



**FACULTAD DE CIENCIAS  
ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS**

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

Registro OMP:

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					
<b>Título:</b> TRABAJO DE GRADO SIMULACIÓN GERENCIAL Y LIDERAZGO GRUPO: GAMA					
<b>Programa académico:</b> ADMINISTRACION DE EMPRESAS					
<b>Área (s) de Conocimiento:</b> CIENCIA ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS			<b>Área a cargo del Centro de Desarrollo Empresarial:</b> INVESTIGACIÓN		
Datos de los Participantes					Registro OMP <sup>1</sup>
Nombres	Identificación	Teléfono	Correo	Semestre	
Sebastian Andres Saavedra Gaviria	1121924454	3057363028	ssaavedrag@unbosque.edu.co	7	
Fabio Romero Escolar	1020808019	3164283955	fromeroe@unbosque.edu.co	7	
Victor Manuel Astudillo Gil	1121222255	3158654800	vastudillo@unbosque.edu.co	7	
Laura Daniela García Barrero	1018500861	3004292298	ldgarciab@unbosque.edu.co	7	
Diana Katherine Mahecha Muñoz	1019119854	3114540878	dmahecham@unbosque.edu.co	7	
<b>RESUMEN:</b> En principio el simulador nos entregó una empresa llamada Gama, la cual tiene dos fábricas, una high technology en Estados Unidos y una All In One en México. En ambas fábricas se producen tres productos, que son; tecnoperso, peqelectro y domohogar. La finalidad del simulador era como grupo aumentar el valor de la compañía, para eso tuvimos que realizar tres jugadas en periodos anuales cada uno. Teniendo como competencia otras compañías denominadas: Beta, Omega, Alfa, Delta. Con las jugadas realizadas pudimos implementar estrategias y analizar datos.					

<sup>1</sup> Espacio la Coordinación de Investigación, Emprendimiento e Innovación



**FACULTAD DE CIENCIAS  
ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS**

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

Registro OMP:

*Palabras clave: Empresa, Gama, high technology, All in One, toma de decisiones, estrategias, analizar datos*

**IDENTIFICACIÓN BASE DEL PROYECTO DE GRADO**

<b>Nombre del diplomado Opción de grado:</b> Simulación gerencial y liderazgo	<b>Ciudad:</b> Bogotá D.C
<b>Lugar específico:</b> Universidad El Bosque	
<b>Nro. de licencia asignada al ejercicio:</b> Vastidill539	
<b>Líder Responsable del grupo de trabajo:</b> Fabio Romero Escolar	
<b>Director Diplomado:</b> Hector Ospina	<b>Fecha de Inicio:</b> 23/09/2019
<b>Responsable CDE:</b> Pedro Valbuena	<b>Fecha de terminación:</b> 26/10/19



## **2. Tabla de Contenido**

<b>1. Identificación del Informe Ejecutivo del diplomado en Simulación Gerencial.</b>	<b>1</b>
<b>2. Tabla de Contenido</b>	<b>3</b>
<b>3. Diagnóstico situacional</b>	<b>4</b>
<b>4. Desarrollo de las sesiones de toma de decisiones.</b>	<b>6</b>
<b>5. Proyección de los resultados obtenidos frente a los impactos registrados en el proyecto/programa.</b>	<b>18</b>
<b>6. Discusión y análisis</b>	<b>21</b>
<b>7. Conclusiones</b>	<b>39</b>
<b>8. Referencias (usando APA)</b>	<b>40</b>
<b>9. Lista de anexos (enuncie con literales)</b>	<b>40</b>

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

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

<b>Descripción de la empresa asignada</b>	<p>La empresa gama se caracteriza por tener dos fábricas, una High Technology en Estados Unidos y otra All In One en México. Los mercados donde la empresa gama vende son: Estados Unidos, Canadá y América Central - Sur. Las fábricas que tiene la empresa gama están constituidas de la siguiente manera: la High Technology siendo supremamente especializada y tiene un alto nivel tecnológico, en este tipo de fábricas se destacan los productos de domótica con una línea alta de especialización. Y la All In One es una fábrica tipo intermedio donde realizan diferente componentes y así mismo los montan.</p>
<b>Análisis del entorno de la empresa asignada</b>	<p>Los mercados asignados por simulador fueron los de Estados Unidos, Canadá y América Central- Sur, para tomar las decisiones inicialmente era necesario buscar una expansión, las cuales consistían en la construcción de nuevas fábricas o la introducción en nuevos mercados y así pasar a analizar variables de precios, promoción, innovación, producción, capacitación y financiamiento.</p>
<b>Análisis Estratégico</b>	<p>La situación Inicial de la empresa Gama partió con dos fábricas (High Technology y All In One) Ubicadas en Estados Unidos y México. La capacidad de producción con la que la empresa Gama contaba fue de: Peqelectro fue de 513.000 unidades, Para Domohogar fue de 55.680 unidades y Tecnoperso fue de 133.500 tomando esto en cuenta para así tener mas claridad las unidades a producir en cada mercado.</p>
<b>Análisis del mercado y Análisis Comercialización</b>	<p>Teniendo en cuenta la segmentación del mercado existen 3 tipos de segmentos los cuales son los innovadores, los ahorradores y los conservadores. En primer lugar se encuentran los ahorradores, los cuales los consumidores se fijan mas que todo en los precios y no tienen casi en cuenta ni la calidad ni la innovación. En segundo lugar están los conservadores, los cuales le dan gran importancia a la cantidad de beneficios que un producto les puede ofrecer y así mismo la marca también tiene que ver en la compra y por último están los consumidores innovadores, los cuales buscan que los productos les ofrezcan cosas nuevas dándole gran importancia a la tecnología y que no interesa si el precio aumenta. Teniendo en cuenta esto para ponerle los precios a los productos se tuvo en cuenta el mercado a cual iban dirigidos y la influencia que tienen la ubicación de las fábricas y los costos de producción.</p>



**FACULTAD DE CIENCIAS  
ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS**

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

Registro OMP:

