



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES

TRABAJO DE TITULACIÓN DE GRADO PREVIO A LA
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA COMERCIAL

PROPUESTA PRÁCTICA DEL EXAMEN DE GRADO O DE FIN DE
CARRERA (DE CARÁCTER COMPLEXIVO)
INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL

TEMA: ANÁLISIS DE LOS SIMULADORES EMPRESARIALES Y SU IMPACTO
EN LA CARRERA DE INGENIERÍA EN MARKETING.

Autora:

ERIKA MARIEL ROSALES BURGOS

Acompañante:

Ing. JOSE LUIS TENORIO ALMACHE, Mae.

Milagro, Mayo 2018

ECUADOR

DERECHOS DE AUTOR

Ingeniero.

Fabricio Guevara Viejó, PhD.

RECTOR

Universidad Estatal de Milagro

Presente.

Yo, Erika Mariel Rosales Burgos en calidad de autor y titular de los derechos morales y patrimoniales de la propuesta práctica de la alternativa de Titulación – Examen Complejivo: Investigación Documental, modalidad presencial, mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor de la propuesta practica realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Grado, como aporte a la Temática Evaluación de simuladores de prácticas de la carrera de Marketing del Grupo de Investigación de ingeniería comercial de conformidad con el Art. 114 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, concedo a favor de la Universidad Estatal de Milagro una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservo a mi favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo a la Universidad Estatal de Milagro para que realice la digitalización y publicación de esta propuesta practica en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

El autor declara que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.

Milagro, a los 30 días del mes de Mayo de 2018.



Firma del Estudiante

ROSALES BURGOS ERIKA MARIEL

CI: 094132689 - 4

APROBACIÓN DEL TUTOR DE LA INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL

Yo, JOSE LUIS TENORIO ALMACHE, en mi calidad de tutor de la Investigación Documental como Propuesta práctica del Examen de grado o de fin de carrera (de carácter complejo), elaborado por el estudiante ERIKA MARIEL ROSALES BURGOS, cuyo título es ANÁLISIS DE LOS SIMULADORES EMPRESARIALES Y SU IMPACTO EN LA CARRERA DE INGENIERÍA EN MARKETING, que aporta a la Línea de Investigación Analizar el impacto de aprendizaje en el uso de los simuladores de la carrera de Ingeniería en Marketing de la Universidad Estatal de Milagro previo a la obtención del Grado INGENIERA COMERCIAL; considero que el mismo reúne los requisitos y méritos necesarios en el campo metodológico y epistemológico, para ser sometido a la evaluación por parte del tribunal calificador que se designe, por lo que lo APRUEBO, a fin de que el trabajo sea habilitado para continuar con el proceso de titulación de la alternativa de Examen de grado o de fin de carrera (de carácter complejo) de la Universidad Estatal de Milagro.

En la ciudad de Milagro, a los 11 días del mes de Mayo de 2018.



JOSE LUIS TENORIO ALMACHE

C.I.: 092185059 - 0

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR

El tribunal calificador constituido por:

TENORIO ALMACHE JOSE LUIS

PERALTA CARPIO FAVIOLA LISSETTE

ARTEAGA ARCENTALES EVELIN DEL CISNE

Luego de realizar la revisión de la Investigación Documental como propuesta practica, previo a la obtención del título (o grado académico) de INGENIERA COMERCIAL presentado por la srta: ERIKA MARIEL ROSALES BURGOS.

Con el título: ANÁLISIS DE LOS SIMULADORES EMPRESARIALES Y SU IMPACTO EN LA CARRERA DE INGENIERÍA EN MARKETING.



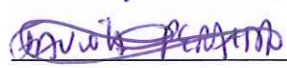
Otorga a la presente Investigación Documental como propuesta práctica, las siguientes calificaciones:

Investigación documental	[66]
Defensa oral	[14]
Total	[80]

Emite el siguiente veredicto: (aprobado/reprobado) APROBADO

Fecha: 30 de MAYO de 2018.

Para constancia de lo actuado firman:

	Nombres y Apellidos	Firma
Presidente	<u>José Luis Tenorio Almache.</u>	
Secretario /a	<u>Evelin Arteaga Arcentales</u>	
Integrante	<u>Peralta Carpio Faviola.</u>	

DEDICATORIA

Dedico a Dios este proyecto por ser mi guía en cada uno de mis pasos y por llenarme de sabiduría para culminar esta etapa académica y profesional la cual es muy importante para mí.

A mis padres por el apoyo brindado en cada una de mis metas que logro a través del tiempo gracias a mi esfuerzo, dedicación y sobre todo perseverar en todo lo que me propongo a lograr.

AGRADECIMIENTO

Doy gracias a Dios por darme sabiduría y fuerzas de luchar día a día y sobre todo guiarme para alcanzar a cumplir mi meta profesional y por seguirme bendiciendo cada instante.

A mis padres que a través de sus sabios consejos y esfuerzos han logrado que me supere mucho más.

También muestro mucho agradecimiento a todas aquellas personas que estuvieron presentes en la realización de esta meta con palabras motivadoras y sobre todo por los conocimientos adquiridos ya que esto es tan importante para mí.

INDICE GENERAL

DERECHOS DE AUTOR.....	ii
APROBACIÓN DEL TUTOR DE LA INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL.....	iii
DEDICATORIA.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
RESUMEN.....	vii
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO 1	2
1.1.2 OBJETIVO GENERAL	2
1.1.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	2
2.1 MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL.....	5
2.1.1 Antecedentes de los simuladores	5
2.1.2 Utilidad de la aplicación de simuladores en las disciplinas de marketing y negocios	8
2.1.3 Simuladores internacionales	10
CAPÍTULO 3	13
3.1 METODOLOGÍA.....	13
CAPÍTULO 4.....	16
4.1 DESARROLLO DEL TEMA.....	16
CAPÍTULO 5	22
5.1 CONCLUSIONES.....	22
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	23

TEMA:

“ANÁLISIS DE LOS SIMULADORES EMPRESARIALES Y SU IMPACTO EN LA CARRERA DE INGENIERÍA EN MARKETING.”

