	ANÁLISIS
1	Valor de Compañía	Es un indicador que toma en cuenta varios parámetros de la empresa y que ubica en una posición a la empresa dentro del mercado	En la última jugada que tuvimos pasamos de tener un valor de 3342 a 3531 lo que nos da entender que la jugada que realizamos estuvo bien planteada y también fue la jugada en que más ganamos valor.
2	Ingresos	Indicador que refleja las ventas que se realizaron directo, no cuanta las que están por financiación	En esta última jugada pasamos de tener ingresos de 53'597.911 a tener unos ingresos de 75'785.153 lo que significa que aumentaron nuestros ingresos aumentaron en un 41,4%,



RELACIÓN DECISIONES - INDICADORES CLAVE

Compañía: Gama

Ronda decisión: 3

Relaciona cada indicador clave con las decisiones que permiten modificarlos o tienen relación directa.

INDICADOR CLAVE	DECISIONES
Número de fábricas	En esta última jugada pasamos de tener 2 fábricas a tener 3, esta decisión la tomamos porque las 2 fábricas que teníamos ubicadas en USA y México estaban en una capacidad del 97% por lo que si queríamos abrir otros mercados las fábricas no nos iban a dar abasto, por lo que abrimos una nueva fábrica en Malasia.
Número de mercados	Así como decidimos abrir una fábrica también tomamos la decisión de entrar a 2 nuevos mercados para que el valor de la fábrica se cubriera con las ventas de los demás mercados, antes de esta jugada estábamos en 3 mercados USA y Canadá, América Central y del Sur y Japón, en la tercera jugada decidimos entrar al mercado de China y Resto de Asia, esta decisión la tomamos por la cercanía de la fábrica con estos países por lo que iba a ser fácil llevar los productos a estos países.
Innovación del producto	Con respecto a la innovación del producto en esta jugada decidimos hacer una inversión mayor con respecto a los periodos anteriores esto por lo que teníamos una fábrica más en la que teníamos que invertir y proporcionar un nivel parecido o igual a lo que teníamos en las otras 2 fábricas.
Tecnología	En esta jugada todo lo asociamos con la apertura de la nueva fábrica por lo que también teníamos que invertir en cuestiones de tecnología para que la fábrica fuera óptima para producir y en los niveles de esperábamos tener para los nuevos mercados.



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

Informe Ejecutivo, Opción de Grado, diplomado Simulación Gerencial y Liderazgo Organizacional

Registro OMP:


ANÁLISIS DE CAUSAS

Compañía: Gama

Ronda decisión: 3

Describe algunos resultados relevantes que consideres positivos, e identifica las causas que han motivado esta evolución.

RESULTADOS POSITIVOS	PRINCIPALES CAUSAS
Unidades Vendidas	En este periodo tuvimos una respuesta muy significativa frente a las unidades vendidas ya que pasamos de vender 406.965 unidades en el periodo anterior a vender 603.869 unidades teniendo un crecimiento del 48.4% esto lo relacionamos con los nuevos mercados a los que entramos que nos ayudaron a impulsar las ventas.
Valor de compañía	Pasamos de 3342 a 3531, ganando un 5,66% en valor. Esto se por la expansión que tuvimos a nivel de resultados económicos, que fueron muy buenos, innovación y participación de mercado, que nos permite posicionarnos y ganar valor como empresa.
Nivel Tecnológico	A nivel tecnológico en la fábrica All in one pasamos de estar en 6 a estar en 7 y en la fábrica de High Technology pasó de 8 a 9 lo que significa que la inversión que hicimos en este periodo nos ayudó a aumentar el nivel tecnológico que tienen nuestras fábricas y así poder volverlas más competitivas y poder disminuir ciertos gastos que la fábrica implica.
Ratio de endeudamiento	En esta tercera jugada pasamos de tener una ratio de endeudamiento de 0,29 a 0,43 esto se da por el préstamo a corto plazo de 5'000.000 que hicimos para cubrir diferentes cuentas.