<p><b>Análisis de producto</b></p>	<p>Los productos con los que la empresa Gama cuenta son: Tecnoperso(Alta tecnología personal), Peqelectro (pequeños electrodomésticos) y Domohogar (Domótica para el hogar). cada producto se especializa en algo como por ejemplo: La Tecnoperso crea artículos tecnológicos como su nombre lo indica que son de carácter complementario ej: DVD, Antenas, Conectores, etc. La Peqelectro crea articulos los cuales se usan a diario en los hogares ej: Tostadoras, Cafeteras, Máquinas de afeitar, freidoras, planchas etc. y por último Domohogar crea artículos los cuales usan mecanismos que convierten una casa en inteligente lo cual funciona con conectividad e interacción con la televisión, el aire acondicionado, intensidad de la luz, abre y cierra de las persianas. El mercado donde la empresa grama se fija más que todo son los precios, calidad, tecnología. En lo que la empresa Gama se basa para implementar los precios a sus productos es mirar el mercado y la competencia a la cual nos dirigimos para que de esta manera podamos observa los segmentos en los cuales nuestros clientes se basan.</p>
<p><b>Análisis económico y Financiero</b></p>	<p>Inicialmente se tuvo que analizar las decisiones tomadas en cada uno de los periodos; de esta manera en la primera jugada decidimos crear una nueva fábrica en México por lo cual tuvimos que pedir un préstamo a largo plazo. En la segunda jugada se decidió disminuir los precios lo cual nos causó pérdidas monetarias, ya que las otras empresas ingresaron a nuestro mercado haciendo que nuestros productos perdieran valor y por ende para la tercera jugada decidimos volver a aumentar los precios y así pudimos recuperarnos económicamente. Por medio del simulador supimos que al tomar malas decisiones se puede ver afectada la empresa en una gran proporción dejándonos esto como aprendizaje y así pudimos aplicar todo lo que hemos visto en la carrera de una manera más real.</p>
<p><b>Análisis Organizacional</b></p>	<p>Inicialmente la empresa Gama empezó con dos fábricas una High technology en Estados Unidos y una All In One en Mexico. Decidimos implementar una nueva Fábrica All In One en México para así mismo aumentar nuestra capacidad de producción. La empresa gama tenia un buen posicionamiento frente al mercado. teniendo en cuenta la compañía Gama tiene divididas las capacidades organizativas en 7 áreas las cuales cada una de ellas tienen diferentes puntos de calificación Viendo el comportamiento la empresa nos dimos cuenta que se debíamos priorizar el comportamiento de las áreas. En este caso las que decidimos priorizar fueron innovación de producto, tecnología industria.</p>



**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 compañía Gama ya contaba con dos fabrica y creímos necesario la implementación de una nueva en México para así poder invertir en tecnología e innovación lo que la empresa Gama lo que hizo fue incrementar el monto en estas áreas para que de esta manera se pudieran satisfacer las necesidades de los clientes y garantizar así la calidad de los productos que maneja la empresa. Teniendo en cuenta el grado de desarrollo de la empresa inicialmente fue de 35%,la madurez tecnológica en las fábricas All In one inicio en nivel 4 y High Technology con 6.

**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.

	<b>INDICADOR CLAVE</b>	<b>DEFINICIÓN</b>	<b>ANÁLISIS</b>
1.	Ingresos	Monto de dinero que genera la compañía, en un tiempo determinado, en base a las unidades vendidas lo cual nos permite medir el impacto en la utilidad en la compañía.	La compañía este periodo generó un ingresos de 47.793.946 disminuyendo para este año en un 4%, debido a la estrategia de aumento en los precios para el 2019, ya que como se puede observar en el análisis de unidades vendidas aumentaron pero no logramos ser competitivos en cuanto al valor de la marca lo



**FACULTAD DE CIENCIAS  
ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS**

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

Registro OMP:

			que nos perjudico en los ingresos para este año.
2.	Número de fábricas	Las fábricas nos permiten saber que capacidad de producción es con la que cuenta la compañía.	Para la primera jugada y teniendo en cuenta el porcentaje de ocupación con el que contaba la compañía decidimos implementar una nueva fábrica en México que nos permitiera aumentar la capacidad de producción y así ingresar a nuevos mercados.
3.	Valor a la marca	Con este indicador podemos observar la imagen que tiene la compañía frente a sus consumidores y así mejorar el posicionamiento de la misma y aumentar nuestras unidades vendidas en cada uno de los segmentos de mercado.	En la primera jugada aumentamos la inversión en capacitación en un 72% buscando un mayor valor de la marca y poder vender más unidades en la segmentación de conservadores que tenían gran peso en los consumidores de Estados Unidos y Canadá.
4.	Capacidad de Organización	Con este indicador podemos determinar el nivel de capacitación con el que cuenta la empresa.	En la primera jugada se hizo una inversión de 1.000.000 dándole mayor importancia a las siguientes áreas: Tecnología Industrial, Tecnología Industrial, Gestión de talento humano.

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

### 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
Ingresos	En la primera jugada esperábamos tener un aumento en los ingresos sin embargo creemos que la inversión en innovación, tecnología y capacitación no fue lo suficientemente alta con respecto a nuestra competencia por ende nuestra marca no tuvo una gran posición y esto llevó a que nuestro ingreso fueran menores; tampoco tuvimos en cuenta que podían llegar otras compañías a competir en nuestro mercado, lo que nos perjudicó notablemente al ingresar la compañía alfa a nuestro mercado con precios competitivos.
Numero de fabricas	Con la decisión de crear la nueva fábrica se quería fortalecer los mercados donde estábamos instalados que son Estados Unidos, Canadá y América Central y sur por lo cual se implementó la nueva fábrica en México ya que su costo era menor en comparación con Estados Unidos y los costos de logística son similares lo que nos permite distribuir a estos dos mercados a un bajo costo.
Valor de Marca	Para la primera jugada decidimos aumentar la inversión en tecnología e innovación para si aumentar la calidad de los productos, tecnoperso, peqelectro y Domohogar, con una inversión en innovación 320.000 en tecnoperso, 480.000 en peqelectro y 550.000 en Domohogar y en tecnología industrial se destinó 300.000 en la fabrica All in one y 400.000 en High Technology.
Capacidad de organización	En capacitación asignó 1.000.000 dándole mayor importancia a la áreas de innovación de producto, tecnología industrial y gestión de talento buscando aumentar las capacitaciones

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

	de los empleados de la compañía en estas áreas para tener una mayor competitividad y reconocimiento de la marca en comparación con nuestra competencia.
financiación	En la primera jugada decidimos solicitar un préstamo a largo plazo de 17.000.000 teniendo en cuenta que las tasas de interés eran más bajas y necesitábamos comprar una nueva fábrica que nos permitiera aumentar la capacidad de producción. Esta decisión se vio reflejada en el balance general y se espera que con el aumento de las ventas podamos pagar la totalidad de la deuda.