RESUMEN

El fortalecimiento de los métodos de enseñanza es uno de los casos más alarmante para los estudiantes y docentes que cada día se esfuerzan para motivar a sus estudiantes y fortalecer su proceso de aprendizaje, a través del uso de recursos tecnológicos, vinculados al campo de la informática y la comunicación

Precisamente dentro del contexto tecnológico, los simuladores son recursos importantes porque se hace partícipes a los estudiantes dando oportunidad para que a través de ellos tomen decisiones respecto a situaciones específicas sobre un determinado contexto, tanto as que estas herramientas ayudaran al desarrollo de las destrezas y habilidades por parte de cada estudiante de la institución académica, ya que pueden lograr transmitir sus conocimientos previos y los pueden llevar a distintas etapas contribuyendo a la adquisición de nuevos saberes que demandan de un proceso de reflexión, para luego ser aplicados en determinados contextos, permitiendo vincular la teoría con la realidad, fortaleciendo la parte estratégica.

Es clave la evaluación sobre el uso de los simuladores ya que ayuda contribuir procesos de aprendizaje entre los estudiantes y docentes incentivando interés de aprender contenidos referentes en cuanto a las asignaturas de mayor relevancia para luego reflexionar en la toma de decisiones asertivas basada en los conocimientos que adquieren en el aula.

Por este motivo, el objetivo general de la presente investigación es analizar el impacto de aprendizaje en el uso de los simuladores de la carrera de Ingeniería en Marketing de la Universidad Estatal de Milagro, para lo cual se recurrió a la revisión de fuentes bibliográficas y digitales que han abordado este tema en el contexto actual.

PALABRAS CLAVE: Simuladores, Aprendizaje, Destreza, TIC.

THEME:**“ANALYSIS OF BUSINESS SIMULATORS AND THEIR IMPACT ON THE MARKETING ENGINEERING CAREER”****ABSTRACT**

The strengthening of teaching methods is one of the most alarming cases for students and teachers who strive every day to motivate their students and strengthen their learning process, using technological resources, linked to the field of computer science and communication. Precisely within the technological context, simulators are important resources because students participate by giving them the opportunity to make decisions about specific situations in a specific context, so that these tools will help the development of skills and abilities. On the part of each student of the academic institution, since they can transmit their previous knowledge and can take them to different stages contributing to the acquisition of new knowledge that demands a reflection process, to be apply in certain contexts, allowing linking the theory with reality, strengthening the strategic part. The evaluation of the use of simulators is key since it helps to contribute learning processes among students and teachers, encouraging interest in learning relevant content in the most relevant subjects and then reflecting on assertive decision-making based on the knowledge they acquire in the classroom. For this reason, the general objective of the present research is to analyze the impact of learning on the use of the simulators of the Marketing Engineering career at the State University of Milagro, for which a review of bibliographic and digital sources was used who have addressed this issue in the current context.

KEY WORDS: Simulators, Learning, Skill, TIC.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación tiene como tema “Análisis de los simuladores empresariales y su impacto en la carrera de Ingeniería en Marketing.

Los simuladores son herramientas tecnológicas que permiten a los estudiantes participar de forma más realista en el desarrollo de su conocimiento académico simulando negocios, realizando estudios de mercado, desarrollando campañas publicitarias, estableciendo presupuestos, analizando la competencia mediante un conjunto de decisiones en el proceso de dirección de una empresa.

Entre el contexto de la educación es indiscutible analizar el rendimiento de los estados de desarrollos por suministrarse en la ocupación de las tecnologías y comunicación (TIC), se constituye herramientas como las plataformas Moodle, Spss, Risk Simulator, Net Support school, Labsag simuladores, Cmaptools, Freemind, Company Game, que deben ser incluidas por los docentes como instrumento pedagógico con un enfoque integrador.

La implementación de este tipo de simulaciones permite a los alumnos desarrollar una perspectiva a largo plazo, observando cómo estas repercuten en el valor y el beneficio de la empresa en los próximos ejercicios, además refuerzan el pensamiento competitivo y el propio conocimiento del mercado favoreciendo el entorno de la propia herramienta a través de la propia de estas iniciativas.

Este método de evaluación sobre el uso, requiere de un tiempo de aplicación del alumno referente a la complejidad, esfuerzo y dedicación adicional para que así mejore el aprendizaje y el nivel de profesionalismo tanto con el estudiante como para la universidad.

De esta gran manera a través de la implementación de estos métodos de uso y evaluación de simuladores ayuda a fortalecer el proceso de aprendizaje de los estudiantes dentro de la carrera de Ingeniería en Marketing, generando un conocimiento más realista y práctico, dirigido a fortalecer sus habilidades y habilidades cognitivas, además de contribuir a la formación de profesionales exitosos y eficientes en el mundo del trabajo.

CAPÍTULO 1

1.1 PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

En estos últimos años en la formación universitaria se ha obtenido profundos cambios en la implementación de las Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), la cual son productos a representar cambios dentro del aprendizaje ya que gracias a la globalización son más accesibles para las comunidades académicas, en diversas partes ya sea en países latinoamericanos y sudamericanos que son partes fundamental de las enseñanzas académicas cubriendo lo teórico con lo práctico de la educación tradicional.

Los simuladores son herramientas con que los alumnos aprenden sin comprometer recursos reales, en un tiempo menor al establecido ya que hace referencia a duración de una largo tiempo si fuere en la vida real. Esta solución ofrece una detallada y actualizada vista panorámica sobre el uso de estos simuladores. Por tal razón la Universidad Estatal de Milagro debe estar inmersa en estos procesos de enseñanzas porque es de gran importancia para los estudiantes.

Identificando así en la actualidad la Universidad Estatal de Milagro no cuenta con un modelo de simulador para los estudiantes de las carreras administrativas como es la carrera de Marketing, lo cual no ayuda a enriquecer en la práctica laboral a futuro y en la toma de decisiones de los estudiantes.

1.1.2 OBJETIVO GENERAL

Analizar el impacto de aprendizaje en el uso de los simuladores de la carrera de Ingeniería en Marketing de la Universidad Estatal de Milagro.

1.1.3 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- ✓ Establecer la importancia que tienen los simuladores en el plan de estudio para la carrera de Ingeniería en Marketing.