		<p align="center">FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS</p> <p align="center">Informe Ejecutivo, Opción de Grado, diplomado Simulación Gerencial y Liderazgo Organizacional</p>	<p align="center">Registro OMP:</p>
---	--	---	-------------------------------------

Describe algunos resultados relevantes que consideres negativos, e identifica las causas que han motivado esta evolución.

RESULTADOS NEGATIVOS	PRINCIPALES CAUSAS
Valor de la marca	En la tercera jugada pasamos de tener un valor de marca de 46 a 35 teniendo una variación de -26,7% con respecto al año anterior, esto lo interpretamos en la entrada a nuevos mercados ya que no es fácil penetrar mercados y ganar valor en mercados en los que ya existen empresas y marcas posicionadas por lo que nuestro valor de marca tiende a disminuir.
Ratio de endeudamiento	En la tercera jugada por el préstamo que solicitamos de 5'000.000 aumentamos nuestro ratio de endeudamiento de 0,29 a 0,43 aumentando en un 48.3%.



ANÁLISIS ESTADO DE RESULTADOS

Compañía: Gama

Ronda decisión: 3

Indica en el cuadro siguiente, los 5 conceptos o partidas de tu informe de resultados (ingresos, coste de las ventas, margen, utilidad/beneficio,...) que más han variado y especifica el motivo de tal variación. Puedes indicar tanto variaciones positivas como negativas.

Concepto	Porcentaje Variación	Motivo Variación
Ingresos Totales	41.4%	El motivo esta variación que es muy positiva ya que pasamos de tener unos ingresos de 53'597.911 a 75'785.153 es por el aumento en las unidades vendidas que tuvimos en este periodo al penetrar 2 nuevos mercados.
Beneficio Neto	125,8%	En este indicador tuvimos una variación muy significativa dado que tuvimos un porcentaje de variación mayor al 100% pasando de 4'587.010 a 10'756.051 esto gracias a que tuvimos unos ingresos muy superiores que nos ayudaron a disminuir el impacto de los costos y gastos dentro del beneficio neto.
Gastos de marketing	69,2%	En los gastos de marketing aumentamos un porcentaje alto pasando de 5'273.067 a 8'920.572 esto se da por la inversión que hicimos en poner delegaciones comerciales en Japón y en USA para poder tener una presencia más fuerte en estos mercados.



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

Informe Ejecutivo, Opción de Grado, diplomado Simulación Gerencial y Liderazgo Organizacional

Registro OMP:

ANÁLISIS INDICADORES CLAVE

Compañía: Gama

Ronda decisión: 3

Indica en el cuadro siguiente, los 5 Indicadores Clave que más han variado y especifica el valor del periodo actual y el del anterior. Puedes indicar tanto variaciones positivas como negativas. Indica un valor objetivo para el siguiente periodo.

Indicador	Valor Periodo Anterior	Valor Periodo Actual	Valor Objetivo Siguiete Periodo
Valor compañía	3.342	3.531 Variación: 5,66%	No tenemos siguiente periodo
Unidades vendidas	406.966	603.869 Variación: 48,4%	No tenemos siguiente periodo