### 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
Número fábricas	Con la implementación de la nueva fábrica se aumentó la capacidad de producción lo que nos muestra un indicador positivo para la compañía esperando en las siguientes jugadas poder penetrar otros mercados y cumplir con la demanda de los mismo, lo que nos permita tener mayores ingresos y unidades vendidas.
Capacidades de organización	Con este indicador observamos que se tuvo un aumento en las capacidades de organización de 7,1 a 8,6, Generando un mayor valor a la marca y buscando tener ventajas competitivas. Se le dio una gran importancia a 3 de las 7 áreas las cuales son gestión de talento humano, innovación de producto y la tecnología industrial.

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

<p>Nivel de tecnología</p>	<p>Con la inversión que se hizo en tecnología pudimos pasar de 5.0 a 5.7, lo que nos muestra un aumento en esta escala y nos da un mayor valor a la marca. siendo este indicador significativo para la compañía pues nos permite comercializar productos de mejor calidad y tecnología siendo atractivos para la segmentación de innovadores de nuestros mercados</p>
<p>Valor de marca</p>	<p>Este indicador fue positivo para la compañía porque aumentó y esto se debe a que utilizamos gran parte del presupuesto en innovación, tecnología e innovación lo que nos permitió posicionarnos frente a nuestra competencia, se espera que para los siguientes años el valor de la marca siga aumentando frente a la competencia.</p>

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

<p align="center"><b>RESULTADOS NEGATIVOS</b></p>	<p align="center"><b>PRINCIPALES CAUSAS</b></p>
<p>Ratio de endeudamiento</p>	<p>En la primera jugada se pidió un préstamo a largo plazo de 17.000.000 que nos aumentó nuestro ratio de endeudamiento el gasto de interés fue de 1'076.000 con una tasa de interés de 6,3%; Este ratio nos muestra que la empresa no tiene capacidad para endeudarse sin embargo era necesario pedir un préstamo para poder implementar la nueva fábrica, espera que con las siguientes jugadas se pueda disminuir este indicador.</p>
<p>Beneficio neto</p>	
<p>ingresos</p>	

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

<p>Tasa de ocupación de fábricas</p>	

### 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
Margen	30,7%	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La compañía consideró que los costes de venta estaban siendo muy altos, representando un valor de 32.409.119 en el periodo 2020.</li> <li>• La compañía logró disminuir los costos a 28.731.452 en el periodo 2021 por medio, de inversión realizada en la tecnología industrial.</li> </ul>



**FACULTAD DE CIENCIAS  
ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS**

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

Registro OMP:

Beneficio bruto	954%	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Para el periodo 2020 el beneficio bruto fue de -754.553. Este resultado debido a la inversión de 19.490.568 que se estaba realizando en en la promoción del producto y en la capacitación. Para el año 2021 se generó un beneficio bruto de 6.443.984. por causa de la reducción en el gastos estructurales de un 7,4%.</li> </ul>
Beneficio neto	301,3	<ul style="list-style-type: none"> <li>• En los resultados del periodo 2020 la compañía presentó pérdidas en este indicador, representando un -11,1% de rentabilidad, debido a la preocupación por la situación en que se encontraba la compañía, se plantearon las estrategias de introducir nuevos mercados, aumentar el precio de los productos y cesar producción. A raíz de la aplicación de dicha estrategia empieza a observar la variación positiva en el beneficio neto, generando un 18,3% de rentabilidad.</li> </ul>
Costes de ventas	11,3%	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los costos que genera la compañía como de; Fabricación, logística, calidad y pérdidas, representaban un costo total de 32.409.119 en el periodo 2020, por lo que determinamos que se tenía que disminuir los costos, para el año 2021 logramos reducir los costos a 28.731.452. Por causa de la inversión realizada en tecnología industrial.</li> </ul>
Tecnología industrial	15,0%	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La tecnología para la empresa Gama fue prioridad para enfocarnos en la producción, debido a que el objetivo era reducir costos, por lo tanto realizamos una inversión alta en este indicador, generando como beneficio, un aumento en el valor de la marca,también en la calidad del producto y logrando el objetivo, que era la reducción en los costos.</li> </ul>



**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

<b>Indicador</b>	<b>Valor Periodo Anterior</b>	<b>Valor Periodo Actual</b>	<b>Valor Objetivo Siguiete Periodo</b>
Unidades en inventarios/ ventas	50,7%	7,4%	En la 1ra jugada tomamos la decisión de aumentar la producción para monopolizar el mercado, duplicamos nuestra producción para reducir costos, compramos otra fábrica en México, All in One y los resultados no fueron los esperados. En la 2da jugada aumentamos nuestros unidades vendidas, incursionamos en EU Occidental, sin embargo el inventario nos llegó al 50,7% y no vendimos lo que esperamos realmente. En la 3ra jugada, al notar que teníamos en el inventario mas de las unidades que estábamos vendiendo decidimos, aumentar los precios, disminuir los costos de producción al máximo y sacar provecho de todo ese inventario que nos podía beneficia, para dar inicio a una nueva reestructuración en el área de producción, disminuyendo nuestro inventario para el siguiente periodo en un 2,4%.



**FACULTAD DE CIENCIAS  
ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS**

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

Registro OMP:

Unidades vendidas	455.547 und.	408.828 und.	En la 2da jugada aumentamos la producción e incursionamos en nuevos mercados para aumentar nuestras ventas, aunque, bajo la presión de la competencia, tomamos una mala decisión al reducir los precios, ya que, no contamos con la buena marca y tecnología que nuestra empresa mantenía en el mercado. Las unidades vendidas en el 2do periodo fueron de 455.547 y en el 3er periodo fueron de 408.828, observamos que el 2do periodo vendimos más unidades pero los ingresos no fueron los esperados, mantuvimos precios muy bajo y el aumento de las ventas no generó los ingresos esperados, en el 3er periodo, notamos que la disminución en los precios nos había afectado en conclusión disminuimos las unidades vendidas pero aumentamos los precios, ya que, en ocasiones la mejor solución para generar más ingresos es vender con un precio alto menos cantidad de unidades.
Tasa de ocupación en las fábricas	73,2%	29,6%	En el periodo 2020 la compañía presentaba el 50% de las unidades producidas en inventario, por lo que decide cesar 2 plantas de producción en la fábrica hightechnology, y se reduce la producción efectiva en un 40,5% en el total de las fábricas. con el objetivo de vender las unidades producidas y también las ya se encontraban en inventario.
Beneficio neto.	-2.666.777	5.367.501	En el periodo 2020 la empresa se encontraba obteniendo pérdidas, representando un -11,1% en la rentabilidad de los socios, por lo que planteamos como estrategia, introducir a otros mercados con los precios elevados en los productos, elevando también los precio en los productos en los mercados donde ya nos encontrábamos anteriormente, debido a dicha estrategia se logró un rentabilidad del 18,3%.