- ✓ Verificar las áreas de especialización empresarial en que deberían enfocarse los simuladores de negocio en nuestro contexto.
- ✓ Proponer la utilización de los simuladores de negocios para ser aplicado en la malla curricular de la carrera de Ingeniería en Marketing.

1.1.4 JUSTIFICACION

En la actualidad en el mundo empresarial se muestra en los estudiantes que no existe una eficiente enseñanza dinámica, esto hace que no puedan desarrollar sus destrezas y habilidades de una manera vigorosa en la puedan adquirir la experiencia plena y conocimientos para desempeñarse profesionalmente en cualquier ambiente laboral.

El uso de los simuladores en el aula es una herramienta que contribuye al aprendizaje para los estudiantes y se debe considerar los aspectos teóricos, metodológicos y prácticos de esta forma de enseñar, la tarea del docente consiste en establecer contextos para que el estudiante construya sus conocimientos a través de la actividad de manera real asociando aprendizaje por descubrimiento.

Los simuladores son indispensables para la formación de personas que tendrán una gran responsabilidad con su puesto ya que sus posibles errores podrían poner en peligro la vida de terceros.

Actualmente la educación universitaria debe permitir la formación de profesionales eficientes y eficaces, que respondan a las necesidades de la sociedad y den solución a los problemas que identifiquen en sus distintas áreas de actuación.

La simulación permite entrenar de manera real hasta adquirir la experiencia y destreza necesaria para desempeñarse profesionalmente en cualquier ámbito. El uso de simuladores como herramienta de aprendizaje ofrece algunos de los beneficios de los siguientes:

- El estudiante puede reconocer las consecuencias que las decisiones tomadas en cada período tienen para la compañía a cargo.
- Aprenda a evaluar y elegir la mejor decisión que le permita obtener el mejor resultado.

- Genera motivación y adquiere la capacidad de trabajar en equipo.
- Analice los resultados y observe los posibles errores cometidos en cada decisión obteniendo comentarios al respecto.
- Te permite integrar lo que has aprendido en las clases, la parte teórica con la práctica (simulador) de una mejor manera, lo que has recibido con la enseñanza cara a cara. (Aguilar, 2006)

Por este motivo es importante ubicar al estudiante en un contexto que entienda a un aspecto de la realidad y establecer ese ambiente, encontrar situaciones similares a las que deberá enfrentarse, de manera que pueda experimentar sin riesgos y desarrollo en la toma de decisión y trabajo en equipo si es necesario, a través de la combinación de los conceptos administrativos, y también apuntando a las nuevas tecnologías para crear un ambiente virtual en el proceso de dirección de una empresa o de una área específica de la misma, poniendo en práctica los conocimientos adquiridos durante su preparación académica.

CAPÍTULO 2

2.1 MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

2.1 1 Antecedentes de los simuladores

Los simuladores de negocios comenzaron a usarse en la década de los 50 cuando los desarrollos tecnológicos permitieron ser utilizados en escuelas de negocios americanos (Marting, 1957) lo cual siguen siendo de mayor importancia y necesidad para el ámbito académico obteniendo buenos resultados en las enseñanzas, esto a nivel de maestría, como un medio para fomentar las habilidades gerenciales y de toma de decisiones en los estudiantes. Actualmente sus uso de ha difundido en las universidades en las carreras de tercer nivel como fuente de enseñanza y aprendizaje.

Los primeros simuladores comerciales se centraron originalmente en la toma de decisiones y el desarrollo de estrategias, evolucionando su uso en tareas de entrenamiento militar y equipos de vuelo que buscaban dinámicas de acción similares (Schlatter, 2014). El progreso tecnológico ha permitido el uso de simuladores, que se han utilizado para otros fines, incluido el sector empresarial y educativo, para el aprendizaje constante.

América Latina fue uno de los sitios en donde el instituto Tecnológico y de Estados Superiores de Monterrey fueron los primeros en aplicar simuladores en 1963 (Labsag, 2015).

Tras el evento y el avance tecnológico, muchos simuladores se han desarrollado para expandir el conocimiento y las soluciones en un entorno económico dinámico y global. Un modelo de simulación puede usarse para todo el problema que involucre variables como un tipo de riesgo o variabilidad (Mechain, 2014), por lo que la interacción simulada proporciona comprensión, experimentación, trabajo colaborativo y soluciones prácticas a las transformaciones organizacionales experimentadas. En la realidad con las personas involucradas en un contexto virtual que configura la realidad.

Según (Fullana, 2009) la interacción del alumno con un simulador o entorno simulado en condiciones controlables y no controlables, permite comprender la dinámica del trabajo en un entorno cercano a la realidad.

También vale la pena mencionar que los simuladores son efectivos para organizaciones y empresas, ya que permiten una respuesta empírica y rápida ante posibles cambios en los mercados. Un modelo de simulación válido puede ser un instrumento para evaluar respuestas rápidas y evaluar varias soluciones y escenarios para responder a las cambiantes situaciones del mercado. Un modelo de simulación válida puede ser un instrumento para evaluar respuestas rápidas y valoradas varias soluciones y escenarios para responder así a las cambiantes situaciones del mercado.

En realidad, el origen de la incorporación de los programas de simulación se debe a presiones legales, éticas y económicas que se sustentan en la necesidad de evitar la utilización de programas útiles conforme a la carrera de marketing para la enseñanza y desarrollo de sus conocimientos. Desde una mirada una ética el trabajo con la simulación genera una solución ante el problema criterios que nos ayuden a distinguir una conducta buena o mala de experimentación en vivo.

En el trabajo con nuevas tecnologías se vislumbran como perspectivas la posibilidad de incorporar simulaciones a través de programas y de realidad virtual que permitan reemplazar algunas experimentaciones en vivo. La formulación de criterios acerca de la validez de estas simulaciones para la buena enseñanza, la evaluación acerca de estas tecnologías en relación con los fines de la enseñanza, nos muestra que la perspectiva ética se convierte en una ayuda para el trabajo.

(Bettetini, 2014) Plantea que la interactividad es un problema importante introducido por la innovación tecnológica y en la organización de las empresas, así también en el área de Marketing.

Según este autor define el término de simulación como una evidencia de los actos, simular significa: engañar, ilusionar, reproducir directamente e imitar. La virtualidad es una característica de todo proceso de simulación y está ligada con modelización.