5. Proyección de los resultados obtenidos frente a los impactos registrados en el proyecto/programa.

Tipo de impacto	Descripción del impacto	Proyección del impacto, resultado del indicador
Impacto Resultado final del ejercicio	<p>En la última jugada al abrir fabrica y 2 nuevos mercados tuvimos un crecimiento del 5,66%, esto resultó en que nuestras ventas incrementaron y nuestra empresa tuviera un año satisfactorio en comparación con el anterior, consideramos que fue una decisión muy acertada porque, aunque es cierto que nuestro valor de marca disminuyó de 46 a 35, nuestro valor de compañía incrementó al invertir fuertemente en promoción e innovación. Al entrar a nuevos mercados y volvernos más competitivos es comprensible que nuestro valor de marca bajará en el primer año de ingreso a los nuevos mercados, pero a futuro y con la inversión en los aspectos ya mencionados, la variable se tornaría eventualmente a nuestro favor.</p>	<p>En cuanto a nuestra proyección, desde la jugada de prueba hasta la última tuvimos en claro cuál sería nuestra estrategia, optamos por no tener un ratio de endeudamiento muy alto por lo que en la primera jugada fuimos conservadores e invertimos en promoción, tecnología e innovación sin abrir fábrica o nuevos mercados, para la segunda jugada ya pensábamos hacerlo con los resultados de la consultoría solicitada, y estos resultados nos arrojaron que el mercado adecuado era Japón debido a la alta demanda que se solicitaba, abrimos mercado de acuerdo a nuestra estrategia en Japón sin tener que solicitar ninguna clase de crédito y con un endeudamiento menor al 0.29% con muchas cuentas por cobrar, sin mencionar que nuestro valor de caja era bastante alto, al hacerlo ya teníamos garantizado un alce de las ventas por que los otros mercados ya estaban funcionando y con la inclusión de este nuevo, estaba claro el alcance que tendríamos, optamos por aumentar nuestra producción para suplir los 3 mercados e invertir nuevamente en tecnología, innovación y promoción sin descuidar ningún mercado. Por último y con las ganancias generadas por el nuevo mercado en la última jugada finalmente abrimos una fábrica y 2 nuevos mercados sin tener que endeudarnos mayormente y con un balance general y estado de resultados óptimos.</p>
Impacto sobre la productividad	<p>En cuanto a la productividad nos enfocamos que no decreciera por lo que tomamos decisiones para reducir nuestros costes de producción, aumentando nuestra innovación</p>	<p>Nuestra proyección desde el principio era reducir los costes de producción mediante la innovación de nuestros productos y la ubicación estratégica de los mercados, por lo que decidimos mejorar las técnicas</p>

	e inversión en tecnología, esto generó que aumentará el nivel tecnológico de nuestra fábrica, e incrementó el valor de la compañía.	de producción de nuestras fábricas aumentando la tecnología de estas y controlando el stock de nuestros productos, promocionándolos de forma adecuada para incentivar su venta y sobre todo aumentando nuestra capacidad logística de distribución a los mercados de apertura.
Impacto sobre la competitividad	Nuestra competitividad en cuanto a producción y calidad de producto mejoró notablemente desde la primera jugada gracias a la inversión en tecnología, fábricas y publicidad a la hora de abrir mercado, brindando un valor agregado a nuestros productos sobre la competencia que era la excelente calidad por encima del precio. Los costes de fabricación también hicieron que lográramos ser mucho más competitivos ya que redujeron. Con la apertura de la fábrica en Malasia reducimos notablemente los costes logísticos así llegando al mercado asiático con precios muy competitivos y afectando las compañías que ya se ubicaban en estos países con fábricas y con casi la totalidad del mercado ganado.	Nuestra proyección desde el principio fue que nuestra empresa tuviera el mayor porcentaje de Market share y fuera la que vendiera los productos con mayor rentabilidad, al ver las empresas más fuertes estaban ubicadas en el mercado asiático decidimos entrar a competir con calidad y precio y los resultados de esta decisión fueron positivos a pesar de que no pudimos ganar el mayor porcentaje de Market share escalamos en la tabla de posiciones y nuestras ventas a nivel general incrementaron un 48,4%.
Impacto sobre el mercado de la empresa	Tuvimos un aumento en la participación del mercado especialmente luego de la segunda y tercera jugada pues fue allí cuando decidimos internacionalizarnos, luego de estudiar la competencia, observar el comportamiento del mercado y con ayuda de los consultores decidimos incursionar primero en Japón y Corea donde tuvimos una gran acogida, sin embargo no vendimos las unidades que se esperaban por esta razón entramos a competir en el resto de Asia y China y fue allí donde	En cuanto al mercado tuvimos un crecimiento bastante importante puesto que para la segunda y tercera jugada incursionamos en los mercados de Japón y Corea, China y el resto de Asia, por lo cual mejoramos nuestras ventas y nuestro valor como compañía creció. Para el ejercicio final obtuvimos un resultado de 321 puntos para el 2020 presentando un aumento de 25 puntos para los últimos 4 años lo cual es bastante considerable, además de esto gracias a dicho incremento se aumentaron las unidades vendidas, la mayor