**FACULTAD DE CIENCIAS  
ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS**

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

Registro OMP:

Beneficio bruto	-754.553	6.443.984	<p>En la 2da jugada con la mentalidad de aumentar la producción, no tuvimos en cuenta los costo de producción, este indicador, nos indico que las ventas no eran superiores al costo de producción. En la 3ra jugada notamos un exceso de inventario, al notas que podíamos especializar nuestras fábricas en México para que produjeran tecnoperso y peq electro a un precio más barato, cesamos la producción en Estados Unidos y nos enfocamos en producir Domohogar, ya que muchos de los compradores eran conservadores y este producto era nuestra principal fuente de ingreso. Los resultados fueron los esperados, la reducción de costos y la salida de todos ese inventario nos beneficio incrementando nuestro beneficio bruto por encima de lo esperado, para iniciar la plantá respectivamente llevando a tope su nivel de producción.</p>
-----------------	----------	-----------	---



**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	<ul style="list-style-type: none"> <li>Este factor influye mucho la la productividad de la empresa, sus ingresos y los gastos que se tienen, para ver que tan rentable era y ver que decisiones tomar. Debíamos tener en cuenta los costes de Fabricación, lo inventarios acumulados y el Decrecimiento en el nos encontrábamos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Después de haber tomado la última decisión la empresa presentó mayor impacto en su crecimiento con un 2,94% con respecto al año pasado, alcanzando a un valor de 3.107. Los ingresos de la compañía aumentaron 2.075.411 y los costos de las producción disminuyeron 3.677.667 y sus inventarios disminuyeron a hasta el 7,4%. Para la siguiente jugada esperamos que tenga un crecimiento de por lo menos un 5% con la producción reanudada normalmente e inventarios bajos.</li> </ul>
Impacto sobre la productividad	<ul style="list-style-type: none"> <li>Los factores que debemos tener en cuenta para poder tomar la decisión en este rubro fue la unidades que vendíamos y el inventario alto en se presentaba.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>la empresa al disminuir 300 mil unidades su producción generó que los costes de producción de la empresa disminuyeran también cabe aclarar que la principal razón por las que se decidió disminuir la producción fue Los inventarios tan altos que teníamos. La productividad para la siguiente jugada deberá estar normal con su productividad al máximo para suplir las ventas de los mercados en los que estamos presentes</li> </ul>
Impacto sobre la competitividad	<ul style="list-style-type: none"> <li>La Empresa en fue disminuyendo su competitividad a llegar ser la Última, esto se debe a que no hubo crecimiento de la</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Con el buen resultado de la tercera jugada tenemos presupuesto para realizar más inversión en los gastos que generan valor al</li> </ul>



**FACULTAD DE CIENCIAS  
ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS**

Registro OMP:

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

	<p>empresa generando una disminución el gasto de innovación, también como en el gasto de capacitación. En comparación de las otras empresas que tuvieron un alto crecimiento eran las más competitivas.</p>	<p>producto como la investigación, capacitación e inversión en logística para llegar a más clientes, siempre se debe tener en cuentas de los segmentos que más se venden en estos mercados, como lo son el de ahorradores y el conservadores. Ahorradores venden tan solo en europa occidental el cual es el segundo más consumidor en los mercados en los que estamos presente representa 198.048 unidades de pequelectro.</p>
Impacto sobre el mercado de la empresa	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aunque para nosotros los rubros de innovación y tecnología eran los factores que más competitivos nos volvían, no éramos los que más invierten en este sector, tenemos que tener en cuenta la calidad del producto vendíamos y que tan atractivo era para los clientes. El análisis de los mercados en los que estábamos presente era importante para establecer precios y establecer qué segmentos debíamos estar presentes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La primera y segunda jugada no hizo perder mucho mercado en estados unidos, pero en la tercera no recuperamos el mercado en estados unidos pero, haber incursionado en EU occidental y Rusia con precios bajos nos hizo ganar una buenas perte estos. La mejor opción ahora para impactar nuevos mercados es crear una fábrica high technology para en europa para poder que nuestros precios puedan competir en estos mercados en los que ya estamos presentes</li> </ul>
Impacto sobre la Innovación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• los ingresos de la empresas eran importantes para saber qué tanto dinero íbamos a invertir en innovación. También tuvimos en cuenta como se veía reflejado</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La innovación de la empresa disminuye su presupuesto por el poco crecimiento que tuvo en en las segunda jugada, para mejorar rentabilidad de la empresa. en las tercera jugada</li> </ul>



**FACULTAD DE CIENCIAS  
ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS**

Registro OMP:

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

	<p>la inversión que realizamos en estos gastos con respecto a los ingresos y la rentabilidad</p>	<p>decidimos mantener el mismo valor de inversión, esto generó buenos resultado en los ingresos y también se vio reflejado en los márgenes de ganancias. A medida de que la empresa vaya creciendo el presupuesto en gastos de innovación aumentaran para poder ser más competitivos en los mercados</p>
<p>Impacto sobre los Procesos organizacionales</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>La empresa Gama busca aumentar el presupuesto de las capacidades organizativas distribuyendo (21) puntos en diferentes áreas que son: sistemas de dirección, marketing- comercialización, innovación de producto, tecnología industrial, logística internacional, compras- aprovisionamiento y gestión de talento.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>se decidió incrementar en el presupuesto que fue destinado para el capital humano dándole prioridad a las áreas que observamos que necesitaban una mejora a nivel organizacional, y al optar por dar dicha prioridad pudimos ver que fue de gran beneficio para nuestra compañía</li> </ul>
<p>Impacto sobre los estados financieros</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>se busca obtener estados financieros ideales para que de esta manera podamos aumentar los ingresos, costos de fabricación, los gastos, las deudas, costos de logística, etc.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Logrando aumentar la economía en las áreas descritas podemos darnos cuenta que al incrementar estas por medio de la producción podremos suplir la demanda de los mercados en los que nos encontramos, en los estados financieros se presentara mayor crecimiento en sus ingresos, con poco valor de inventario y unos gastos que nos dejen los beneficios brutos en más del 20%.</li> </ul>