Según (Bartolome, 2013), certifica que la educación es un proceso de actuación intencional sobre los humanos, principalmente sobre la juventud y es por ello fundamental desarrollar su personalidad capacitándolos y adaptarlos a la vida social para el mundo laboral.

Este autor da a entender que las instituciones son las encargadas de velar por ese profesional de éxito acompañado de competitividad para que los profesionales se enfoquen en sus labores de manera eficiente y eficaz.

Según (Blanco, 2014) afirma que la educación es un proceso que acompaña a las sociedades concretas a lo largo de su evolución y que, de alguna manera, refleja las estructuras cambiantes de dichas organizaciones, sus contradicciones y problemas, su crecimiento y constante diversión. El proceso de evolución social, particularmente. La seguida por las fuerzas productivas, la ciencia, las tecnologías y en general la cultura, ha llevado a la prolongación progresiva del tiempo de cada individuo debe ser del sistema educativo.

Para este autor, es importante estar de acuerdo con la tecnología del día a día, ya que el trabajo competitivo y profesional se lleva a cabo de esta manera, siguiendo una pauta dentro de la evolución social.

Según (Ofarrill, 2012), dentro de su revista detalla que los software educativos son programas que se han desarrollado con fines didácticos, desde los programas tradicionales basados en modelos de enseñanza asistida por computadora (EAO) hasta los programas experimentales de enseñanza inteligente asistida por computadora (EIAO), que utilizan técnicas del campo de los sistemas expertos. y de la Inteligencia Artificial en general, intentan imitar el trabajo tutorial personalizado que realizan los profesores y presentan modelos de representación del conocimiento en consonancia con los procesos cognitivos que desarrollan los alumnos.

Esta herramienta tecnológica resulta muy útil porque permite transferir conocimiento a los estudiantes, ajustándolos a los objetivos y necesidades curriculares de cada asignatura,

también brinda la oportunidad de evaluar el conocimiento que se le otorga dentro de cada materia de la carrera de Marketing, ya que así es como se conocen las necesidades que se requieren para proporcionar calidad educativa y una capacitación profesional exitosa.

2.1.2 Utilidad de la aplicación de simuladores en las disciplinas de marketing y negocios

La importancia del uso de la tecnología en el aula, que indica como un programa interactivo puede convertirse en una poderosa herramienta pedagógica y didáctica, ya que este tipo de recursos puede fomentar la transformación de los estudiantes. (Martínez, 2014)

Cabe señalar que este instrumento no solo se utiliza dentro de la institución sino también en otras partes implementadas para instituciones públicas y privadas, con el fin de instruir y capacitar al personal que trabaja dentro de ellas y así ahorrar tiempo y recursos monetarios.

El uso de las TIC en contextos y corporaciones ha centrado hasta ahora sus mayores esfuerzos en la tecnología (plataformas, tratamiento de contenidos, espacios de comunicación y colaboración, etc.). El rediseño conceptual y metodológico necesario para adaptar y aprovechar las nuevas posibilidades de e-Learnig y provocar un cambio cultural, ha sido un campo, muy desarrollado Conocer las posibilidades de las diferentes aplicaciones y entornos que se pueden utilizar (Salinas, 2015).

Hoy en día los modelos que representan software educativo son simuladores de aprendizaje que representan estructuras académicas representadas por funciones mecanizadas que producen interacción educativa acompañada de videos o imágenes que originan la realidad y sé que logran el aprendizaje a través de la experiencia directa. El ingeniero de sistemas Franco, afirma que: Un simulador es un programa de computadora que representa situaciones de la vida real aplicables a cualquier conocimiento, esto pone a disposición del usuario todas las funcionalidades del producto, para investigarlas y probarlas por sí mismo.

Por su parte, (Velasquez, 2014) Los simuladores son herramientas que permiten al usuario adquirir un conocimiento profundo sobre temas importantes, desde el uso de herramientas digitales y electrónicas pertenecientes a la metodología y plataformas web.

Por esta razón, los simuladores de negocios son un gran logro de aceptación no solo en el contexto educativo, ya que son utilizados por profesionales de diversas áreas como ingeniería, marketing, diseño multimedia, análisis de sistemas, administración, entre otros, ya que facilitan el diseño de sistemas que simulan aspectos específicos de la realidad, además de contribuir a la realización de todo tipo de experimentos que ayudan a la selección de estrategias operativas en un contexto dado.

Particularmente, los simuladores se conocen como juegos virtuales y son parte de una herramienta de aprendizaje que busca la reproducción emulada de un sistema económico, financiero o empresarial (Espin, 2014). En el mundo empresarial, estas herramientas ofrecen la oportunidad de comprender la afinidad entre diferentes áreas de la empresa y abarcan una serie de escenarios que deben valorarse mediante la capacidad de razonar y tomar decisiones, sin perder la concepción del procesamiento y análisis de la información suministrada, encontrando solución oportuna al problema.

De acuerdo con el Laboratorio de Simuladores en Administración y Gestión (Labsag, 2014) las ventajas que ofrecen los simuladores para aquellos estudiantes que tuvieron un bajo rendimiento antes de la simulación son los siguientes:

- Permiten la aplicación del conocimiento para resolver problemas
- Mejorar las transferencias y la retención de conocimiento
- Aumentar la comprensión de los conceptos abstractos y la motivación del estudiante

De acuerdo con lo anterior, vale la pena mencionar que este tipo de tecnología logra un enfoque de mejora dentro de la actividad empresarial al visualizar el estado que presenta y realizar propuestas de mejora dentro de los procesos.

2.1.3 Simuladores internacionales

Dentro del contexto europeo existe una gran cantidad de simuladores aplicados a diferentes categorías y en diversas Universidades. Entre ellos, la llamada Competencia Global de Marketing, en la que se busca diseñar un plan de negocios teniendo en cuenta las decisiones de producción, presupuesto, costos de segmentación del mercado, etc. En este simulador o hay un modelo de escenario final predeterminado, pero se genera la estrategia ganadora del enfrentamiento con los otros competidores (Global Marketing Competition, 2016).