	nuestras ventas se dispararon, especialmente para Pequelectro y Tecnoperso hablando de volumen, sin embargo hay que tener en cuenta que aunque de DomoHogar vendimos menos unidades este es el producto que más rentabilidad nos dejaba por unidad vendida.	variación se presentó en Pequelectro pasando de 7,7% en 2018 a 18,1% en 2021.
Impacto sobre la Innovación	La innovación fue un pilar fundamental el cual tuvimos en cuenta en cada una de las jugadas, ya que observamos que nuestra compañía se enfoca principalmente en producir High Technology, la inversión que se dio a la innovación fue muy alta y esto impactó positivamente el valor de marca de la compañía, y nos dio la posibilidad de ser más competitivos por calidad en el mercado asiático que decidimos abrir.	La proyección que tuvimos de nuestros productos a futuro siempre irá a la par con su innovación ya que entendemos que el mercado cambia todo el tiempo y si nuestra competencia innova y nosotros lo dejamos de hacer nos terminarán eliminando del mercado.
Impacto sobre la Procesos organizaciones	Hablando de los procesos organizacionales tuvimos diferentes enfoques en las jugadas que realizamos, principalmente en la capacidad de logística internacional, la tecnología industrial y los sistemas de dirección	Tomamos estas decisiones para facilitar los procesos de internacionalización con un producto que fuera bueno y muy avanzado tecnológicamente. Con un resultado positivo en estos ámbitos y también fortaleciendo pilares importantes como la gestión del talento y los sistemas de dirección en la empresa.
Impacto sobre los estados financieros	Después de nuestra última jugada los resultados sobre los estados financieros fueron realmente buenos y positivos en general, exceptuando el préstamo a largo plazo, pero de hecho, esto sólo sucedió en este escenario, debido a que tomamos un crédito a largo plazo, que a pesar de que sabíamos que ya no haríamos uso de él debido a que era la última jugada, lo hicimos por entender cómo sería su manejo e impacto sobre nuestros estados financieros, y en caso de que la empresa llegase a necesitar algo de solvencia, debido a	En un inicio mantuvimos una posición conservadora, éramos una empresa con un excelente ratio de endeudamiento, el más bajo de todos, y así lo estuvimos manteniendo, en la primera jugada queríamos reforzar nuestros mercados actuales, en la segunda estudiar mercados y diferentes posibilidades, y con ello en la tercera podríamos abrir la nueva fábrica con una excelente condición económica y capacidad de endeudamiento, y así fue, tomamos el crédito al final realmente por precaución de que la empresa pudiese necesitar solvencia, pero no por necesidad,




FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

Informe Ejecutivo, Opción de Grado, diplomado Simulación Gerencial y Liderazgo Organizacional

Registro OMP:

que también habíamos adquirido una nueva fábrica en Malasia y con ello una deuda, sin embargo nuestros ingresos crecieron un 41%, nuestros costes de fabricación, de logística, ventas y los costes de calidad y pérdidas también crecieron pero esto es debido a que abrimos una nueva fábrica y dos mercados, y claramente esto nos iba a generar más gastos, sin embargo, esto también nos representó tener excelentes ingresos y beneficios, pues nuestro margen sobre los ingresos también creció 3 puntos, pasó de ser 47% a 50%, nuestros gastos en general también aumentaron, pero era lo que necesitamos invertir en cada una de las áreas para reforzarse y poder tener la capacidad necesaria para cumplir a nuestro mercado, nuestros beneficio bruto creció un 126% y nuestro beneficio neto un 125%, nuestros activos crecieron un 33% y nuestro patrimonio creció un 20%.

y de hecho, contábamos con seis millones en cuentas por cobrar, así que igual podríamos tener muy buen flujo durante ese período.