## 6. Discusión y análisis

PRIMER OBJETIVO	
OBJETIVO DE LA SIMULACIÓN	Aumentar el valor de la empresa.
META ESPECÍFICA	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Aumento de producción.</li> <li>● Creación de una fabrica All in one en Mexico.</li> <li>● Préstamo a largo plazo de 17`000.000.</li> <li>● Alto presupuesto invertido en innovación, capacitación, marca y tecnología.</li> </ul>
CLASIFICACIÓN (RANKING)	4to

### ANÁLISIS PRIMERA JUGADA

Inicialmente se tomó la decisión de crear una nueva fábrica All In One en México; buscando aumentar la producción, reducir los costos de producción, se dio inicio a la construcción de esta fábrica, inicialmente pedimos un préstamo de 17 millones.

### PRECIOS

Lo que se busca es aumentar la producción en los productos para que de esta manera se pueda disminuir el precio y de esta manera podamos vender todos nuestros productos los cuales vamos a producir; En América Central y Sur en Tecperso se decidió



**FACULTAD DE CIENCIAS  
ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS**

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

Registro OMP:

poner un precio de 200 y en USA y Canadá un precio de 193. En Pequelectro en América Central y Sur se puso un precio de 52 y en USA y Canadá un precio de 59. Y domohogar, en América Central y sur se decidió un precio de 635 y en Usa y Canadá un precio de 605. Buscando así disminuir los costos para así poder tener altas ventas y aumentar los ingresos para poder subsanar la deuda adquirida a la hora de montar la nueva fábrica.

### **PROMOCIÓN**

En cuanto a la promoción lo que buscamos es promocionar nuestros productos para que de esta manera poder incrementar el valor de nuestra marca en cada uno de los mercados propuestos; invirtiendo en cada producto una cantidad considerable y así mismo en cada una de las fábricas que tenemos.

### **INNOVACIÓN**

Con respecto al año 2019 en temas de innovación realizamos un aumento en todos los productos para captar así una mayor atención por parte de los clientes el presupuesto impuesto fue de \$ 1`350.000. El objetivo de aumentar el gasto en innovación es con el fin de aumentar la calidad del producto para que así los clientes permanezca comprando nuestros productos y también hacer más atractivo nuestro producto con respecto a los de las competencia.



## **PRODUCCIÓN**

teniendo en cuenta que nuestra primera jugada fue la construcción de una nueva fábrica All in one en México, para poder aumentar la capacidad de producción, y las decisiones tomadas, fueron aumentar la producción, ya que nos encontrábamos con el espacio suficiente en la planta y los productos en su mayoría estaban siendo vendidos.

## **CAPACITACIÓN**

En cuanto a la capacitación observamos que este es un factor clave para el rendimiento de la empresa ya que esto beneficia en gran proporción a la empresa. En cada área de la empresa decidimos darle más prioridad a unas que a otras ya que algunas necesitan más capacitaciones que otras.

## **FINANCIACIÓN**

En cuanto a la financiación la empresa Gama solicitara un préstamo de 17'000.000 para así poder crear la nueva fábrica en México y así mismo aumentar la producción y así mismo aumentar los ingresos.

SEGUNDO OBJETIVO	
OBJETIVO DE LA SIMULACIÓN	Obtener mayor Beneficio neto
META ESPECÍFICA	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Introducción de nuevos mercados.</li> <li>● Aumento en las ventas de las unidades producidas más las</li> </ul>

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

	<p>unidades encontradas en inventario..</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Aumento en los precios de los tres productos..</li> <li>● Generar utilidades por cantidad de producto vendido.</li> <li>● Reducción de costos y gastos.</li> <li>● Alta inversión destinada a la tecnología industrial con el fin de reducir costos.</li> <li>● inversión en la innovación del producto con el fin llamar la atención de los consumidores en los mercados incursionados.</li> </ul>
CLASIFICACIÓN (RANKING)	4to

### ANÁLISIS 2 SEGUNDA JUGADA

En la Primera jugada al ver la tasa de ocupación de la empresa estaba alta y unos inventarios bajos decidimos que abrir una fabrica All in one en México para aumentar la producción del 2018 al 2019 unas 148.815 unidades (imagen 75) con el objetivo de disminuir el costo de producción, logrando disminuir 1.298.689 millones de euros(imagen 76), ya en la segunda jugada vimos un aumento del inventario 155.469 unidades (imagen 77) decidimos incursionar en europa occidental ya que este mercado era atractivo por los precios que vende la competencia, Precios que establecemos haciendo un gran análisis en el valor de la marca el cual varía con la



inversión que se haga en la innovación, la capacitación, la producción que se tenga, la financiación e indicadores claves que veremos adelante.

### **VALOR DE LA COMPAÑÍA**

Como podemos analizar en el valor de la compañía obtuvimos un aumento en los resultados económicos de Gama de 1.174, 2019 a 1.234, 2020 ya que aumentamos los ingreso de la compañía con respecto a las ventas en unidades, el Endeudamiento y solvencia aumento de 310, 2019 a 342, 2020 afectandonos el ratio de endeudamiento y el crédito extraordinario teniendo así que sacar de nuestro patrimonio para pagar dicha deuda que inicialmente adquirimos por un precio de \$ 17'000.000 a largo plazo. En esta 2da jugada también dimos inicio a la incursión en nuevos mercados ya que logramos observar que la plataforma principalmente se enfoca en este tema dando inicio a nuestra incursión a UE Occidental que nos favoreció mucho en las ventas y los ingresos de la compañía, el valor de la marca aumento de 572, 2019 a 583, 2020 esto es muy bueno para la compañía ya que entre más crezca la marca mayor será el reconocimiento y obtendremos más visibilidad frente a las personas, también realizamos grandes inversiones en el tema de innovación vemos en la tabla también el aumento ya que siempre las compañías deben invertir en su innovación y tecnología para así mejorar los productos y llamar la atención de las personas que buscan lo ultimo en tecnologia.