Otro ejemplo para ilustrar es el simulador español CompanyGame, que integra el conocimiento en diferentes áreas, desarrollando y mejorando las habilidades de gestión empresarial en un entorno que simula la realidad, ofreciendo una visión global de la empresa tratada y estableciendo el entorno empresarial y las interrelaciones de indicadores empresariales (CompanyGame, 2016). El caso de este simulador se tratará más adelante en el desarrollo del tema del presente trabajo.

Tipos de simuladores

Este simulador de negocio cuenta con una gran variedad de simuladores clasificado para diversos sectores, como se puede ver en las siguientes aplicaciones.

Sector tecnológico:

- ✓ Business Global
- ✓ Techcompany

Estos simuladores sirven para tomar las decisiones relativas en cuanto a la parte de producción, logística, Marketing o Financiación, formación personal, apertura de nuevas fábricas y expansión a nuevos mercados.

Sector textil:

- ✓ Global 2020

En este simulador en cuanto a las decisiones tiene parecido a los anteriores (Marketing, Finanzas, Producción) incluyendo algunas relativas al diseño de productos.

Sector bancario:

- ✓ BanCompany
- ✓ Bankgame
- ✓ BusinessBank

En estos simuladores bancarios se manejan por la misma situación de partida todos por igual, al igual que los anteriores incluyen decisiones relativas a finanzas, marketing, gestión de riesgo, recursos humanos en el caso de BanCompany, Red comercial este grupo de decisiones permiten ampliar o reducir el número de oficinas disponibles y personalizarlas.

Sector hotelero:

- ✓ Hotelcompany
- ✓ Innova hotel
- ✓ Hotel Virtual

La finalidad de estos simuladores de negocios es asumir la gestión de una cadena hotelera, en varios aspectos en lo que se desee dirigir dentro de la organización, mediante tres canales para atraer clientes: el directo y a través de un intermediario de manera online u offline.

Otros:

- ✓ FitnessGym
- ✓ GlobalRetail
- ✓ FoodCompany

En este grupo el simulador FinessGym, enfocado tanto a la gestión como al emprendimiento este se plantea el reto de iniciar un negocio desde cero, seleccionando diseño y los servicios a ofrecer. CompanyGame dispone de una gama de simuladores que comparten muchas características comunes que ofrecen diferentes experiencias según las habilidades que deseen practicar por medio de la simulación.

El modelo de simulación de CompanyGame permite componer diferentes entornos empresariales, incluyendo procesos y variables que permiten simular la gestión de una empresa tanto de forma competitiva como no competitiva.

- ✓ **Simulación competitiva:** diferentes empresas que compiten directamente entre sí, en régimen de competencia directa. La simulación requiere la programación de las diferentes rondas de decisión en base a un calendario común para todos los equipos.
- ✓ **Simulación no competitiva:** es cuando una empresa es gestionada por el estudiante/equipo durante varios periodos cada uno trabaja independientemente, sin interactuar con otros. El docente o tutor puede fijar un ritmo o agenda de actividades y avanzar libremente. Los resultados de todos los participantes se verán reflejados en ranking, que permitirá identificar a los mejores.

Las ventajas de estos métodos de simuladores son:

- ✓ Ayudan a los alumnos determinar decisiones reales la cual implican experiencia real de cada situación determinada.
- ✓ Permite desarrollar perspectivas a largo plazo, observando cómo estas se van a ejecutar en el valor y beneficio de las empresas en los próximos ejercicios.
- ✓ Implican gestión en las variables propias de la situación de la empresa.
- ✓ Refuerzan el pensamiento competitivo y propio conocimiento del mercado para favorecer el entorno de manera eficaz y eficiente.

CAPÍTULO 3

3.1 METODOLOGÍA

El presente trabajo está realizado con la perspectiva de una investigación documental donde se evalúa la importancia de los simuladores en la carrera de ingeniería en marketing como herramientas efectivas para el aprendizaje y la construcción de la toma de decisiones comerciales, proporcionando oportunidades para enriquecer la capacitación obtenida en el aula en persona. Para ello los simuladores de negocios constituyen una palanca para la formación de directivos y profesionales en diferentes competencias.

Los simuladores empresariales pueden ser utilizados en distintos programas de formación y diversas modalidades entre las que se destacan como:

FORMACION PRESENCIAL: Esta modalidad de seminario de formación es de gran importancia porque ayuda a complementar los conocimientos y generar visión global sobre la gestión empresarial.

FORMACION ONLINE: Programa de formación 100% prácticos online donde también es posible agregar contenidos teóricos para que complementar una excelente simulación en áreas de conocimientos.

FORMACION MIXTA: programas de simulación que combinen modalidad presencial con lo online, aprendiendo en el aula y otros a través del simulador vía Online.

Integrando a todo lo expuesto en este presente trabajo de investigación, (Krizanovic, 2017) preguntas que mediante el uso de simuladores, el aula se convierte en un espacio de capacitación a nivel teórico, metodológico y práctico, ya que la integración de la tecnología al proceso de aprendizaje enriquece las actividades que se desarrollan y ubica al alumno en escenarios reales que lo motivan a ponerse en una situación determinada, para resolver situaciones que se presentan en un contenido estricto.

(Cabrera, 2014) Esencialmente, un ejemplo de este tipo de recursos son los simuladores de negocios, permitiendo que el contexto educativo, estudiantes y

docentes puedan ser participantes en el proceso de gestión y administración de una empresa o un área específica de la misma. Estos son aspectos que fortalecen el proceso de aprendizaje a través del uso de tecnologías de información y comunicación.

Por esta razón, la aplicación de simuladores de negocios dentro del contexto educativo es una de las razones más importantes para los estudiantes, en cuanto a las formas interactivas de mejorar su perfil profesional dentro de la educación superior ya que esto ayuda a vincular lo teórico con lo práctico, también fortalece la habilidades cognitivas de los estudiantes y los prepara eficazmente para sus vidas profesionales.

Otros investigadores como (Ruiz, 2013) argumentan que a partir del uso de simuladores de negocios dentro del contexto educativo se pueden desarrollar habilidades como:

- Fortalecer la concentración, capacidad de analizar e interpretar información
- Descubrir irregularidades a través de la experimentación.
- Hacer inferencias
- Reunir datos aislados
- Asumir la conclusión requerida
- Aplicar los resultados a casos más complejos o nuevos contextos.