	<p style="text-align: center;">FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS</p> <p style="text-align: center;">Informe Ejecutivo, Opción de Grado, diplomado Simulación Gerencial y Liderazgo Organizacional</p>	<p style="text-align: right;">Registro OMP:</p>
--	---	---

6. Discusión y análisis

Lo que se busca en esta sección es identificar con claridad la interpretación final del el ejercicio de simulación y la empresa que le s fue asignada. Sólo se deben presentar resultados representativos. Se recomienda seguir los siguientes lineamientos:

- Utilicen los datos de las jugadas que se realizaron durante el proceso y que le ayuden a soportar los resultados que se hallaron.
- Desarrollar un análisis que defina los aciertos y errores que los llevaron a un proceso de aprendizaje y que sería una situación a tener en cuenta en la vida real.
- Para los datos, elija un orden lógico que cuente una historia clara y la haga fácil de entender.

Elabore una tabla que dé cuenta de lo siguiente:

- a. Objetivo Primario de la simulación para su grupo de trabajo: Citar Objetivo Primario
 - b. Meta Específica, relacionada con el objetivo primario: Citar Cifra/Porcentaje/Ratio/etc.
 - c. Ranking y clasificación final: Cifra/Porcentaje/Ratio/etc.
-
- d. Objetivo Secundario de la simulación para su grupo de trabajo: Citar Objetivo Secundario
 - b. Meta Específica, relacionada con el objetivo Secundario: Citar Cifra/Porcentaje/Ratio/etc.
 - c. Ranking y clasificación final: Cifra/Porcentaje/Ratio/etc.

Objetivo Primario	Lograr ser la empresa #1 dentro del mercado.																																								
Meta Específica	Pensar y realizar estrategias para ganar valor de mercado en el que alcance un valor de 4000 con un último crecimiento del 10% o más.																																								
Ranking y Calificación Final	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="5">RANKING</th> </tr> <tr> <th>CLASIFICACIÓN</th> <th>INDICADOR</th> <th colspan="2">EQUIPO/ALUMNO</th> <th>DECISIÓN</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>3922,28</td> <td></td> <td>BETA1</td> <td>3/4</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>3653,99</td> <td></td> <td>ALFA1</td> <td>3/4</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>3531,43</td> <td></td> <td>GAMA1</td> <td>3/4</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>2817,49</td> <td></td> <td>DELTA1</td> <td>3/4</td> </tr> </tbody> </table>	RANKING					CLASIFICACIÓN	INDICADOR	EQUIPO/ALUMNO		DECISIÓN	1	3922,28		BETA1	3/4	2	3653,99		ALFA1	3/4	3	3531,43		GAMA1	3/4	4	2817,49		DELTA1	3/4										
RANKING																																									
CLASIFICACIÓN	INDICADOR	EQUIPO/ALUMNO		DECISIÓN																																					
1	3922,28		BETA1	3/4																																					
2	3653,99		ALFA1	3/4																																					
3	3531,43		GAMA1	3/4																																					
4	2817,49		DELTA1	3/4																																					
Objetivo Secundario	Optimizar tiempos, recursos y disminuir gastos.																																								
Meta Específica	Lograr a través de inversión en tecnología, innovación y capacitación a personal optimizar nuestro tiempos y recursos.																																								
Ranking y Calificación Final	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="4">Nivel tecnológico de las fábricas. Gama</th> <th colspan="4">Análisis nivel innovación. Histórico. Gama</th> </tr> <tr> <th></th> <th>2020</th> <th>2019</th> <th>2018</th> <th></th> <th>2020</th> <th>2019</th> <th>2018</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>BigProducers</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>TecnoPerso</td> <td>6</td> <td>6</td> <td>6</td> </tr> <tr> <td>Allin One</td> <td>;</td> <td>5</td> <td>4</td> <td>PeqElectro</td> <td>5</td> <td>5</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td>HighTechnology</td> <td>8</td> <td>7</td> <td>6</td> <td>DomoHogar</td> <td>6</td> <td>5</td> <td>4</td> </tr> </tbody> </table>	Nivel tecnológico de las fábricas. Gama				Análisis nivel innovación. Histórico. Gama					2020	2019	2018		2020	2019	2018	BigProducers				TecnoPerso	6	6	6	Allin One	;	5	4	PeqElectro	5	5	5	HighTechnology	8	7	6	DomoHogar	6	5	4
Nivel tecnológico de las fábricas. Gama				Análisis nivel innovación. Histórico. Gama																																					
	2020	2019	2018		2020	2019	2018																																		
BigProducers				TecnoPerso	6	6	6																																		
Allin One	;	5	4	PeqElectro	5	5	5																																		
HighTechnology	8	7	6	DomoHogar	6	5	4																																		