## **INDICADORES CLAVE**

Observando la tabla de Indicadores claves de la compañía Gama observamos que en la 2da jugada aumentamos las unidades vendidas de 362.615, 2019 a 455.547, 2020 este aumento de ventas y la incursión en nuevos mercados nos permitió aumentar los ingresos de la empresa de \$ 47'793.946, 2019 a 51'145.134 casi \$ 3'000.000, observamos una disminución sumamente importante en el beneficio neto ya que iniciamos con pérdidas de \$ 2'666.777 por el indicador de ratio de endeudamiento que aumentó significativamente por la deuda que en la 1ra jugada adquirimos a largo plazo que nos aumentara el crédito extraordinario, la construcción de la fábrica también nos causó un gasto importante que será recuperado con el paso del tiempo, pudimos concluir que con el aumento de número de fábricas All in one nos iba a permitir duplicar nuestra producción lo cual nos iba a beneficiar aumentando nuestro unidades vendidas y las fábricas iban a poder especializar su producción para que México produzca Tecnoperso y Pequelectro, mientras que Estados Unidos se especializó en Domohogar.

## **PRODUCCIÓN**

Como podemos observar el problema principal es la cantidad de productos que estamos produciendo, con respecto a la cantidad de producto que se está vendiendo, por lo que está quedando muchas unidades en inventario, y se ve claramente reflejado que en el producto tecnoperso se está vendiendo solamente el 30% de lo producido, ya que el 70% se está quedando en inventario, por lo que genera costos demasiados altos, en el producto pequelectro, se está vendiendo un poco más del 50% de las unidades producidas, pero sin



embargo se está quedando el 45% en inventario, y en el producto DOMO HOGAR se vende una cantidad que beneficia a la empresa en cuanto a los ingresos, pero aun así, no se llega a vender ni el 50% de los productos fabricados.

por lo que para esta jugada en cuanto a la producción, se decidió mantener la misma cantidad de producción que se venía llevando a cabo en los periodos anteriores, esta estrategia se tomó, con la intención de no aumentarla, para así poder vender en el siguiente año las unidades que tenemos en inventario, más las unidades que se van a producir.

## **PRECIO**

Cuando hablamos de los precios en la segunda jugada no tomamos buenas decisiones ya que decidimos seguir disminuyendo los precios en los mercados en los cuales estábamos presentes, en USA y Canadá los productos tecnoperso mucho menor que la competencia, en pequelectro el precio que estipulamos no ayudó a generar ingresos a la compañía aun así cuando la disminución de las ventas fue mínima. En Eu Occidental pasó lo mismo con los 3 productos afectando el valor de la compañía y generando aumento de la deuda a largo plazo que hicimos en la primera jugada. Con respecto a los precios en América Central y Sur disminuir el precio si fue buena idea ya que los ingresos de ese mercado aumentaron esto se debe a que los latinos tienen un PIB per cápita bajo y tienen un perfil de ser ahorradores y conservadores al momento de hacer sus compras.



## **PROMOCIÓN**

El manejo de la promoción en este periodo dependiendo del objetivo de fortalecimiento de los mercados en los cuales estábamos presentes enfatizando en los mercados de pequelector y domohogar en EU Occidental y Usa y Canadá. Donde EU Occidental presenta mayor inversión con una cantidad de 500.000 dólares en los tres productos ya que en este mercado estamos incursionado, queremos establecernos, y ser dueños de una porción de este mercado, en Usa y Canada invertimos 600.000 dólares en la promoción de Domohogar ya que este producto es el que más ingresos da a la compañía, seguido por pequelectro y tecnoperson con una inversión de 350.000 dólares cada uno. EU Occidental y Usa y Canadá eran los mercados que más generan ingresos a la compañía. En estos dos mercados se presenta los índices per cápita más altos del globo y los clientes presentaban perfiles de ser ahorradores y conservadores, donde bajo esta idea decidimos bajar precios para aumentar la cantidades vendidas en estos mercados. La idea no cumplió el objetivo de aumentar la cantidades vendidas tener unos precios muy bajos no ayudó a nuestro ingresos, dejando en los inventarios la mitad de la capacidad de producción. Los ingresos no fueron suficientes para aumentar los márgenes de ganancias y los márgenes de rentabilidades.

## **INNOVACIÓN**

Para este periodo decidimos disminuir los gastos de innovación ya que en este periodo los gastos generales estaban disminuyendo el Ratio Beneficio Bruto sobre Ingresos, también nos dimos cuenta que la inversión que estábamos realizando no se veía reflejado en los ingresos de la empresa. Aunque los productos era de mejor calidad y más innovadores no se vio un aumento en la cantidad de unidades



**FACULTAD DE CIENCIAS  
ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS**

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

Registro OMP:

vendidas en este periodo por esta misma razón decidimos disminuir la inversión. También cabe recalcar que los segmentos donde menos se compran los productos era el segmento de innovación, teníamos mercados donde los segmentos mayores eran los ahorradores y los conservadores.

### **CAPACITACIÓN**

Para el rubro de presupuesto Desarrollo capacitaciones se destinó 800.000, se redujo puesto en comparación con la jugada anterior porque se decidió hacer una disminución de los gastos generales. En la priorización de áreas de capacitación se le dio más importancia a marketing- comercialización, Tecnología industrial y logística internacional ya que se pensó que para nuestro tipo de empresa estas áreas eran las más útiles para la actividad, por consiguiente se puntuó con 3 a innovación de producto porque se creía que era una área donde se requería una priorización media y a sistemas de dirección, compras-aprovisionamiento y gestión de talento humano nos se les dio mucha priorización, con estas decisiones nos dimos cuenta que estaba mal distribuida la priorización ya que las siete áreas necesitan la misma importancia, dado que no se puede descuidar ninguna porque son factores esenciales para que la empresa funcione exitosamente.



## FINANCIACIÓN

Como podemos observar en los ingresos de la compañía aumentaron con respecto a las ventas en América Central y Sur, en tecnoperso, vendemos menos y nos generó una disminución de ingresos, aumentamos los ingresos de peqeletro en América Central y Sur y en domohogar igualmente. En Estados Unidos y Canadá las ventas se disminuyeron en tecnoperso generando menos ingresos para la compañía Gama se vendieron unidades menos además realizamos un ajuste en los precios que no nos favoreció, en peqelectro aumentamos las ventas en unidades pero la reducción apresurada de precios nos perjudico ya que el ingreso no fue muy alto, en domohogar, la disminución de precios nos generó muchas pérdidas, no supimos darnos cuenta del potencial que tenemos en innovación, marca y tecnología, lo cual en este caso la reducción de precios nos perjudico rotundamente algo que se muestra en el beneficio neto mostrándonos unas perdida de \$ 2`000.000. La incursión en los mercados fue una de las pocas buenas decisiones que tomamos en esta 2da jugada ya que gracias a esta entrada a UE Occidental tuvimos un aumento en los ingresos de \$ 9`000.000 que fueron muy acertados por la compañía, en conclusión se tomó una buena decisión al aumentar la producción para aumentar las ventas pero la disminución de precios nos afectó, no siempre vender más barato va a generar mayores ingresos, hay momento en los que cobrar más caro y vender menos puede ser la solución para tu compañía.