(Osorio, 2015) afirma que uno de los aspectos importantes en relación con el contexto educativo está relacionado con el grado de motivación que promueve la motivación, esto se relaciona con el interés de los estudiantes por usar simuladores, ya que a través del uso de esta tecnología educativa podrán fortalecer su nivel de conocimiento y hacer las cosas mejor.

Este tipo de simulaciones no pretende reemplazar las clases formales, sino que se utilizan para mejorar ciertas partes de la misma dinámica con representaciones de procesos difíciles de reproducir en el entorno educativo. Por todo lo anterior, los simuladores son herramientas necesarias para fortalecer el proceso de aprendizaje de los estudiantes en todas sus asignaturas, permitiéndoles interactuar con posibles situaciones y demandas de conocimiento, habilidades y habilidades para tomar decisiones asertivas y un contexto

eficiente, permitiendo vincular el conocimiento adquirido y ponerlos en práctica con la realidad ayudando a fortalecer su preparación profesional y laboral.

(Chuiquito Tumbaco, 2015) Con el paso del tiempo se ha podido observar cómo transcurre el día, con el avance de la tecnología, impactando diferentes áreas de la vida real como: social, económica, empresarial, de salud, entre otras, gracias a la ayuda de la tecnología, ayuda a la educación a saltar de las formas de enseñanzas y aprendizajes tradicionales, ya sean conceptos teóricos, conferencias, debates, teorías de casos, a los nuevos métodos conocidos como entornos virtuales de aprendizaje, entre los que se encuentra la simulación, propósito de esta investigación.

CAPÍTULO 4

4.1 DESARROLLO DEL TEMA

Los simuladores de negocios alientan y comprometen a los estudiantes a un aprendizaje activo, esta es una forma de enseñanza y aprendizaje que tiene el propósito de formar un ambiente de práctica en pasos tomados dentro del negocio hipotético, donde los participantes pueden tomar decisiones para administrar Operaciones dentro de las entidades comerciales también pueden ser evaluados para una mejor capacitación profesional y competitiva, desarrollando su intelecto de una manera eficiente hacia el futuro. Por esta razón, los simuladores de negocios son útiles para aplicar en asignaturas profesionales de la carrera de Ingeniería de Marketing de la Universidad Estatal de Milagro, que los estudiantes puedan enfrentar situaciones que demandan su pensamiento estratégico al tomar decisiones que favorezcan la estabilidad de su empresa.

Por esta razón, la evaluación del uso de este instrumento tecnológico dentro del proceso de educación superior tiene una ventaja para los estudiantes y, además, se obtiene eficiencia en términos de toma de decisiones dentro de la gestión y actividades de una empresa. De la misma manera, permite desarrollar la capacidad de trabajar en equipo ya que se producirá la interacción entre el alumno y la simulación, lo que ampliará en la transmisión del conocimiento.

En la actualidad, el mundo de los negocios requiere profesionales con alta capacidad de conocimiento práctico sobre la gestión de diversas áreas administrativas dentro de una entidad pública o privada, ya que esto ayuda a obtener habilidades para tomar decisiones eficientes basadas en las operaciones y gestión llevadas a cabo por las empresas, mejor rendimiento y eficiencia administrativa. Gracias a este nuevo contexto tecnológico los simuladores se configuran como una de las alternativas importante para el método de enseñanza a través de forma virtual practicándolo de forma real. La simulación de negocios permite observar el comportamiento y evaluar sus conocimientos de los alumnos en varias situaciones reales dentro del mundo laboral.

Los juegos de negocios, en general, se construyen como un soporte para programas de computadora y tienen diferentes características y módulos para su operación dependiendo de las variables consideradas en un diseño inicial. (Castro, 2016).

Este autor se refiere al uso de la tecnología aplicada en los juegos bursátiles que conducen a una buena gestión de la programación tecnológica porque por diversas razones requieren un sistema acorde a la operación que se lleva a cabo, el mundo empresarial necesita profesionales con alta capacidad de conocimiento práctico con respecto a las diversas áreas administrativas dentro de una entidad u organización.

(Rodríguez, 2015) La experiencia laboral que poseen los profesores y que transmiten a sus alumnos sobre la gestión de las operaciones de una empresa, así como la forma y tipo de decisiones que se llevan a cabo ante las diferentes situaciones que surgen en el desarrollo de su funcionamiento constituyen otras estrategias para presentar al alumno un panorama sobre la administración de un negocio.

Este autor se basa en la buena ilustración basada en la simulación sobre las estrategias propuestas en las operaciones comerciales que genera un conocimiento y una operación general de la empresa ya que muestra una visión general hacia el impacto de la toma de decisiones que se va a realizar. Una vez definido el currículum de la carrera de marketing, UNEMI decide certificar y mantener la formación de estos profesionales, de modo que opta por la forma de agregar software tecnológico, incorporando simuladores educativos para desarrollar la comprensión y gestión de los procesos integrales de la carrera, instrumento de prácticas con diferentes escenarios dando vida a un espacio real de conocimiento empresarial.

Por ejemplo, pueden tener una diversidad de ideas, como la financiación que deben usar, qué tipo de producto deben lanzar al mercado, cuáles son las ofertas y demandas que rigen el mercado de un bien o servicio, y una serie de componentes que les permite conocer los principios de las finanzas corporativas y el marketing, ayudándoles a tomar decisiones que involucran la gestión de una empresa. La idea de este simulador de negocios es transformar virtualmente cada una de las experiencias, liderando tanto la institución como la carrera para ser parte de las competencias más importantes en simulación de negocios entre Universidades de Iberoamérica, ya que estas clases virtuales fortalecen la captura de conocimiento el estudiante enfrenta un escenario de desafíos y toma de decisiones para poder mantener una empresa.

**UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES
CARRERA DE INGENIERIA EN MARKETING**



SEMESTRE I	SEMESTRE II	SEMESTRE III	SEMESTRE IV	SEMESTRE V	SEMESTRE VI	SEMESTRE VII	SEMESTRE VIII
FUNDAMENTOS DE MARKETING 5,6C 5HS	PSICOLOGIA DEL CONSUMIDOR 4C 4HS	MARKETING ECOLOGICO 4,2C 4HS	MERCHANDISING 4C 4HS	MARKETING POLITICO Y DE SERVICIO 5,63C 5HS	PLANIFICACION ESTRATEGICA 5,6C 5HS	ETICA PROFESIONAL 3,38C 3HS	MARKETING INTERNACIONAL 4,5C 4HS
ADMINISTRACION 5,63C 5H	COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL 4HS 4,5C	COMUNICACION Y PUBLICIDAD 5,6C 5HS	DISEÑO GRAFICO 4,5C 4HS	GESTION DE CALIDAD Y COMPETITIVIDAD 5,6C 5H	GERENCIA DE OPERACIONES 4,5C 4HS	MARKETING ESTRATEGICO 5,6C 5HS	E-BUSINESS 5,6C 5HS
MATEMATICAS 5,63C 5HS	MATEMATICAS FINANCIERA 5C 5HS	ESTADISTICA 5,6C 5HS	INVESTIGACION MERCADO 5,6C 5HS	INVESTIGACION OPERATIVA 5,4,5C 4HS	EMPENDIMIENTO 5,6C 5HS	CANA/TRAJ/MARK 5C 4HS	COMERCIO EXTERIOR 4,5C 4HS
COMUNICACION Y LENGUAJE 3,38C 3HS	FUNDAMENTO DE ECONOMIA 5,63C 5HS	DESARROLLO DEL PRODUCTO 4,5C 4HS	PRESUPUESTO 5,6C 5HS	ADMINISTRACION Y DIRECCION DE VENTAS 5,63C 5HS	BECHAMARKETING 4,5C 4HS		
INTRODUCCION AL DERECHO 5,38C 3HS	DERECHO LABORAL EMPRESARIAL 3C 3HS	LEGISLACION Y PRÁCTICA TRIBUTARIA 3,3C 3HS	INGENIERIA ECONOMICA 4,5C 4HS	MANEJO SOFTWARE TÉCNICO 4,5C 4HS			
CONTABILIDAD GENERAL 5,6C 5HS	CONTABILIDAD DE COSTOS 5C 5HS	ANALISIS FINANCIERO 5,6C 5HS	PROYECTO DE VINCULACION I 3,3,3 3,0H	PROYECTO DE VINCULACION I 3,3,3C 3,0H			
REALIDAD NACIONAL 3,38C 3HS	INVESTIGACION I 2C 2HS	INVESTIGACION II 2C 2HS	INVESTIGACION III 3C 3HS	INVESTIGACION IV 3C 3HS			
			SIMULACION DE NEGOCIOS 5,6C 5HS		PAKAGING 5,6C 5H	PRACTICAS PRE PROFESIONALES 10C 10H	PRACTICAS PRE PROFESIONALES 10C 10H
			BRANDING		SEGMENTACION DE MERCADO		
33C - 2,9HS 5,22HPS	32C - 28HS 504HPS	32C - 28HS 504HPS	34C - 30HS 540HPS	41C - 36HS 648HPS	37C - 33HS 594HPS	14C - 12HS 216HPS	15C - 13HS 254HPS
31C 5%	HUMANISTICAS 70,88 80%	BÁSICAS 110,25C 51%	PROFESIONALIZANTES	11C 5%	22,5C 10%		235 créditos 20 pasantías 255 créditos carrera
20C	PRÁCT. PREPROF.						

En esta malla curricular de carrera de Marketing se puede observar que existen asignaturas de suma importancia dentro del ámbito académico para los estudiante a nivel profesional previa observación se recalca en el caso de la Comunicación y la Publicidad, un simulador puede ayudar a los estudiantes a desarrollar, de forma virtual, campañas publicitarias, páginas web, comunicados de prensa y otros tipos de productos de comunicación que permiten que un mensaje se transmita a la audiencia, permitiéndoles conocer el impacto que generan en un determinado contexto, y la importancia de seleccionar correctamente el idioma que se utilizará en su preparación, ya que una de las principales dificultades en el contexto educativo, es que los alumnos solo conocen teóricamente servir a esta clase de herramientas dentro del contexto educativo.

Otro uso que se puede hacer de los simuladores corresponde al tema de Investigación de Mercado, ya que los estudiantes necesitan comprender los procesos a través de los cuales se investigan el público, la competencia y el mercado, y esto se puede hacer. realizar a través de este tipo de herramientas virtuales, porque por ejemplo empresas como Innovative Adearning Solutions, a través de programas como Advanced Strategic Marketing, facilitan que los estudiantes obtengan datos ficticios de forma virtual que les permitan diagnosticar el contexto en el que desarrollan las actividades comerciales de una posible empresa, incluidas sus fortalezas, oportunidades, debilidades y capacidades, que se establecen dentro del plan estratégico de dicha entidad. Además, estos simuladores contribuyen a que el alumno aprenda a usar herramientas como promociones de fuerza de ventas y autoajustes en la demanda a lo largo de la simulación, es decir, motivándolos a desarrollar estrategias en la evolución de las preferencias y necesidades del mercado. (Jimenez, 2015).

Otro tema en el que el uso de simuladores de negocios es fundamental corresponde al manejo de software técnico, ya que los estudiantes pueden aprender de forma virtual a utilizar equipos técnicos específicos de cada empresa, lo que les permite tener un conocimiento previo de la práctica empresarial, mediante el uso de software relacionado con el entorno informático y el uso de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), que contribuyen al aprendizaje.

E-Business es otra de las asignaturas muy importantes por las que beneficia a los alumnos con esta asignatura pueden crear y gestionar negocios virtuales, ya que necesitan aprender a desarrollar campañas de difusión sobre sus productos o servicios a través de la red, permite atraer nuevos clientes a través de recursos digitales y promociones, y al mismo tiempo comprender cómo funcionan los sistemas de facturación electrónica.

Finalmente, en asignaturas como Administración y Gerencia de Ventas, también son fundamentales para la aplicación de simuladores, estos permiten a los estudiantes enfrentar actividades cotidianas relacionadas con la gestión de recursos, compra y venta de materiales, contratación de personal, actualización de infraestructura y tecnología, que se utiliza en la empresa, genera diversas experiencias con respecto a las estrategias administrativas que se desarrollan en el entorno empresarial, con el objetivo de que la empresa tenga éxito.

Por medio de un conversatorio con los estudiantes las autoridades de la facultad de Ciencias Administrativas junto con el Rector de la Universidad Fabricio Guevara comento que en los próximos semestre ya estará disponible el nuevo sistema de simulación llamado CompanyGame, este simulador tiene como propósito reproducir la problemática de gestión empresarial en un determinado entorno sectorial o de negocio permitiendo modelar diferentes entornos empresariales, incluyendo procesos y variables de forma competitiva como no competitiva.

Otra de las características fundamental de este modelo es que el mercado cambia, cuyo cambio puede estar estimulados por:

- ✓ **El entorno macroeconómico:** representado fundamentalmente por la evolución general de la economía.
- ✓ **Demandas:** pueden modificar las preferencias o determinados comportamientos de los consumidores.
- ✓ **Dinámica sectorial:** se deriva por las propias decisiones de las empresas.

Estas características se complementan con la consideración de buenas prácticas de negocios como una base modelo cuyo objetivo es proporcionar a las personas herramientas de capacitación que, de esta forma, "aprenden haciendo", les permitan integrar conceptos

clave y entrenar en la toma de decisiones. Cabe destacar que se trata de un simulador diseñado para fortalecer sus conocimientos y desarrollar habilidades directivas mejorando el aprendizaje de las asignaturas de la carrera de Marketing, contribuyendo a generar experiencias significativas tanto para estudiantes como para docentes conectando conocimientos teóricos y acercándolos a un trabajo campo preparándolos para un futuro exitoso tanto personal como profesionalmente.

CAPÍTULO 5

5.1 CONCLUSIONES

Por todo lo anterior mencionado, se puede afirmar que el uso frecuente de simuladores de negocios en el contexto educativo es fundamental.

- ✓ Facilita una mejor identificación en términos de enseñanza, lo que permite fortalecer y ampliar ciertas habilidades en los estudiantes para la toma de decisiones de una empresa, de la misma manera que permite desarrollar la capacidad de trabajar en equipo y simulando de forma real.

- ✓ Es un refuerzo de gran importancia como recursos didácticos tecnológicos para ser utilizados en la educación superior dentro del plan de estudio de la carrera de Ingeniería en Marketing.

- ✓ Ayuda a verificar las áreas de especialización que se desenvuelven en su concentración, creatividad, análisis e interpretación de los datos obtenidos, pensamientos estratégicos para el vínculo con la realidad de los demás

- ✓ Mejora el proceso de aprendizaje y el intelecto de los estudiantes para que la Universidad mantenga un rango prioritario para profesionalizar las asignaturas que se aplicarán de forma más práctica y eficiente así también podrá superar con la orientación de excelentes docentes y demostrar motivación en todo momento.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bartolome. (2013). La Enseñanza estan cambiando. En Bartolome, *La Enseñanza estan cambiando* (págs. pag, 5). Revista AULA de Innovacion.
- Bettetini, G. y. (2014). *Las nuevas Tecnologias de la Comunicacion*.
- Blanco, N. (2014). Materiales Curriculares: teorias y desarrollos. *Malagas-España ALLJIBE*, 146.
- Cabrera, S. M. (2014). Uso de simuladores y herramientas Web para la enseñanza de Sistemas Operativos. *Valencia Universidad*, 121-128.
- Castro, S. (2016). Simulacion - Juego y los entornos multimedias en educacion. *Revista de Investigacion Universidad Pedagogica Experimental Libertador.*, 65.
- Chuiquito Tumbaco, C. &. (2015). Implementacion de un simulador de practicas de la facultad de Ciencias Administrativas de la universidad estatal de Guayaquil. 27-28.
- CompanyGame. (2016). *Company Game Aprende Simulando*. Obtenido de <http://www.companygame.com/reto2016.asp>
- Espin, N. P. (2014). Negociacion empresarial, una vision a partir del simulador de negocios Simventure. *Tesis de pregrado* . Latacunga-Ecuador .
- Fullana, C. &. (2009). *Los modelos de simulacion una herramienta multidisciplinar de investigacion*. Obtenido de <http://marketingyconsumo.com/la-simulacion-social>
- Glass-Husain, W. (2015). que es un simulador. 178-181.
- Global Marketing Competition*. (2016). Obtenido de http://www.esic.edu/gmkc/en_EN/what-isit/information%20es%20unsitio%20web%20de%20esic
- Jimenez, F. (2015). Estudio de mercado sobre simuladores empresariales. *Valencia España: Universidad Politecnica de Valencia* , 22.
- Krizanovic, P. (29 de agosto de 2017). Uiversidades invierten en herramientas que acrecan al aula la pratia en tiempo real. 4-7.
- Labsag. (2015). *Historia y eficacia de la simulacion*. Obtenido de <http://www.labsagucc.com/historiasimulacion.asp>
- Martinez, S. (2014). Una llave maestra, las tic en el aula. *Santillama Mexico*.
- Mechain, L. (2014). *Simulacion de Modelos Fiancieros*. Buenos Aires : Alfaomega.
- Ofarrill, E. (2012). Estrategia para el desarrollo de la Informatica en la Educacion Superior. *Habana*, 28.

- Osorio, P. A. (2015). El uso de simuladores educativos para el desarrollo de competencias en la formación universitaria de pregrado. *Revista Q*, 1-23.
- Rodriguez, O. &. (2015). Tecnología Educativa, Nuevas Tecnologías aplicadas a la educación. *Madrid- España MARFIL*.
- Ruiz, R. &. (2013). *Revista de Estudios de Contaduría, Administración e Informática*, 2(3), pag, 103 - 104.
- Salinas, J. (2015). *La gestión de los Entornos Virtuales de Formación*. España: GRUPTTE.
- Schlatter, G. &. (2014). Simuladores de negocios: un entorno de aprendizaje multimodal. *Editorial UOC*, 7-8.
- Velasquez, R. (2014). Desarrollo de un simulador conductual para la formación en gestión empresarial basada en LEAN. *Catalunya, España: Universidad Politécnica de Catalunya*, 19-21.