Luego se elabora la reflexión o comentarios que surgen de la revisión de los resultados finales obtenidos. Aquí se debe responder lo que significan los resultados de la tabla.

Para lograr buenas interpretaciones, pensar en articular las siguientes respuestas:

- ¿Cómo se relacionan los resultados con la gestión y toma de decisiones del grupo en general?

Tuvimos un resultado bastante positivo, la toma de decisiones que se hizo en grupo siempre fue muy en conjunto, estando de acuerdo todo, tomamos las decisiones con el análisis y tomando el punto de vista de todos los integrantes del grupo, lo que hizo que la actividad se desarrollara con total fluidez. En el grupo cada uno tenía un rol entonces todas las opiniones eran importantes para la toma de decisiones, los resultados reflejan el buen entendimiento y análisis de todo el grupo y también de la interpretación del mercado para el grupo que nos fue asignado.

- ¿Qué aprendizajes se obtuvieron en cuanto al desarrollo del ejercicio de simulación?

Del simulador tenemos varios aprendizajes que de seguro serán utilizados a lo largo de nuestras vidas tanto como en el diario vivir como en nuestro desarrollo como profesionales, uno de ellos es tener en cuenta todos los pequeños detalles y datos que te dan en la empresa para así poder tomar decisiones adecuadas y que resulten satisfactorias, también es muy importante aprender a trabajar en equipo, entender que no todos van a pensar de la misma forma ni van a estar de acuerdo con la misma idea, es importante también aprender a escuchar y darle la oportunidad a las personas de dar a conocer sus ideas y de expresarse de la forma que mejor puedan, otro aprendizaje que nos deja el simulador es tener conocimiento de la competencia, de las empresas con las que estamos compitiendo.

- ¿Consideran ustedes que este ejercicio de simulación los prepara mejor para afrontar un contexto real de toma de decisiones?

Si, consideramos que a través de este simulador logramos mejorar diferentes habilidades blandas como el trabajo en equipo que puede ser de gran utilidad en el contexto real, comunicación que también es fundamental a la hora de participar en un equipo de trabajo o empresa, nos ayuda a darnos cuenta de que el mundo real tiene muchos factores a tener en cuenta a la hora de tomar una decisión. Adicionalmente, enfrentarnos a este tipo de situaciones nos hace enfrentar diferentes tipos de situaciones a las cuales nos enfrentaremos día a día.

7. Conclusiones


El diplomado de simulación gerencial y liderazgo organizacional nos deja para la vida muchos conocimientos y aprendizajes que pueden ser aplicados a lo largo de la vida profesional y personal. Dentro de la simulación aprendimos a identificar datos importantes e interpretar desde diferentes puntos de vistas y de áreas la interacción que tiene una empresa y si se descuida el mínimo dato puede traer graves consecuencias para la empresa.