TERCER OBJETIVO	
OBJETIVO DE LA SIMULACIÓN	Generar beneficio neto
META ESPECÍFICA	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Disminución del inventario.</li> <li>● Reducción en los costos de producción.</li> <li>● Reducción de presupuesto invertido.</li> <li>● Vender inventario existe del periodo anterior.</li> <li>● Competir con precios altos.</li> <li>● Invertir en la promoción de los productos en el mercado de Rusia.</li> </ul>
CLASIFICACIÓN (RANKING)	4to

### ANÁLISIS 3 TERCERA JUGADA EMPRESA GAMA

Lo que se quiere mostrar en la siguiente parte del trabajo que hace referencia a la tercera jugada es observar la manera en que las decisiones que se tomaron en las jugadas anteriores tuvieron una variación de gran magnitud puesto que en la segunda jugada no se obtuvieron buenos resultados esto nos ayudó a que en la tercera jugada pudiéramos analizar de una mejor manera los resultados que se obtuvieron anteriormente para que de esta manera culmináramos la tercera jugada con mejores resultados y así observar como una



**FACULTAD DE CIENCIAS  
ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS**

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

Registro OMP:

pequeña mala decisión que se tome se puede ver afectada por completo la economía de la compañía. a continuación mostraremos las decisiones que fueron tomadas por cada ítem.

Como se puede observar la relación de la producción real con respecto a la capacidad de producción, en la empresa el producto que más impacto tiene en la plantas es peqelectro, adquiriendo una tasa de ocupación del 70,4% en las fábricas oll in one ubicadas en México, y en la hightechnology ubicada en Estados Unidos obteniendo una tasa de ocupación del 87,5%.

El producto que más impacto tuvo en las ventas fue peqelectro, generando un impacto en el indicador de unidades en inventario sobre las ventas del 45,8%. Vendiendo anualmente una cantidad de 350.062 productos peqelectro teniendo en cuenta la cantidad de inventario que se traía desde el año anterior y dejando un inventario actual de productos de 160.481 unidades.

El producto menos vendido en el presente año es tecnoperso, obteniendo una venta de 71,829 unidades anualmente, teniendo en cuenta el inventario que ya se traía en este producto, este producto refleja un inventario sobre las ventas del 70,6% siendo esto en cantidad de unidades 50.712 lo que es bastante negativo para la empresa, ya que en la situación en la que nos encontramos, no nos podemos dar el lujo de cerrar alguna fábrica por la cantidad de inventario que se tiene en la empresa, y girándose costos mayores como en los costos de almacenaje, costos de transporte y costos de calidad, generando un costo total de 1.018,664, todos estos costos debido a que no se están



vendiendo la cantidad suficiente de los productos en los mercados introducidos, para cubrir los costos y gastos, por lo tanto no se está generando utilidades. una de las metas planteadas por ese indicador es disminuir la producción en general y cesar la producción de dos productos los cuales son tecnoperso y pequelectro, lo más probable es que esto ocurra en la high technology que está situada en Estados Unidos. Esto debido a que no se están vendiendo las suficientes unidades y también teniendo en cuenta las unidades que hemos llevado acumulando, con la intención de aumentar los ingresos sin necesitas de cerrar una fábrica por completo.

## **PRECIO**

En cuestión de los precios en esta tercera jugada la decisión que se tomó fue aumentar los precios ya que teníamos una deuda en temas como gastos en innovación y desarrollo y así mismo un inventario alto. De referencia usamos los precios de la competencia que se encontraban en los mismos mercados en los cuales habíamos incursionado, En Usa y Canadá el precio de la competencia era más alto al nuestro en el segundo periodo, nosotros al ser más innovadores en este país subimos los precios. En EU Occidental y Rusia pasó algo similar, subimos los precios pero la competencia sabía que nosotros íbamos a ir a estos mercados ya que tenían una altos precios con los cuales nos íbamos a beneficiaria decidieron bajar los precios para que nuestros productos no se vendieran tan bien y así ellos no perder mercado. Al momento que decidimos aumentar los precios nos dimos cuenta que fue buena idea, aunque la cantidad de unidades



vendidas disminuyeron, nuestros ingresos aumentaron considerablemente y fue así como pudimos recuperar las ganancias que se habían perdido en la jugada número 2 volviendo a estabilizar la empresa.

## **PROMOCIÓN**

En cuanto a la promoción lo que se quiere buscar es aumentar los productos en los países donde más se venden, por lo tanto se planteó invertir en promocionar más en productos DomoHogar en “Rusia y Europa no UE” con 400.000, en Usa y Canadá se decidió invertir 200.000 en productos Tecno Perso, Peq Electro y DomoHogar se mantuvo la inversión comparando con la anterior periodo porque no se obtuvo mayor beneficio de esta, en Rusia y Europa UE también se mantuvieron las inversiones en promoción con 200.000 en TecnoPerso y Peq Electro, en UE Occidental los inversión fue de 200.000 por cada clase de producto y en los países que menos se invirtió fue en América central con tal solo 100.000 por cada producto respectivamente porque no se a obtenido beneficio de la promoción por mercado en este.

Y propuso desarrollar dos delegaciones comerciales en América central y sur y Rusia y Europa no UE para vender en estos países



## **INNOVACIÓN**

Lo presupuestado para innovación y tecnología siempre fue muy importante para la compañía ya que queríamos constantemente mantener un buen crecimiento frente a la competencia y mostrar en los diferentes mercados lo innovador que era nuestra compañía y de una tecnología de buena calidad para entrar a la competencia de forma segura siempre dando productos innovadores priorizando la inversión en Domohogar que nos genera gran parte de nuestras ventas. siguiendo con el segundo producto con mayor inversión para el desarrollo de la innovación es pequelectro el cual es otro producto que más producimos y mas vendemos.

## **CAPACITACIÓN**

En el presupuesto de desarrollo de capacidades se mantuvo la invirtió en 800.000 y se dio la misma priorización por área puesto que se consideró que son de igual importancia para la empresa Gama. En la primera jugada no se vio reflejada la inversión realizada en este rubro con respecto a los ingresos que se obtuvieron en ese año, disminuyeron 1.440.921 millones de dólares. En la segunda jugada cuando disminuimos la inversión los gastos de capacitación a 800.000 los ingresos aumentaron y también teniendo en cuenta que se incursionó en el mercado de Europa Occidental. En la tercera jugada se decidió mantener la inversión y darle la misma importancia a las áreas de capacitación, ya que nos presentamos en diferentes mercados y teníamos un alto inventario el cual debíamos vender ya que



**FACULTAD DE CIENCIAS  
ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS**

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

Registro OMP:

este nos generaba costos. en este punto decidimos darle misma importancia a logística internacional ya nosotros nos encontrábamos en cuatro mercados.

El área de marketing de comercialización era importante para nosotros ya que en todos los mercados en los que nos encontrábamos teníamos competencia fuerte, lo cuales manejan un gran crecimiento y una gran presencia en los mercados con precios competitivos.

En el área de la innovación de producto decidimos mantener la importancia ya que a mayor inversión podemos aumentar el precio de los productos y aumentar ingresos. la tecnología industrial nos ayuda a producir un producto de calidad lo cual influye en el valor de los productos que vendemos.

La gestión de talento también se le dio la misma importancia puesto tener un buen capital de trabajo mejora la eficiencia del rendimiento y el desempeño del recurso humano de la empresa. Esta área se mantuvo en 3 puntos asignados igual que en la segunda jugada pues se vio rendimiento en esta y por ende se decidió sostener esta puntuación.



## **FINANCIACIÓN**

En esta tercera jugada habíamos disminuido la producción y cesado en las plantas de tecnperso y pequelectro en Estados Unidos para enfocar la producción en México disminuir los costos de la producción, al ser la dos primeras jugadas malas la cuales generó un decrecimiento en el valor de compañía. En la segunda jugada todo el dinero que generamos se iba para el pago de la deuda a largo plazo que pedimos para construir la fábrica All in one de la primera jugada. Disminuir, cesar la producción y pedir un préstamo a corto plazo de 5.000.000, fue una gran idea ya que podíamos financiar la producción de las unidades que habíamos proyectado vender en el tercer periodo. También gracias a esta maravillosa jugada pudimos dejar dinero en caja y así revivir la compañía para que siga trabajando.

## **REFLEXIÓN**

Los resultados, la gestión y la toma de decisiones se relacionan en el sentido de que bajo el sistema de gestión se pueden obtener resultados muy favorables para la empresa, dado que los resultados se alcanzan mediante un conjunto de procesos de toma de decisiones, por lo cual es pertinente el análisis de los resultados de la gestión hallados de experiencias anteriores, de los impactos y de los objetivos que se esperan conseguir. Por lo anterior, se logró evidenciar que al captar la idea precisa de lo que se esperaba obtener al



**FACULTAD DE CIENCIAS  
ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS**

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

Registro OMP:

terminar el ejercicio de la simulación, se realizó un análisis de cada una de las jugadas y logramos observar que en la 2da no se tomaron buenas decisiones, dado que decidimos aumentar los precios de los productos, debido a que había mucho gasto en inversión, en capacitación e innovación, por ello se consideró que la compañía con los precios bajos no obtenía los suficientes ingresos y ende no podía suplir estos gastos, ni mucho menos hacer rentable la compañía. Por consiguiente decidimos analizar las decisiones que se tomaron en la 1ra y 2da jugada de manera grupal para así tener puntos de vista diferentes y no volver a cometer el mismo error en la tercera jugada. Por eso fue que en la 3ra jugada pudimos cumplir con el objetivo propuesto inicialmente.

Para el grupo Gama el simulador nos ayudó a tener una visión más profunda frente a las diferentes áreas de una empresa como, marketing, producción, talento humano, finanzas y logística, de modo que se nos introdujo una perspectiva del manejo de la gerencia de una empresa, mediante la toma de decisiones más claras con respecto a las diferentes áreas de una compañía, las cuales pueden llevarnos al éxito o al fracaso. El trabajo en equipo que es parte fundamental para que los objetivos de la empresa se puedan cumplir a cabalidad, puesto que el simulador nos daba la oportunidad de que cada uno de los integrantes ocuparan un papel importante dentro de la organización puesto que cada uno de nosotros nos ocupamos de un área diferente, ya fuera en recursos humanos, logística, marketing, o gerente financiero.



Todas las áreas mencionadas anteriormente observamos que cada una de ellas cumple un papel importante, ya que estas áreas nos brindan la información para poder tomar las mejores decisiones, ya que todas deben comunicarse entre sí para poder cumplir con dichos objetivos.

por supuesto desde nuestro punto de vista este simulador busca que apliquemos todo lo que hemos visto en nuestra preparación universitaria, puesto que se integran conocimientos, habilidades y disciplinas que nos ayudan a tomar decisiones frente a situaciones similares en el entorno empresarial. Este Diplomado nos fortaleció grandes vacíos permitiéndonos introducirnos de manera más profunda en el ámbito laboral, dando más valor a nuestras hojas de vida, permitiendo un mayor entendimiento del sector real, marcando la diferencia frente a otros profesionales.

## **7. Conclusiones**

En conclusión

Para poder trabajar mejor el simulador los puntos más importantes que debemos tener en cuenta son los indicadores clave que muestran con claridad el diagnóstico de la empresa después de la jugada realizada, con el fin de aumentar el valor de la compañía usamos estos datos para plantear la mejor estrategia por la parte administrativa de la empresa, datos como el valor de la marca, costes de transporte aunque parezcan no importantes, marcan la diferencias frente a tu competencia. También la comunicación con los compañeros que



tenían asignados otra empresas afecta mucho al momento de tomar la decisión, la información que por accidentes puedes revelarles a ellos puede hacer que ellos preparen la jugada con respecto a la nuestra.

El diplomado de simulación gerencial es una herramienta de aprendizaje donde nos permite obtener mayor conocimiento sobre el comportamiento de los mercados desde un punto de vista de empresarial, por medio de los indicadores que presenta el simulador, los cuales nos guía tomar la mejor decisiones.

## **8. Referencias (usando APA)**

Datos sacados de :

Company Game

## **9. Lista de anexos (enuncie con literales)**