Dentro de las 3 jugadas que tuvimos en el simulador con la empresa asignada, pudimos interactuar en el grupo y a través de las diferentes posiciones que teníamos como gerentes dimos los puntos de vista a tener en cuenta, lo que nos hizo desarrollar el trabajo en grupo y encontrar los líderes que teníamos, siempre nuestros objetivos en el desarrollo del diplomado fueron llegar a ser la empresa #1 y nos enfocamos en esto en todas las jugadas para que con las decisiones que tomábamos nos acercará más a cumplir el objetivo principal que nos planteamos, pero los resultados que tuvimos en las 3 jugadas no nos permitieron quedar en el primer puesto, sin embargo, logramos quedar en el tercer puesto y con muy buenos resultados de valor de mercado y en el estado de resultados y balance.

Nos sentimos satisfechos con los resultados obtenidos en el simulador, porque más allá de un ranking o un resultado nos quedan las experiencias aprendidas y los conocimientos que nos generaron el poder desarrollar el simulador, la satisfacción de desarrollar destrezas y habilidades que no sabíamos que teníamos y que podemos llegar a ser muy buenos en estas. Además, la importancia que tiene el pensar en el que hacer una próxima ocasión para mejorar los resultados obtenidos previamente es algo a lo que nos vamos a enfrentar en futuros escenarios.

Con base en el informe Juego Gerencial de la Universidad Nacional desarrollado por Daniel Felipe Moreno Zurita en donde plantea que a través de este tipo de simuladores podemos encontrar una nueva forma de aprender y afrontar el mundo de los negocios, que ayuda a afrontar a los futuros gerentes el proceso de entrenamiento a través de la toma de decisiones, en donde se desarrollan las habilidades y se ponen a prueba en situaciones de planeación y ejecución de propuestas a llevar a cabo dentro de las interacciones con el simulador. **(Moreno, 2019)**

Según la experiencia que tuvimos, podemos coincidir con lo que dice el autor de que son nuevas formas de aprender que son más dinámicas y generan interés en cualquier estudiante, lo que consideramos que es un factor importante dentro del plan de estudios

	<p style="text-align: center;">FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS</p> <p style="text-align: center;">Informe Ejecutivo, Opción de Grado, diplomado Simulación Gerencial y Liderazgo Organizacional</p>	<p style="text-align: center;">Registro OMP:</p>
--	---	--

de una carrera o de cualquier estudio que se vaya a realizar. También coincidimos con que es una oportunidad para afrontar retos como posibles próximos gerentes y de afianzar nuestras habilidades como tal. Es importante reconocer que a través de la simulación podemos aprender y tomar ideas de cómo funciona la industria en la vida real.

8. Referencias (Señale en APA y sangré francesa)

Moreno, D. (2019). Juego Gerencial - FCE. Retrieved 19 October 2019, from <http://www.fce.unal.edu.co/unidad-de-informatica/proyectos-de-estudio/administracion/1124-juego-gerencial-2.html>

9. Lista de anexos (Enuncie con literales)



**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS**

**Informe Ejecutivo, Opción de Grado, diplomado
Simulación Gerencial y Liderazgo Organizacional**

Registro OMP:



**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS**

**Informe Ejecutivo, Opción de Grado, diplomado
Simulación Gerencial y Liderazgo Organizacional**

Registro OMP:



**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS**

**Informe Ejecutivo, Opción de Grado, diplomado
Simulación Gerencial y Liderazgo Organizacional**

Registro OMP:



**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS**

**Informe Ejecutivo, Opción de Grado, diplomado
Simulación Gerencial y Liderazgo Organizacional**

Registro OMP:



**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS**

**Informe Ejecutivo, Opción de Grado, diplomado
Simulación Gerencial y Liderazgo Organizacional**

Registro OMP:



**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS**

**Informe Ejecutivo, Opción de Grado, diplomado
Simulación Gerencial y Liderazgo Organizacional**

Registro OMP: