



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS

CARRERA INGENIERÍA COMERCIAL

TESIS DE GRADO

TEMA:

**“NEGOCIACIÓN EMPRESARIAL, UNA VISIÓN A PARTIR DEL
SIMULADOR DE NEGOCIOS SIMVENTURE”**

Tesis presentada previo a la obtención del Título de Ingeniera Comercial

Autores:

Espín Mantilla Nadia Paola
Tandalla Obando Elsa Salomé

Director:

Ing. Merino Zurita Milton Marcelo; Mgs.

Latacunga - Ecuador
Mayo 2014

AUTORÍA

Los criterios emitidos en el presente trabajo de investigación “Negociación Empresarial, una visión a partir del Simulador de Negocios SimVenture”, son de exclusiva responsabilidad de los autores.

.....
Espín Mantilla Nadia Paola
0503611154

.....
Tandalla Obando Elsa Salomé
0503501843



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS
Latacunga – Ecuador

AVAL DEL DIRECTOR DE TESIS

En calidad de Director del Trabajo de Investigación sobre el tema:

“NEGOCIACIÓN EMPRESARIAL, UNA VISIÓN A PARTIR DEL SIMULADOR DE NEGOCIOS SIMVENTURE”, de Espín Mantilla Nadia Paola y Tandalla Obando Elsa Salomé, postulantes de la carrera de Ingeniería Comercial, considero que dicho Informe Investigativo cumple con los requerimientos metodológicos y aportes científico-técnicos suficientes para ser sometidos a la evaluación del Tribunal de Validación de Tesis que el Honorable Consejo Académico de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas de la Universidad Técnica de Cotopaxi designe, para su correspondiente estudio y calificación.

Latacunga, Mayo, 2014

El Director

Firma

Ing. Merino Zurita Milton Marcelo; Mgs.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

En calidad de Miembros del Tribunal de Grado aprueban el presente Informe de Investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi, y por la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas; por cuanto, las postulantes: Espín Mantilla Nadia Paola y Tandalla Obando Elsa Salomé, con el título de tesis: “NEGOCIACIÓN EMPRESARIAL UNA VISIÓN A PARTIR DEL SIMULADOR DE NEGOCIOS SIMVENTURE”, han considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúnen los méritos suficientes para ser sometido al acto de Defensa de Tesis.

Por lo antes expuesto, se autoriza realizar los empastados correspondientes, según la normativa institucional.

Latacunga, Mayo del 2014

Para constancia firman:

.....
Ing. Yadira Borja
PRESIDENTE

.....
Dra. Silvia Altamirano
MIEMBRO

.....
Ing. Ibett Jácome
OPOSITOR

DEDICATORIA

La presente tesis la dedicamos de manera muy especial a nuestros padres y hermanos por brindarnos su apoyo moral y económico, para el cumplimiento de nuestros objetivos académicos.

Y al ingeniero Merino Zurita Milton Marcelo; Mgs. nuestro tutor, el cual se encargó de guiar el presente trabajo investigativo y supo ilustrarnos con su amplio conocimiento.

Paola y Salomé

AGRADECIMIENTO

Queremos empezar agradeciendo a Dios, por darnos la vida y encaminarnos hacia el logro de las metas que nos hemos trazado tanto a nivel personal como profesional.

A nuestros padres y hermanos por brindarnos su confianza y comprensión incondicional en cada etapa de nuestra vida.

A la Universidad Técnica de Cotopaxi, por proporcionarnos la oportunidad de perfeccionar nuestro campo profesional con conocimientos científicos, académicos y humanos y a todos los docentes que durante la trayectoria en la institución han sido parte del proceso de formación.

Paola y Salomé



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS
Latacunga – Ecuador

TEMA: “NEGOCIACIÓN EMPRESARIAL, UNA VISIÓN A PARTIR DEL SIMULADOR DE NEGOCIOS SIMVENTURE”

Autores: Espín Mantilla Nadia Paola
Tandalla Obando Elsa Salomé

RESUMEN

El presente trabajo investigativo fue elaborado con la finalidad de crear una guía del usuario y un caso práctico del simulador de negocios SimVenture, considerando su importancia dentro del ámbito de la Negociación Empresarial. A nivel nacional la mayoría de instituciones no cuentan con métodos innovadores que permitan interactuar en procesos gerenciales y toma de decisiones, que desarrolle en las personas nociones básicas con lo referente a temas de Gestión Administrativa. Los métodos que se utilizaron para el sustento de la información fueron los cuestionarios dirigidos a los estudiantes de la carrera de Ingeniería Comercial y a los docentes Ingenieros Comerciales de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas de la Universidad Técnica de Cotopaxi, además se aplicó la observación directa dentro de la Institución y finalmente se utilizó la lectura científica, la cual fortaleció los conocimientos y permitió profundizar el tema, al final del proceso investigativo se concluyó que el simulador SimVenture permitirá a sus usuarios fusionar la teoría con la práctica y además proporcionará conocimientos importantes relativos a las cuatro áreas de una organización.

Palabras clave: Simulador de Negocios, Negociación Empresarial, procesos gerenciales, toma de decisiones, Gestión Administrativa, áreas de una organización.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS
Latacunga – Ecuador

TEMA: “NEGOCIACIÓN EMPRESARIAL, UNA VISIÓN A PARTIR DEL SIMULADOR DE NEGOCIOS SIMVENTURE”

Autores: Espín Mantilla Nadia Paola
Tandalla Obando Elsa Salomé

ABSTRACT

This research work was elaborated in order to create a user guide and practical situation of the business simulator “SimVenture”, according its importance in the Enterprise Negotiation field. In our country the majority of institutions don’t have innovating methods to interact in the management process and taking decisions, to develop basic knowledge in the people about Administrative Management. The methods were used for this information were: questionnaires applied for Business Engineering students and specialist teachers of the Cotopaxi Technical University, furthermore the direct observation was applied in the Institution in order to reinforce the knowledge, so it could identify the problem, at the end of the research process it concluded that the simulator SimVenture will allow users fuse the theory with practice, and also it will provide important knowledge about the four areas of an organization.

Keywords: Business Simulator, Business Negotiation, management processes, decision making, Administrative Management, organizational areas.



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
CENTRO CULTURAL DE IDIOMAS**



AVAL DE TRADUCCIÓN

En calidad de Docente del Centro Cultural de Idiomas de la Universidad Técnica de Cotopaxi, yo Lic. Sonia Jimena Castro Bungacho con la C.C. 050197472-9 CERTIFICO que he realizado la respectiva revisión de la Traducción del Abstract; con el tema: “NEGOCIACIÓN EMPRESARIAL, UNA VISIÓN A PARTIR DEL SIMULADOR DE NEGOCIOS SIMVENTURE” cuyas autoras son: Espín Mantilla Nadia Paola y Tandalla Obando Elsa Salomé y director de tesis Ing. Milton Marcelo Merino Zurita.

Latacunga, 12 de mayo de 2014

Docente:

Lic. Sonia Jimena Castro Bungacho

C.C. 050197472-9

ÍNDICE GENERAL

CONTENIDO	PÁG.
Portada	i
Autoría	ii
Aval del director de tesis.....	iii
Aprobación del tribunal de grado	iv
Dedicatoria	v
Agradecimiento.....	vi
Resumen.....	vii
Abstract	viii
Aval de traducción.....	ix
Índice general.....	x
Índice Capítulo I: Fundamentación teórica.....	xi
Índice Capítulo I: Metodología de la investigación.....	xiii
Índice Capítulo III: Propuesta.....	xv
Índice de gráficos.....	xvi
Índice de ilustraciones.....	xvii
Índice de tablas	xviii
Índice de imágenes.....	xx
Introducción	xxii

CAPÍTULO I
FUNDAMENTACIÓN TÓERICA

CONTENIDO	PÁG.
1.1. Antecedentes investigativos	1
1.2. Categorización	2
1.3. Marco Teórico.....	3
1.3.1. Gestión Administrativa	3
1.3.1.1. Gestión.....	3
1.3.1.2. Administración.....	3
1.3.1.2.1. El proceso administrativo.....	4
1.3.1.2.2. Precusores de la Gestión Administrativa.	8
1.3.2. Negociación Empresarial	10
1.3.2.1. Tipologías de Negociación.....	12
1.3.2.1.1. En función del ámbito:	12
1.3.2.1.2. En función del clima de la negociación:	12
1.3.2.1.3. En función de la dirección:	12
1.3.2.2. Las 10 reglas de oro de la negociación empresarial.....	14
1.3.3. Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (NTIC) en los Negocios.....	15
1.3.3.1. Características de las NTIC.....	16
1.3.3.1.1. Inmaterialidad.	17
1.3.3.1.2. Interactividad.....	17
1.3.3.1.3. Instantaneidad.	17
1.3.3.1.4. Interconexión.....	18
1.3.3.1.5. Innovación.....	18
1.3.3.1.6. Elevados parámetros de calidad de imagen y sonido.....	18
1.3.3.1.7. Digitalización.....	18
1.3.3.1.8. Influencia sobre los procesos.	18
1.3.3.1.9. Tendencia a la automatización.....	19
1.3.3.1.10. Diversidad.....	19

1.3.3.1.11. Penetración en todos los sectores (culturales, educativos, económicos, industriales).....	19
1.3.3.2. Ventajas que genera la aplicación de las NTIC.....	20
1.3.3.3. Desventajas de las NTIC.....	20
1.3.3.4. Uso y adopción de las NTIC.....	21
1.3.4. Simulador.....	21
1.3.4. Tipos de simuladores.....	22
1.3.4.2. Simulador de negocios.....	22
1.3.4.2.1. Objetivos de los Simuladores de Negocios.....	23
1.3.4.2.2. Ventajas de los Simuladores de Negocios.	24
1.3.4.2.3. Desventajas de los Simuladores de Negocios.	24
1.3.4.3. Propuesta metodológica.....	25
1.3.4.3.1. Evaluar.	25
1.3.4.3.2. Planificar.	27
1.3.4.3.3. Desplegar.....	28
1.3.4.3.4. Controlar.	28
1.3.4.4. Simulador SimVenture.....	29
1.3.4.4.1. Habilidades Básicas.	31
1.3.4.4.2. Justificación académica.....	32
1.3.4.4.3. Ventajas.....	34

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

CONTENIDO	PÁG.
2.1. Caracterización de la Institución.....	36
2.1.1. Universidad Técnica de Cotopaxi	36
2.1.1.1. Historia.....	36
2.1.1.1.1. La UTC en sus inicios.....	36
2.1.1.2. Misión.....	37
2.1.1.3. Visión.....	37
2.1.1.4. Carrera de Ingeniería Comercia.....	38
2.1.1.4.1. Aspectos Históricos de la carrera de Ingeniería Comercial de la UTC.	38
2.1.1.4.2. Aspectos legales de la creación de la carrera de Ingeniería Comercial de la UTC.....	39
2.1.1.4.3. Misión.....	40
2.1.1.4.4. Visión.....	40
2.1.1.4.5. Objetivos de la carrera.....	40
2.1.1.4.6. Perfil Profesional.....	41
2.2. Necesidad de la investigación	44
2.3. Definición del problema.....	44
2.4. Objetivos de la investigación	45
2.4.1. Objetivo General	45
2.4.1.1. Objetivos Específicos.....	45
2.5. Diseño de la investigación	46
2.5.1. Tipos y fuentes de investigación	46
2.5.1.1. Fuentes de investigación primaria.....	46
2.5.1.1.1. Investigación cuantitativa.....	46
2.5.1.1.2. Investigación de Campo.....	47
2.5.1.2. Fuentes de investigación secundaria.....	48
2.5.1.2.1. Investigación Bibliográfica-Documental.....	48
2.7. Determinación de la población	49

2.7.1. Población.....	49
2.7.2. Muestreo por conveniencia	49
2.7.3. Recolección de datos.....	51
2.7.4. Análisis e interpretación de datos	52
2.7.4.1. Resultados obtenidos en las encuestas aplicadas a los estudiantes.....	52
2.7.4.1.2. Resultados obtenidos en las encuestas aplicadas a los docentes.....	62
2.8. Informe final de la investigación	72
2.9. Conclusiones	73
2.10. Recomendaciones.....	74

CAPÍTULO III

PROPUESTA

CONTENIDO	PÁG.
3.1. Información de la propuesta.....	75
3.2. Objetivos de la Propuesta.....	76
3.2.1. Objetivo General	76
3.2.1.1. Objetivos Específicos.....	76
3.3. Justificación de la Propuesta	77
3.3.1. Cadena de valor.....	78
3.3.2. Etapa N° 1	79
3.3.3. Etapa N° 2	86
3.3.4. Etapa N° 3	90
3.3.5. Etapa N° 4	113
3.3.6. Etapa N° 5	154
Conclusiones.....	165
Recomendaciones.....	167
Referencias bibliográficas.....	169
Citada.....	169
Consultada.....	171
Internet.....	172
Anexo N° 1.....	175
Anexo N° 2.....	178
Anexo N° 3.....	181
Anexo N° 4.....	183
Anexo N° 5.....	185
Anexo N° 6.....	186

ÍNDICE DE GRÁFICOS

CONTENIDO	PÁG.
Gráfico N° 1: Categorías Fundamentales.....	2
Gráfico N° 2: Alumnos Matriculados en la Carrera de Ingeniería Comercial.....	42
Gráfico N° 3: Alumnos Graduados de la Carrera de Ingeniería Comercial.....	43
Gráfico N° 4: Negociación Empresarial	52
Gráfico N° 5: Acuerdo Comercial	53
Gráfico N° 6: Enfoque en el Contrato.....	54
Gráfico N° 7: Juego Virtual	55
Gráfico N° 8: Pone a Prueba tus Conocimientos	56
Gráfico N° 9: Organización más Competitiva	57
Gráfico N° 10: Estrategias en Simulador	58
Gráfico N° 11: Escenarios Virtuales en la GA	59
Gráfico N° 12: Perfecciona la toma de decisiones.....	60
Gráfico N° 13: Crear Escenarios de Producción.....	61
Gráfico N° 14: Importante el Área Comercial	62
Gráfico N° 15: Clases Impartidas	63
Gráfico N° 16: Conoce un Simulador	64
Gráfico N° 17: Ha participado en un Simulador	65
Gráfico N° 18: Conoce las Áreas de un Simulador	66
Gráfico N° 19: Gestionar una Empresa en un Juego Virtual	67
Gráfico N° 20: Manejo de Simuladores de Negocios	68
Gráfico N° 21: Conoce la Variabilidad de Simuladores	69
Gráfico N° 22: Mejora el Nivel de Conocimientos.....	70
Gráfico N° 23: Ayudan a Entender la Gestión Empresarial	71
Gráfico N° 24: Cadena de Valor	78

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

CONTENIDO	PÁG.
Ilustración N° 1: Proceso Administrativo	4
Ilustración N° 2: Tipos de Negociadores	13
Ilustración N° 3: Propuesta Metodológica	25
Ilustración N° 4: Países en los que se está utilizando Simventure.....	30
Ilustración N° 5: Actividades mensuales.....	88

ÍNDICE DE TABLAS

CONTENIDO	PÁG.
Tabla N° 1: Alumnos Matriculados en la Carrera de Ingeniería Comercial.....	41
Tabla N° 2: Alumnos Graduados de la Carrera de Ingeniería Comercial.....	43
Tabla N° 3: Población de Estudiantes de la Carrera de Ingeniería Comercial de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas Período Académico Marzo-Agosto 2013	50
Tabla N° 4: Población de Docentes Ingenieros Comerciales de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas Período Académico Marzo-Agosto 2013	50
Tabla N° 5: Negociación Empresarial	52
Tabla N° 6: Acuerdo Comercial.....	53
Tabla N° 7: Enfoque en el Contrato.....	54
Tabla N° 8: Juego Virtual	55
Tabla N° 9: Pone a Prueba tus Conocimientos	56
Tabla N° 10: Organización más Competitiva	57
Tabla N° 11: Estrategias en Simulador	58
Tabla N° 12: Escenarios Virtuales en la GA.....	59
Tabla N° 13: Perfecciona la Toma de Decisiones.....	60
Tabla N° 14: Crear Escenarios de Producción.....	61
Tabla N° 15: Importante el Área Comercial	62
Tabla N° 16: Clases Impartidas	63
Tabla N° 17: Conoce un Simulador	64
Tabla N° 18: Ha Participado en un Simulador.....	65
Tabla N° 19: Conoce las Áreas de un Simulador.....	66
Tabla N° 20: Gestionar una Empresa en un Juego Virtual	67
Tabla N° 21: Manejo de Simuladores de Negocios	68
Tabla N° 22: Conoce la Variabilidad de Simuladores	69
Tabla N° 23: Mejora el Nivel de Conocimientos.....	70
Tabla N° 24: Ayudan a Entender la Gestión Empresarial	71
Tabla N°25: Precio actual de las computadoras.....	114

Tabla N° 26: Cuadro comparativo para la selección de proveedores.....	123
Tabla N° 27: Cuadro comparativo para la selección del segmento meta.....	130
Tabla N° 28: Cuadro comparativo de las actividades realizadas en el periodo enero- junio.....	154
Tabla N° 29: Ventas.....	157
Tabla N° 30: Utilidad.....	158

ÍNDICE DE IMÁGENES

CONTENIDO	PÁG.
Imagen N° 1: Página de descarga	80
Imagen N° 2: Paso 1.....	80
Imagen N° 3: Paso 2.....	81
Imagen N°4: Paso 3.....	81
Imagen N° 5: Asisitente de instalador de SimVenture	82
Imagen N° 6: Acuerdo de licencia	82
Imagen N° 7: Ingreso contraseña	83
Imagen N° 8: Seleccione carpeta de destino	83
Imagen N° 9: Seleccione la carpeta del menú de inicio.....	84
Imagen N° 10: Seleccione las tareas adicionales	84
Imagen N° 11: Listo para instalar	85
Imagen N° 12: Instalando	85
Imagen N° 13: Comenzar un juego.....	90
Imagen N° 14: Distribución de la pantalla inicial.....	91
Imagen N° 15: Descripción de inicie un nuevo negocio.....	93
Imagen N° 16: Resumen del escenario	96
Imagen N° 17: Reporte del asesor.....	96
Imagen N° 18: Oficina de SimVenture	97
Imagen N° 19: Barra de herramientas.....	97
Imagen N° 20: Menú SimVenture	98
Imagen N° 21: Organización.....	99
Imagen N° 22: Ventas y Marketing	100
Imagen N° 23: Finanzas	102
Imagen N° 24: Operaciones	104
Imagen N° 25: Barra de estado	109
Imagen N° 26: SimVenture.....	113
Imagen N° 27: Oficina del gerente	113
Imagen N° 28: Finanzas, situación inicial	114
Imagen N° 29: Organización, situación inicial	115
Imagen N° 30: Ventas y Marketing, situación inicial	116
Imagen N° 31: Operaciones, situación inicial.....	116
Imagen N° 32: Organización, legalización de la empresa	117
Imagen N° 33: Organización, compra de nuevas herramientas	120
Imagen N° 34: Ventas y Marketing, Investigación de mercado y competencia .	121
Imagen N° 35: Operaciones, selección de un nuevo proveedor	122
Imagen N° 36: Operaciones, nuevo proveedor ProSupply	123
Imagen N° 37: Finanzas, selección de un contador	125
Imagen N° 38: Opciones del propietario, equilibrio entre trabajo y esfuerzo	126

Imagen N° 39: Revisión final.....	126
Imagen N° 40: Primer mes concluido enero	127
Imagen N° 41: Ventas y Marketing, reporte investigación de mercado	129
Imagen N° 42: Ventas y Marketing, selección del mercado meta	131
Imagen N° 43: Ventas y Marketing, selección de atributos.....	131
Imagen N° 44: Ventas y Marketing, publicidad y propaganda.....	132
Imagen N° 45: Ventas y Marketing, canal de transmisión	133
Imagen N° 46: Ventas y Marketing, fijación de precios.....	133
Imagen N° 47: Ventas y Marketing, selección de un distribuidor de ventas	134
Imagen N° 48: Reporte de investigación de competencia	135
Imagen N° 49: Operaciones, diseño de un nuevo producto	136
Imagen N° 50: Segundo mes concluido febrero	137
Imagen N° 51: Ventas y Marketing, aplicación de Marketing directo	138
Imagen N° 52: Ventas y Marketing, base de datos tercerizadoras.....	139
Imagen N° 53: Operaciones, nuevo diseño	139
Imagen N° 54: Tercer mes concluido marzo	140
Imagen N° 55: Organización, legalización de contrato mercantil	142
Imagen N° 56: Ventas y Marketing, reporte de investigación de clientes	142
Imagen N° 57: Ventas y Marketing, selección de red de negocios.....	143
Imagen N° 58: Cuarto mes concluido abril.....	144
Imagen N° 59: Ventas y Marketing, publicidad y propaganda.....	146
Imagen N° 60: Ventas y Marketing, canal de transmisión	147
Imagen N° 61: Ventas y Marketing, selección de venta personal.....	147
Imagen N° 62: Ventas y Marketing, compra de una base de datos para la venta personal	148
Imagen N° 63: Quinto mes concluido mayo.....	148
Imagen N° 64: Organización, compra de herramientas	150
Imagen N° 65: Ventas y Marketing, reporte de investigación de clientes	151
Imagen N° 66: Sexto mes concluido junio.....	152
Imagen N° 67: Fin de la simulación en SimVenture	153
Imagen N° 68: Reporte de pérdidas y ganancias	156
Imagen N° 69: Reporte de flujo de efectivo	159
Imagen N° 70: Balance general	160

INTRODUCCIÓN

Las nuevas tecnologías se han vuelto indispensables en todos los ámbitos, alrededor del mundo todos podemos ser testigos de los grandes logros de la humanidad con respecto a los avances científicos.

Una de las herramientas que se presenta en la actualidad es la utilización de los simuladores, los cuales además de contar con un excelente escenario de emulación, también deben poseer el software y hardware requerido para obtener una óptima utilización del mismo.

La aplicación de imitadores es una de las nuevas técnicas empleadas para la adquisición y asimilación de conocimientos, las tendencias del mercado cada día son más exigentes, razón por la cual se ha implementado una manera de aprendizaje a través de la cual se pueda estar más cerca de la realidad.

Es necesario considerar a la simulación de negocios como instrumento clave para la instrucción personal, ya que permite la construcción de diversos escenarios empresariales, la manipulación de variables para observar el impacto en determinadas situaciones o simplemente dotar al usuario de un recurso didáctico en el que puede replicar las teorías aprendidas. Además permite establecer un acercamiento a la vida empresarial, realizando actividades de manera empírica, sin riesgo alguno y sin el despilfarro de recursos el participante podrá familiarizarse con el proceso de Gestión Administrativa, el cual se considera un factor principal y determinante al momento de manejar una organización.

Para sustentar el presente trabajo se recurrirá a la investigación bibliográfica documental, la cual nos permitirá ampliar y profundizar la conceptualización del tema planteado, a través de la utilización de fuentes secundarias, tales como: libros, revistas, folletos, páginas de internet, entre otros, y a la investigación de campo, la cual nos ayuda a indagar los hechos de manera directa en el lugar donde

se está suscitando el problema (Universidad Técnica de Cotopaxi) y así lograr la interacción participativa dentro del proceso de obtención de información para el sustento de la investigación.

La población a ser investigada comprende dos estratos; el primero, los estudiantes de la Universidad Técnica de Cotopaxi que forman parte de la carrera de Ingeniería Comercial, y segundo, los Ingenieros Comerciales que imparten la docencia en la misma rama dentro de la institución.

CAPÍTULO I

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1.1. Antecedentes investigativos

Para ilustrar el presente estudio, sobre la “Negociación Empresarial, una visión a partir del simulador de negocios SimVenture”, como antecedente investigativo podemos citar el proyecto ejecutado por Catherine Elizabeth Tamayo García de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato de la provincia de Tungurahua, realizado en el año 2011, el cual consiste en la “Aplicación de un plan estratégico y su incidencia en la gestión administrativa en la Dirección Provincial Agropecuaria de Tungurahua”, con su objetivo: proponer la implementación de un plan estratégico para mejorar la gestión administrativa en la Dirección Provincial Agropecuaria de Tungurahua.

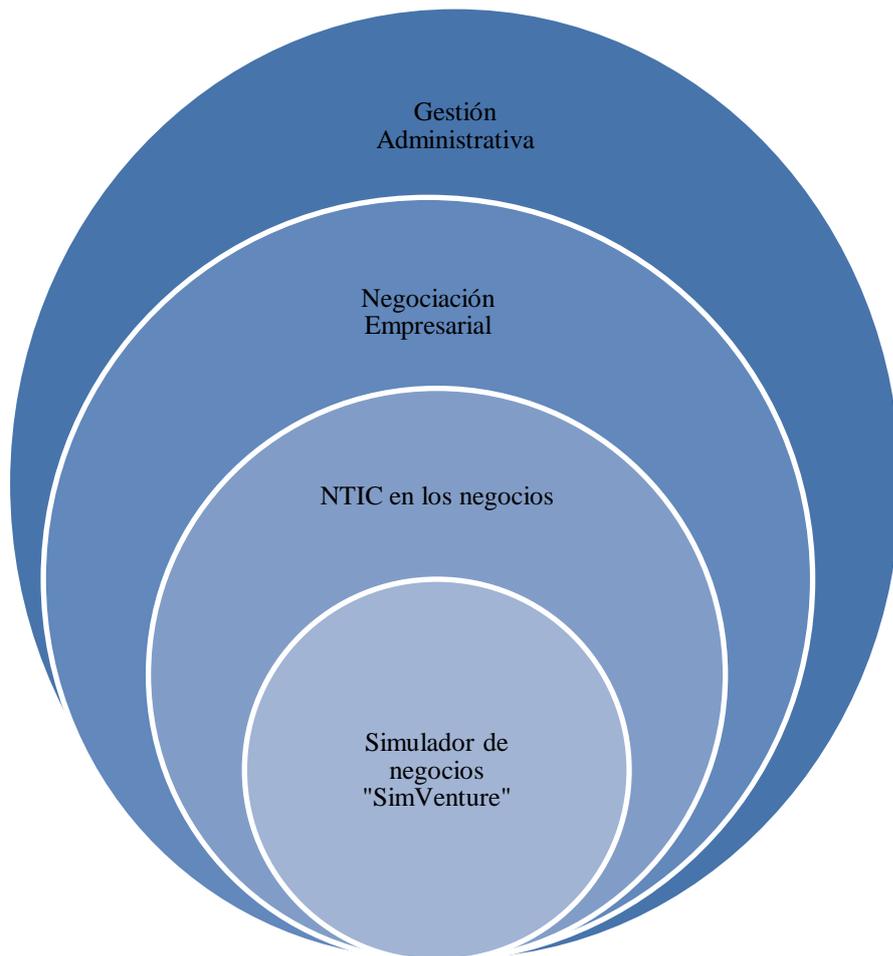
Esta tesis nos servirá como guía de estudio, permitiendo analizar la Gestión Administrativa, en la Negociación Empresarial y el nivel de influencia que presentan en las organizaciones para su crecimiento.

Por lo tanto el documento seleccionado aportará a la investigación para desarrollar planes y estrategias con la finalidad de alcanzar nuevos conocimientos relativos a las negociaciones, permitiendo fortalecer el proyecto.

1.2. Categorización

GRÁFICO N° 1

TÍTULO: CATEGORÍAS FUNDAMENTALES



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Las tesis

1.3. Marco Teórico

1.3.1. Gestión Administrativa

1.3.1.1. Gestión

Para Abc, <http://www.definicionabc.com/economía/gestión-empresarial.php>, la gestión es la “actividad empresarial que a través de diferentes individuos especializados, como ser: directores institucionales, consultores, productores, gerentes, entre otros, y de acciones, buscará mejorar la productividad y la competitividad de una empresa o de un negocio”. (23/04/2013).

Dada la concepción anterior, podemos determinar y añadir que la gestión consiste en el manejo adecuado de los recursos (económicos, tecnológicos, humanos y materiales) disponibles en la empresa y la metodología de uso para el cumplimiento de los objetivos. Una adecuada gestión permitirá el incremento de la eficiencia, reduciendo tanto costos como tiempo.

1.3.1.2. Administración

En la obra publicada por (TERRY George R y otros, 1986). “La administración es un proceso muy particular consiste en las actividades de planeación, organización, ejecución y control, desempeñadas para determinar y alcanzar los objetivos señalados con el uso de seres humanos y otros recursos”. (P. 22).

Para (HITT, y otros, 2006) lo define “Administración como el proceso de estructurar y utilizar conjuntos de recursos orientados hacia el logro de metas, para llevar a cabo la tarea en un entorno organizacional”. (P.8).

La administración es un proceso que se encarga de planificar y organizar actividades a ejecutar en una empresa en un periodo de tiempo determinado, estas

pueden ser a corto o largo plazo, y posterior a su ejecución se realiza un control para verificar el cumplimiento de los objetivos y metas organizacionales, su importancia radica en su aplicabilidad en casi todas las actividades realizadas por el hombre, ya que todas las personas nacen con destrezas para administrar, pero no todos pueden realizarlo eficientemente, debido a diversos factores como un mal análisis tanto interno como externo, o un inadecuado direccionamiento.

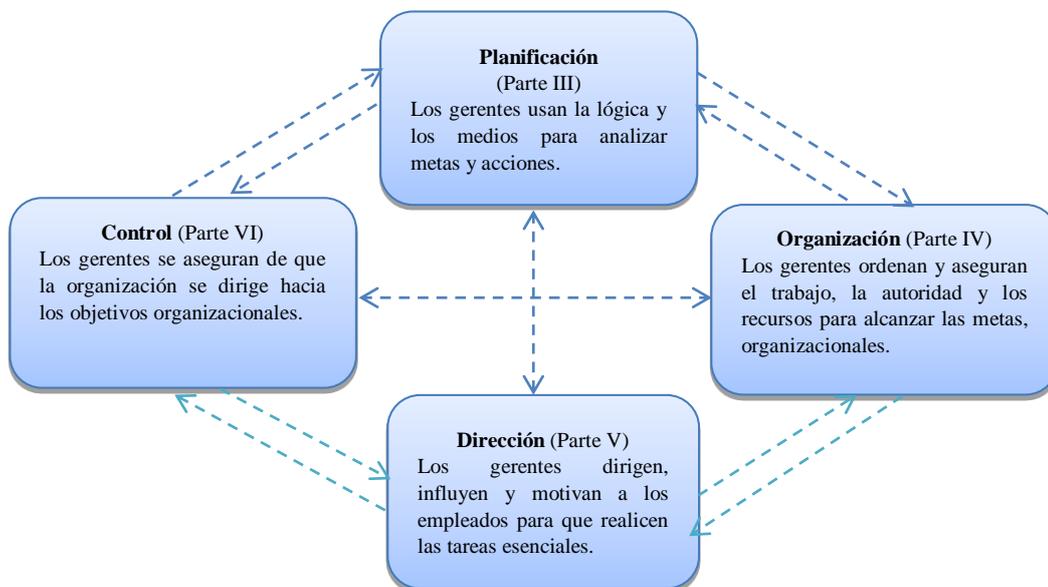
1.3.1.2.1. El proceso administrativo.

Se define a la administración en términos de cuatro funciones específicas de los gerentes:

- ✓ La planificación
- ✓ La organización
- ✓ La dirección
- ✓ El control

ILUSTRACIÓN N° 1

TÍTULO: PROCESO ADMINISTRATIVO



Fuente: STORNER, y otros, 1996, (P. 14)
Elaborado por: Las tesistas

✓ **La planificación**

La aplicación de la planificación en la administración comprende un proceso, mediante el cual las organizaciones aseguran el cumplimiento de todas las actividades establecidas dentro de los límites de tiempo, y se la realiza en base a los objetivos propuestos, con tendencias orientadas a futuro.

Es un modelo de trabajo, su éxito dependerá del grupo administrativo que la ejecute, el cual se encargará de examinar cada una de las actividades e investigar las nuevas tendencias de mercado; por lo tanto es recomendable realizar una proyección por períodos de tiempo prolongados.

✓ **La organización**

La organización consiste en efectuar una serie de actividades coordinadas y orientadas, con la finalidad de lograr un propósito en común, y a su vez proveer y proporcionar por anticipado los factores básicos establecidos en la planificación.

Para lograr que la organización tome el rumbo correcto es necesario de una autoridad que disponga y coordine las fases del trabajo y así alcanzar las metas planteadas. Una mala organización se puede generar por varias razones, entre las cuales tenemos: la falta de control de jefes a subordinados, descentralizar autoridad sin asignar responsables, el uso inadecuado de los recursos, la falta de comunicación entre la alta dirección y los subordinados, entre otros, que pueden conllevar al fracaso de la empresa.

✓ **Objetivos de la organización**

- ✓ Economía del personal, permite evitar gastos a la empresa, asignando al trabajador dentro de un área específica, de acuerdo a los conocimientos y habilidades que éste posea.

- ✓ Economía del material, consiste en incrementar la productividad con el uso adecuado de insumos y además evitando gastos, es decir, que se deben utilizar los insumos de la mejor forma posible y lograr la optimización de tiempo y recursos.
- ✓ Economía de maquinarias y equipos, permite mantener una relación entre la cantidad de maquinaria disponible y el volumen de trabajo ejecutado, para lo cual es recomendable que exista igualdad entre lo que se dispone y lo que se está produciendo.
- ✓ Economía de espacio, aumenta la producción en sitio limitado, sin necesidad de incrementar la estructura física donde está instalada la maquinaria, mejorando su funcionamiento.

✓ **La dirección.**

La alta dirección posee la autoridad y la responsabilidad de dar el rumbo a la organización junto con los miembros del equipo, realizando las actividades del proceso administrativo.

El éxito empresarial dependerá de las habilidades, y destrezas de quienes ocupan cargos administrativos, su capacidad de hacer que las personas realicen las tareas encomendadas con eficiencia, logrando de esta manera el cumplimiento de los objetivos.

✓ **El control**

Consiste en dar un seguimiento a todos los procesos de la empresa, su aplicación es necesaria ya que todas las personas cometemos errores, y es un medio por el cual se puede detectar fallas suscitadas dentro del proceso administrativo, en un período de tiempo determinado por la planificación.

El responsable de ejecutar el control recae sobre el gerente, quien a la vez delega autoridad y asigna responsabilidad a sus subordinados (intermedios y operativos) de acuerdo a la escala jerárquica con el fin de tener mayor poder sobre de la organización.

La información precisa y oportuna que se genere tras la aplicación de la planificación, organización y la dirección, servirá para realizar una comparación entre lo obtenido con lo esperado, a este proceso se denomina control sobre resultados.

Y finalmente se puede decir que dentro de esta etapa, la alta dirección está en la capacidad de realizar pronósticos más exactos, asegurando la máxima productividad y el cumplimiento de los objetivos previstos y de ser necesario efectuar un cambio en la planificación con la finalidad de que mejoren los resultados del control.

Para el sitio web Slideshare, <file:///F:/Gestión%20administrativa.htm#> la Gestión Administrativa es “Es el conjunto de acciones mediante las cuales el directivo desarrolla sus actividades a través del cumplimiento de las fases del proceso administrativo” (23/04/2013).

Es el cómo las áreas funcionales de la organización van a cumplir con los objetivos planteados, determinando los medios, recursos y las estrategias que se utilizarán a fin de cumplir con el proceso. En conclusión es la encargada de brindar un soporte a las áreas de: Talento Humano, Marketing, Procesos y Finanzas permitiendo de esta manera la detección temprana de errores que afectan la dirección de la organización.

Los motivos fundamentales por los cuales las organizaciones aplican la gestión administrativa son:

- ✓ Permite realizar una adecuada planificación, supervisión y control institucional,
- ✓ Administra el sistema financiero contable, y ayuda a la detección de necesidades para el financiamiento de la organización, y;
- ✓ Analiza diversos escenarios favorables para la empresa tales como: inversiones, políticas comerciales, precios de los productos, presupuestos, etc.

1.3.1.2.2. Precursores de la Gestión Administrativa.

Los grandes aportes brindados por parte de personajes destacados han contribuido en el proceso del mejoramiento arduo y continuo de la actual denominada Gestión Administrativa.

✓ **Confucio**

Fue filósofo chino, (tradicionalmente 28 de Septiembre de 551 a.C.-479 a. C) realizó grandes aportaciones y reglas a la administración pública, una de ellas fue que las personas que ocuparan cargos públicos, deben conocer bien el país para que se les facilite la solución de problemas, y estar exentos de favoritismos y de partidos políticos.

✓ **Adam Smith**

Fue economista y filósofo escocés (5 de Junio de 1723 – 17 de Julio de 1790), es considerado como el padre de la economía clásica pública, realizó la división del trabajo, principio por el cual los trabajadores se especializan por áreas en la empresa, logrando aumentar la productividad.

Es uno de los mayores exponentes de la economía clásica que ha contribuido con valiosas aportaciones a al proceso de Gestión Administrativa.

✓ **Henry Metacalfe**

Considerado como uno de los precursores de la gestión administrativa, se distingue por implantar nuevas técnicas de control, afirmando que existen fallas y deficiencias en el ser humano. Metacalfe manifiesta, que los trabajadores no emplean toda su capacidad física e intelectual para incrementar la productividad, al contrario afirma que hacen el menor esfuerzo posible.

✓ **Woodrow Wilson**

Fue el vigésimo octavo Presidente de los Estados Unidos (Staunton, 28 de diciembre de 1856 –Washington, D.C., 3 de Febrero de 1924), el cual consideró necesaria la separación e identificación entre política y administración. Considerando a la administración como una ciencia.

✓ **Frederick W. Taylor**

Es considerado padre de la administración científica, sus aportaciones a la gestión administrativa se basan en brindar beneficios al trabajador. Realizó reformas a la jornada de trabajo, la cual era excesiva, reduciéndola de 10 ½ a 8 ½ horas diarias, e introdujo períodos de descanso, además de promover la paga a los trabajadores más productivos y otras mejoras.

✓ **Henry Fayol**

Considerado padre de la administración moderna, realizó aportaciones en su evolución, fue el primer precursor que tomó en cuenta a la administración para que sea impartida como ciencia en los centros educativos.

A continuación (ROBBINS, y otros, 2005). “Enumeran los 14 principios administrativos establecidos por Henry Fayol”. (P. 30), para la consecución de los mismos:

1. División del trabajo
2. Autoridad
3. Disciplina
4. Unidad de Mando
5. Unidad de Dirección
6. Subordinación de los intereses de los individuos al interés general
7. Remuneración
8. Centralización
9. Cadena de escalón
10. Orden
11. Equidad
12. Estabilidad de la antigüedad del personal
13. Iniciativa
14. Espíritu de grupo

1.3.2. Negociación Empresarial

El concepto de negociación a nivel empresarial ha logrado incrementar su relevancia con el transcurso de los años, son varias las atribuciones que han logrado hacer de este término un factor determinante al momento de manejar una organización.

Con los cambios vertiginosos que se sufren en la actualidad relativos a la fluctuación del mercado, se vuelve cada día más difícil realizar un proceso de negociación, debido a que una mala acción conllevaría a una gran pérdida de recursos, y es aquí donde radica la importancia de poner mayor énfasis en la eficiencia de las actividades de un convenio.

La terminología de negociación empresarial se refiere a un conjunto de actividades relacionadas entre sí para la consecución de un objetivo, la cual nos va a permitir obtener el mejor beneficio a través de la selección de múltiples opciones

En otras palabras, (FERNÁNDEZ MARTOS, Susana, 2005), la define como el “Proceso mediante el cual varias partes intentan exponer sus opiniones o intereses a fin de llegar a una decisión conjunta lo más satisfactoria posible para todas ellas. Así, una negociación será provechosa cuando las partes que intervienen lleguen al compromiso de poner en práctica la solución acordada.” (Pág. 1 y 2).

De lo anteriormente señalado, se pueden distinguir varios aspectos claves que forman parte del concepto de Negociación Empresarial:

Varias partes: refiriéndose a los involucrados en una negociación, sean estas personas, instituciones o empresas, dentro de los cuales pueden existir dos o más.

Opiniones o intereses: los cuales van a tener gran variabilidad en un principio, pero que en el transcurso de la negociación van a irse relacionando.

Decisión conjunta satisfactoria: al asimilar las divergencias y establecer el diálogo, se debe al final llegar a un acuerdo, donde las partes que intervienen estén conforme con los resultados, de lo contrario la negociación no sucederá.

Compromiso: responsabilidad adquirida entre las partes, por medio de la cual se realizarán las acciones establecidas dentro de los parámetros de la resolución.

Si tomamos en cuenta todos estos aspectos, al momento de realizar un acuerdo, se logrará la efectividad del proceso, obteniendo resultados ventajosos para todas las partes intervinientes, lo cual generará la satisfacción conjunta y la oportunidad de volver a realizar una nueva negociación.

Cabe necesario recalcar, que no todas las negociaciones son exitosas, existen situaciones en que una de las partes no cumple con lo acordado y es allí donde sucede el fracaso de todo el proceso puesto en marcha, dejando muchas de las veces secuelas que no se pueden solucionar fácilmente. Es por ello que se recomienda poner la seriedad que se merece cada caso logrando prestigio y reconocimiento por la buena participación.

1.3.2.1. Tipologías de negociación

Según (FERNÁNDEZ MARTOS, Susana, 2005) a continuación se exponen las clasificaciones más utilizadas para definir los diferentes tipos de negociación. (Pág. 9 – 12).

1.3.2.1.1. En función del ámbito:

- ✓ Diaria/de dirección
- ✓ Comercial
- ✓ Legal
- ✓ Social
- ✓ Privada

1.3.2.1.2. En función del clima de la negociación:

- ✓ Por posición
- ✓ Por confrontación
- ✓ Por principios
- ✓ Por situación o cooperación

1.3.2.1.3. En función de la dirección:

- ✓ Inmediata
- ✓ Progresiva

Estos tipos de negociaciones son las que se presentan comúnmente dentro del área organizacional, todo depende de las circunstancias que se produzcan a diario para que éstas sucedan; el objetivo es tratar de siempre conseguir un gran número de ventajas en cada proceso, utilizando los medios y herramientas adecuadas, tomando en cuenta los aspectos externos como la continuidad, duración, ventajas, desventajas, competidores, entre otros.

Como podemos darnos cuenta el proceso de negociación empresarial es un tema muy complejo, el cual está determinado tanto por aspectos externos e internos que en ocasiones extremas pueden salirse de control, es por ello que la persona encargada de realizar este proceso debe ser un profesional competente y de altos conocimientos relativos al tema y además estar bien informado y seguro de lo que se quiere conseguir.

Existen individuos que nacen con el don innato de poder negociar con otras personas o entidades, pero también existen otras, las cuales necesitan cultivar sus nociones y adquirir experiencia en este campo para poder inmiscuirse en el mundo de la negociación; sea cual sea el caso, se considera importante que el experto aprenda a reconocer sus fortalezas y debilidades, para aprovechar sus puntos fuertes y mejorar sus falencias. Existen dos tipos de negociadores:

ILUSTRACIÓN N° 2

TÍTULO: TIPOS DE NEGOCIADORES

TIPOS	CARACTERÍSTICAS
Suaves	Son modestos en sus pretensiones iniciales. Buscan llegar a un acuerdo. Conceden importancia a las relaciones interpersonales. Son flexibles a la hora de hacer concesiones. No fomentan el enfrentamiento. Desventaja: la parte contraria se puede aprovechar de estas concesiones.
Duros	Demandan soluciones extremas. Buscan la victoria. No les interesan las relaciones interpersonales. Hacen pequeñas concesiones que no afectan demasiado a sus objetivos. Utilizan las amenazas. Desventaja: no son capaces de mantener relaciones a largo plazo con sus contrincantes.

Fuente: FERNÁNDEZ MARTOS Susana, 2005 (P. 12-13)

Elaborado por: Las tésistas

Estas son las características más notables que posee un negociador, no es raro determinar que si se enfrenta un negociador duro con un suave lo más probable es que el duro gane la partida, pero van a existir casos en los que los dos participantes van a poseer similares características, por lo que se recomienda siempre establecer el acuerdo de tal manera que todas las partes salgan beneficiadas, y que no suceda lo contrario, ya que debido a sus divergencias puede darse el caso de que la relación no se establezca.

1.3.2.2. Las 10 reglas de oro de la negociación empresarial

En el mundo empresarial, la negociación es una de las herramientas más aplicadas en las actividades diarias, de ella depende en gran porcentaje el triunfo que la empresa consiga.

Marketing Directo <http://www.marketingdirecto.com/actualidad/tendencias/las-10-reglas-de-oro-de-la-negociación-empresarial/> nos detalla diez reglas que nos permitirán realizar una negociación óptima (25/04/2013):

- 1. Contar con una agenda de contenidos:** esta agenda debe contar con toda la información necesaria y todas las actividades que se van a cumplir en el proceso.
- 2. Escuchar activamente al interlocutor:** lo más importante en una negociación es demostrar interés en el tema que se está tratando, si es posible tomar nota para recordar los puntos clave que se han expuesto.
- 3. Transmitir las malas noticias:** en el caso de que se presente algún problema, se lo debe comunicar lo más pronto posible, siendo directo y evitando los rodeos.
- 4. Expresar los propios sentimientos:** es decir, expresar las ideas u observaciones que tengamos respecto al tema que se está mencionando, pero cuando se lo realice debe ser un criterio constructivo y con responsabilidad propia.

5. Reaccionar ante los sentimientos del interlocutor: el caso de que se presente un debate con la parte adversa, se debe responder de manera educada, evitando que la conversación se torne violenta.

6. No decir nada: la redundancia sobra en las negociaciones, si ya se ha dicho todo, lo mejor es ahorrarse los comentarios innecesarios.

7. Resumir: se recomienda en ciertos casos simplificar algunas especulaciones, ya que existirá mayor oportunidad de ganar el trato.

8. Minimizar las posibles amenazas por parte del interlocutor: existen ocasiones en las que se puede salir de control, debido a la existencia de amenazas por la parte contraria, para ello es necesario tener calma, no dejarse convencer y tratar de tomar nuevamente el control con argumentación razonable.

9. Evitar posibles molestias y sorpresas: en todo proceso de negociación se puede presentar en el momento menos oportuno una molestia o sorpresa que va a inferir en el proceso, por ello se recomienda evitar en lo posible este tipo de inconvenientes.

10. Eludir los consejos: solo la empresa es la encargada de tomar decisiones, no es recomendable adoptar los consejos de terceras personas, ya que provocaría la desviación del objetivo inicial.

1.3.3. Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (NTIC) en los Negocios

En la publicación del sitio web [Recursosees](http://www.recursosees.es) se manifiesta <http://www.recursosees.uji.es/fichas/fc10.pdf>,: que se “Consideran Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación tanto al conjunto de herramientas relacionadas con la transmisión, procesamiento y almacenamiento digitalizado de información, como al conjunto de procesos

y productos derivados de las nuevas herramientas (hardware y software), en su utilización en la enseñanza” (22/04/2013).

En la actualidad los avances tecnológicos e informáticos van modificando y a su vez facilitando las actividades cotidianas de las personas; la evolución de las NTIC data desde la aparición del ser humano mediante el uso de herramientas fabricadas en piedra y madera, la utilización del metal, y en fin una serie de instrumentos que fueron consumidos por el hombre hasta llegar al uso de tecnología inalámbrica, la biotecnología, la inteligencia artificial, entre otros.

La aparición de nuevas tecnologías e información han permitido a las personas tener accesibilidad a diferentes tipos de actividades que se realizan de manera automatizada, reduciendo el tiempo de ejecución y a su vez el costo.

La aplicación de tecnología ha contribuido en el desarrollo de la sociedad y la globalización, facilitando así la comunicación, entre países y empresas, agilizando procesos, mejorando su eficiencia y eficacia, nivel de productividad y calidad en menor tiempo, y sobre todo permitiendo mantener niveles altos referentes a la innovación y mejoramiento en sus procesos productivos.

Una de las principales razones por las cuales las organizaciones implementan las NTIC a sus procesos, es porque a través de las nuevas tecnologías logran un mayor uso de los recursos (Humano, Material, Financiero y Tecnológico) contribuyendo así al desarrollo sostenible de la organización.

1.3.3.1. Características de las NTIC

En la publicación realizada por (ÁVILA Font, 2003) “Las Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación cobran cada día mayor interés dentro de la sociedad contemporánea, entre ella se destacan las siguientes: Computer conference, E-mail, Internet entre otros, los que constituyen los nuevos canales de comunicación. (P.1).

Las NTIC se han convertido en uno de los factores de mayor influencia en el desarrollo alcanzado por la sociedad, gracias a las benéficas aportaciones que cada una ha realizado facilitando cada una de nuestras vidas.

Las Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación brindan apoyo a las organizaciones mejorando sus procesos productivos y minimizando costos y recursos. Además mediante la aplicación de nuevas tecnologías han logrado incrementar su productividad con mayor calidad.

Para (CABERO y otros, 1996). Las características de estas nuevas tecnologías son las siguientes: (P. 4,5 y 6).

1.3.3.1.1. Inmaterialidad.

Consiste en la utilización de materia prima, recursos y mano de obra pero no real (abstracto, imaginario), que se ingresa en un simulador para su transformación en información y datos que permiten determinar si las acciones tomadas fueron correctas.

1.3.3.1.2. Interactividad.

Permite el intercambio de información entre el usuario y el ordenador, en forma rápida y sencilla, una vez ingresados los datos el servidor, los procesa y arroja resultados que pueden ser analizados e interpretados por el sujeto, mismos que le servirán de ayuda para continuar o cambiar la secuencia de la investigación.

1.3.3.1.3. Instantaneidad.

Permite obtener resultado en un tiempo corto o en el mejor de los casos de manera instantáneamente, del que habitualmente se lo obtendría en una empresa real, permitiendo al usuario acceder a la base de datos de forma rápida, así estos se encuentren fuera del país.

1.3.3.1.4. Interconexión.

Se refiere a la fusión que realizan dos tecnologías para mejorar su funcionamiento, por ejemplo, la telemática es la interconexión entre la información y las tecnologías de la comunicación, propiciando con ello el desarrollo de nuevos recursos como el correo electrónico.

1.3.3.1.5. Innovación.

Uno de los principales objetivos de las NTIC es la innovación cualitativa y cuantitativa de sus predecesoras con sus respectivas funciones, lo cual en ocasiones conlleva a problemas ya que cada día surgen nuevas tecnologías y si no se desarrollan a tiempo se vuelven obsoletas.

1.3.3.1.6. Elevados parámetros de calidad de imagen y sonido.

Mejora el intercambio de información sea textual, de imagen y sonido, por las nuevas tecnologías, a través del proceso de digitalización.

1.3.3.1.7. Digitalización.

Transforma la información codificada en caracteres numéricos, que permite su fácil manipulación y distribución, proporcionando la transmisión de videoconferencias, programas de radio y transmisión de datos por una misma red.

1.3.3.1.8. Influencia sobre los procesos.

El individuo es el encargado de la construcción de los procesos, a través del levantamiento de información, la cual puede ser obtenida individual o colectivamente, una vez establecido el proceso, el usuario es el que posee el control sobre las NTIC, permitiendo facilitar su funcionamiento, además de

perfeccionar y construir su propio conocimiento sobre una base más amplia y rica en secuencias, sin riesgo de confundirse o perder información.

1.3.3.1.9. Tendencia a la automatización.

La dificultad presentada con el uso de las NTIC ha permitido desarrollar un manejo automático de la información facilitando su manipulación.

1.3.3.1.10. Diversidad.

Una de las ventajas que surgen tras el desarrollo de las nuevas tecnologías es que no existe una sola, sino que se cuenta también con diversas ciencias aplicadas que pueden realizar diversas funciones a la vez, incrementando la eficiencia y reduciendo el tiempo de ejecución.

1.3.3.1.11. Penetración en todos los sectores (culturales, educativos, económicos, industriales).

El desarrollo de las NTIC no solo se ha enfocado en el desarrollo y avance de un individuo, grupo, sector o país, al contrario su aplicación ha permitido romper barreras de comunicación facilitando el traslado de información hacia diversas partes del mundo donde se encuentre el usuario.

Por medio del desarrollo de las NTIC el ser humano logra intercambiar, procesar y almacenar la información de forma digitalizada. En la actualidad se cuenta con diversos tipos de tecnologías desarrolladas para satisfacer cada necesidad, recalcando que no solo las personas son las beneficiarias de estos progresos, sino que gracias a la automatización de los procesos las organizaciones también han logrado mejorar sus actividades, obteniendo modernidad en todas sus áreas.

1.3.3.2. Ventajas que genera la aplicación de las NTIC:

- ✓ Permiten ahorrar tiempo y reducir tanto los costos como el uso de recursos, pero es necesario resaltar que se deben utilizar las nuevas tecnologías de manera adecuada para obtener el logro esperado.
- ✓ Ayuda a las organizaciones a desarrollar un ambiente laboral satisfactorio, amigable y sobre todo tranquilo, ya que el trabajo se vuelve sencillo de realizarlo.
- ✓ Brinda ayuda a las PYME en el proceso productivo, en la presentación y venta de sus productos, ya que todos estos procesos se los puede realizar actualmente con las NTIC.
- ✓ Permite al ser humano desarrollar habilidades y destrezas empresariales, a través del uso y manejo de tecnología, al trabajar con sistemas operativos capaces de desarrollar un ambiente virtual de negocios en un computador.

1.3.3.3. Desventajas de las NTIC

- ✓ Una de las principales desventajas que presenta al momento de aplicar las NTIC es que la tecnología actualmente no se encuentra distribuida de manera equitativa a nivel internacional, es decir, son muy pocos los países que pueden acceder a la misma, provocando una brecha digital entre naciones desarrolladas y en vías de desarrollo.
- ✓ Las tecnologías se vuelven obsoletas rápidamente, por lo que es necesario actualizar frecuentemente el equipo, a través de la adquisición de nuevos hardware o software, dependiendo cual sea el caso, lo cual ayudará a mantenerse actualizado con las innovaciones que presenta el mercado con el transcurso del tiempo.

- ✓ Los equipos tecnológicos deben ser analizados periódicamente para su actualización y sus costos tienden a ser elevados por lo que las organizaciones deben mantener un presupuesto elevado para realizar este proceso.

1.3.3.4. Uso y Adopción de las NTIC

La aplicación de las NTIC busca mejorar la gestión interna de las organizaciones mediante la integración de nuevos sistemas operativos logrando así, mejorar la eficiencia y racionalización del trabajo en grupo.

El internet, también es muy común en estos días, a través del mismo las organizaciones realizan un sinnúmero de actividades, pero su uso más común es para intercambiar información con clientes y proveedores, convirtiéndose en una estrategia clave utilizada para desarrollar vínculos de colaboración con otras empresas y clientes.

En conclusión, la modernización tecnológica en una organización, puede generar un costo en la innovación de sus procesos y productos, pero los beneficios que se presentarán a futuro van a ser muy gratificantes, ya que al reducir los costos y obtener una mayor utilización de los recursos, se logrará un incremento en las ventas, y a su vez ganar un mayor prestigio empresarial.

1.3.4. Simulador

Para (FORÉS MIRAVALLÉS Anna y otros, 2011) lo definen como “Una cabina donde aparecen imágenes que reproducen escenas, con sonidos y situaciones diversas que te hacen <<jugar>> con una realidad virtual, creada con diferentes objetivos: aprendizaje y diversión.” (P. 195).

Estos escenarios tienen gran similitud con la realidad, para que un simulador sea eficiente y cumpla con sus funciones, es necesario tomar en cuenta la plataforma de hardware y de software que necesita para poder trabajar, estos dos factores

juegan un papel muy importante, ya que de ellos depende su adecuado funcionamiento.

Los escenarios virtuales proporcionan a las personas la oportunidad de aprender sin necesidad de invertir grandes cantidades de dinero, ni lamentar una pérdida de recursos, ya que se trata de una emulación de la realidad, en la que se puede realizar cualquier tipo de acciones, de alto o bajo grado de riesgo y al final conocer sus consecuencias, sin temor a los resultados, es la nueva manera de aprender jugando.

1.3.4.1. Tipos de simuladores

Para tener una amplia idea del alcance y utilidad que poseen los simuladores, a continuación se detallan más utilizados:

- ✓ Simulador de conducción
- ✓ Simulador de carreras
- ✓ Simulador de vuelo o de aviones
- ✓ Simulador de trenes
- ✓ Simulador de vida o de dinámica familiar
- ✓ Simulador de negocio
- ✓ Simulador político
- ✓ Simulador clínico médico

1.3.4.2. Simulador de Negocios

Los simuladores de negocios, más conocidos como juegos virtuales, forman parte de una herramienta de aprendizaje, la cual pretende la reproducción emulada de un sistema económico, financiero o empresarial.

La participación en estos juegos empresariales permite un incremento significativo de los conocimientos, ya que el usuario puede interactuar en un

entorno, dentro del cual puede ser partícipe del proceso de toma de decisiones, y ser testigo de los hechos que suceden en el trascurso del juego.

Para que una simulación de negocios pueda iniciar su funcionamiento, es necesario que dos o más organizaciones compitan entre sí, a las cuales se les asigna los recursos y los medios necesarios para poder empezar con sus actividades, una vez que se determina su actividad y la clase de producto o servicio que ofertarán, éstas tendrán que enfrentarse dentro de un mercado competitivo.

Según manifiesta (R. WAYNE Mondy, y otros, 2008). “Los practicantes reciben papeles como el de presidente, contralor o vicepresidente de marketing. Toman decisiones que afectan los niveles de precios, los volúmenes de producción y los niveles de inventario. Con frecuencia, un software manipula sus decisiones y los resultados simulan a los de una situación de negocios real.” (Pág. 213).

Dentro de la cual, los participantes del proceso, pueden ser testigos de cómo sus decisiones afectan a la empresa, experimentando con la elección de un sinnúmero de alternativas, sin importar qué tan grave sean las consecuencias, con el objetivo de aprender con cada partida una nueva lección, pero mejorando cada vez los procesos para conseguir el éxito.

1.3.4.2.1. Objetivos de los Simuladores de Negocios.

Los objetivos que persigue este tipo de simulaciones son los siguientes:

- ✓ Fomentar en los participantes la importancia del trabajo en equipo.
- ✓ Conocer la importancia e interrelación que poseen las distintas áreas o departamentos de una organización.
- ✓ Incrementar la capacidad de toma de decisiones.

1.3.4.2.2. Ventajas de los Simuladores de Negocios.

✓ **Para los participantes:**

- ✓ Mejorar la técnica para plantear todo tipo estrategias en la organización, dentro del proceso de dirección.
- ✓ Conocer la manera en que una decisión puede afectar el desempeño organizacional.
- ✓ Entender la interrelación que poseen los distintos departamentos, para la consecución de objetivos.
- ✓ Intervenir directamente en el proceso de la toma de decisiones.

✓ **Para las empresas:**

- ✓ Contar con una nueva herramienta que se pueda introducir en los programas de capacitación.
- ✓ Permitir a sus trabajadores realizar actividades de alto riesgo, sin la pérdida de recursos.
- ✓ Ejecutar un número considerado de pruebas, con la opción a disminuirlo, acorde se vayan adquiriendo conocimientos.
- ✓ Experimentar en un escenario virtual, con la ventaja de reproducir hechos reales.

1.3.4.2.3. Desventajas de los Simuladores de Negocios.

- ✓ No se puede tener la certeza de que lo simulado pueda suceder en la vida real.
- ✓ Los recursos y los escenarios que se proporcionan son limitados.
- ✓ El acceso a los simuladores por lo general es muy caro, razón por la cual muchos abstienen de su uso.
- ✓ Presentan un software muy complicado y difícil de manejarlo.

1.3.4.3. Propuesta Metodológica

Para conseguir el éxito empresarial, tanto en la vida real como en los simuladores de negocios, se considera necesario aplicar la siguiente propuesta metodológica, que nos propone el sitio web Business Global, <http://www.businessglobal.es/tutorialsimulador.html>, dentro de la cual se pueden evaluar los diferentes escenarios que presenta en una organización (01/06/2013):

ILUSTRACIÓN N° 3

TÍTULO: PROPUESTA METODOLÓGICA



Fuente: <http://www.businessglobal.es/tutorialsimulador.html>

Elaborado por: Las tesisas

1.3.4.3.1. Evaluar.

Un proceso de evaluación se lo realiza con la finalidad de identificar los principales factores que pueden beneficiar a una organización, o que a su vez pueden representar una amenaza para la misma. Hay que tomar en cuenta que no todas las variables que se presentan son relevantes, ese es el objetivo de la evaluación, identificar a las circunstancias de mayor impacto que se presentan dentro del entorno laboral.

✓ Escenario y mercado

El escenario es el espacio físico donde se suscitan los hechos, presenta una multiplicidad de fluctuaciones, dependiendo de las acciones que realice cada organización dentro del mercado, su característica principal es la incertidumbre.

✓ **Entorno competitivo**

El entorno competitivo es un factor determinante para que una organización pueda progresar, el predecir las variables del mercado, económicas, políticas, sociales, tecnológicas, etc., o el comportamiento de los consumidores y de la competencia, se considera una gran ventaja al momento de realizar una actividad económica.

✓ **Compañía**

Constituye la agrupación de varias personas, que se asocian con la finalidad de lograr un determinado fin, las cuales deben desarrollar y aplicar una dirección estratégica adecuada para llevar al éxito al negocio y a su vez realizar acuerdos comerciales beneficiosos para poder sostenerse y sobresalir en el mercado.

✓ **Alternativas**

Son las múltiples opciones de acuerdos comerciales que se presentan, las cuales brindarán beneficios o desventajas a las organizaciones; el punto clave es que cada empresa sepa escoger la opción más idónea para su desenvolvimiento, a través del análisis de todas las alternativas, tomando en cuenta aspectos relativos al precio, calidad, plazos, entre otros.

✓ **Diagnóstico**

Es el proceso mediante el cual se puede determinar la situación actual de una organización, lo cual ayuda a conocer si el direccionamiento estratégico implementado es adecuado o no; además de proporcionar información relativa a nuevas oportunidades o limitaciones con las que cuenta para su progreso. Existen varias metodologías para realizar un diagnóstico, eso depende de cuál sea la necesidad específica.

1.3.4.3.2. Planificar.

La planificación es la primera fase que se debe realizar para la ejecución de cualquier actividad, dentro de esta etapa se necesita que el gestor analice todas las variables que se pueden presentar dentro de una organización y puedan influir en la consecución de los objetivos, una planificación eficaz se lleva a cabo gracias a la distinción de las ventajas que se suscitan tanto en el ambiente interno como externo, una vez que se conoce el escenario, se puede realizar una adecuada programación.

✓ Estrategia competitiva

Es una acción que permite la consecución de un objetivo, pero con un distintivo excepcional en relación a otras empresas, lo que permite ganar prestigio y reconocimiento, garantizando el éxito.

✓ Prioridades

El establecer prioridades es un método que permite clasificar información de manera jerárquica, tomando en cuenta la relevancia de los hechos, los cuales se deben ir manejando en ese orden, para dar solución a los problemas que puedan afectar de manera significativa a la organización, la ejecución oportuna de una acción, conllevará a conseguir grandes ventajas.

✓ Plan de objetivos

Un plan de objetivos es un elemento imprescindible dentro de una empresa, ya que conforma una guía para la misma y además sirve de motivación para sus trabajadores. Este plan debe estar acorde a la misión planteada por la organización, para que sus acciones estén encaminadas a la consecución del futuro deseado.

1.3.4.3.3. Desplegar.

El despliegue consiste en poner en práctica una actividad planeada con anterioridad, para realizarlo se considera necesario tener de antemano un diagnóstico situacional, el cual nos permite obtener información tanto del ambiente interno como externo de la empresa y de las posibilidades que tiene para interactuar con el mercado.

✓ Revisar plan de objetivos

Se considera necesario realizar un control del cumplimiento del plan de objetivos, con la finalidad de verificar que las estrategias planteadas al inicio del proceso se estén cumpliendo a cabalidad y según lo planificado al empezar de las actividades empresariales.

✓ Toma de decisiones

El proceso de toma de decisiones se considera un factor determinante en la ejecución de cualquier actividad, es un proceso a través del cual se realiza una selección meticulosa sobre las múltiples alternativas que se pueden presentar al ocurrir un hecho.

✓ Evaluar coherencia de decisiones por áreas

Para que una decisión sea adecuada para cualquier tipo de acción, se debe tomar en cuenta que siempre debe existir interrelación entre los departamentos, para lograr un vínculo que garantice el éxito en la gestión.

1.3.4.3.4. Controlar.

El control forma parte fundamental dentro de cualquier proceso, y se lo realiza con la finalidad de constatar que todo lo planeado se cumpla satisfactoriamente y

que esté acorde con las necesidades empresariales. El proceso de verificación es una tarea ardua y delicada, ya que se debe obtener la información suficiente para determinar el grado de cumplimiento de los objetivos. Dentro de este proceso se recomienda prestar mayor énfasis en la revisión de:

- ✓ Resultados obtenidos,
- ✓ Evolución mercado, y
- ✓ Evolución de la competencia

1.3.4.4. Simulador SimVenture

SimVenture, es un simulador de negocios que permite mejorar el aprendizaje empírico virtual y está dirigido especialmente para estudiantes universitarios y personas que se encuentran en ejecución de su carrera y desean desarrollar sus habilidades empresariales.

Este imitador brinda a los usuarios la oportunidad de crear, dirigir y gestionar una empresa en un entorno ficticio, el cual posee características similares al de una organización real; gracias a su complejidad y variabilidad de aplicaciones, las personas pueden adquirir grandes conocimientos del proceso administrativo y la toma de decisiones.

El simulador está diseñado para desarrollar destrezas en las áreas más comunes que posee una organización como son: Organización, Marketing, Finanzas, Operaciones; fue creado por un grupo de expertos en Reino Unido, con la finalidad de brindar apoyo en el proceso educativo y desde el momento de su aparición, ha logrado conseguir gran popularidad a nivel internacional.

Según el sitio web Simulation Systems Colombia, el simulador SimVenture es <http://simulationsystemscolombia.com/viewsimulator.php?simId=9&limit=1&limitstart=0> “El juego de negocios ganador de varios premios de simulación que le

permite a las personas crear y dirigir una empresa virtual y aprender sobre el espíritu empresarial.” (26/04/2013).

El reconocimiento conseguido en el transcurso de sus siete años de aparición, se lo ha logrado debido a que su sistema es de fácil comprensión y manejo.

Según la página web <http://translate.google.com.ec/translate?hl=es&sl=en&u=http://simventure.co.uk/about-us/new-articles/simulaci3n-de-negocios-es-fant3stico&prev=/search%3Fq%3Fq3Dsimulador%2Bsimventure%26biw%3D1178%26bih%3D508>, “Desde su lanzamiento en 2006, la demanda de SimVenture ha crecido a nivel mundial. La simulaci3n de negocios ahora se utiliza en m3s de 35 pa3ses y este n3mero est3 aumentando constantemente.” (10/07/2013).

A continuaci3n se encuentra un listado de los 36 pa3ses en los que se est3 utilizando actualmente el simulador de negocios SimVenture, (m3s all3 del Reino Unido):

ILUSTRACI3N N3 4

T3TULO: PA3SES EN LOS QUE SE EST3 UTILIZANDO SIMVENTURE

PA3SES QUE USAN EL SIMULADOR SIMVENTURE			
Australia	Hungr3a	Nigeria	Francia
Botswana	India	Pa3ses Bajos	Alemania
Canad3	Indonesia	Am3rica del Norte	Grecia
China	Irlanda	Per3	M3xico
Colombia	Israel	Polonia	Malasia
Dinamarca	Italia	Rumania	Mauricio
Ecuador	Kenia	Katar	Sud3frica
Egipto	Lituania	Rusia	Corea del Sur
Etiop3a	Letonia	Singapur	Emiratos 3rabes Unidos

Fuente: <http://translate.google.com.ec/translate?hl=es&sl=en&u=http://simventure.co.uk/about-us/new-articles/simulacion-de-negocios-es-fantastico&prev=/search%3Fq%3Dsimulador%2Bsimventure%26biw%3D1178%26bih%3D508>

Elaborado por: Las tesistas

1.3.4.4.1. Habilidades Básicas.

El simulador de negocios SimVenture ayuda a sus usuarios a incrementar sus habilidades con lo referente a la negociación empresarial, estrategias, investigación de mercado, toma de decisiones, entre otros, las cuales se verán reflejadas al momento en que su empresa virtual empiece a surgir e incrementar su margen de utilidad, eso significa que ha sabido aprender en el proceso y se han superado los obstáculos planteados desde el inicio hasta el final del proceso.

Según el sitio web <http://dicajf.blogspot.com/p/habilidades-básicas.html>, SimVenture cuenta con cuatro etapas que nos permitirá desarrollar algunas habilidades básicas (10/07/2013), y estas son:

Inicio y Crecer un Negocio a Través de Resolución de Problemas: como en todas las empresas en la vida real, el escenario que se presenta al inicio atraviesa por un sinnúmero de travesías, las cuales hay que saberlas superar para poder hacer crecer al negocio, es aquí donde interviene el ingenio y los conocimientos que poseen en relación a la Gestión Administrativa, ya que solo si se sabe llevar a cabo un buen direccionamiento estratégico, mantendrá a una organización dentro del mercado.

Decisiones, Análisis de Riesgo y fracaso: el simulador cuenta con diversos acontecimientos, los cuales están diseñados para que se ejecuten cierto tipos de riesgos empresariales, dentro de los cuales puedan tomar las mejores decisiones, realizando el respectivo estudio de mercado, de la competencia y de clientes potenciales, tomando en cuenta que todos los departamentos están interrelacionados y cualquier decisión puede afectar el funcionamiento de la misma, lograr el éxito no es tarea fácil, hay que saber manejar todos los aspectos que involucran en una entidad.

Comunicación y Trabajo en Equipo: aunque se puede participar de manera individual, por lo general este simulador se hizo para trabajar en equipo,

fomentando así la participación conjunta y mejorando las relaciones interpersonales, brindando a su vez un soporte de conocimientos y facilitando el trabajo de negociación y selección de estrategias.

Presentaciones: SimVenture cuenta con varios escenarios que permiten simular diversas situaciones, todo depende del grado de dificultad que seleccione y el tipo de entorno con el que cuente, procesa los datos de manera efectiva, permitiendo el análisis de la información arrojada, dejando de lado las probabilidades hipotéticas; además de poseer la opción de guardar todo un proceso, brindando la oportunidad de acceder a la información en cualquier momento y tener continuidad dentro de un caso.

1.3.4.4.2. Justificación académica.

SimVenture permite al estudiante mejorar todos los conocimientos adquiridos, al entrar en interacción con el simulador mejora su experiencia en las cuatro áreas operativas (Organización, Ventas y Marketing, Finanzas y Operaciones) que propone el simulador, permitiendo que sus usuarios desarrollen la capacidad de resolver una gran variedad de problemas de forma autónoma y obteniendo los mejores resultados.

Según el sitio web http://es.scribd.com/fullscreen/63749771?access_key=key-j12vaskn1yqnwiv7vcn:

- ✓ Los simuladores de negocios vinculan perfectamente la teoría y la práctica mediante la solución de problemas reales a través de modelos matemáticos que simulan a una empresa en marcha.
- ✓ Los simuladores de negocios generan valor agregado al modelo enseñanza-aprendizaje mediante las prácticas y toma de decisiones asertivas en el mundo de la producción, control y administración.

- ✓ Los estudiantes ponen en práctica sus conocimientos y se hacen conscientes de las consecuencias de sus decisiones.
- ✓ Los simuladores de negocios refuerzan el aprendizaje significativo ya que su manejo está basado en observar, modelar y ejecutar planes y teoremas en un mundo simulado pero aplicable a su contexto.
- ✓ Se ha demostrado que el uso de los simuladores logra incrementar la eficiencia Terminal hasta en un 66%
- ✓ Permite a los estudiantes jugar varios roles o papeles dentro del ámbito organizacional y con ello, ampliar su panorama al ser partícipe como Gerente o Director de un área u otra y ver el impacto o trascendencia de sus decisiones en otras áreas de la empresa.
- ✓ El simulador está diseñado para las prácticas dentro de las áreas de una empresa como son Administración, Planta de producción, Finanzas, Mercadotecnia, Servicio al cliente, Publicidad y Promoción y Planeación Estratégica.
- ✓ Los simuladores de negocios crean motivación y competencia sana dentro del aula y la institución ya que compiten entre un mismo grupo, con otros de la misma carrera o de una diferente, incluso a nivel mundial lo que genera alta competencia entre los estudiantes conociendo las mejores prácticas y el que no hacer o evitar.
- ✓ Se ajusta a los nuevos modelos de competencias, ya que los estudiantes tendrán que analizar, interpretar, crear modelos matemáticos y sintetizar la información para tomar decisiones.
- ✓ Los profesores no requieren dedicar tiempo adicional a los simuladores con cálculos o procesamiento de modelos, ya que la plataforma procesa

automáticamente todas las corridas y decisiones y arroja información y datos ya procesados al profesor.

- ✓ Los simuladores logran incentivar el aprendizaje organizacional y contribuyen al continuo uso de los dos hemisferios cerebrales.

1.3.4.4.3. Ventajas.

A continuación se detallan las ventajas que nos brinda el simulador de negocios SimVenture, según manifiesta la página web Simulation Systems Colombia, <http://simulationsystemscolombia.com/viewsimulator.php?simId=9&limit=1&limitstart=0>, al participar en SimVenture (26/04/2013):

- ✓ El simulador replica situaciones del mundo real.
- ✓ Ofrece formas novedosas de aprender el mundo de los negocios.
- ✓ Aumenta el prestigio de la Institución y ayuda a formar profesionales mejor preparados.
- ✓ Potencializa la estrategia didáctica para el aula.
- ✓ Brinda herramientas didácticas de gran impacto.
- ✓ Permite planear fácilmente sus actividades didácticas.
- ✓ Proporciona ejemplos de la vida real para la enseñanza.
- ✓ Hacer más vivenciales e interactivas las clases.
- ✓ Los alumnos se preparan mejor para su desarrollo profesional.
- ✓ Acelera el aprendizaje de los alumnos.
- ✓ Genera mayor interés en los conceptos mostrados.
- ✓ Ponen en práctica la teoría estudiada.
- ✓ Permite generar una visión global de una empresa.
- ✓ Crea un compromiso de aprendizaje con el curso rápidamente.
- ✓ Facilita a los alumnos el análisis de variables de decisión.
- ✓ Los alumnos pueden repetir las experiencias tantas veces como lo requieran.
- ✓ Fomenta la creatividad al resolver problemas.
- ✓ Desarrolla habilidades en el uso de las nuevas tecnologías.

Todas estas ventajas las podrán adquirir al momento de interactuar con el simulador, pero hay que tomar en serio el rol que se interpreta, de lo contrario no cumplirán con las expectativas planeadas.

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. Caracterización de la Institución

2.1.1. Universidad Técnica de Cotopaxi

2.1.1.1. Historia

2.1.1.1.1. La UTC en sus inicios.

En Cotopaxi el anhelado sueño de tener una institución de Educación Superior se alcanza el 24 de enero de 1995. Las fuerzas vivas de la provincia lo hacen posible, después de innumerables gestiones y teniendo como antecedente la Extensión que creó la Universidad Técnica del Norte.

El local de la UNE-C fue la primera morada administrativa; luego las instalaciones del colegio Luis Fernando Ruíz que acogió a los entusiastas universitarios; posteriormente el Instituto Agropecuario Simón Rodríguez, fue el escenario de las actividades académicas: para finalmente instalarnos en casa propia, merced a la adecuación de un edificio a medio construir que estaba destinado a ser Centro de Rehabilitación Social.

En la actualidad son cinco hectáreas las que forman el campus y 82 las del Centro Experimentación, Investigación y Producción Salache.

Hemos definido con claridad la postura institucional ante los dilemas internacionales y locales; somos una entidad que por principio defiende la autodeterminación de los pueblos, respetuosos de la equidad de género. Nos declaramos antiimperialistas porque rechazamos frontalmente la agresión globalizadora de corte neoliberal que privilegia la acción fracasada de la economía de libre mercado, que impulsa una propuesta de un modelo basado en la gestión privada, o trata de matizar reformas a la gestión pública, de modo que adopte un estilo de gestión empresarial.

En estos 15 años de vida institucional la madurez ha logrado ese crisol emancipador y de lucha en bien de la colectividad, en especial de la más apartada y urgida en atender sus necesidades. El nuevo reto institucional cuenta con el compromiso constante de sus autoridades hacia la calidad y excelencia educativa.

2.1.1.2. Misión

La Universidad "Técnica de Cotopaxi", es pionera en desarrollar una educación para la emancipación; forma profesionales humanistas y de calidad; con elevado nivel académico, científico y tecnológico; sobre la base de principios de solidaridad, justicia, equidad y libertad, genera y difunde el conocimiento, la ciencia, el arte y la cultura a través de la investigación científica; y se vincula con la sociedad para contribuir a la transformación social-económica del país.

2.1.1.3. Visión

En el año 2015 seremos una universidad acreditada y líder a nivel nacional en la formación integral de profesionales críticos, solidarios y comprometidos en el cambio social; en la ejecución de proyectos de investigación que aporten a la solución de los problemas de la región y del país, en un marco de alianzas estratégicas nacionales e internacionales; dotada de infraestructura física y tecnología moderna, de una planta docente y administrativa de excelencia; que

mediante un sistema integral de gestión le permite garantizar la calidad de sus proyectos y alcanzar reconocimiento social.

2.1.1.4. Carrera de Ingeniería Comercial

La Ingeniería Comercial es una profesión que fomenta las capacidades técnicas y los conocimientos conceptuales de gestión y economía, capaz de formar al ser humano para administrar estratégicamente toda clase de organización local, nacional e internacional de orden público y/o privado, en las áreas de finanzas, mercadotecnia, recursos humanos y operaciones; así como también para gestionar programas de capacitación y emprendimiento de manera que se garantice el cumplimiento de los objetivos de crecimiento, permanencia y rentabilidad socio-económica, en concordancia con la filosofía organizacional y las condiciones que se presenten en su entorno, con visión de respeto al ser humano y en busca del desarrollo social de la colectividad.

2.1.1.4.1. Aspectos Históricos de la carrera de Ingeniería Comercial de la UTC.

La evolución de las organizaciones ha impulsado el surgimiento de un nuevo tipo de profesional: el Ingeniero Comercial. La Ingeniería Comercial es un trabajo intelectual realizado por personas en un medio organizacional, no se basa en la propiedad, sino en las habilidades que se obtienen por el conocimiento y la experiencia. Estos profesionales cubren una amplia variedad de puestos en las organizaciones: ejecutivos de compañías y empresas, funcionarios de gobierno, supervisores de producción, directores de instituciones, emprendedores, etc.

En este contexto la Carrera de Ciencias Administrativas y Humanísticas de la Universidad Técnica de Cotopaxi crea la Especialización de Ingeniería Comercial el 22 de julio del 2003, con REGISTRO OFICIAL No 2, para contribuir al desarrollo social, económico, productivo de la provincia y del país, formando administradores que comprendan mejor a las organizaciones y desarrollen una

eficiente gestión en pos de alcanzar mayores niveles de competitividad. Para ello se ha planteado un diseño curricular que cumple con los requerimientos de los sectores productivos de la provincia y el país, que les permita a los estudiantes adquirir los conocimientos, habilidades y destrezas necesarias para desenvolverse con éxito en el ejercicio profesional.

Durante su desarrollo en estos diez años, se ha formado profesionales con criterio y emprendedores de manera que administren con solidez cualquier organización, a fin de lograr una gestión empresarial efectiva; sirviendo como aporte para la generación de sus propios negocios.

De la misma manera, la carrera ha aportado significativamente en la configuración del cuerpo profesional de Ingenieros Comerciales que actualmente dirigen y forman parte de los diversos organismos que atienden a la provincia de Cotopaxi y al país.

En el año 2005 la carrera mejora la malla curricular para que sus estudiantes tengan un mejor desempeño en el contexto local y nacional, crea la primera expo feria de Ingeniería Comercial en la Universidad en el 2011, participa en concursos de simulación de negocios organizado por Jr. Achivement quedando entre los primeros finalistas; participa activamente en eventos culturales, deportivos, científicos, etc.

2.1.1.4.2. Aspectos legales de la creación de la carrera de Ingeniería Comercial de la UTC.

El Honorable Consejo Universitario, reunido en sesión ordinaria del 22 de julio del 2003, tomo la siguiente:

Resolución.

Por unanimidad, los señores miembros del Honorable Consejo Universitario, aprueban la apertura de la carrera de Ingeniería Comercial para el Ciclo Académico septiembre/2003 – enero/2004 con una duración de 10 ciclos, presencial.

2.1.1.4.3. Misión.

La carrera de INGENIERÍA COMERCIAL forma profesionales integrales con alto nivel académico, científico y humanístico, para contribuir a la solución de problemas relacionados con la gestión de procesos administrativos – financieros de las organizaciones, de las necesidades del sistema productivo y de la sociedad ecuatoriana.

2.1.1.4.4. Visión.

La carrera de INGENIERÍA COMERCIAL será líder en el diseño, planificación y evaluación organizacional, proyectos de emprendimiento y desarrollo de liderazgo, apoyado en la docencia, investigación y vinculación con la sociedad, con docentes calificados e infraestructura física y tecnología basada en la concepción dialéctica del mundo y la práctica de valores como: transparencia, respeto, identidad, libertad, democracia, compromiso social en el sector productivo y económico para contribuir a la transformación de la sociedad.

2.1.1.4.5. Objetivos de la carrera.

Formar profesionales del más alto nivel académico, con pensamiento social y humanista, capaces de impulsar la actividad industrial, comercial y de servicios del país, impartiendo para ello conocimientos teórico-prácticos de las ciencias administrativas, acordes al avance tecnológico y a las necesidades de las organizaciones modernas

2.1.1.4.6. Perfil Profesional.

El Ingeniero Comercial es un profesional integral dotado de capacidades, conocimientos científicos, técnicos y humanísticos, que le permiten desenvolverse en los campos administrativos, financieros, de personal, operacional y de marketing. Es creador de mejores condiciones de vida en base a los principios de generación de riqueza e igualdad de oportunidades en la sociedad, a través de la implementación de nuevas unidades de producción. Se desempeñará como:

- ✓ Ingeniero Comercial
- ✓ Administrador
- ✓ Asesor Contable, Administrativo y Tributario
- ✓ Consultor Administrativo

TABLA N° 1

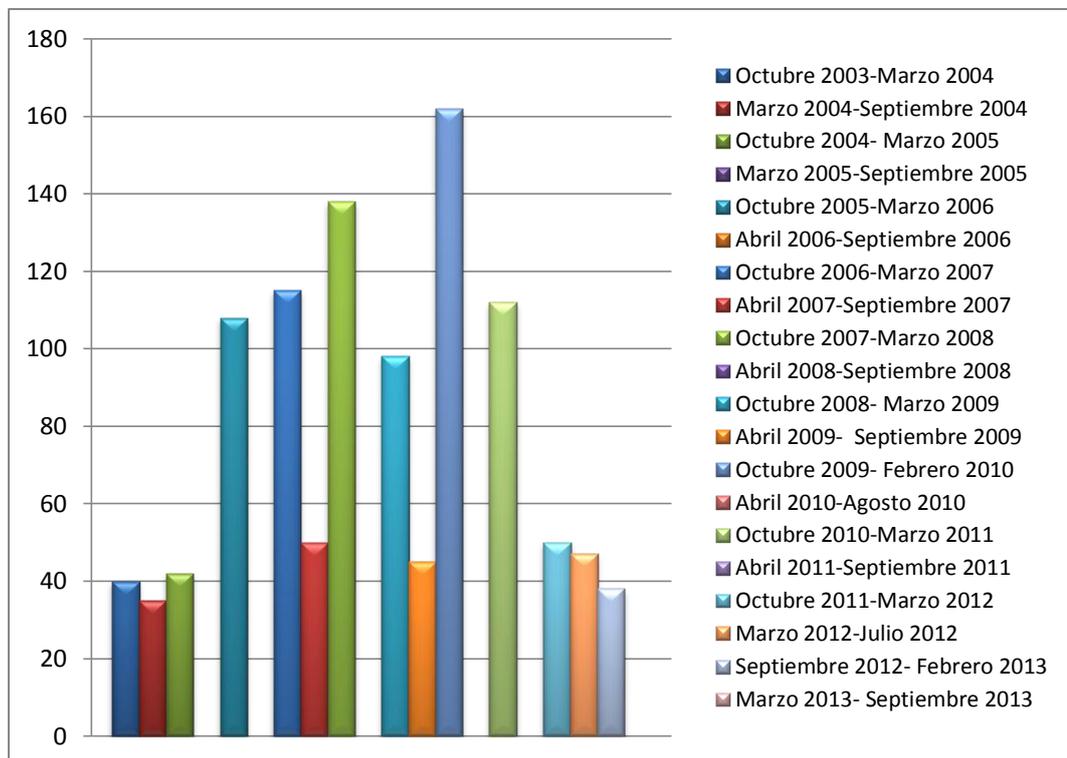
TÍTULO: ALUMNOS MATRICULADOS EN LA CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

AÑO	N° ALUMNOS
Octubre 2003-Marzo 2004	40
Marzo 2004-Septiembre 2004	35
Octubre 2004- Marzo 2005	70
Marzo 2005-Septiembre 2005	0
Octubre 2005-Marzo 2006	108
Abril 2006-Septiembre 2006	0
Octubre 2006-Marzo 2007	115
Abril 2007-Septiembre 2007	50
Octubre 2007-Marzo 2008	138
Abril 2008-Septiembre 2008	0
Octubre 2008- Marzo 2009	98
Abril 2009- Septiembre 2009	45
Octubre 2009- Febrero 2010	162
Abril 2010-Agosto 2010	0
Octubre 2010-Marzo 2011	112
Abril 2011-Septiembre 2011	0
Octubre 2011-Marzo 2012	50
Marzo 2012-Julio 2012	47
Septiembre 2012- Febrero 2013	38
Marzo 2013- Septiembre 2013	0
TOTAL	1108

Fuente: Sistema Informático de la Universidad Técnica de Cotopaxi
Elaborado por: Las tesis

GRÁFICO N° 2

TÍTULO: ALUMNOS MATRICULADOS EN LA CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL



Fuente: Sistema Informático de la Universidad Técnica de Cotopaxi

Elaborado por: Las tesis

La Universidad Técnica de Cotopaxi inicia su vida institucional el 24 de Enero de 1995, con diversas carreras, con en el transcurso de los años el Honorable Consejo Universitario decide crear la especialización de Ingeniería Comercial, entrado en vigencia en el período académico Octubre 2003-Marzo 2004 con una duración de diez ciclos académicos, el primer período se inició con 40 alumnos, lo cual demuestra la acogida que tuvo por parte de los estudiantes de colegios de las diferentes provincias, actualmente la carrera de Ingeniería Comercial mantiene su vigencia en la institución; pero a partir de los periodos académicos de Septiembre 2012- Febrero 2013 y Marzo 2013- Septiembre 2013 no existen alumnos matriculados para el básico común, ya que primero deben pasar por el proceso de nivelación del SNNA y para luego formar parte de la Universidad, con lo que respecta al año 2013, la carrera cuenta con 257 estudiantes divididos en los diversos ciclos académicos.

TABLA N° 2

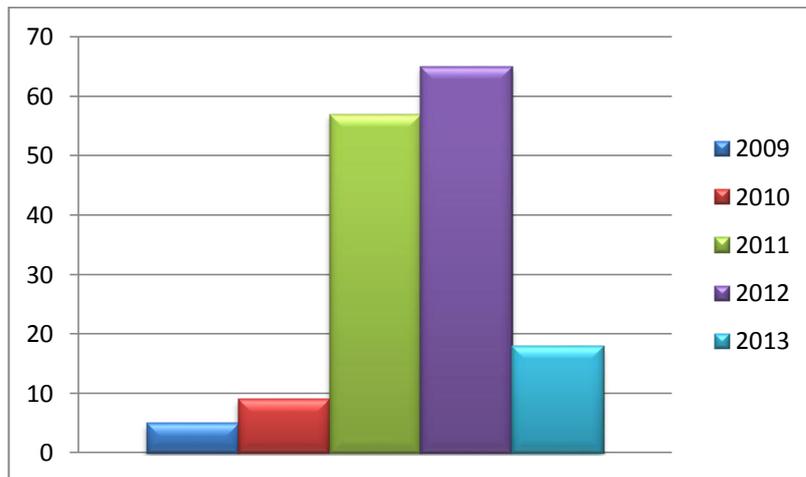
TÍTULO: ALUMNOS GRADUADOS DE LA CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

AÑO	NÚMERO DE ALUMNOS
2009	5
2010	9
2011	57
2012	65
2013	18
TOTAL	154

Fuente: Coordinación de grados
Elaborado por: Las tesis

GRÁFICO N° 3

TÍTULO: ALUMNOS GRADUADOS DE LA CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL



Fuente: Coordinación de grados
Elaborado por: Las tesis

A partir de su vigencia la carrera de Ingeniería Comercial obtiene su primera promoción de graduados con 5 alumnos en el 2008, durante los siguientes años, esa cifra ha ido incrementando significativamente, manteniendo hasta el 2013 un total de 154 estudiantes profesionales en Ingeniería Comercial, demostrando que la institución está capacitando y formando profesionales íntegros y competitivos capaces de ocupar cargos públicos y privados.

2.2. Necesidad de la investigación

Con los nuevos avances tecnológicos que se están suscitando en la actualidad, existen un sinnúmero de procesos que están quedando obsoletos y fuera de uso, razón por la cual se ha implementado una nueva técnica de aprendizaje a través de la utilización de simuladores, los cuales permiten a las personas estar más cerca de la realidad.

El uso de simuladores de negocios en las instituciones educativas proporciona al estudiante la facilidad de adquirir nuevos conocimientos de manera novedosa y educativa a la vez; además de proporcionar información que va a ser necesaria en el futuro al momento de desenvolverse en el aspecto laboral.

El presente estudio de mercado se basa en conocer las necesidades académicas dentro de la UTC, en la carrera de Ingeniería Comercial en lo referente a las Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación, las cuales están predominando el área educativa y al no poseerlas representa un retraso en el proceso de formación.

2.3. Definición del problema

La Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas, carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Técnica de Cotopaxi necesita dotarse de Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación las cuales permitirán innovar los métodos de enseñanza-aprendizaje, que a su vez servirán como herramienta para complementar el proceso formativo.

En la carrera de Ingeniería Comercial, el uso de un simulador de negocios no ha sido posible debido a varios problemas inmersos en la institución, entre alguno de ellos se puede citar: escasos recursos económicos, falta de aplicación de las NTIC en la Universidad, falta de laboratorios especializados para la carrera, entre otros.

2.4. Objetivos de la investigación

2.4.1. Objetivo General

Determinar la necesidad que tienen los estudiantes y docentes en cuanto al uso y aplicación de un simulador de negocios como nuevo método de enseñanza-aprendizaje, que permita mejorar las destrezas y habilidades de cada uno a través de la experiencia virtual.

2.4.1.1. Objetivos Específicos

- ✓ Determinar el porcentaje de aceptación de los estudiantes y docentes relativo a la incorporación de un simulador de negocios como método de apoyo al proceso educativo.
- ✓ Identificar la importancia del estudio de la materia de Negociación Empresarial dentro de la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Técnica de Cotopaxi.
- ✓ Conocer si actualmente existe la necesidad de implementar un nuevo método de enseñanza-aprendizaje, el cual satisfaga los requerimientos de los estudiantes.
- ✓ Conocer si la manipulación de escenarios virtuales logra fusionar la teoría con la práctica, a través de la aplicación de los casos que se manejan dentro del simulador.
- ✓ Determinar si los estudiantes y docentes consideran la manipulación de un simulador de negocios como una técnica que permite mejorar sus destrezas y habilidades.

2.5. Diseño de la investigación

2.5.1. Tipos y fuentes de investigación

2.5.1.1. Fuentes de investigación primaria

Como (MERINO SANZ, María Jesús y otros, 2011) declaran, las “Fuentes primarias son aquellas que necesitan ser elaboradas por el investigador porque la información no está disponible”. (Pág. 19), en este sentido, la temática planteada necesita recurrir a las técnicas de observación y cuantitativa para obtener información que va a ser objeto de análisis para complementar el proceso investigativo.

2.5.1.1.1. Investigación cuantitativa.

El diseño del presente estudio se basará en la investigación cuantitativa, ya que a través de ella podemos contabilizar los datos arrojados y obtener información exacta y precisa de los temas a indagar.

Como manifiesta (MALHOTRA Naresh K. y otros, 2004). “La investigación de mercados cuantitativa atiende los objetos de investigación mediante evaluaciones empíricas que requieren enfoques de medición y análisis numérico.” (Pág. 137), permitiendo con ello realizar un análisis preciso de los resultados.

✓ Encuesta

Según la página web <http://metodología02.blogspot.com/p/técnicas-de-la-investigacion.html> “La encuesta es una técnica de adquisición de información de interés sociológico, mediante un cuestionario previamente elaborado, a través del cual se puede conocer la opinión o valoración del sujeto seleccionado en una muestra sobre un asunto dado” (25/07/2013).

Para realizar la indagación respectiva se ha empleado el cuestionario como instrumento de recolección de información, los cuales están dirigidos a los estudiantes de la carrera de Ingeniería Comercial y a los docentes Ingenieros Comerciales de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas de la Universidad Técnica de Cotopaxi, período académico Marzo-Agosto 2013, los cuales tienen preguntas de interés sobre el tema planteado, y van estratégicamente dirigidos a los dos estratos que van a ser fuente de investigación, llegando a una totalidad de 267 personas que conforman el universo de estudio.

2.5.1.1.2. Investigación de Campo.

Como manifiesta (MUÑOZ RAZO, Carlos Autor, 1998), “En la ejecución de los trabajos de este tipo, tanto el levantamiento de información como el análisis, comprobaciones, aplicaciones prácticas, conocimientos y métodos utilizados para obtener conclusiones, se realizan en el medio en el que se desenvuelve el fenómeno o hecho en estudio”. (Pág.93).

Este tipo de investigación permite a los autores extraer información del lugar donde se suscitan los hechos, la indagación del tema propuesto se la realizará en la Universidad Técnica de Cotopaxi, permitiéndonos así conocer de forma directa el problema y de esta manera ampliar e interactuar participativamente en la obtención de información para el sustento de la investigación.

✓ Observación

Según el sitio web <http://metodologia02.blogspot.com/p/tecnicas-de-la-investigacion.html>, la observación “Es una técnica que consiste en observar atentamente el fenómeno, hecho o caso, tomar información y registrarla para su posterior análisis” (25/07/2013).

En este caso se ha aplicado la técnica de observación para detectar las necesidades tanto físicas como intelectuales de la Universidad Técnica de Cotopaxi, los

estudiantes de la carrera de Ingeniería Comercial y los docentes Ingenieros Comerciales de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas, para denotar los puntos más relevantes los cuales serán registrados en una ficha de observación para proceder con el posterior análisis de los resultados obtenidos.

2.5.1.2. Fuentes de investigación secundaria

De la misma manera, se necesita recurrir a la fuente de investigación secundaria, la cual permitirá ampliar la información y a su vez crear nociones relativas al tema, permitiendo el incremento del mismo, a través de citas y un adecuado análisis crítico.

Según (MERINO SANZ, María Jesús y otros, 2011), las fuentes secundarias son “Aquellas que recogen información procesada y elaborada previamente ya sea por la propia empresa o por personas o entidades ajenas a la misma. De hecho, cualquier investigación debe empezar por una búsqueda de fuentes secundarias debido al ahorro de tiempo y esfuerzo que suponen en el desarrollo de las investigaciones, así como un ahorro económico importante”. (Pág. 18).

2.5.1.2.1. Investigación Bibliográfica-Documental.

La aplicación de este tipo de investigación ayudará a la ampliación y profundización de los temas que van a ser fuente de estudio en el presente trabajo, a través de las conceptualizaciones de los autores, los cuales mediante sus escritos, nos brindan varios datos de interés.

Como manifiesta (ROMERO RODRÍGUEZ, Leticia del C, 2009). “La investigación documental contribuye a construir el marco teórico de cualquier tipo de investigación. En este sentido, precede a la investigación de campo y la apoya para la planeación del trabajo”. (Pág. 87).

2.7. Determinación de la población

2.7.1. Población

Según (VARGAS SABADÍAS, Antonio, 1995), manifiesta, “Llamamos población o universos al conjunto de los elementos que van a ser observados en la realización de un experimento. Cada uno de los elementos que componen la población es llamado individuo o unidad estadística”. (Pág. 33-34). Las personas que van a ser encuestadas juegan un papel muy importante dentro de la investigación, ya que a través de sus opiniones se podrá extraer conclusiones para determinar la necesidad del estudio, el grado de conocimiento y aceptación del tema propuesto.

En este segmento se determinará con exactitud quiénes son los sujetos que nos proporcionan información acerca de la necesidad de la implementación de un simulador de negocios como un nuevo método de aprendizaje; las personas que van a ser encuestadas juegan un papel muy importante dentro de la investigación, ya que a través de sus opiniones se podrá extraer conclusiones para determinar el grado de conocimiento del tema y su aceptación.

2.7.2. Muestreo por conveniencia

Para (NOGALES) el muestreo de conveniencia “Consiste en seleccionar las unidades muestrales más convenientes para el estudio o en permitir que la participación de la muestra sea totalmente voluntaria”. (P.154).

Este tipo de muestreo permite al investigador elegir la parte a la cual se desea investigar, en este caso se la realizará al total de la población conformada por: 257 estudiantes de Ingeniería Comercial y 10 docentes de la misma carrera de la Universidad Técnica de Cotopaxi periodo marzo-agosto 2013.

TABLA N° 3

TÍTULO: POBLACIÓN DE ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL DE LA UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS PERÍODO ACADÉMICO MARZO-AGOSTO 2013

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL		
CICLOS	CICLOS	%
Primero "A"	35	13,62
Segundo "D"	48	18,68
Tercero "J"	45	17,51
Quinto "C"	24	9,34
Quinto "D"	18	7,00
Séptimo "C"	28	10,89
Séptimo "D"	31	12,06
Octavo "B"	28	10,89
TOTAL	257	100%

Fuente: Secretaría de la Universidad Técnica de Cotopaxi

Elaborado por: Las tesistas

TABLA N° 4

TÍTULO: POBLACIÓN DE DOCENTES INGENIEROS COMERCIALES DE LA UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS PERÍODO ACADÉMICO MARZO-AGOSTO 2013

N°	DOCENTES UTC ING. COMERCIALES
1	Ing. Roberto Arias
2	Ing. Yadira Borja
3	Ing. Rosario Cifuentes
4	Ing. Ruth Hidalgo
5	Ing. Ibeth Jácome
6	Ing. Milton Merino
7	Ing. Walter Navas
8	Ing. Marlene Salazar
9	Ing. Cristian Tinajero
10	Ing. Wilson Trávez

Fuente: Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas

Elaborado por: Las tesistas

2.7.3. Recolección de datos

En este capítulo se encuentran los resultados obtenidos mediante la aplicación de los instrumentos de investigación (encuesta y observación directa) que han sido aplicados a los estudiantes de la carrera de Ingeniería Comercial (257) y a los docentes Ingenieros Comerciales (10) de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas de la Universidad Técnica de Cotopaxi, período académico Marzo-Agosto 2013, llegando a un total de 267 personas que forman parte de la población del estudio, demostrando así que dentro de la carrera hace falta la inserción de las NTIC, así como también la implementación de un nuevo método de enseñanza que les permita familiarizarse con la Gestión Administrativa y todo lo relativo a la misma.

2.7.4. Análisis e interpretación de datos

2.7.4.1. Resultados obtenidos en las encuestas aplicadas a los estudiantes

1.- ¿Considera importante dentro de una organización la negociación empresarial?

TABLA N° 5

TÍTULO: NEGOCIACIÓN EMPRESARIAL

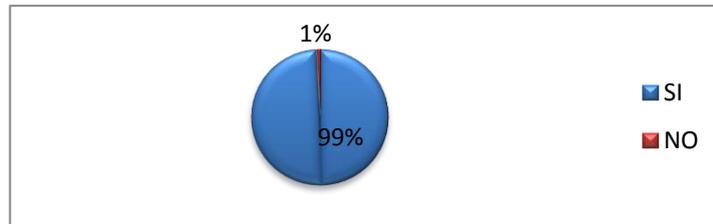
RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	255	99
No	2	1
Total	257	100%

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: Las tesis

GRÁFICO N° 4

TÍTULO: NEGOCIACIÓN EMPRESARIAL



Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: Las tesis

Análisis

Mediante las encuestas aplicadas se puede observar que el 99% de estudiantes consideran que si es importante dentro de una organización la negociación empresarial, mientras que el 1% manifiesta que no es importante.

Interpretación

Nos da a entender que si es importante la negociación empresarial dentro de una organización, ya que es un factor clave para expandirse en el mercado.

2.- ¿Qué factor considera más importante al momento de realizar un acuerdo comercial?

TABLA N° 6

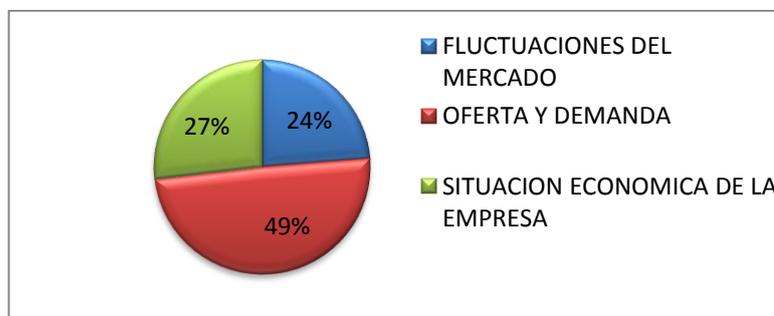
TÍTULO: ACUERDO COMERCIAL

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Fluctuación del mercado	61	24
Situación económica de la empresa	69	27
Oferta y demanda	127	49
Total	257	100%

Fuente: Encuestas aplicadas
Elaborado por: Las tesis

GRÁFICO N° 5

TÍTULO: ACUERDO COMERCIAL



Fuente: Encuestas aplicadas
Elaborado por: Las tesis

Análisis

En las encuestas realizadas el 24% considera importante la fluctuación de mercado, el 27% la situación económica de la empresa y el 49% piensa que es necesario tomar en cuenta la oferta y la demanda.

Interpretación

Lo analizado nos indica que el factor más importante al momento de realizar un acuerdo comercial es tomar en cuenta la oferta y la demanda, ya que permiten observar la fluctuación del mercado, mediante el cual se puede determinar si es recomendable o no realizar tratados comerciales.

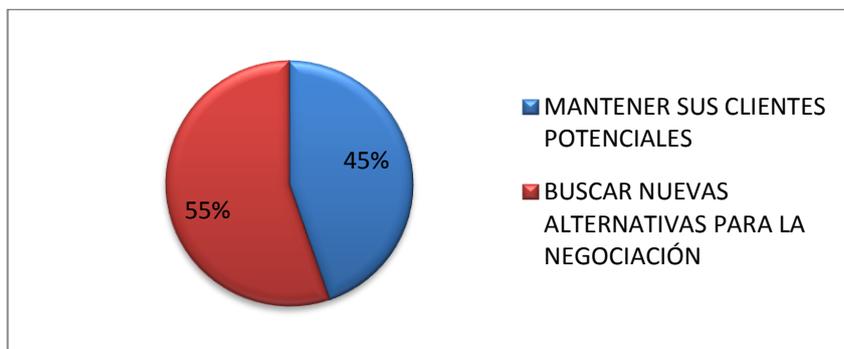
3.- Su enfoque al realizar un contrato es:

TABLA N° 7
TÍTULO: ENFOQUE EN EL CONTRATO

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mantener sus clientes potenciales	115	45
Buscar nuevas alternativas para la negociación	142	55
Total	257	100%

Fuente: Encuestas aplicadas
Elaborado por: Las tesistas

GRÁFICO N° 6
TÍTULO: ENFOQUE EN EL CONTRATO



Fuente: Encuestas aplicadas
Elaborado por: Las tesistas

Análisis

Con la información obtenida en los gráficos de los estudiantes el 45% opinan que es necesario mantener sus clientes potenciales, mientras que el 55% piensa que es importante buscar nuevas alternativas de negociación.

Interpretación

Podemos observar que los estudiantes consideran importante la búsqueda de nuevas alternativas para la negociación, ya que a través de ella las organizaciones se expanden y varían su portafolio de clientes.

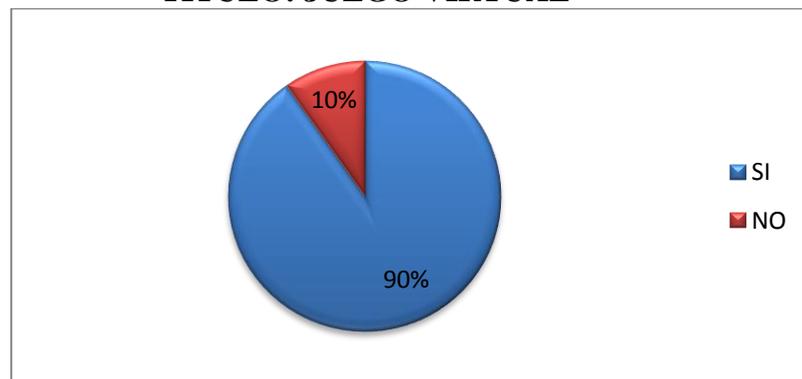
4.- ¿Le gustaría gestionar una empresa en un juego virtual?

TABLA N° 8
TÍTULO: JUEGO VIRTUAL

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	232	90
No	25	10
Total	257	100%

Fuente: Encuestas aplicadas
Elaborado por: Las tesis

GRÁFICO N° 7
TÍTULO: JUEGO VIRTUAL



Fuente: Encuestas aplicadas
Elaborado por: Las tesis

Análisis

Luego de haber realizado las encuestas sobre si le gustaría gestionar una empresa en un juego virtual a los estudiantes, el 90% opinan que si le gustaría administrar una empresa virtual, y mientras que una mínima parte representada por 10% manifiesta que no por diversas razones.

Interpretación

El manejo de escenarios virtuales es importante, ya que permiten poner a prueba los conocimientos y habilidades que poseen los estudiantes referentes a las materias impartidas en clase, permitiendo gestionar un juego virtual.

5.- ¿Cree que con un simulador de negocios podrá poner a prueba sus conocimientos?

TABLA N° 9

TÍTULO: PONE A PRUEBA TUS CONOCIMIENTOS

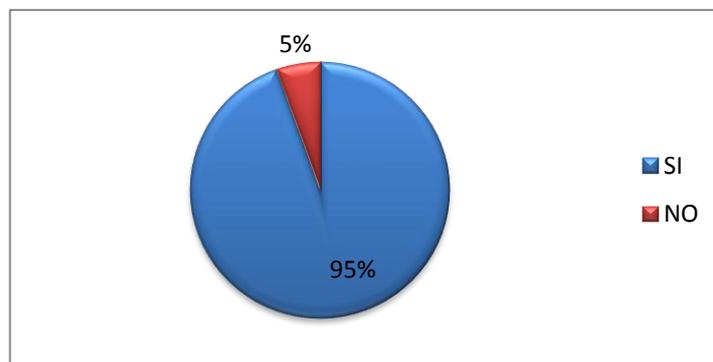
RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	243	95
No	14	5
Total	257	100%

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: Las tesis

GRÁFICO N° 8

TÍTULO: PONE A PRUEBA TUS CONOCIMIENTOS



Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: Las tesis

Análisis

Mediante las encuestas aplicadas a los estudiantes se puede observar que el 95% creen que con un simulador de negocios logra poner a prueba sus conocimientos, mientras el 5% manifiesta que no por lo que suelen desaparecer del mercado sin emitir resultado alguno.

Interpretación

En la actualidad el avance tecnológico y la comunicación permite al ser humano minimizar tiempo, costos y recursos con el uso apropiado de la tecnología, es por eso que los estudiantes consideran que la manipulación de los escenarios virtuales mejorara su nivel de aprendizaje, ya que podrán fusionar la teoría con la práctica.

6.- ¿Está de acuerdo que el uso de simuladores empresariales pueden hacer a una organización más competitiva?

TABLA N° 10

TÍTULO: ORGANIZACIÓN MÁS COMPETITIVA

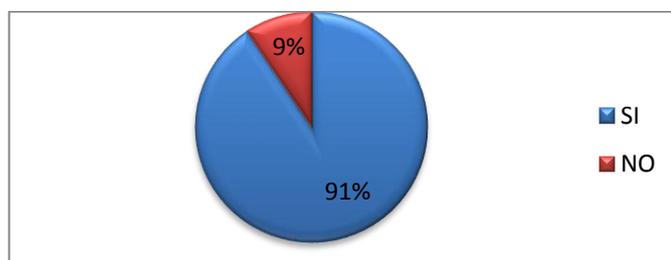
RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	233	91
No	24	9
Total	257	100%

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: Las tesis

GRÁFICO N° 9

TÍTULO: ORGANIZACIÓN MÁS COMPETITIVA



Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: Las tesis

Análisis

En base a las gráficas se puede observar que el 91% consideran que si es necesario el uso de simuladores empresariales en una organización debido a que permitiendo ser más competitivas a las organizaciones, mientras que el 9% sostiene la idea que no se puede volver competitiva, por diversas razones.

Interpretación

De la información anterior se puede manifestar que la mayoría de las personas encuestadas consideran que el uso de simuladores puede hacer a una organización más competitiva, ya que en la actualidad las organizaciones primero realizan una simulación de los recursos y costos que invertirán en un nuevo proyecto.

7.- ¿Considera que el uso de estrategias probadas en un simulador incrementa su nivel de competitividad?

TABLA N° 11

TÍTULO: ESTRATEGIAS EN SIMULADOR

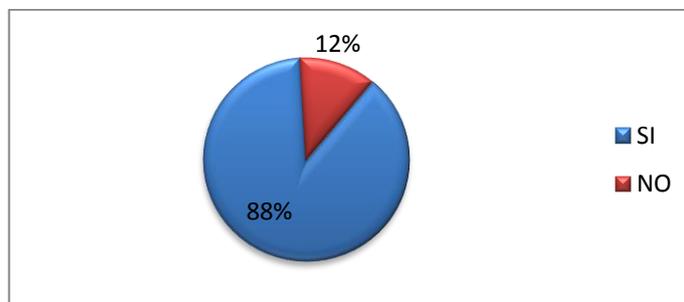
RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	226	88
No	31	12
Total	257	100%

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: Las tesis

GRÁFICO N° 10

TÍTULO: ESTRATEGIAS EN SIMULADOR



Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: Las tesis

Análisis

En base a las encuestas aplicadas a los estudiantes se pueden observar que el 88% consideran que si es importante el uso de estrategias probadas en simuladores por lo que puede incrementar su nivel de competitividad, y un mínimo porcentaje representada por el 12% consideran que no se pueden aplicar en simuladores.

Interpretación

Con estos datos podemos determinar que las estrategias probadas en simuladores si son necesarias, ya que se pueden presentarse en diversos escenarios, pero cada estrategia es aplicable en base a la situación del mercado.

8.- ¿Los escenarios virtuales ayudan a entender el proceso de Gestión Empresarial?

TABLA N° 12

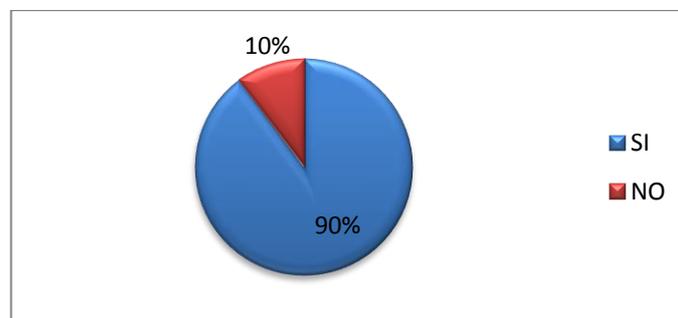
TÍTULO: ESCENARIOS VIRTUALES EN LA GA

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	231	90
No	26	10
Total	257	100%

Fuente: Encuestas aplicadas
Elaborado por: Las tesistas

GRÁFICO N° 11

TÍTULO: ESCENARIOS VIRTUALES EN LA GA



Fuente: Encuestas aplicadas
Elaborado por: Las tesistas

Análisis

Como se puede observar en la gráfica de los estudiantes el 90% opina que los escenarios virtuales ayudan a entender el proceso de Gestión Empresarial, mientras que el 10% manifiesta que no están de acuerdo en su contribución por diversas razones.

Interpretación

Podemos darnos cuenta que los escenarios virtuales si permiten mejorar el nivel de conocimiento, habilidades respecto al uso de recursos, tecnología y costos por lo tanto permite entender de mejor manera el proceso de gestión empresarial.

9.- ¿Un simulador de negocios le ayuda a perfeccionar la toma de decisiones?

TABLA N° 13

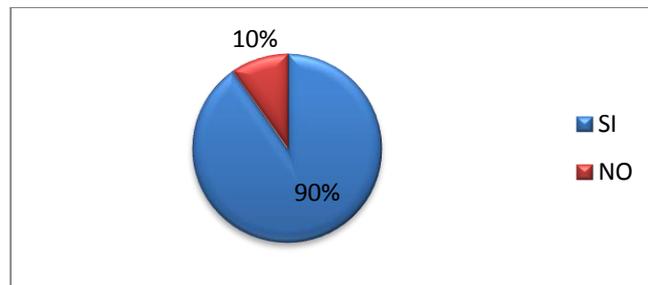
TÍTULO: PERFECCIONA LA TOMA DE DECISIONES

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	232	90
No	25	10
Total	257	100%

Fuente: Encuestas aplicadas
Elaborado por: Las tesistas

GRÁFICO 12

TÍTULO: PERFECCIONA LA TOMA DE DECISIONES



Fuente: Encuestas aplicadas
Elaborado por: Las tesistas

Análisis

Luego de realizar las encuestas podemos observar que de los estudiantes el 90% consideran que los simuladores permiten perfeccionar y mejorar la toma de decisiones, mientras que el 10% consideran que no es necesario ya que la decisión depende de la situación en la que se encuentre la empresa.

Interpretación

Podemos darnos cuenta el uso de simuladores permite mejorar la toma de decisiones, ya que a través de ello se puede divisar situaciones que ponen en riesgo el negocio que estas gestionando, es por ello que cada decisiones es parte importante en este proceso.

10.- ¿A través de un simulador de negocios puedo crear escenarios para mejorar el sistema de producción de la organización?

TABLA N° 14

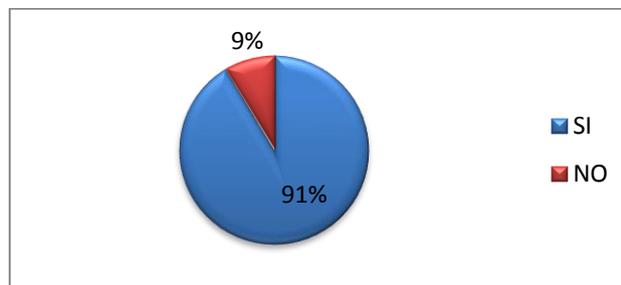
TÍTULO: CREAR ESCENARIOS DE PRODUCCIÓN

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	235	91
No	22	9
Total	257	100%

Fuente: Encuestas aplicadas
Elaborado por: Las Tesistas

GRÁFICO N° 13

TÍTULO: CREAR ESCENARIOS DE PRODUCCIÓN



Fuente: Encuestas aplicadas
Elaborado por: Las tesistas

Análisis

Luego de haber realizado las encuestas se puede determinar que el 91% consideran que a través de un simulador de negocios pueden crear escenarios para mejorar el sistema de producción de la organización y un mínimo porcentaje representado por el 9% no están de acuerdo.

Interpretación

Las organizaciones no desperdician recursos ni tiempo es por eso que para incrementar una nueva maquinaria o productividad primero realizan un simulador de esta forma no corren el riesgo de perder lo invertido.

2.7.4.1.2. Resultados obtenidos en las encuestas aplicadas a los docentes

1.- ¿Considera importante dentro de una organización el área comercial?

TABLA N° 15

TÍTULO: IMPORTANTE EL ÁREA COMERCIAL

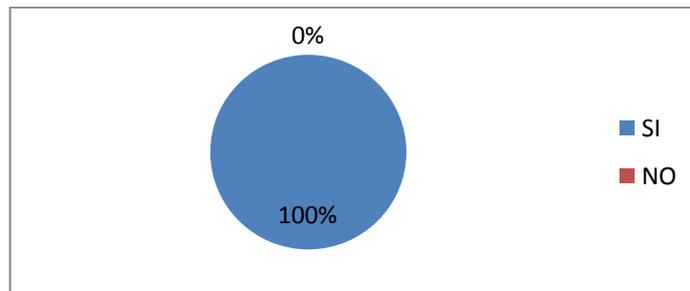
RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	10	100
No	0	0
Total	10	100%

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: Las tesis

GRÁFICO N° 14

TÍTULO: IMPORTANTE EL ÁREA COMERCIAL



Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: Las tesis

Análisis

De las encuestas realizadas, el 100% de los docentes responden que sí consideran importante el área comercial en una organización.

Interpretación

Se puede manifestar que los 10 docentes encuestados piensan que el área comercial es un factor importante para las organizaciones, por lo que lo adecuado es tener un amplio conocimiento de la materia.

2.- ¿Las clases impartidas por usted son?

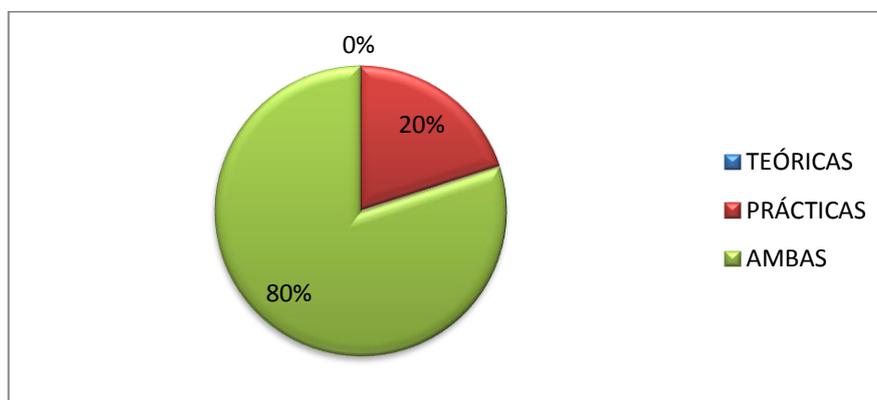
TABLA N° 16
TÍTULO: CLASES IMPARTIDAS

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Teóricas	0	0
Practicas	2	20
Ambas	8	80
Total	10	100%

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: Las tesisistas

GRÁFICO N° 15
TÍTULO: CLASES IMPARTIDAS



Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: Las tesisistas

Análisis

Una vez realizadas las encuestas se observa que el 80% de docentes opinan que las clases impartidas son teóricas y prácticas, el 20% son solo prácticas.

Interpretación

La mayoría de los docentes, es decir, 8 opinan que su docencia es teórica y práctica, pero que se requiere de nuevos e innovadores métodos que capten la atención de sus estudiantes.

3.- ¿Conoce usted qué es un simulador?

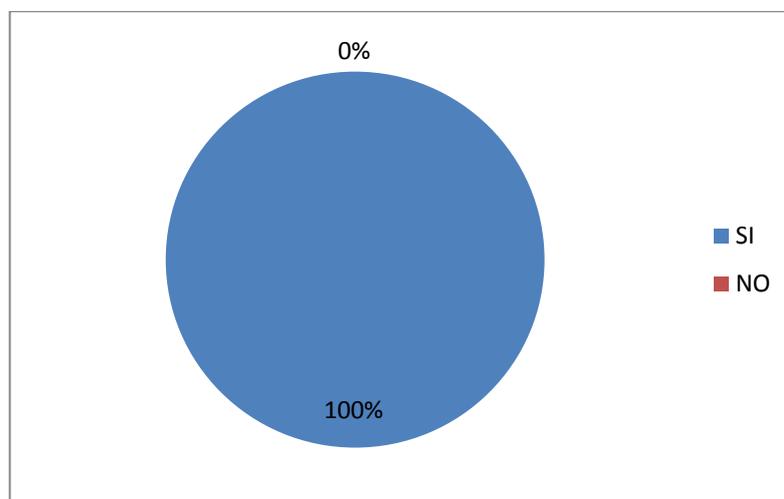
TABLA N° 17
TÍTULO: CONOCE UN SIMULADOR

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	10	100
No	0	0
Total	10	100%

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: Las tesis

GRÁFICO N° 16
TÍTULO: CONOCE UN SIMULADOR



Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: Las tesis

Análisis

Los resultados nos señalan que el 100% de los encuestados si conocen que es un simulador.

Interpretación

De las encuestas realizadas, se determina que los 10 docentes además de conocer un simulador, tienen nociones del manejo del mismo.

4.- ¿Ha tenido la oportunidad de participar en un simulador de negocios?

TABLA N° 18

TÍTULO: HA PARTICIPADO EN UN SIMULADOR

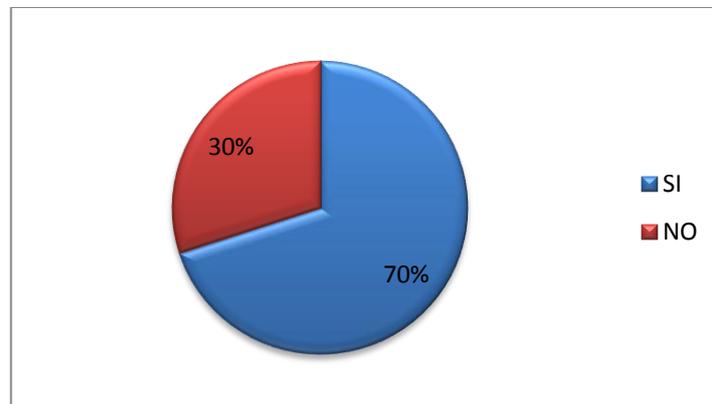
RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	7	70
No	3	30
Total	10	100%

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: Las tesis

GRÁFICO N° 17

TÍTULO: HA PARTICIPADO EN UN SIMULADOR



Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: Las tesis

Análisis

El 70% responde que si ha participado en un simulador de negocios, mientras que una mínima parte representada por el 30% manifiesta que no lo ha tenido la oportunidad.

Interpretación

Con la información obtenida se determina que 7 docentes han participado en un simulador de negocios en diversos concursos a nivel nacional, lo cual les ha permitido conocer las ventajas que implica aprender el manejo del mismo.

5.- ¿Conoce usted cuáles son las áreas que aplican los simuladores de negocios?

TABLA N° 19

TÍTULO: CONOCE LAS ÁREAS DE UN SIMULADOR

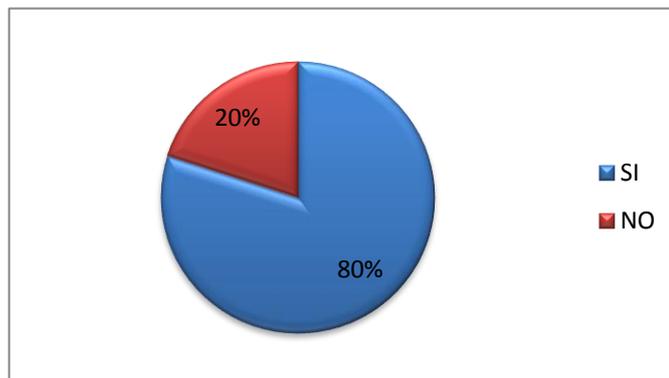
RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	8	80
No	2	20
Total	10	100%

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: Las tesis

GRÁFICO N° 18

TÍTULO: CONOCE LAS ÁREAS DE UN SIMULADOR



Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: Las tesis

Análisis

De los resultados obtenidos el 80% opina que si conocen las áreas que se aplican al momento de manejar un simulador de negocios, mientras que el 20% responde que no posee ningún tipo de noción del tema.

Interpretación

De los encuestados, 8 docentes revelan que conocen las áreas que aplican los simuladores de negocios, manifestando que la mayoría de ellos se enfocan en las más importantes de una empresa.

6.- ¿Le gustaría gestionar una empresa en un juego virtual, conjuntamente con los estudiantes?

TABLA N° 20

TÍTULO: GESTIONAR UNA EMPRESA EN UN JUEGO VIRTUAL

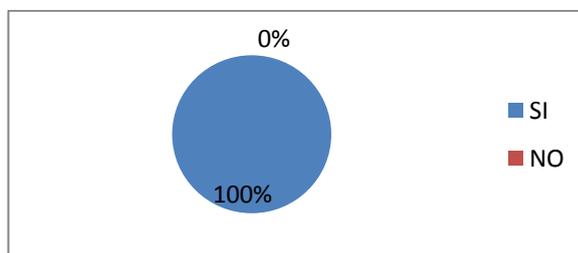
RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	10	100
No	0	0
Total	10	100%

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: Las tesis

GRÁFICO N° 19

TÍTULO: GESTIONAR UNA EMPRESA EN UN JUEGO VIRTUAL



Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: Las tesis

Análisis

Con la información obtenida se puede determinar que el 100% de los docentes responden que si están de acuerdo en gestionar una empresa en un juego virtual conjuntamente con sus estudiantes.

Interpretación

Con los resultados arrojados se confirma que a los 10 docentes les gustaría participar con sus estudiantes en la gestión empresarial emulada, porque según manifiestan, un juego virtual sería una herramienta muy práctica y didáctica a la hora de impartir sus conocimientos.

7.- ¿En qué ciclo considera necesario que se empiece a manejar un simulador de negocios?

TABLA N° 21

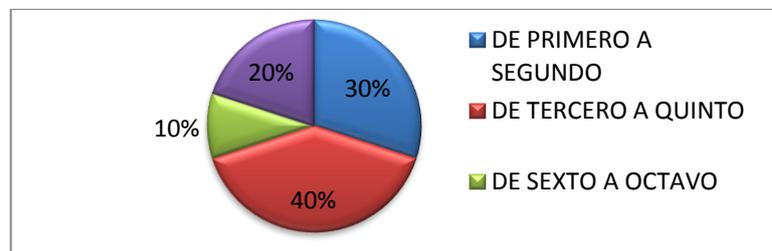
TÍTULO: MANEJO DE SIMULADORES DE NEGOCIOS

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De primero a segundo	3	30
De tercero a quinto	4	40
De sexto a octavo	1	10
Todos los anteriores	2	20
Total	10	100%

Fuente: Encuestas aplicadas
Elaborado por: Las tesis

GRÁFICO N° 20

TÍTULO: MANEJO DE SIMULADORES DE NEGOCIOS



Fuente: Encuestas aplicadas
Elaborado por: Las tesis

Análisis

De todos los docentes encuestados, el 10% respondió que se debería iniciar a utilizar un simulador de sexto a octavo, el 20% considera todas las anteriores, el 30% de primero a segundo, y el 40% de tercero a Quinto ciclo.

Interpretación

Según las encuestas, 4 docentes manifiestan que los estudiantes inicien el manejo de simuladores de negocios desde tercero a quinto ciclo, porque los estudiantes ya poseen mayores conocimientos relativos al funcionamiento de una organización y las áreas que se manejan dentro de la misma.

8.- ¿Conoce usted la variabilidad de simuladores que abarca el mercado?

TABLA N° 22

TÍTULO: CONOCE LA VARIABILIDAD DE SIMULADORES

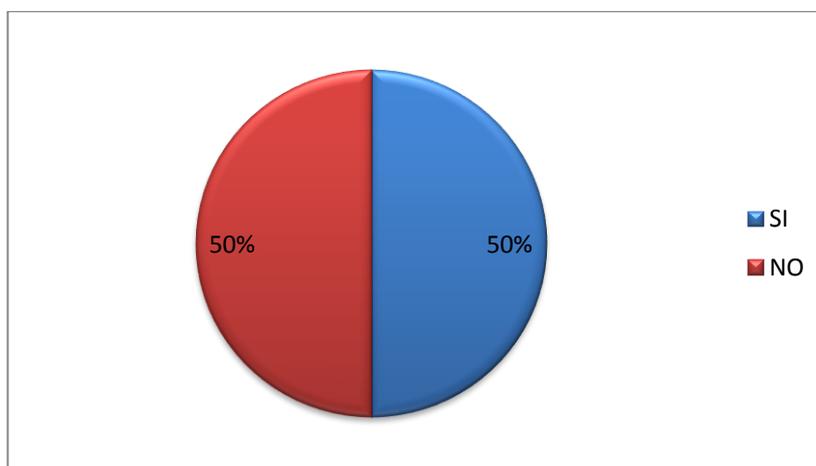
RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	5	50
No	5	50
Total	10	100%

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: Las tesisistas

GRÁFICO N° 21

TÍTULO: CONOCE LA VARIABILIDAD DE SIMULADORES



Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: Las tesisistas

Análisis

De las encuestas realizadas el 50% respondió que sí, mientras que el otro 50% opina que no conoce la variabilidad que presentan los simuladores.

Interpretación

De las encuestas realizadas, se determina que 5 docentes conocen los diferentes tipos de simuladores que ofrece el mercado para la adquisición de conocimientos y recreación de sensaciones, dependiendo de las necesidades de cada persona.

9.- ¿Cree que el uso de simuladores de negocios dentro de la Universidad mejorará el nivel de conocimientos académicos de los alumnos?

TABLA N° 23

TÍTULO: MEJORA EL NIVEL DE CONOCIMIENTOS

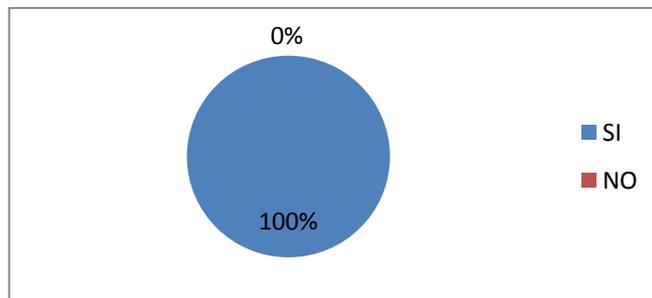
RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	10	100
No	0	0
Total	10	100%

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: Las tesis

GRÁFICO N° 22

TÍTULO: MEJORA EL NIVEL DE CONOCIMIENTOS



Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: Las tesis

Análisis

El 100% de los encuestados opinan que sí, un simulador de negocios puede mejorar el nivel de conocimientos de los alumnos.

Interpretación

De la información obtenida se puede manifestar que los 10 docentes coinciden en su respuesta positiva sobre el uso de simuladores de negocios dentro de la Universidad, manifestando que la práctica incrementa los conocimientos académicos de los alumnos.

10.- ¿Los escenarios virtuales ayudan a entender el proceso de Gestión Empresarial?

TABLA N° 24

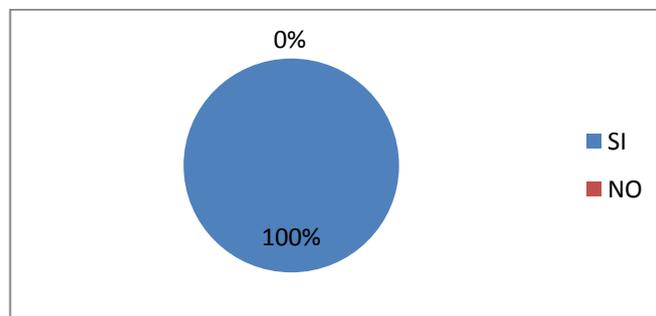
TÍTULO: AYUDAN A ENTENDER LA GESTIÓN EMPRESARIAL

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	10	100
No	0	0
Total	10	100

Fuente: Encuestas aplicadas
Elaborado por: Las tesis

GRÁFICO N° 23

TÍTULO: AYUDAN A ENTENDER LA GESTIÓN EMPRESARIAL



Fuente: Encuestas aplicadas
Elaborado por: Las tesis

Análisis

De la encuestas aplicadas, responden que sí el 100% de los encuestados, un escenario virtual ayuda a entender el proceso de Gestión Empresarial.

Interpretación

Con la observación de los datos obtenidos se puede determinar que todos los docentes están de acuerdo en que se puede comprender mejor el proceso de Gestión Empresarial con la aplicación de escenarios virtuales, mejorando el conocimiento de sus estudiantes.

2.8. Informe final de la investigación

La Universidad Técnica de Cotopaxi es una institución que se caracteriza por la formación de profesionales humanistas y de calidad; su desenvolvimiento en sus años de trayectoria ha sido satisfactorio, cumpliendo con las expectativas no solo de los estudiantes y del personal que forma parte de ella, sino también de la sociedad, ya que la institución se encarga de mantener la vinculación con el pueblo, buscando siempre el progreso colectivo.

La carrera de Ingeniería Comercial, durante sus 10 años de existencia, se ha encargado de formar emprendedores con alto nivel académico, científico y humanístico, capaces de administrar con gran capacidad cualquier tipo de organización, con lo referente a la solución de problemas de gestión administrativa y de la sociedad ecuatoriana en general.

Al finalizar el proceso de investigación los estudiantes de la carrera de Ingeniería Comercial y docentes especializados en la misma rama de la Universidad Técnica de Cotopaxi coinciden en su opinión de que el actual problema que se presenta reside en el hecho de que no se ha podido modernizar los métodos de enseñanza-aprendizaje, demostrando una brecha entre la modernidad y las técnicas tradicionales de formación, lo cual representa una desventaja muy significativa a la hora de adquirir conocimientos y ponerlos en práctica, motivo por el cual se llegó a la conclusión de que la aplicación de un simulador de negocios es una excelente alternativa para que los alumnos y docentes puedan interactuar en un ambiente virtual, el cual les permitirá tomar decisiones dentro de las cuatro áreas que las organizaciones manejan y mejorar sus conocimientos relativos a la negociación Empresarial.

2.9. Conclusiones

- ✓ Luego de haber realizado el levantamiento de información, se pudo conocer la opinión que tienen los estudiantes y docentes en relación al tema planteado y sus ventajas de aplicación.
- ✓ La mayor parte de los estudiantes de la carrera de Ingeniería Comercial, consideran importante dentro de una organización el proceso de negociación empresarial, y todo lo relativo a la misma.
- ✓ Se detecta la necesidad de implementación de un nuevo método de enseñanza-aprendizaje moderno, que se adapte a las necesidades de la actualidad.
- ✓ A la mayoría de los encuestados les gustaría gestionar una empresa en un juego virtual, el cual piensan les ayudaría a fusionar la teoría con la práctica.
- ✓ Tanto los estudiantes como docentes están de acuerdo en que el uso de simuladores de negocios logrará en el estudiante el incremento de conocimientos, habilidades y destrezas alcanzados a través de la experiencia virtual.

2.10. Recomendaciones

- ✓ Al momento de realizar el cuestionario, seleccionar preguntas específicas que ayuden a obtener información relevante del tema planteado.
- ✓ Brindar énfasis en el proceso de enseñanza en lo referente a la Negociación empresarial, aplicando nuevos métodos, que permitan ampliar los conocimientos relativos al tema.
- ✓ Modernizar los métodos de enseñanza, para lograr la competitividad de los estudiantes a nivel institucional.
- ✓ Brindar a los estudiantes la posibilidad de participar en un simulador, el cual les permita reforzar los conocimientos adquiridos en clase, poniéndolos en práctica.
- ✓ Implementar un simulador de negocios en la carrera de Ingeniería Comercial, con la finalidad de generar en los alumnos nuevos conocimientos y adquisición de experiencia a través de la interacción con un emulador.

CAPÍTULO III

PROPUESTA

3.1. Información de la propuesta

Título de la Investigación: Guía del Usuario y Caso Práctico del simulador de Negocios SimVenture.

Investigadoras: Nadia Paola Espín Mantilla y Elsa Salomé Tandalla Obando

Nombre de la Institución: Universidad Técnica de Cotopaxi

Carrera: Ingeniería Comercial

Ubicación: Provincia de Cotopaxi, cantón Latacunga, parroquia Eloy Alfaro, barrio El Ejido, sector San Felipe, Av. Simón Rodríguez s/n.

3.2. Objetivos de la Propuesta

3.2.1. Objetivo General

Elaborar una guía del usuario que permita conocer el manejo del simulador de negocios SimVenture, y un caso práctico en el cual se detallen las actividades fundamentales que se aplican en las cuatro áreas de una organización, para que las personas se familiaricen con el proceso de Negociación Empresarial dentro de un ambiente virtual muy parecido a la realidad.

3.2.1.1. Objetivos Específicos

- ✓ Orientar el proceso de toma de decisiones en cada escenario de la organización, a través del estudio de situaciones y alternativas.

- ✓ Analizar las estrategias de Marketing propuestas en el simulador, y aplicarlas acorde a cada situación, logrando impactar en la mente del consumidor y el incremento de ventas.

- ✓ Establecer las características del diseño del producto acorde a las exigencias que nos proporciona la investigación de los clientes, para la satisfacción del mercado meta.

3.3. Justificación de la Propuesta

Actualmente nos encontramos en un mundo globalizado con tecnologías desarrolladas, en el cual han surgido técnicas innovadoras para facilitar el aprendizaje del funcionamiento de una organización, razón por la cual, surge la necesidad de motivar a las personas a involucrarse con escenarios virtuales para tener una idea de lo que se trata el mundo real.

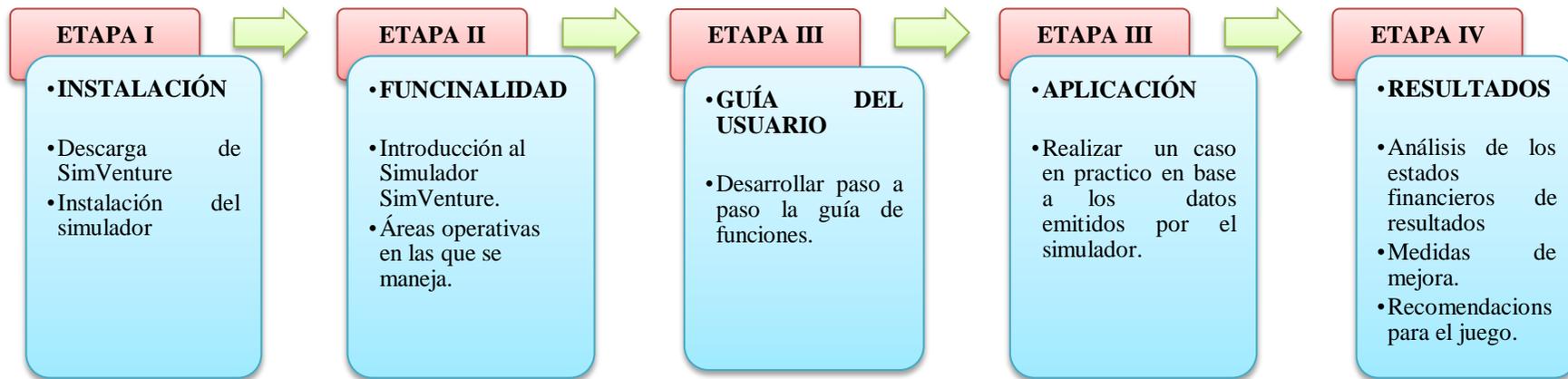
El presente trabajo se enfoca en la elaboración de una guía del usuario para el manejo del Simulador de negocios SimVenture, en la que se explicará cada uno de los íconos y barras de herramientas existentes, permitiendo tener un conocimiento rápido y sencillo de todas las opciones que posee.

Y adicional a la guía, para concluir con el acoplamiento, se presenta un caso práctico, en el cual realizará el proceso de Gestión y Negociación Empresarial, donde se deberá analizar e interpretar los datos y resultados que arroja el simulador, para aplicar las diversas opciones con las que se cuenta en las cuatro áreas, con la finalidad de obtener utilidad y el incremento del saldo bancario, para llevar a la organización al éxito.

CADENA DE VALOR

Esquema de la cadena de valor que se emplea en el manual del simulador de Negocios SimVenture

GRÁFICO N° 24
TÍTULO: CADENA DE VALOR



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Las tesis

ETAPA N° 1

TÍTULO: INSTALACIÓN

SIMULADOR DE NEGOCIOS SIMVENTURE

La versión que se presenta a continuación es un “Demo” del simulador SimVenture, el cual es muy similar a la del software completo (Primera Versión) e incorpora todos los aspectos de la creación y gestión de una empresa, pero con un plazo de tiempo limitado de seis meses virtuales y además de presentar algunas funciones restringidas como guardar y cargar juegos o escenarios, a las cuales se puede acceder una vez que la versión completa se compra.

Requerimientos Técnicos

- ✓ 2 Ghz Pentium equivalente o superior.
- ✓ 200 Mb de espacio en disco duro.
- ✓ 512 Mb de memoria RAM.
- ✓ CD-ROM o acceso a Internet (para su instalación).
- ✓ Tarjeta de sonido y Altavoces (opcional).
- ✓ 1024 x 768 de resolución de pantalla.
- ✓ Internet Explorer 4.0, Netscape 4.0 o superior.
- ✓ Windows® 2000 / XP / Vista/ 7

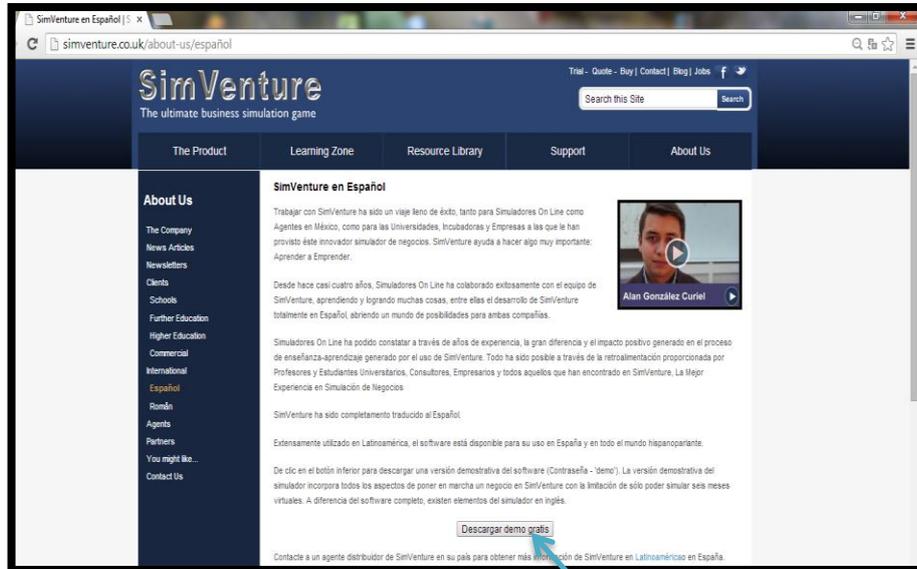
Proceso de Descarga

SimVenture brinda la posibilidad de descargar un demo gratuito en español para conocer su uso y manejo, ingresando al siguiente link.

- ✓ <http://simventure.co.uk/about-us/espa%C3%B1ol>

IMAGEN N° 1

TÍTULO: PÁGINA DE DESCARGA



Fuente: <http://simventure.co.uk/about-us/espa%C3%B1ol>

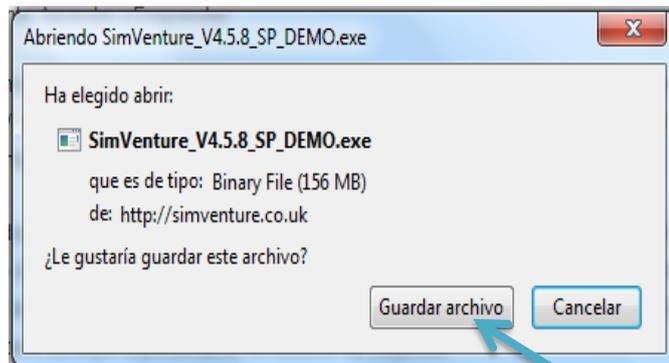
Elaborado por: Las testistas

Dar click

Al dar click en la opción descargar demo gratis se iniciara con el proceso de descarga.

IMAGEN N° 2

TÍTULO: PASO 1



Fuente: <http://simventure.co.uk/about-us/espa%C3%B1ol>

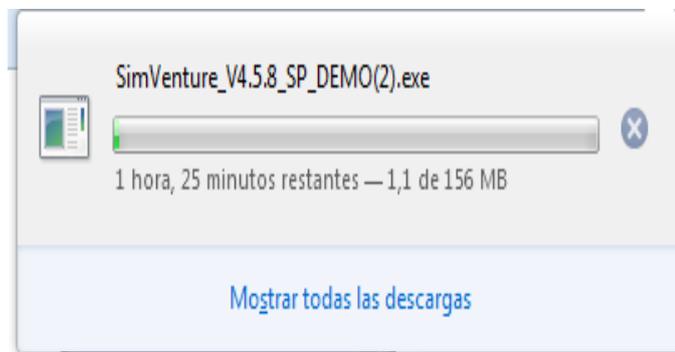
Elaborado por: Las testistas

Dar click

Para iniciar con la descarga dar click en Guardar archivo y se iniciará automáticamente el proceso.

IMAGEN N° 3

TÍTULO: PASO 2



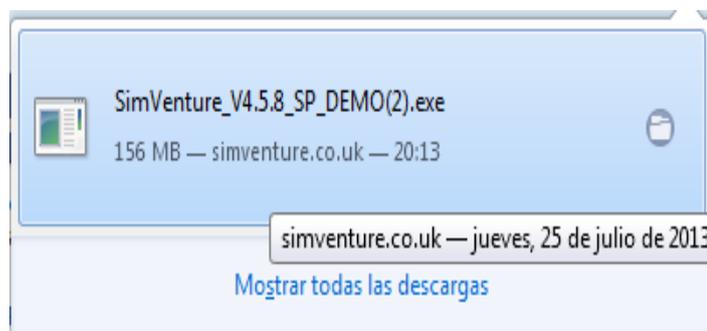
Fuente: <http://simventure.co.uk/about-us/espa%C3%B1ol>

Elaborado por: Las tesis

Este proceso es demoroso así que deberá esperar pacientemente que finalice la descarga.

IMAGEN N°4

TÍTULO: PASO 3



Fuente: <http://simventure.co.uk/about-us/espa%C3%B1ol>

Elaborado por: Las tesis

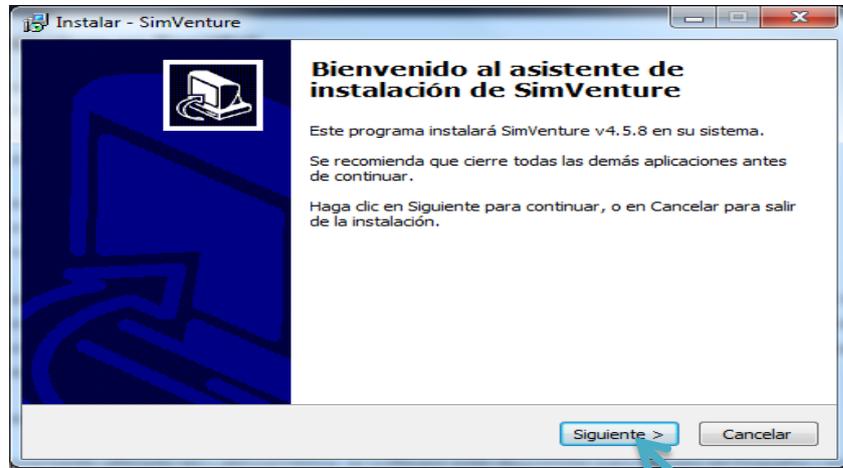
Terminado el proceso de descarga esta es la pantalla que se desplegará, la cual nos indica la capacidad que requiere para su posterior instalación (156 Mega Bytes).

Proceso de Instalación

Finalizada la descarga de Simventure continuamos con su instalación.

IMAGEN N° 5

TÍTULO: ASISTENTE DE INSTALACIÓN DE SIMVENTURE



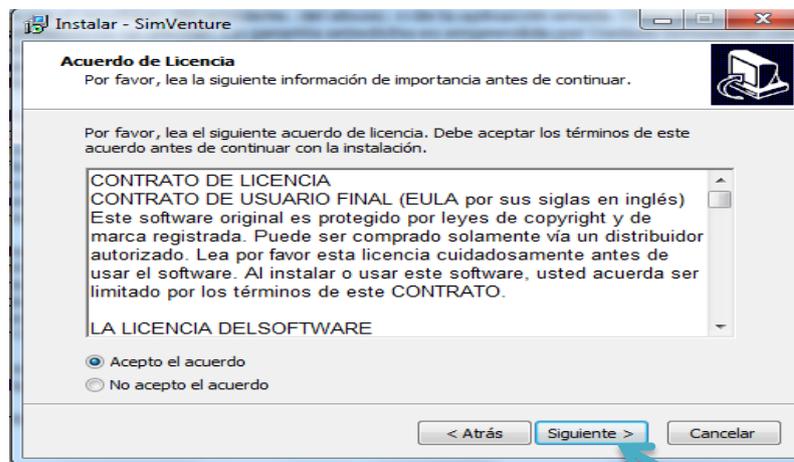
Fuente: <http://simventure.co.uk/about-us/espa%C3%B1ol>
Elaborado por: Las tesis

Dar click

Haga click en Siguiente para continuar con la instalación.

IMAGEN N° 6

TÍTULO: ACUERDO DE LICENCIA



Fuente: <http://simventure.co.uk/about-us/espa%C3%B1ol>
Elaborado por: Las tesis

Dar click

Por favor, lea el siguiente contrato de licencia. Debe aceptar los términos de este acuerdo para seguir con el proceso, dar click en siguiente.

IMAGEN N° 7

TÍTULO: INGRESO CONTRASEÑA



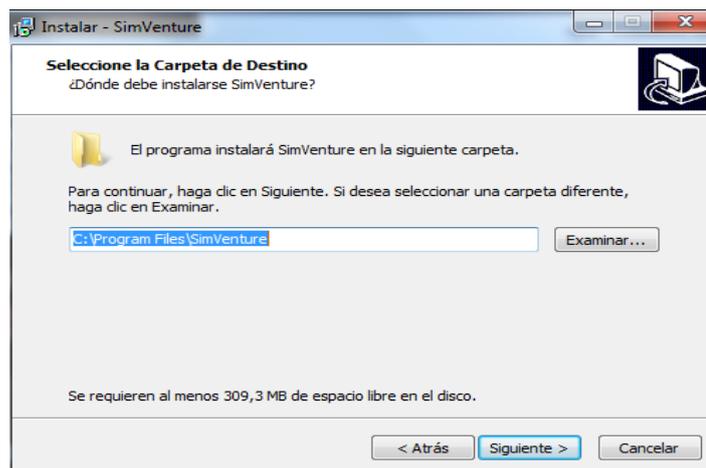
Fuente: <http://simventure.co.uk/about-us/esp%C3%B1ol>

Elaborado por: Las testistas

Ingrese la contraseña (“Demo”) para continuar con la instalación.

IMAGEN N° 8

TÍTULO: SELECCIONE CARPETA DE DESTINO



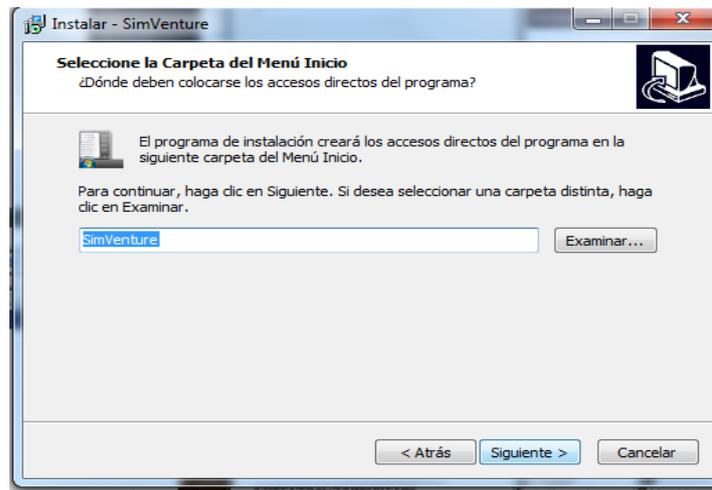
Fuente: <http://simventure.co.uk/about-us/esp%C3%B1ol>

Elaborado por: Las testistas

Seleccione la carpeta o el destino donde desea guardar el Simulador, haga click en siguiente para continuar.

IMAGEN N° 9

TÍTULO: SELECCIONE LA CARPETA DEL MENÚ DE INICIO



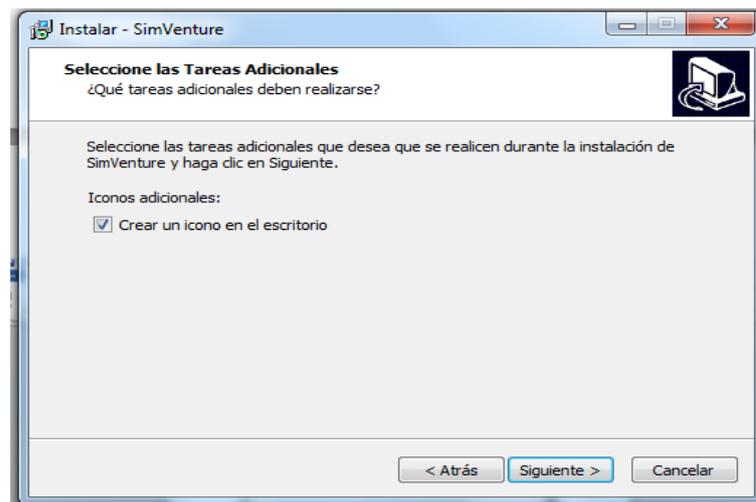
Fuente: <http://simventure.co.uk/about-us/espa%C3%B1ol>

Elaborado por: Las tesisistas

Seleccione la carpeta donde guardará los accesos directos del programa, haga click en siguiente para continuar.

IMAGEN N° 10

TÍTULO: SELECCIONE LAS TAREAS ADICIONALES



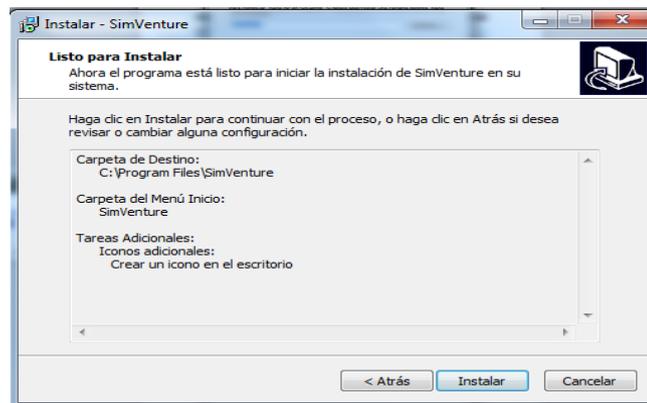
Fuente: <http://simventure.co.uk/about-us/espa%C3%B1ol>

Elaborado por: Las tesisistas

Seleccione las tareas adicionales que desee que se realicen durante la instalación y haga click en siguiente.

IMAGEN N° 11

LISTO PARA INSTALAR



Fuente: <http://simventure.co.uk/about-us/espa%C3%B1ol>

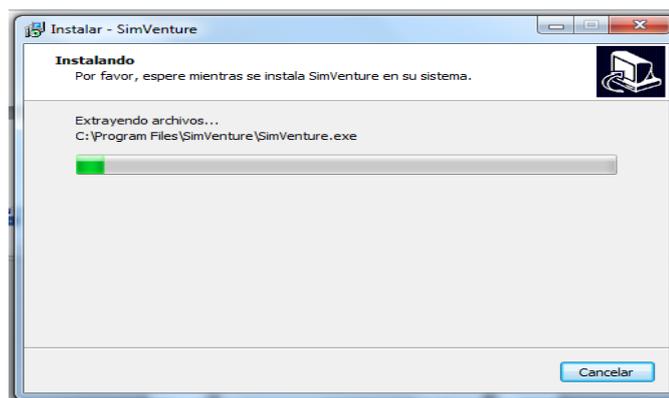
Elaborado por: Las tesis

Haga click en instalar para culminar el proceso.

Cumplido con todos los pasos el simulador está listo para instalarse en el sistema, haga click en Instalar para continuar con el proceso, o en atrás si desea revisar o cambiar alguna configuración.

IMAGEN N° 12

TÍTULO: INSTALANDO



Fuente: <http://simventure.co.uk/about-us/espa%C3%B1ol>

Elaborado por: Las tesis

Y finalmente esperamos que termine el proceso de instalación en el sistema de la computadora, al concluir usted ya puede utilizar el Demo gratuito de Simventure, disfrutando de una simulación de 6 meses virtuales.

ETAPA N° 2

TÍTULO: FUNCIONALIDAD DEL SIMULADOR DE NEGOCIOS SIMVENTURE

Introducción

SimVenture es un simulador de negocios, que permite realizar actividades de Gestión Empresarial, donde se cumple con todo el proceso administrativo, desde la planeación hasta el control, ya que personifica de manera virtual las diversas situaciones que se presentan comúnmente en un negocio real, el escenario en el que se desarrolla, consiste en un mercado donde se fabrican y comercializan computadoras.

El simulador SimVenture brinda una amplia gama de menús a ser aplicables en las cuatro áreas operativas en las que se maneja:

Organización

Legal: Constitución de una empresa acorde a las leyes.

Personal: Reclutamiento, selección, capacitación y despido del personal.

Instalaciones: Selección del lugar donde va a operar el negocio, adquisición o alquiler de los recursos con los que se va a trabajar y cancelación de costos adicionales a los que incurre la empresa.

Ventas y Marketing

Estrategia Ventas: Fijación de precio del producto, selección de los canales de venta para la comercialización de los productos y atención al cliente.

Estrategia Marketing: Selección de un segmento meta, los atributos a promocionar y las estrategias de marketing y ventas.

Finanzas

Obtener dinero: Selección de la fuente de liquidez de la empresa (préstamos, sobregiros, emisión de acciones y subsidios).

Banca: Manejo de una cuenta bancaria para la administración del dinero.

Pronósticos: Información proyectada que permite conocer la evolución de la empresa en el futuro, lo cual permite detectar la viabilidad del negocio.

Cuentas: Información financiera real del negocio, que permite tener un control del dinero en efectivo, la transaccionalidad, rentabilidad y los activos del negocio.

Control de crédito: Supervisión de las ventas a crédito, establecimiento de políticas de cobro y recuperación de cartera.

Otras medidas: Aplicación de fórmulas financieras para conocer la realidad económica de la empresa, en relación al retorno del capital, razón circulante, apalancamiento y rotación de activos.

Operaciones

Diseño de producto: Selección de un nuevo diseño del producto las veces que se requiera.

Compras: Adquisición adecuada del número de insumos para la producción.

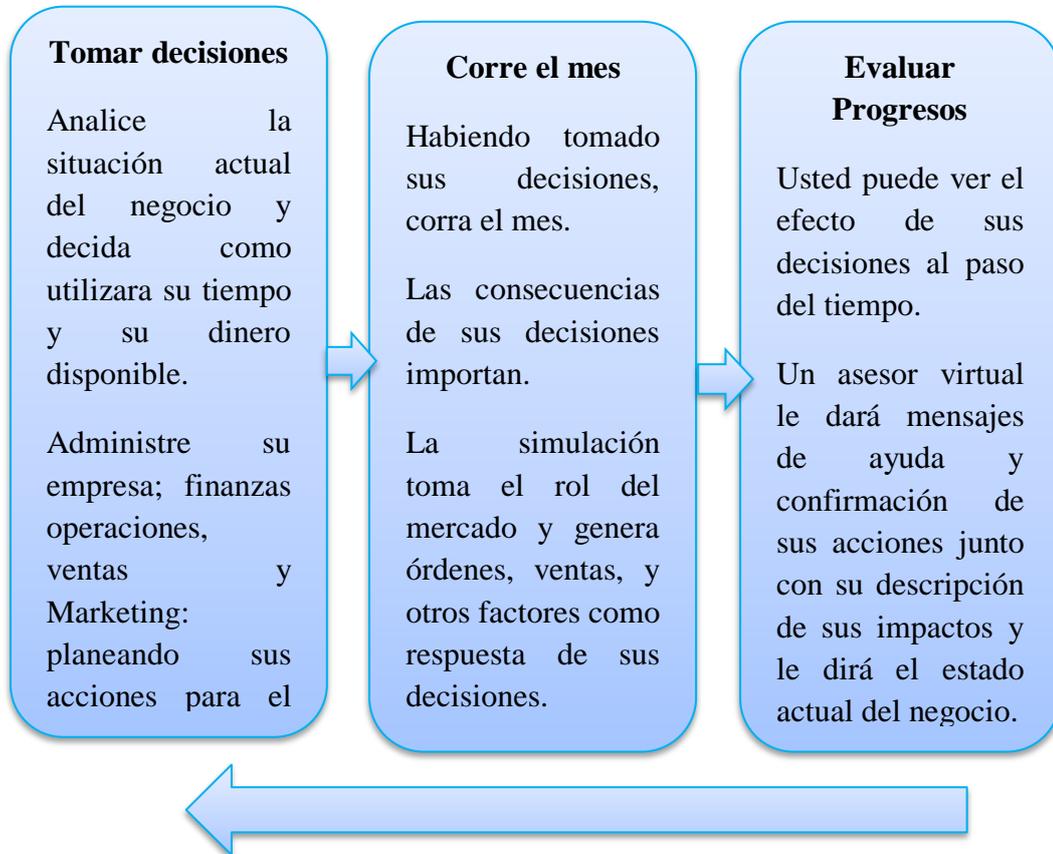
Producción: Información relevante al número de productos producidos, en proceso y requeridos para el cumplimiento de pedidos generados.

Calidad: Selección del nivel de control de calidad para mejorar la fiabilidad de los productos.

Proceso a seguir cada “mes” de la simulación.

ILUSTRACIÓN 5

TÍTULO: ACTIVIDADES MENSUALES



Fuente: Manual SimVenture
Elaborado por: Las tesistas



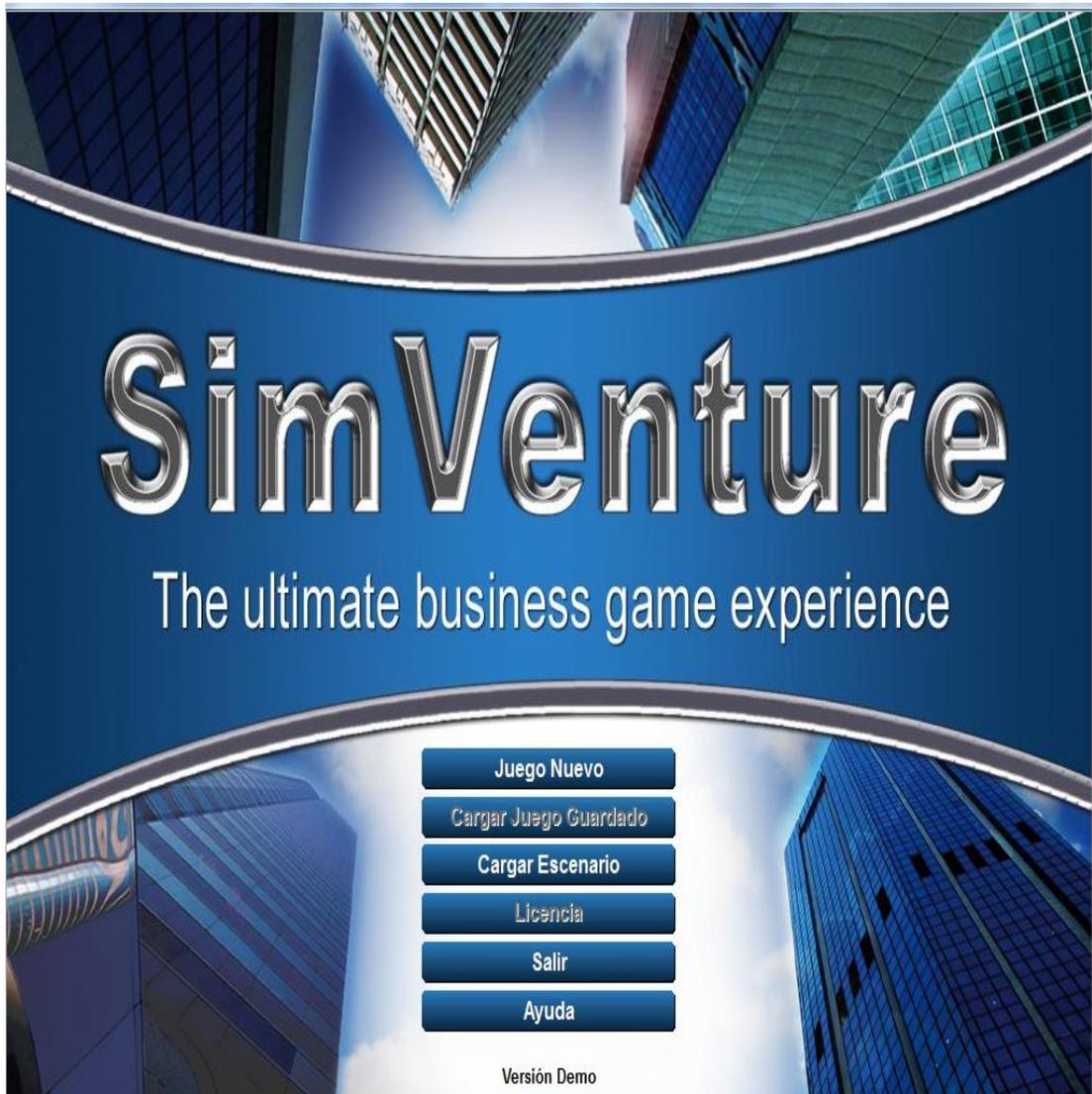
SimVenture

The ultimate business simulation experience

**GUÍA DEL USUARIO DEL
SIMULADOR SIMVENTURE**

ETAPA N° 3
TÍTULO: GUÍA DEL USUARIO

IMAGEN N° 13
TÍTULO: COMENZAR UN JUEGO



Fuente: Simulador SimVenture
Elaborado por: Las tesistas

Al abrir SimVenture, lo primero que se verá es la pantalla de Bienvenida, dentro de esta se puede observar su eslogan “The ultimate business game experience” (“La última experiencia de juego de negocios”), además se encontrarán diversas opciones como:

IMAGEN N° 14

TÍTULO: DISTRIBUCIÓN DE LA PANTALLA INICIAL



Fuente: Simulador SimVenture
Elaborado por: Las tesis

A continuación se detalla cada uno de los iconos que está integrada la pantalla inicial de Simventure.



Permite iniciar un nuevo juego de simulación, el cual tendrá 6 meses virtuales de duración (demo). Al finalizar la simulación el usuario puede iniciar con un nuevo reto.



Reinicia el juego que se encuentra almacenado con anterioridad en el sistema, para continuar controlando y operando las actividades de la compañía desde el punto en que se almacenó.



El simulador SimVenture presenta diversos niveles a elegir según el usuario lo requiera:

- ✓ Aprendiz-1
- ✓ Aprendiz-2
- ✓ Aprendiz-3
- ✓ Aprendiz-4

Cada uno de ellos posee distintas características de segmentos, escenario, recursos económicos, y mercados.

A blue rectangular button with the word "Licencia" written in white text.

La licencia del software original está protegida por leyes de copyright y de marca registrada, si se requiere del simulador SimVenture se comprará la licencia vía on line. Las actualizaciones realizadas dentro de la versión adquirida son gratuitas hasta el lanzamiento de una nueva.

A blue rectangular button with the word "Salir" written in white text.

El usuario puede dar click en esta opción haya o no terminado con el proceso de simulación, para salir del sistema.

A blue rectangular button with the word "Ayuda" written in white text.

Este es el primer botón de ayuda brinda información relevante sobre el manejo del simulador, mediante videos, instrucciones, notas del maestro, ¿Cómo hago? y comenzar, mostrando al usuario paso a paso el proceso de simulación con la explicación detallada de las opciones disponibles, además cuenta con un sitio web que facilita al usuario su comprensión y utilización.

Estas son algunas asistencias que ofrece el simulador:

- ✓ Ayuda General
- ✓ Como jugar SimVenture
- ✓ Tutoriales
- ✓ Notas del Tutor
- ✓ Sitio Web de SimVenture

IMAGEN N° 15

TÍTULO: DESCRIPCIÓN DE INICIE UN NUEVO NEGOCIO

Inicie un nuevo negocio

Nombre de Empresa

Nivel de Dificultad ?

Dinero Inicial

Asesor

Condición de Mercado

Variación de Mercado

Tasa de Interés

Precio Proveedores

Credibilidad Financiera ?

Costo Diseño

Eventos al Azar

Mercado al Azar

Moneda

Asesor

Mark

OK

Cancelar

Fuente: Simulador SimVenture
Elaborado por: Las tesistas

Esta es la segunda pantalla del simulador, a continuación se detalla cada una de las opciones que presenta:

Nombre de Empresa

Permite al usuario insertar el nombre de su empresa.

Nivel de Dificultad ?

Esto dependerá del tipo de escenario que el usuario elija en la opción cargar escenario (Aprendiz-1, Aprendiz-2, Aprendiz-3, Aprendiz-4), según el nivel que se elija la dificultad incrementa.

Dinero Inicial

Proporciona información referente al dinero inicial con el que va a contar el negocio.

Asesor Encendido ▼

Al dar clic en este icono brinda la opción de tener o no la presencia de un asesor como guía en la ejecución de las actividades empresariales.

Condición de Mercado Normal ▼

Indica las condiciones con las que trabajará durante el periodo de simulación, además afectará al nivel de confianza que tienen los clientes, junto con la probabilidad de adquisición de los productos.

Variación de Mercado Media ▼

Son las posibles fluctuaciones que pueden suscitarse dentro del mercado durante el proceso de simulación, las cuales se producen en mayor o menor medida.

Tasa de Interés Normal ▼

Interfiere en los créditos y rendimiento del saldo bancario.

Precio Proveedores Promedio ▼

Permite seleccionar una base estándar sobre los precios de las posventas que se presentarán dentro de la simulación.

Credibilidad Financiera Joven Principiante ▼ ?

Representa la confianza que tienen los posibles acreedores financieros sobre una institución para invertir o solicitar un crédito.

Costo Diseño Normal ▼

Es el valor que invertirá en el diseño, innovación y elaboración de un producto.

Eventos al Azar

Al dar clic en esta barra le permitirá activar o desactivar la opción de que sucedan eventos inesperados en la simulación, como: factores naturales (terremotos, inundaciones, incendios), enfermedad, crisis económica, variación de mercado, entre otros que afectan negativamente a la empresa.

Mercado al Azar

Se puede activar o desactivar la alternativa, para que dentro del mercado se presenten situaciones que afecten su funcionamiento.

Moneda

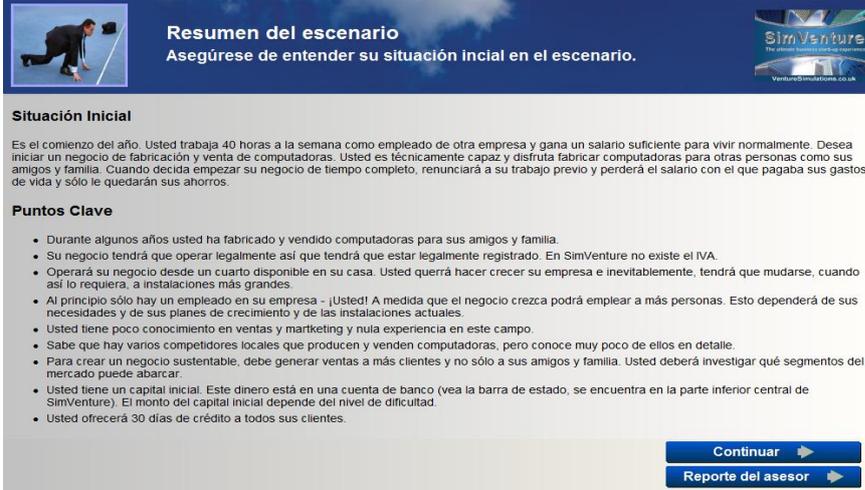
SimVenture está disponible en diversos países, por lo cual presenta la posibilidad de elegir la moneda con la que se va a trabajar:

- ✓ Uk Pounds Sterling
- ✓ Euro
- ✓ Us Dollars
- ✓ United Arab Emirates Dirhar
- ✓ Canadian Dollars
- ✓ Chinese Yuan
- ✓ South African Rand
- ✓ Danish Krone
- ✓ Swiss Franc
- ✓ Malaysian Ringgit
- ✓ Singapore Dollar

Una vez que se selecciona la opción “Juego Nuevo” se despliega la siguiente pantalla:

IMAGEN N° 16

TÍTULO: RESUMEN DEL ESCENARIO



Resumen del escenario
Asegúrese de entender su situación inicial en el escenario.

Situación Inicial

Es el comienzo del año. Usted trabaja 40 horas a la semana como empleado de otra empresa y gana un salario suficiente para vivir normalmente. Desea iniciar un negocio de fabricación y venta de computadoras. Usted es técnicamente capaz y disfruta fabricar computadoras para otras personas como sus amigos y familia. Cuando decida empezar su negocio de tiempo completo, renunciará a su trabajo previo y perderá el salario con el que pagaba sus gastos de vida y sólo le quedarán sus ahorros.

Puntos Clave

- Durante algunos años usted ha fabricado y vendido computadoras para sus amigos y familia.
- Su negocio tendrá que operar legalmente así que tendrá que estar legalmente registrado. En SimVenture no existe el IVA.
- Operará su negocio desde un cuarto disponible en su casa. Usted querrá hacer crecer su empresa e inevitablemente, tendrá que mudarse, cuando así lo requiera, a instalaciones más grandes.
- Al principio sólo hay un empleado en su empresa - ¡Usted! A medida que el negocio crezca podrá emplear a más personas. Esto dependerá de sus necesidades y de sus planes de crecimiento y de las instalaciones actuales.
- Usted tiene poco conocimiento en ventas y marketing y nula experiencia en este campo.
- Sabe que hay varios competidores locales que producen y venden computadoras, pero conoce muy poco de ellos en detalle.
- Para crear un negocio sustentable, debe generar ventas a más clientes y no sólo a sus amigos y familia. Usted deberá investigar qué segmentos del mercado puede abarcar.
- Usted tiene un capital inicial. Este dinero está en una cuenta de banco (vea la barra de estado, se encuentra en la parte inferior central de SimVenture). El monto del capital inicial depende del nivel de dificultad.
- Usted ofrecerá 30 días de crédito a todos sus clientes.

Continuar

Reporte del asesor

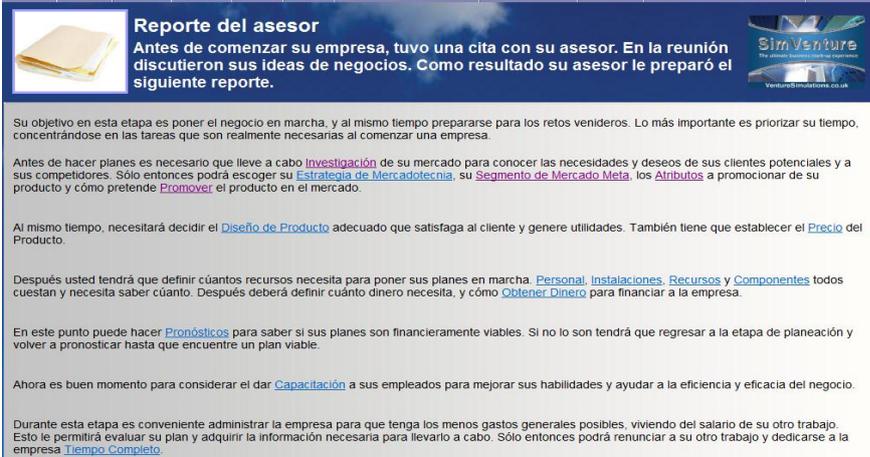
Fuente: Simulador SimVenture

Elaborado por: Las tesisas

La cual muestra el estado actual de la empresa, permitiendo observar un resumen general de las condiciones con las que se va a trabajar, la situación del mercado, los recursos que dispone, entre otros.

IMAGEN N° 17

TÍTULO: REPORTE DEL ASESOR



Reporte del asesor
Antes de comenzar su empresa, tuvo una cita con su asesor. En la reunión discutieron sus ideas de negocios. Como resultado su asesor le preparó el siguiente reporte.

Su objetivo en esta etapa es poner el negocio en marcha, y al mismo tiempo prepararse para los retos venideros. Lo más importante es priorizar su tiempo, concentrándose en las tareas que son realmente necesarias al comenzar una empresa.

Antes de hacer planes es necesario que lleve a cabo [investigación](#) de su mercado para conocer las necesidades y deseos de sus clientes potenciales y a sus competidores. Sólo entonces podrá escoger su [Estrategia de Mercadotecnia](#), su [Segmento de Mercado Meta](#), los [Atributos](#) a promocionar de su producto y cómo pretende [Promover](#) el producto en el mercado.

Al mismo tiempo, necesitará decidir el [Diseño de Producto](#) adecuado que satisfaga al cliente y genere utilidades. También tiene que establecer el [Precio](#) del Producto.

Después usted tendrá que definir cuántos recursos necesita para poner sus planes en marcha. [Personal](#), [Instalaciones](#), [Recursos](#) y [Componentes](#) todos cuestan y necesita saber cuánto. Después deberá definir cuánto dinero necesita, y cómo [Obtener Dinero](#) para financiar a la empresa.

En este punto puede hacer [Pronósticos](#) para saber si sus planes son financieramente viables. Si no lo son tendrá que regresar a la etapa de planeación y volver a pronosticar hasta que encuentre un plan viable.

Ahora es buen momento para considerar el dar [Capacitación](#) a sus empleados para mejorar sus habilidades y ayudar a la eficiencia y eficacia del negocio.

Durante esta etapa es conveniente administrar la empresa para que tenga los menos gastos generales posibles, viviendo del salario de su otro trabajo. Esto le permitirá evaluar su plan y adquirir la información necesaria para llevarlo a cabo. Sólo entonces podrá renunciar a su otro trabajo y dedicarse a la empresa [Tiempo Completo](#).

Continuar

Reporte del asesor

Fuente: Simulador SimVenture

Elaborado por: Las tesisas

Además presenta el “Reporte del asesor”, el cual consiste en la información que el consejero proporciona para manejar y controlar la empresa.

IMAGEN N° 18

TÍTULO: OFICINA DE SIMVENTURE



Fuente: Simulador SimVenture
Elaborado por: Las testistas

Esta es la pantalla principal de la empresa, la cual se presenta al iniciar la simulación, y se la utiliza como atajo para acceder a cada área del negocio, y además en ella se puede observar el Balance General, el cual brinda información de los movimientos financieros que se vayan suscitando.

IMAGEN N° 19

TÍTULO: BARRA DE HERRAMIENTAS



Fuente: Simulador SimVenture
Elaborado por: Las testistas

La barra de Simventure está integrada por 12 iconos, a continuación se detallara cada uno de ellas.

Juego

Permite visualizar diversas herramientas que el simulador presenta tales como:

- ✓ Guardar Juego
- ✓ Guardar Juego como ...
- ✓ Guardar y Salir
- ✓ Reporte de Desempeño
- ✓ Cambiar Nombre de Empresa
- ✓ Cambiar Nombre de Juego
- ✓ Crear Nuevo Escenario
- ✓ Ver Resumen de Escenario
- ✓ Ver Resumen del Asesor
- ✓ Salir

Menú

Al dar click en menú, se puede observar el organigrama estructural del negocio, el cual posee sus cuatro áreas funcionales, con sus respectivos submenús.

IMAGEN N° 20

TÍTULO: MENÚ SIMVENTURE



Fuente: Simulador SimVenture
Elaborado por: Las tesis

IMAGEN N° 21
TÍTULO: ORGANIZACIÓN



Fuente: Simulador SimVenture
Elaborado por: Las tesistas

Organización

Dentro del área de organización tenemos las siguientes opciones:

Legal

El área legal, a través de la cual se podrá legitimar la estructura de la empresa en cuatro aspectos importantes como son:

- ✓ Legislación de empresa
- ✓ Política de Seguridad en el Lugar de Trabajo
- ✓ Contrato Mercantil
- ✓ Legislación Laboral

Personal

Aquí encontramos todo lo relativo a los recursos humanos, el manejo y preparación del mismo, esta área se encarga de administrar todo lo relativo a:

- ✓ Propietario
- ✓ Capacitación
- ✓ Reclutamiento
- ✓ Administración

Instalaciones

Son parte fundamental para el adecuado desempeño de la institución, dentro de esta opción contamos con:

- ✓ Ubicación
- ✓ Recursos
- ✓ Otros Costos y Tareas

IMAGEN N° 22

TÍTULO: VENTAS Y MARKETING



Fuente: Simulador SimVenture
Elaborado por: Las tesisas

Ventas y Marketing

Toda institución debe tomar muy en cuenta su proceso de comercialización y la manera de promocionarlos, ya que de ellos depende gran parte de los ingresos y el reconocimiento que se va a llegar a obtener. Dentro de este departamento se puede controlar los siguientes aspectos:

Investigación

Se encarga de recolectar información estratégica para conocer al mercado al cual se va a dirigir el producto, cuál va a ser su competencia y los futuros clientes potenciales.

En esta alternativa nos encontramos con:

- ✓ Investigación Mercado
- ✓ Investigación Competencia
- ✓ Investigación Clientes

Estrategia Marketing

Son las acciones encaminadas a la selección del mercado meta, para llegar a cada uno de los consumidores, con una imagen y promociones impactantes. Dentro de la cual se decide:

- ✓ Segmento Meta
- ✓ Atributos
- ✓ Promociones Marketing

Estrategia Ventas

Son las acciones que se van tomar para que los productos tengan mayor acogida dentro del mercado. En esta opción podemos:

- ✓ Fijar Precio
- ✓ Canales de Venta
- ✓ Soporte al Cliente

IMAGEN N° 23

TÍTULO: FINANZAS



Fuente: Simulador SimVenture

Elaborado por: Las tesisas

Finanzas

Dentro de esta opción podemos conocer todos los movimientos económicos que realiza la organización, al ingresar a este menú, nos encontramos con:

Obtener Dinero

Toda organización cuando lo requiera, debe buscar fuentes de financiamiento, SimVenture ofrece 5 alternativas:

- ✓ Préstamos
- ✓ Amigos y Familia
- ✓ Sobregiros
- ✓ Emitir Acciones
- ✓ Subsidios

Banca

Es sin duda una gran ayuda dentro de cualquier empresa, la cuenta bancaria le permite gestionar su dinero y a su vez realizar transacciones con otras instituciones para cancelar ciertas obligaciones, además de ser una fuente generadora de créditos.

Pronósticos

Realizar una predicción para conocer cuál va a ser el futuro de la empresa es la mejor opción, de esta manera se reduce el grado de incertidumbre, y se puede estar prevenido para eventos posteriores, pronósticos cuenta con:

- ✓ Objetivos de Venta
- ✓ Presupuestos
- ✓ Pronósticos Utilidades
- ✓ Pronóstico Flujos

Cuentas

Contiene información financiera de la empresa respecto a su capital, ingresos y egresos, los cuales debidamente detallados y organizados en cada uno de sus registros contables. En esta alternativa nos encontramos con:

- ✓ Contabilidad
- ✓ Resultados
- ✓ Flujo de Efectivo
- ✓ Balance
- ✓ Otras Medidas

Control de Crédito

Esta opción permite tener un adecuado control con respecto a las deudas que tienen los terceros con el negocio, dentro de la cual podemos determinar las medidas necesarias para que las deudas sean canceladas a tiempo y que en lo posible no se conviertan en incobrables.

IMAGEN N° 24

TÍTULO: OPERACIONES



Fuente: Simulador SimVenture
Elaborado por: Las tesistas

Operaciones

Es todo lo relativo al sistema productivo del negocio, dentro del cual se deben tomar las decisiones de manera cautelosa, ya que de eso dependerá la aceptación que tengan los consumidores con respecto al producto.

Diseño de Producto

Consiste en establecer los atributos del producto, acorde a las características que requiere el segmento meta seleccionado.

Compras

Se puede seleccionar el proveedor que cubra las necesidades tanto de crédito, descuentos, como de adquisición, que le convenga al negocio.

Producción

Área donde se puede seleccionar la cantidad de productos a elaborar, tomando en cuenta que a mayor producción, mayor son los componentes que se deben adquirir.

Calidad

En esta opción se designa el tiempo que se va a dedicar para el control de calidad en cada producto elaborado.

Historial

Al dar click en esta opción, se puede observar información histórica de la empresa de los meses anteriores:

- ✓ Resumen
- ✓ Mensajes
- ✓ Tableros
- ✓ Gráficos

Resumen

Brinda un resumen general de las cuatro áreas del simulador, y el estado en las que se encuentran actualmente cada una. Además el usuario puede ingresar a cada plantilla que se muestra en la pantalla ya que funciona como un atajo para acceder a:

- ✓ Ventas y Marketing
- ✓ Finanzas
- ✓ Operaciones
- ✓ Organización

Útiles

Al dar click en la opción “Útiles” se desplazarán las siguientes herramientas:

- ✓ Ver Bloc de Notas
- ✓ Nueva Nota
- ✓ Glosario
- ✓ Calculadora
- ✓ Registro del Jugador
- ✓ Activar Licencia
- ✓ Remover Licencia
- ✓ View Tutor Alerts
- ✓ Opciones.

Ayuda

Permitirá al usuario aprender el manejo del simulador, además puede acceder a una guía de instrucciones, en la cual se encuentra:

- ✓ Ayuda General
- ✓ Cómo jugar SimVenture
- ✓ Tutoriales
- ✓ Notas del Tutor
- ✓ ¿Cómo hago...?
- ✓ Recursos Web
- ✓ Reactivar consejos
- ✓ Activar Licencia
- ✓ Remover Licencia
- ✓ Sitio web de SimVenture
- ✓ Test

Imprimir

Esta opción se activará con el transcurso de la simulación, permitiendo imprimir documentos que el simulador considere importante.

Custom

“Custom” Le permite manejar y acceder a información personalizada que puede agregar al simulador, dentro del cual tenemos:

- ✓ Manage Custom Sets
- ✓ Map File/ Link to Current Page
- ✓ Custom Sets Help



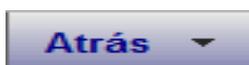
Una vez tomadas las decisiones en las áreas de la empresa, con relación al mes actual, usted podrá conocer los resultados de las operaciones realizadas al dar click en esta opción.

Podrá observar el estado real en el que se encuentra la empresa, situación económica, las transacciones realizadas, cotizaciones, etc. durante el mes en relación a:

- ✓ Totales
- ✓ Actividades
- ✓ Finanzas
- ✓ Mensajes
- ✓ Saldo Banco



Al dar click en esta opción le permitirá ingresar a la pantalla principal de la empresa, sin importar el lugar en que se encuentre dentro del simulador, podrá ser utilizada como un atajo para acceder a las cuatro áreas de la organización, ya descritas en la opción "Menú".



Permite al usuario regresar a la pantalla que visitó anteriormente.

01 ene 14

Indica el mes en que se encuentra actualmente la organización. Iniciado el proceso de simulación usted deberá correr el mes para poder continuar con el siguiente mes.



Brinda ayuda extra para solucionar problemas dentro del proceso de simulación.

IMAGEN N° 25

TÍTULO: BARRA DE ESTADO



Fuente: Simulador SimVenture

Elaborado por: Las testistas

Dentro de esta barra usted encontrara información actual del negocio, por lo que son cifras generadas por SimVenture en respuesta a las decisiones que usted tome, a continuación se detalla cada una.



Representa el número de llamadas que realizan los clientes para la compra de los productos.



Se generan después de que los clientes conocen el producto y realicen las cotizaciones correspondientes, y a través de ello se generan los órdenes de pedidos.



Indica las ventas que se realizaron en el mes anterior.



Presenta información de los estados de Pérdida y Ganancia, en el cual se observa si las decisiones tomadas están dando como resultado una utilidad o pérdida en el ejercicio.



Administra información referente a las finanzas, muestra la situación en que se encuentra el Saldo Banco, además este dinero se reducirá dependiendo las compras que realice el dueño para sustentar el negocio.



Muestran la información en actualizada de la empresa de los y los:

Ingresos.- Se puede observar el dinero que ha ganado por la venta del producto, y

Costos.- Muestra cuánto dinero ha invertido durante la gestión, sea por la compra de componentes o las investigaciones.



Muestra la cantidad tiempo disponible y el tiempo que usted dedicará a las tareas programadas para el mes. A este tiempo se denomina esfuerzo y este se reduce en base a las actividades que realice durante la gestión del negocio.



Este icono es el indicador de eficiencia que muestra como está operando la empresa. La carita que se encuentra dentro de este icono muestra su nivel de eficiencia (felicidad y si está cansado).

BARRAS EXTRAS

Cada área contiene hasta 3 botones, localizados en la parte superior derecha que puede servirles de mucha ayuda en la aplicación del caso práctico.



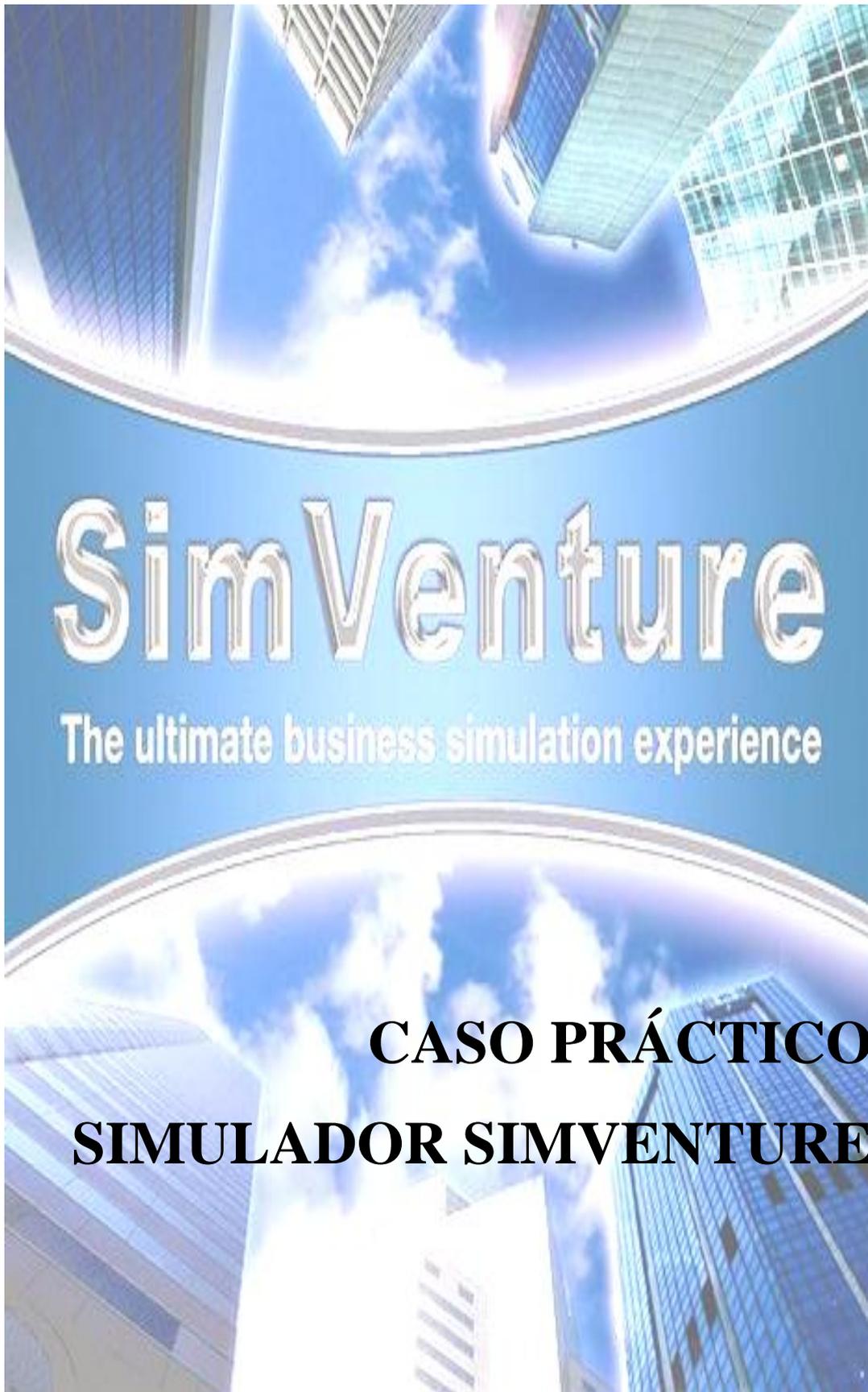
Provee consejos referentes a temas de negocios de la pantalla en la que se encuentre.



Brinda información a profundidad del tema tratado en la pantalla actual.



Se puede aplicar, el Botón Deshacer, en el caso que se desee cancelar la decisión emitida, relacionada con la pantalla con la que está trabajando, solo es aplicable dentro del mes que está en proceso.



ETAPA N° 4
TÍTULO: CASO PRÁCTICO

IMAGEN N° 26
TÍTULO: SIMVENTURE



Fuente: Simulador Simventure
Elaborado por: Las testistas

ACTIVIDADES PRIMER MES: ENERO

PASO N° 1

COMPU NET

Analizar la situación empresarial

La empresa actualmente está constituida, su actividad económica es la fabricación y comercialización de computadoras.

IMAGEN N° 277
TÍTULO: OFICINA DEL GERENTE



Fuente: Simulador Simventure
Elaborado por: Las testistas

Esta es la oficina donde el gerente tiene acceso a las diferentes áreas que posee su organización, dentro de la cual realizará el análisis e interpretación de la información, para proceder con el proceso de toma de decisiones.

Iniciamos con el estudio de las condiciones financieras del negocio:

IMAGEN N° 28

TÍTULO: FINANZAS, SITUACIÓN INICIAL

Finanzas					
Dinero Obtenido		Resultados			
Ningún inversionista.			Oct	Nov	Dic
Total Adeudado \$ 0		Ingreso Total	0	0	0
Control de Crédito		Costo Ventas	0	0	0
Meses de Retraso	Método	Deuda	Gasto General	0	0
0		\$ 0	Utilidad	0	0
1	Hacer nada	\$ 0	Flujo de Efectivo		
2	Hacer nada	\$ 0	Saldo Inicial	0	
3	Hacer nada	\$ 0	Ingreso Total	0	
4	Hacer nada	\$ 0	Costo Total	0	
	Total	\$ 0	Flujo de Efectivo	0	
			Balance		
			Activos Fijos	\$ 825.00	
			+ Activo Circulante	\$ 15,000.00	
			- Pasivo Circulante	\$ 0.00	
			- Pasivo a Largo Plazo	\$ 0.00	
			Activos Netos	\$ 15,825.00	

Fuente: Simulador Simventure

Elaborado por: Las tesisas

Compu Net empieza su funcionamiento con un activo circulante de USD \$15,000.⁰⁰, y activos fijos por un total de USD \$825.⁰⁰ (Equipo de oficina USD \$300.⁰⁰, Muebles de oficina USD \$150.⁰⁰ y Herramientas USD \$375.⁰⁰), no posee ningún endudamiento por créditos, y aún no se encuentran establecidas políticas de cobro para la recuperación de cartera vencida.

TABLA N° 25

TÍTULO: PRECIO ACTUAL DE LAS COMPUTADORAS

COMPUTADORAS	
Precio Unitario	USD \$ 735. ⁰⁰
Costo de Ventas	USD \$ 720. ⁰⁰
Utilidad Bruta	USD \$ 15. ⁰⁰
Margen Bruto	2%
Unidades Vendidas	0
Costos Variables	0
Costos Fijos	0
Ingreso	0
Utilidad Neta	0

Fuente: Simulador Simventure

Elaborado por: Las tesisas

El precio actual de las computadoras por unidad es de USD \$735.⁰⁰, su costo de venta es de USD \$720.⁰⁰, lo cual genera una utilidad bruta del 2% que representa USD \$15.⁰⁰.

IMAGEN N° 29

TÍTULO: ORGANIZACIÓN, SITUACIÓN INICIAL

Organización	
Propietario Horas Semanales 10 Salario \$ 0 Tiempo Parcial Cansancio Relajado Felicidad Feliz	
Instalaciones Casa 60 pies c. Costo Mensual \$ 75	
Personal HP \$ 0	
Recursos Equipo de Oficina Promedio Mobiliario Promedio Transporte No Necesario Herramientas Limitado	
Otros Costos y Tareas Costo Total \$ 60 Esfuerzo Total 2hrs	
Legal Ninguna empresa formal. No hay política de seguridad. No hay contrato de clientes. No hay contrato de empleo.	

Fuente: Simulador Simventure

Elaborado por: Las tesistas

- ✓ El propietario dedica 10 horas de trabajo semanales al negocio, no puede trabajar a tiempo completo debido a que se encuentra laborando en otra empresa.
- ✓ La demanda actual de computadoras no es alta, por lo que el proceso productivo y comercial lo realiza en su propia casa.
- ✓ Los recursos para su funcionamiento (Equipo de oficina y mobiliario) aún están en buenas condiciones para cumplir con su trabajo, mientras que las herramientas para la producción no alcanzan un nivel óptimo para su adecuado desenvolvimiento.

- ✓ Por el momento, el negocio no cuenta con ningún tipo de estatuto legal realizado.

IMAGEN N° 30
TÍTULO: VENTAS Y MARKETING, SITUACIÓN INICIAL



Fuente: Simulador Simventure
Elaborado por: Las tésistas

La empresa no ha realizado ninguna investigación de mercado, por lo que todavía no puede elegir los canales de venta, las estrategias de mercadotecnia, ni realizar la fijación de precios.

IMAGEN N° 31
TÍTULO: OPERACIONES, SITUACIÓN INICIAL



Fuente: Simulador Simventure
Elaborado por: Las tésistas

- ✓ El diseño actual de sus productos está enfocado a satisfacer en mayor porcentaje las necesidades de características y estilo, y no brinda énfasis a la calidad y el desempeño.

- ✓ Su actual proveedor es Pc Store, el cual tiene un precio elevado de los componentes que Compu Net adquiere y además no le proporciona ningún tipo de crédito, ni descuento.
- ✓ Su producción actual es de una unidad a un precio de USD \$735.⁰⁰ con un control de calidad de 2 minutos por cada computadora.

PASO N° 2

Una vez que se conoce la situación actual del negocio, se procede con el proceso de Gestión Administrativa.

Organización

Empezamos con la modificación de factores relativos a la estructura organizacional.

Legal

IMAGEN N° 32

TÍTULO: ORGANIZACIÓN, LEGALIZACIÓN DE LA EMPRESA



Fuente: Simulador Simventure

Elaborado por: Las tésistas

Establecer Empresa ▶▶

Para que la empresa continúe con su funcionamiento es necesario establecerla legalmente, lo cual generará beneficios como:

- ✓ Evitar complicaciones constitucionales
- ✓ Proyectar imagen de credibilidad y calidad
- ✓ Asegurar su vigencia en el futuro
- ✓ Seguridad financiera
- ✓ Acceso a créditos institucionales
- ✓ Contar con respaldo y apoyo de terceros
- ✓ Asegurar la fidelidad de los clientes

Crear Política de Seguridad ▶▶

Se procederá con la creación de políticas de seguridad en el lugar de trabajo, una vez que el negocio tenga cinco o más personas laborando.

Crear Contrato de Ventas ▶▶

El contrato mercantil se establecerá cuando el volumen de ventas supere los USD \$4,500.⁰⁰.

Crear Contrato de Empleo ▶▶

La legislación laboral será necesaria cuando el negocio requiera contratar personal.

Personal

Opción a la cual se recurrirá para controlar la eficacia del personal.

Propietario

Cada vez que se desea correr el mes, es necesario modificar el tiempo y el esfuerzo que dedica el propietario para la realización de actividades.

Capacitación

Se realizará cuando se detecten falencias en alguna actividad específica del negocio, para mejorar el desempeño en la misma.

Reclutamiento

Por el momento no es necesaria la contratación de nuevo

personal, ya que se dispone de tiempo y esfuerzo para la realización de las actividades mensuales, se recurrirá al reclutamiento cuando el propietario empiece a sentirse fatigado y las actividades excedan su tiempo disponible.

Administración

Se ejecuta una vez que se cuenta con personal contratado.

Instalaciones

Necesaria cuando se desea intervenir en el aspecto físico del negocio, en ella nos encontramos con:

Ubicación

Por el momento se considera idónea para continuar con las actividades de fabricación y comercialización de computadoras, el espacio de 60 pies cuadrados, aún es suficiente para su accionar diario.

PASO N° 3



Recursos

Se recomienda acceder cada mes para detectar el estado de cada recurso, y en base al grado de deterioro que tenga cada uno, se realizará la compra, venta o renta, dependiendo de la necesidad que se presente.

Para el presente caso se procede con la adquisición de nuevos recursos, ya que se denotó que la empresa posee una deficiencia.

IMAGEN N° 33

TÍTULO: ORGANIZACIÓN, SELECCIÓN DE NUEVAS HERRAMIENTAS

¿Qué nivel de recursos tiene?		Propio			Rentado			Grado	
	Equipo de Oficina Invierta en su oficina y aumentará su productividad y eficiencia.	 0 x Premium	 0 x Estándar	 1 x Básico	 0 x Premium	 0 x Estándar	 0 x Básico	Promedio	 Compra/Renta
	Muebles de Oficina Haga que su oficina se vea bien para darles a los clientes la impresión correcta, esto le hace más feliz y lo motiva a trabajar.	 0 x Premium	 0 x Estándar	 1 x Básico	 0 x Premium	 0 x Estándar	 0 x Básico	Promedio	 Comprar/Renta
	Transporte Compre un coche para la empresa y se ahorrará tiempo de viaje importante y ya no dependerá del transporte público.	 0 x Premium	 0 x Estándar	 0 x Básico	 0 x Premium	 0 x Estándar	 0 x Básico	No Necesario	 Compra/ Renta
	Herramientas Proporcione a su personal de producción el equipo para crear productos de manera eficiente.	 0 x Premium	 0 x Estándar	 1 x Básico	 0 x Premium	 0 x Estándar	 0 x Básico	Limitado	 Compra/ Renta

Fuente: Simulador Simventure

Elaborado por: Las testistas

Como se puede observar las herramientas, tienen un grado “Limitado”, por lo que se recomienda la compra de un equipo “Premium”, el cual por su calidad garantiza durabilidad y evita incurrir en gastos posteriores.

Otros Costos y Tareas

Opción a la cual se accede cuando el negocio se traslada a un lugar más amplio para realizar subcontratos por motivos de mantenimiento, limpieza o soporte de tecnología.

PASO N° 4

Ventas y Marketing

Estrategia Ventas

Su uso no es necesario en el mes de enero, porque primero se debe establecer un mercado meta, para la asignación de estrategias.

Estrategia Marketing

De igual manera, la Estrategia de Marketing se la aplicará

en febrero, una vez que se cuente con la Investigación de Mercado.

Investigación Se deben realizar las investigaciones correspondientes, para conocer al mercado al que se va a incursionar:

Investigación Mercado Se la ejecutará en enero para conocer a qué tipo de consumidores se dirigirán los productos, las características requeridas y el precio que están dispuestos a pagar.

IMAGEN N° 34

TÍTULO: VENTAS Y MARKETING, INVESTIGACIÓN DE MERCADO Y COMPETENCIA



Fuente: Simulador Simventure
Elaborado por: Las testistas

Invest. Competencia Se la pondrá en marcha conjuntamente con la Investigación de Mercado, para obtener información acerca de los competidores potenciales y las características de sus productos.

Investigación Clientes La investigación de clientes en enero no es necesaria, se la efectuará a partir de marzo una vez que se cuente con un nuevo diseño y se establezca el precio del producto con las características y requerimientos del segmento meta.

PASO N° 5

Operaciones

Diseño de Producto

Se optará por un nuevo diseño del producto en el mes de febrero, en base a la información arrojada en la investigación de la competencia (características del producto) y una vez que se haya seleccionado el mercado meta, el cual permite conocer las exigencias del consumidor.

Compras

Su aplicación es necesaria en enero, debido a que no se cuenta con un proveedor que brinde beneficios de crédito o algún tipo de descuento por las compras.

IMAGEN N° 35

TÍTULO: OPERACIONES, SELECCION DE UN NUEVO PROVEEDOR

Compu Net

Proveedor Actual

 **PC Store**
Una gran cadena de tiendas. El precio es alto, pero el apoyo en la tienda es bueno. No ofrecen condiciones de pago.

Precio b. \$ 12.00
A crédito 0 días

Componentes necesarios para crear productos	60
Componentes no entregados	0
Componentes en almacen	0
Minimo de componentes a ordenar	60

Cambiar Compras ➔

Fuente: Simulador Simventure
Elaborado por: Las tésistas

Por lo que la última acción a realizar este mes es la selección de un nuevo proveedor de componentes, para lo cual se considera necesario realizar un análisis comparativo de los posibles proveedores a elegir.

TABLA N° 26

**TÍTULO: CUADRO COMPARATIVO PARA LA SELECCIÓN DE
PROVEEDORES**

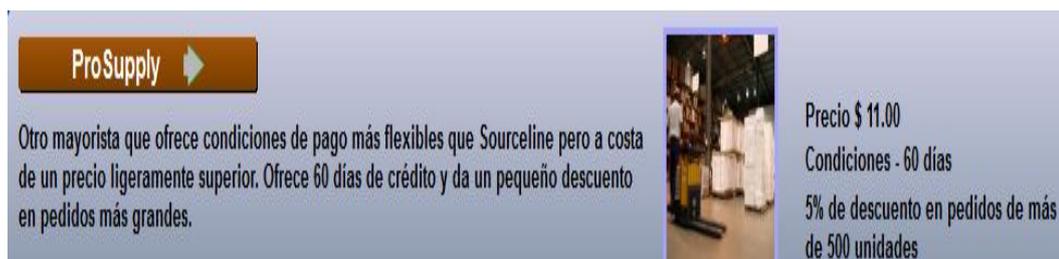
	Mega Parts	Sourceline	PC Store	ProSupply
Precio	USD \$10. ⁵⁰	USD 10. ⁵⁰	USD 12. ⁰⁰	USD 11. ⁰⁰
Condiciones	No ofrecen crédito	30 días	Ninguno	60 días
Descuento	15% más de 5000 unidades	10% más de 2000 unidades	Ninguno	5% más de 500 unidades
Pedido	5001	5001	5001	5001
Total	USD 52510. ⁵⁰	USD 52510. ⁵⁰	USD 60012. ⁰⁰	USD 55011. ⁰⁰
Tot. Desc.	USD 7876. ⁵⁸	USD 5251. ⁰⁵		USD 2750. ⁵⁵
Total a Pagar	USD 44633. ⁹³	USD 47259. ⁴⁵	USD 60012. ⁰⁰	USD 52260. ⁴⁵

Fuente: Simulador Simventure

Elaborado por: Las tesis

IMAGEN N° 36

TÍTULO: OPERACIONES, NUEVO PROVEEDOR PROSUPPLY



Fuente: Simulador Simventure

Elaborado por: Las tesis

Al concluir con el análisis, la mejor opción se considera a “ProSupply”, porque su precio es menor que del proveedor actual (USD \$11.⁰⁰), ofrece 60 días de crédito para realizar el pago (permitiendo al negocio tener mayor liquidez), y además ofrece un descuento del 5%, el cual se podrá obtener una vez que las ventas incrementen y el número de componentes sobrepase el monto de 500 unidades.

Producción

El número de computadoras a producir se calcula automáticamente acorde a los pedidos, por lo que no es

necesario incrementar o reducir la productividad.

Calidad

Se consideraría importante incrementar el tiempo de control de calidad en cada producto, si los consumidores en la Investigación de Clientes empiezan a demostrar inconformidad.

PASO N° 6

Finanzas

Obtener Dinero

A esta opción se accederá cuando el negocio no cuente con liquidez suficiente para cubrir sus necesidades económicas, o cuando requiera de capital para incrementar el tamaño del negocio, conjuntamente con sus actividades.

Banca

Consiste en la cuenta bancaria que tiene el negocio, a través de la cual se podrá solicitar sobrgiros o préstamos, al igual que en la opción anterior (Obtener Dinero).

Pronósticos

Proporciona información acerca de la situación económica de la empresa, realizando una proyección futura de los: Objetivos de Venta, Presupuestos, Pronóstico Utilidades y Pronóstico Flujo de Efectivo.

Cuentas

Permiten controlar la información financiera y obtener un informe detallado de la misma, dentro de esta opción contamos con:

Contabilidad

Es necesaria la asignación de una persona para la realización de la Contabilidad en el mes de enero, para tener acceso a la información económica del negocio.

IMAGEN N° 37

TÍTULO: FINANZAS, SELECCIÓN DE UN CONTADOR

Compu Net

Seleccione si hará la contabilidad usted mismo o pagará a un contador para hacerla. Cada transacción financiera tomará 5 minutos para ingresarla ya sea por usted o un contador. Un contador cobra \$ 22 por hora.

Si usted falla en completar su contabilidad, entonces no será capaz de ver ninguna de las cuentas financieras.

Sin contabilidad

Hágalo usted mismo

Contrate a un contador

Fuente: Simulador Simventure

Elaborado por: Las tésistas

A continuación se procede con la asignación del cargo, en este caso se realizará la Contabilidad internamente, ya que la contratación de un trabajador externo resulta muy cara, y en esta etapa, se requiere del ahorro de dinero; en el momento que la empresa cuente con mayores ingresos, se podrá optar por la contratación de un Contador.

Resultados

Flujo de Efectivo

Balance

Otras Medidas

Para evaluar la economía del negocio, se ingresa a estas opciones mensualmente con la finalidad de realizar un análisis financiero, lo que permite determinar si las acciones realizadas están a favor o en contra del éxito organizacional.

Control de Crédito

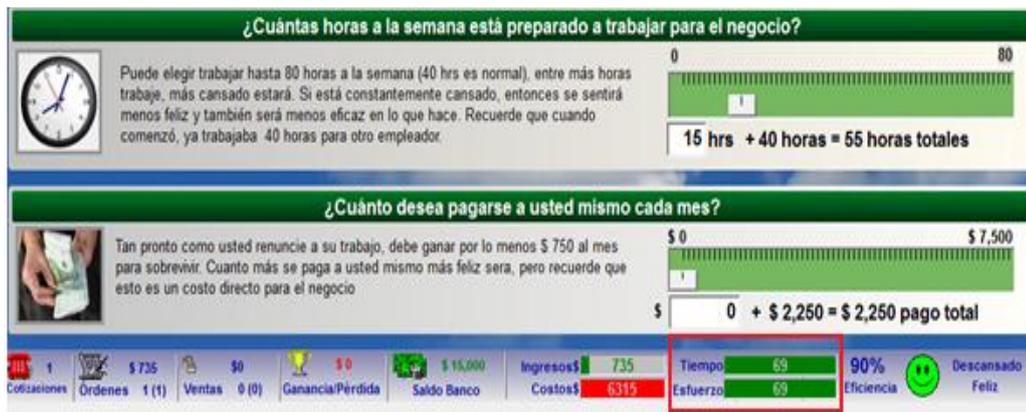
A esta opción se recurre cuando la empresa detecta que sus clientes no están cumpliendo con el pago de sus obligaciones en las fechas establecidas.

PASO N° 7

Para concluir con las actividades de cada mes no hay que olvidar que siempre se debe mantener un equilibrio entre el esfuerzo y el tiempo asignado para cada actividad, lo que permite reducir el ocio o el exceso de esfuerzo.

IMAGEN N° 38

TÍTULO: OPCIONES DEL PROPIETARIO EQUILIBRIO ENTRE TRABAJO Y ESFUERZO

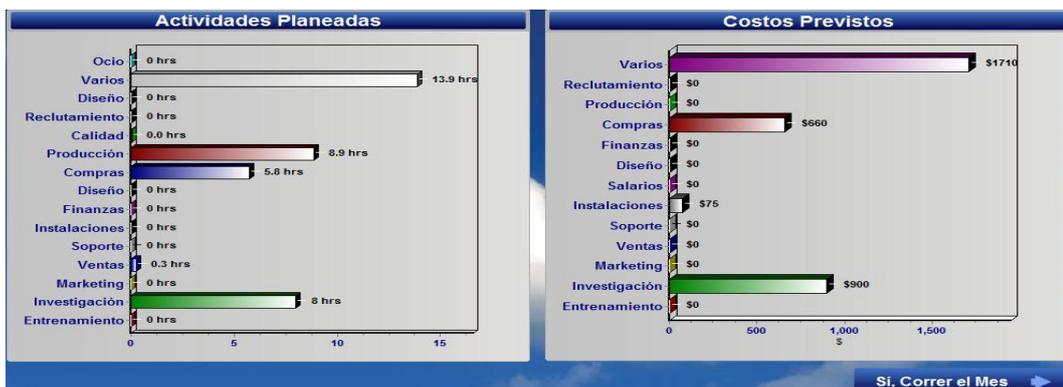


Fuente: Simulador Simventure
Elaborado por: Las testistas

Estas son las actividades que se consideran importantes y necesarias en enero.

IMAGEN N° 39

TÍTULO: REVISIÓN FINAL



Fuente: Simulador Simventure
Elaborado por: Las testistas

Una vez que se selecciona “Correr Mes”, se puede realizar una revisión final del trabajo que se va a realizar y en qué manera van a afectar a la empresa las decisiones tomadas; se analizan dos parámetros:

Actividades Planeadas: en este caso se puede observar que el indicador varios ocupará 13.9 horas, lo que provoca la reducción total del tiempo de ocio; a producción (un producto) se destinan 8.9 horas; a las compras a proveedores (60 componentes) 5.8 horas, a ventas (1) 0.3 horas y finalmente a investigación (mercado y competencia) 8 horas, ocupando en enero un total de horas de 36.9 horas, lo que significa que no se ha sobrepasado el tiempo establecido para cada mes.

Costos Previstos: para lo cual se asigna USD \$1,7100.⁰⁰ a varios; a compras USD \$660.⁰⁰, para el alquiler de las instalaciones USD \$75.⁰⁰ y para las investigaciones USD \$900.⁰⁰, generando un costo total de USD \$3,345.⁰⁰.

PASO N° 8

Si existe conformidad con las actividades examinadas en la “Revisión Final” se procede a “Correr el Mes” y así se obtendrán los siguientes resultados:

IMAGEN N° 40

TÍTULO: PRIMER MES CONCLUIDO ENERO



Fuente: Simulador Simventure
 Elaborado por: Las testistas

Este es el “Reporte Final” de todas las actividades realizadas en enero, el cual nos permite conocer el rumbo que está adquiriendo la organización, como efecto de las decisiones tomadas.

Dentro del Reporte Final del mes de enero, se puede observar que:

Han realizado 3 llamadas a la empresa solicitando las cotizaciones de las computadoras, generando 3 órdenes, lo que significa que los clientes por el momento están conformes con lo que se oferta en el mercado, cabe recalcar que si existe un número de cotizaciones mayor que el de órdenes, significa que se está perdiendo interés en el producto, lo que sugiere un análisis de las preferencias del sector.

Para la dar cumplimiento a la orden del mes de enero, se ha generado la compra de 60 componentes, los mismos que se emplearon para la fabricación de un producto, concluyendo con éxito el pedido generado.

El saldo bancario con el que se cuenta para el mes de febrero es de USD \$13,135.⁰⁰.

Al terminar el primer mes de funcionamiento se observa que se ha generado una pérdida de USD \$1,805.⁰⁰, debido a dos factores: los gastos incurridos y el bajo número de pedidos, provocando que el valor de egresos sea mayor que el de los ingresos.

El negocio tiene una deuda pendiente de USD \$720.⁰⁰, lo cual representa el saldo acreedor, generado por la compra de los componentes, los cuales se cancelarán a crédito (2 meses).

ACTIVIDADES SEGUNDO MES: FEBRERO

Debido a que en el mes de enero se detectó un bajo número de cotizaciones y pedidos, el negocio se ve en la necesidad de aplicar estrategias de marketing, que permitan elevar el volumen de ventas, a través de la aplicación de las cuatro P del mercadeo (Plaza, Producto, Promoción, y Precio), las cuales se manifiestan a continuación:

PASO N° 1

Plaza

La primera actividad a realizar en febrero es la selección del mercado objetivo, realizando un análisis de la información obtenida en el Reporte de Investigación de Mercado.

IMAGEN N° 41

TÍTULO: VENTAS Y MARKETING, REPORTE INVESTIGACIÓN DE MERCADO

<p>Corporaciones Empresas con cientos de empleados y una computadora en cada escritorio.</p>  <p>Tamaño del Mercado 598 Frecuencia pedidos 14 meses Precio Típico 1.100 \$ - 1.100 \$ Tamaño de pedido 6 Preferencias: Extremo Calidad, Extremo Estilo, Extremo Características, Superior Desempeño</p>	<p>Empresas de Ingeniería Empresas no dedicadas a las TICs. Usan PCs para admon., diseño y finanzas.</p>  <p>Tamaño del Mercado 1623 Frecuencia Pedidos 33 meses Precio Típico 790 \$ - 870 \$ Tamaño de Pedido 4 Preferencias: Bueno(a) Calidad, Bueno(a) Desempeño, Superior Value, Promedio Características</p>	<p>Autoempleados Trabajar desde casa típicamente como un consultor, las empresas de una persona dependen en gran medida de las computadoras.</p>  <p>Tamaño del Mercado 6496 Frecuencia pedidos 36 meses Precio Típico 670 \$ - 750 \$ Tamaño de pedido 1 Preferencias: Bueno(a) Características, Bueno(a) Value</p>
<p>Empresas de Servicios Pequeñas y medianas empresas que proveen servicios a la comunidad empresarial local.</p>  <p>Tamaño del Mercado 1785 Frecuencia pedidos 36 meses Precio Típico 690 \$ - 770 \$ Tamaño de pedido 4 Preferencias: Superior Value, Superior Características</p>	<p>Empresas de TIC Pequeñas empresas utilizando la tecnología informática como una parte fundamental de su negocio.</p>  <p>Tamaño del Mercado 289 Frecuencia pedidos 13 meses Precio Típico 1.050 \$ - 1.130 \$ Tamaño de pedido 6 Preferencias: Extremo Desempeño, Bueno(a) Características, Bueno(a) Calidad, Promedio Estilo</p>	<p>Servicios Profesionales Compañías tales como abogados o contadores. Utilizan la computadora para una parte importante de su trabajo frente a un cliente.</p>  <p>Tamaño del Mercado 4205 Frecuencia pedidos 18 meses Precio Típico 1.060 \$ - 1.140 \$ Tamaño de pedido 1 Preferencias: Extremo Estilo, Bueno(a) Calidad, Bueno(a) Características</p>

Fuente: Simulador Simventure
Elaborado por: Las tesisistas

El cual nos proporciona datos relativos al tamaño del mercado, precios, demanda, características y preferencias de los clientes potenciales.

TABLA N° 27

TÍTULO: CUADRO COMPARATIVO PARA LA SELECCIÓN DEL SEGMENTO META

	Corporaciones	Empresas de Ingeniería	Autoempleados	Empresa de Servicios	Empresas de TIC	Servicios Profesionales
Tamaño Mercado	598	1623	6496	1785	289	4205
Frecuencia pedidos	14	33	36	36	13	18
Precios promedio	USD \$1,140. ⁰⁰	USD \$830. ⁰⁰	USD \$710. ⁰⁰	USD \$730. ⁰⁰	USD \$1,090. ⁰⁰	USD \$1,100. ⁰⁰
Tamaño de pedido	6	4	1	4	6	1
Preferencias	Extremo calidad Extremo estilo Extremo características Superior desempeño	Buena calidad Buen desempeño Superior value Promedio características	Buenas características Buen value	Buenas características Buen value	Extremo desempeño Buenas características Buena calidad Promedio estilo	Extremo estilo Buena calidad Buenas características
Posibles ventas	USD \$3,588. ⁰⁰	USD \$6,492. ⁰⁰	USD \$6,496. ⁰⁰	USD \$7,140. ⁰⁰	USD \$1,734. ⁰⁰	USD \$ 4,205. ⁰⁰
Total Ventas	USD \$4'090,320. ⁰⁰	USD \$5'388,360. ⁰⁰	USD \$ 4'612,160. ⁰⁰	USD \$5'212,200. ⁰⁰	USD \$1'890,060. ⁰⁰	USD \$4'625,500. ⁰⁰

Fuente: Simulador Simventure

Elaborado por: Las tesis

IMAGEN N° 42

TÍTULO: VENTAS Y MARKETING, SELECCION DE MERCADO META

Corporaciones
Empresas con cientos de empleados y una computadora en cada escritorio.

Tamaño del Mercado **598**
Frecuencia pedidos **14 meses**
Precio Típico **\$ 1,100 - \$ 1,180**
Tamaño de pedido **6**
Preferencias: **Extremo Calidad**
Extremo Estilo
Extremo Características
Superior Desempeño

The image shows a software interface for market selection. It features a title 'Corporaciones' and a brief description. Below this, several key metrics are listed: market size (598), order frequency (14 months), typical price range (\$1,100 - \$1,180), and order size (6). A list of preferences is also shown, including 'Extremo Calidad', 'Extremo Estilo', 'Extremo Características', and 'Superior Desempeño'. A small photograph of an office environment is visible in the top right corner of the interface.

Fuente: Simulador Simventure

Elaborado por: Las testistas

Seleccionando como Mercado Meta a “Corporaciones”, las cuales presentan una frecuencia de pedidos de 14 meses, están dispuestas a pagar un precio promedio de USD \$1,140.⁰⁰ por computadora y las posibles ventas serán de USD \$4’090,32000.⁰⁰ (14 meses); se optó por esta alternativa debido a que es el segmento que permitirá obtener mayor ganancia en menor tiempo, pero hay que tomar en cuenta este mercado es muy exigente, las preferencias que demandan para el producto son: extrema calidad, extremo estilo, extremo características y superior desempeño, las cuales se deberán satisfacer y cumplir al momento de elaborar el producto.

PASO N° 2

Producto

IMAGEN N° 43

TÍTULO: VENTAS Y MARKETING, SELECCIÓN DE ATRIBUTOS

Compu Net

Atributos Actuales

1: **Calidad Extrema** ▾
2: **Estilo Extremo** ▾
3: **Características Extremas** ▾

The image displays a software interface titled 'Compu Net'. It shows a section for 'Atributos Actuales' (Current Attributes) with three dropdown menus. The first menu is set to 'Calidad Extrema', the second to 'Estilo Extremo', and the third to 'Características Extremas'. Each menu has a downward-pointing arrow on its right side.

Fuente: Simulador Simventure

Elaborado por: Las testistas

Al conocer el mercado al cual se va a dirigir el producto y las características requeridas, se procede con la selección de los atributos del producto.

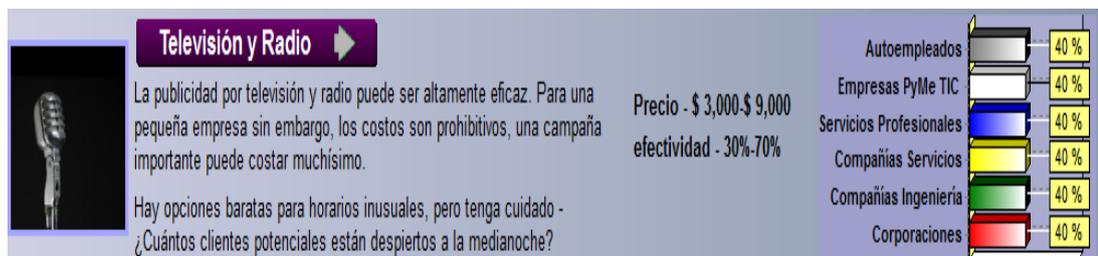
PASO N° 3

Promoción

Una empresa no debe enfocar todos sus esfuerzos a la producción, el área de Marketing también juega un papel fundamental para atraer nuevos consumidores, permitiendo incrementar las ventas, y obteniendo con ello mayor rentabilidad para la empresa.

IMAGEN N° 44

TÍTULO: VENTAS Y MARKETING, PUBLICIDAD Y PROPAGANDA



Fuente: Simulador Simventure

Elaborado por: Las tesistas

Motivo por el cual, se recomienda que se realice la respectiva promoción del producto, la mejor opción de publicidad continúa siendo la televisión y la radio, ya que son considerados como medios tradicionales a los que la mayoría de personas tienen acceso.

Realizar publicidad por estos medios conlleva a la reducir costos ya que su precio no es elevado en consideración con el internet, además una propaganda ejecutada por radio tiene más ventajas de captar clientes ya que es un medio de comunicación de mayor audiencia tanto en el día como en la noche.

IMAGEN N° 45

TÍTULO: VENTAS Y MARKETING, CANAL DE TRANSMISIÓN

¿Qué medios usará para mostrar su anuncio?	
TV, Radio	Esto afectará al número de personas que ven su anuncio y al segmento de mercado del que provienen.
Seleccionar ▶	
¿Quién escribirá su anuncio?	
<input checked="" type="radio"/> Internamente Tomará aproximadamente 8 horas escribir. El entrenamiento en las habilidades escritas y gráficas aumentará la eficacia de la pieza, así como la reducción del tiempo.	<input type="radio"/> Consultor en Publicidad Cuesta \$ 450 contratar al consultor. La habilidad de éste en la escritura y creación de gráficos hará un anuncio será más eficaz que uno escrito en casa (ja menos que haya un experto en su equipo!). Para contratar pasará 2 horas organizando el trabajo.
¿Qué tamaño de anuncio puede pagar?	
<input checked="" type="radio"/> Pequeño <input type="radio"/> Mediano <input type="radio"/> Grande	Los anuncios más grandes son más eficaces, pero costarán más. Seleccione el tamaño que se adapte a su presupuesto.
¿Con qué frecuencia se mostrará?	
Número de meses a repetir <input type="text" value="1"/>	Es más rentable comprar la repetición de los anuncios, ya que hay un costo menor en la presentación de la copia y la mayoría de los medios normalmente ofrecen un descuento. El mismo anuncio también es probable que sea más eficaz si los clientes están continuamente expuestos a él. Tenga en cuenta que los anuncios de directorio son para un año completo por lo que no pueden ser repetidos.
Costo Total\$ <input type="text" value="3000"/>	Esfuerzo Total <input type="text" value="8"/> horas
Confirmar Anuncio ▶	

Fuente: Simulador Simventure
 Elaborado por: Las testistas

Será realizada por el gerente para abaratar el precio, durará un mes, y tendrá un costo de USD \$3,000.⁰⁰.



IMAGEN N° 46

TÍTULO: VENTAS Y MARKETING: FIJACIÓN DE PRECIO

Precio Base	
El precio base debe establecerse para competir con sus competidores y, al mismo tiempo permitirle obtener una utilidad. Utilice el cálculo del punto de equilibrio para trabajar sobre el nivel de ventas necesarias para obtener una utilidad.	Precio/Unidad\$ <input type="text" value="1100"/>
Descuento Promocional	
Ofrezca un pequeño porcentaje de descuento para fomentar las ventas adicionales. Asegúrese de que su oferta no sea tan generosa como para no obtener una utilidad.	Descuento <input type="text" value="5"/> % Duración <input type="text" value="3"/> meses
Precio Final \$ 1,045 Costo Variable por Unidad \$ 660 Utilidad Bruta Por Unidad \$ 385	

Fuente: Simulador Simventure
 Elaborado por: Las testistas

El siguiente paso a realizar es la fijación del precio, para lo cual se debe tomar en consideración la cantidad promedio que los consumidores están dispuestos a cancelar (USD \$1,140.⁰⁰), para este caso se establece que el valor del producto sea de USD \$1,100.⁰⁰, y se aplicará un descuento del 5% durante 3 meses, lo que hará más atractiva a la propuesta. Esta medida provocará que el margen bruto en ventas se incremente a 58.33%, generando una ganancia que supera el costo invertido en la elaboración del producto.

PASO N° 5

Para elevar las compras, se considera necesaria la elección de un “Canal de Venta”.

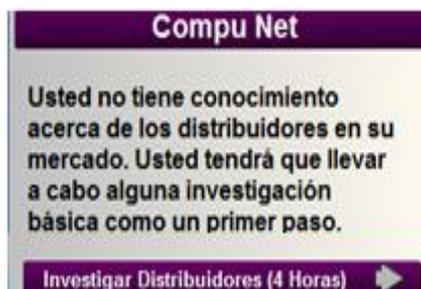
IMAGEN N° 47

TÍTULO: VENTAS Y MARKETIG, SELECCIÓN DE UN DISTRIBUIDOR DE VENTAS



Fuente: Simulador Simventure
Elaborado por: Las tésistas

La utilización de una tercera empresa para la comercialización de los productos, ayudará a continuar con el proceso de reconocimiento y además garantiza ventas mensuales durante el tiempo establecido en el convenio.



Pero antes de que se pueda acceder a esta alternativa, primero se realiza la investigación correspondiente de empresas que estén dispuestas a comprar los productos de Compu

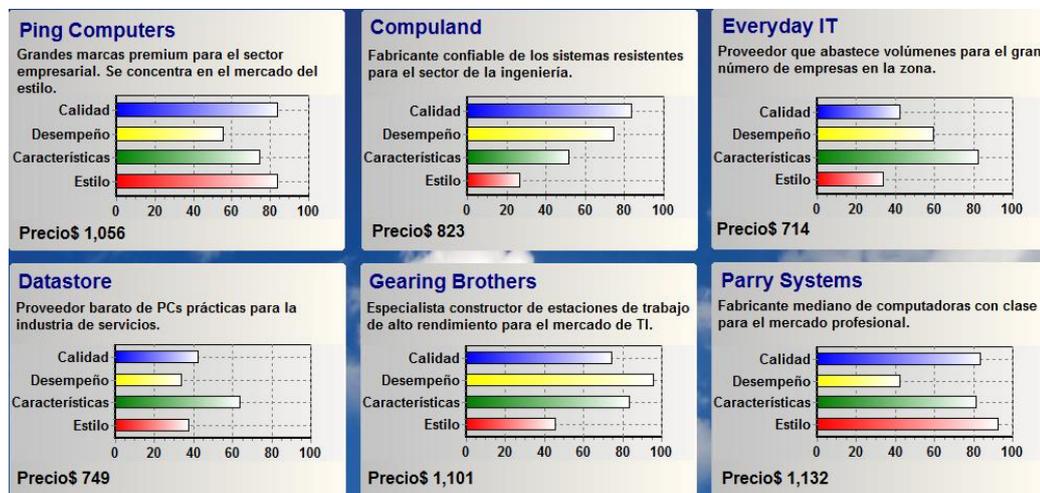
Net, lo que proporcionará información útil al momento de la selección del distribuidor.

PASO N° 6

La última actividad a efectuar en febrero, será la creación de un nuevo diseño del producto, para lo cual se utiliza nuevamente la información de la Investigación de Mercado (características) y adicional a ello, la investigación de la competencia, la cual nos permitirá realizar un mejor diseño, que supere su accionar.

IMAGEN N° 48

TÍTULO: REPORTE DE INVESTIGACIÓN DE COMPETENCIA

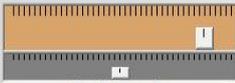


Fuente: Simulador Simventure
 Elaborado por: Las tesis

A través del cual se puede determinar que el mayor competidor del negocio, es “ParrySystems”, empresa que fabrica computadoras con características similares al nuevo diseño del producto al que va a enfocarse Compu Net, (estilo 90%, características 87%, calidad 82%, y no brinda mayor énfasis al desempeño, con un porcentaje mínimo del 48%).

IMAGEN N° 49

TÍTULO: OPERACIONES, DISEÑO DE UN NUEVO PRODUCTO

	Calidad Componentes confiables y duraderos, así como el cuidado en la construcción, mejora la calidad del producto.	Bajo  Alto Diseño Actual	90%	20	\$ 210.00
	Desempeño Básicamente, la velocidad del equipo, normalmente dictadas por el procesador, disco y memoria.	Bajo  Alto Diseño Actual	75%	16	\$ 168.00
	Características Una amplia gama de extras, como copia de seguridad, impresoras, redes, gráficos, software, mejoran las características.	Bajo  High Diseño Actual	90%	20	\$ 210.00
	Estilo Un producto con estilo puede ser que no sea el más eficaz, pero puede tener una fuerte influencia en ciertos compradores.	Bajo  High Diseño Actual	90%	20	\$ 210.00
¿Quién hará el rediseño?					
<input checked="" type="radio"/> Usted mismo Usted hará todo el trabajo, pero no le costará nada de dinero.		<input type="radio"/> Agencia de Diseño Esto costará \$ 45.00 por hora de honorarios del consultor de rediseño. Usted también necesitará 1 día (8 horas) de su propio tiempo.			
Design Effort		41 horas	Design Cost		\$ 0.00
			Total		76 \$ 798.00
		Máximo horas de diseño por mes		42	Confirmar Cambio Diseño ➔

Fuente: Simulador Simventure

Elaborado por: Las sistase

“New Design”, es el nombre del nuevo diseño del producto que oferta Compu Net, el cual tendrá los siguientes atributos: calidad 90%, desempeño 75%, características 90% y estilo 90%.

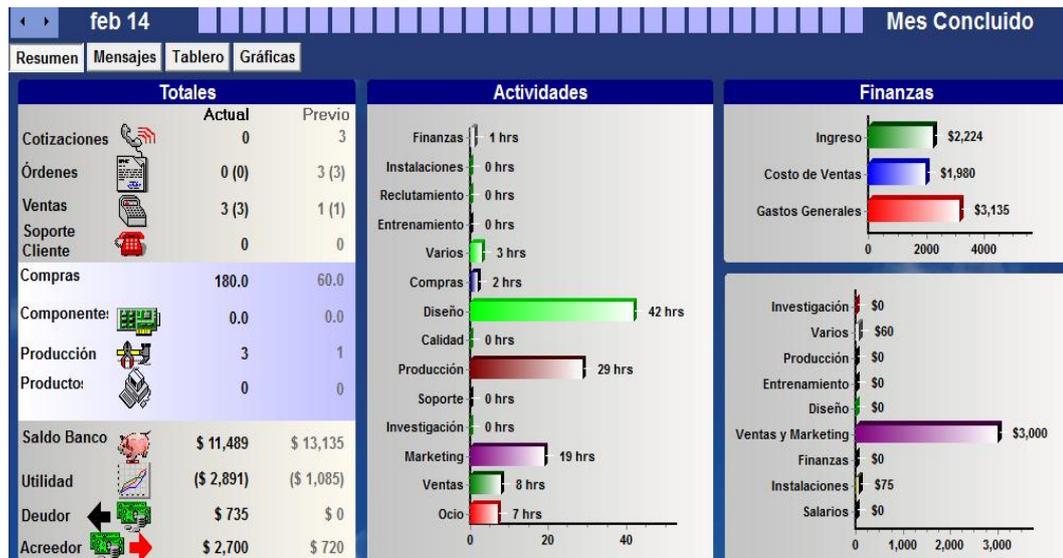
Una vez que la empresa ya ha tomado las decisiones más importantes para su actividad diaria, se puede correr el mes, sin olvidar mantener el equilibrio entre el tiempo y el esfuerzo.

PASO N° 7

El “Reporte Final” de las actividades de febrero, arroja los siguientes resultados:

IMAGEN N° 50

TÍTULO: SEGUNDO MES CONCLUIDO FEBRERO



Fuente: Simulador Simventure

Elaborado por: Las tesisas

No se han realizado cotizaciones, por lo tanto tampoco existen pedidos, debido a que hubo un incremento significativo en el precio del producto (UDS \$310.⁰⁰), provocando que la empresa no recupere el dinero invertido, dificultando su sustento.

Se ha concluido exitosamente con las ventas del mes de enero (3 computadoras).

Para dar cumplimiento a las ventas mencionadas, se ha generado la compra de 180 componentes, los mismos que se emplearon para la fabricación de 3 productos.

El saldo bancario con el que se cuenta para marzo es de USD \$11,489.⁰⁰

Al concluir el mes de febrero se puede observar que se ha generado una pérdida de USD \$2,891.⁰⁰, lo que requiere la urgente toma de acciones para superar el inconveniente.

Se tiene un saldo deudor de USD \$735.⁰⁰, debido al crédito que otorga Compu Net para la cancelación de sus obligaciones, y un saldo acreedor de USD \$2,700.⁰⁰.

ACTIVIDADES TERCER MES: MARZO

Una vez que se conocen los nuevos resultados de las decisiones tomadas en febrero, la primera acción a realizar este mes será:

PASO N° 1

Investigación Clientes La Investigación a los Clientes, la cual nos brindará información acerca del comportamiento de los consumidores con respecto al producto, en relación al nuevo diseño, publicidad, precio, calidad, entre otros, y a su vez también ayudará a determinar los motivos por los cuales no se han obtenido ventas en el mes de febrero.

PASO N° 2

Marketing Directo ➔

El Marketing Directo involucra mandar material promocional a clientes potenciales.



En años recientes este método ha recibido mala fama, principalmente por la gran cantidad de "folletos basura" y "e-mail basura" que se mandan a diario. A pesar de esto, puede darle credibilidad a su marketing directo y sacar mucho beneficio y ahorros por este método.

Adicional a ello se realizará una nueva estrategia de Marketing Directo, la cual ayudará a llegar a la mente de futuros clientes potenciales.

IMAGEN N° 51

TÍTULO: VENTAS Y MARKETING, APLICACIÓN DE MARKETING DIRECTO

¿Cómo obtendrá los nombres de los prospectos?				
<input type="radio"/> En Casa Use recursos como el Internet, directorios, etc. Toma aproximadamente 5 minutos investigar cada pista.	<input type="radio"/> Comprar base de datos básica Cada prospecto le costará \$ 0.22. Usted obtendrá el nombre de la compañía y dirección + un contacto. La administración tomará 2 horas.	<input checked="" type="radio"/> Comprar base de datos detallada Cada prospecto costará \$ 0.38. Obtendrá: nombre de empresa, dirección, un contacto, número telefónico, tipo de compañía y contactos específicos. La administración tomará 2 horas.		
¿Cuántos prospectos contactará?				
Prospectos	<input type="text" value="20"/>			
¿Cómo producirá el material?				
<input checked="" type="radio"/> En Casa Aproximadamente 8 horas para prepararse. La escritura y habilidades de presentación, aumentará la eficacia de la pieza.	<input type="radio"/> Use un consultor Costos \$ 375 para producir el material. 1 Hora de administración será necesaria.			
¿Cuánto costará enviarlo?				
Le costará \$ 0.75 enviar cada correo. También tomará una hora de su tiempo más un minuto extra por correo.				
Costo Total\$	<input type="text" value="23"/>	Esfuerzo	<input type="text" value="11"/> hrs	<input type="button" value="Confirmar"/>

Fuente: Simulador Simventure
Elaborado por: Las tésistas

Para la ejecución de esta estrategia, se comprará una base de datos detallada que ayude a agilizar el proceso y se contactará con 20 prospectos.

IMAGEN N° 52

TÍTULO: BASE DE DATOS TERCERIZADORAS



Fuente: Simulador Simventure
Elaborado por: Las tesistas

Una vez que se cuenta con información de la investigación de los canales de venta, se continúa con el análisis de los distribuidores para determinar la mejor opción al momento de realizar un contrato, tomando en cuenta la fuerza de ventas, el tamaño de la empresa y los términos que se darán en relación al precio de los productos; una vez concluido el estudio, se selecciona a la empresa “Rad” para realizar la negociación, debido a que posee un gran porcentaje de comercialización a nivel regional y ofrece excelentes ventas de los productos de Compu Net.



IMAGEN N° 53

TÍTULO: OPERACIONES, NUEVO DISEÑO

Compu Net		Costo
Calidad	90%	\$ 210.00
Desempeño	75%	\$ 168.00
Características	90%	\$ 210.00
Estilo	90%	\$ 210.00
Total		\$ 798.00

Fuente: Simulador Simventure
Elaborado por: Las tesistas

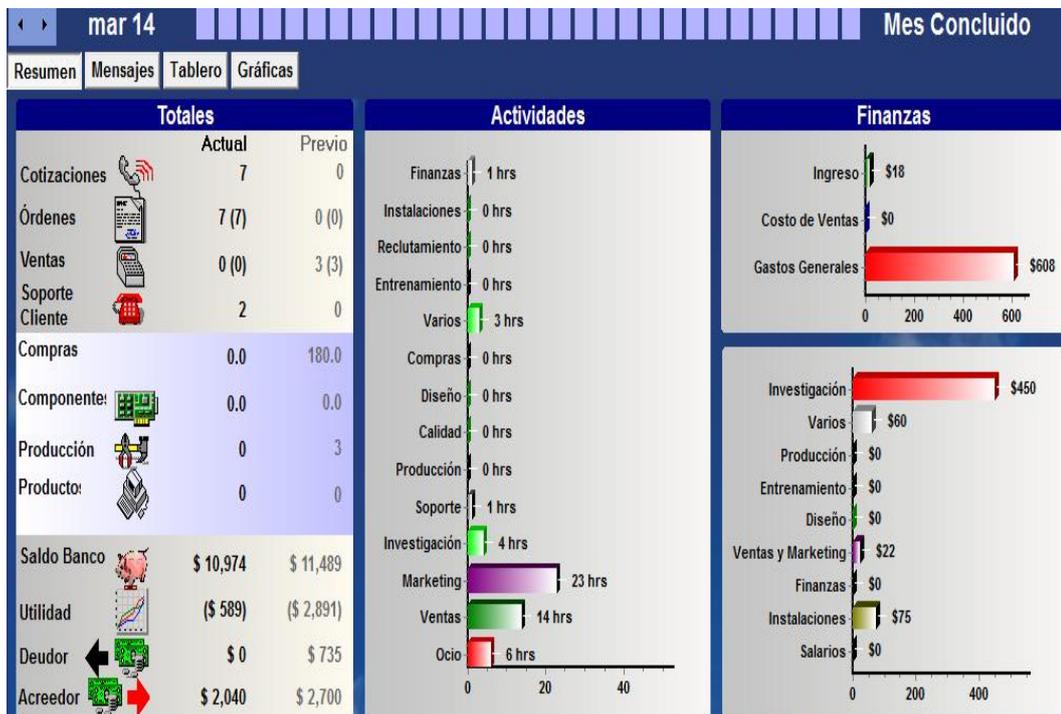
La última actividad para marzo es la selección del nuevo diseño para implementarlo en la producción, el cual presenta las características asignadas anteriormente, esperando que satisfagan las expectativas del mercado.

PASO N° 4

El “Reporte Final” de las actividades de marzo, arroja los siguientes resultados:

IMAGEN N° 54

TÍTULO: TERCER MES CONCLUIDO MARZO



Fuente: Simulador Simventure
Elaborado por: Las tesisas

Han realizado 7 cotizaciones, generando 7 pedidos, lo que significa que el producto está teniendo acogida, que la aplicación de marketing tuvo éxito y que además se redujo la pérdida del negocio.

Se ha dado contestación a 2 llamadas de soporte al cliente, las cuales permiten la solución de problemas y conocer acerca de las opiniones que tienen acerca del

producto (precio, calidad, características) conservando de esta manera la continuidad de consumo.

El saldo bancario con el que se cuenta para el mes de abril es de USD \$10,974.⁰⁰.

Al concluir el mes de marzo se puede observar que se ha disminuido el margen de pérdida de USD \$2,891.⁰⁰ a USD \$589.⁰⁰.

Se tiene un saldo acreedor de USD \$2,040.⁰⁰.

ACTIVIDADES CUARTO MES: ABRIL

El primer paso para este mes será legalizar un contrato mercantil, para cumplir los requerimientos legales.

PASO N° 1

IMAGEN N° 55

TÍTULO: ORGANIZACIÓN, LEGALIZACIÓN DE CONTRATO MERCANTIL



Fuente: Simulador Simventure
Elaborado por: Las tesisistas

Debido a que los pedidos actuales superan los USD \$4,500.⁰⁰, garantizando así el fiel cumplimiento de las dos partes que intervienen en proceso de comercialización.

PASO N° 2

Se continúa con el análisis del reporte de la Investigación de Clientes, para conocer la opinión de los actuales consumidores.

IMAGEN N° 56

TÍTULO: VENTAS Y MARKETING, REPORTE DE INVESTIGACIÓN DE CLIENTES



Fuente: Simulador Simventure
Elaborado por: Las tesisistas

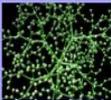
Como se puede observar, con respecto al precio, la mayoría de personas considera que es excelente, con lo que se refiere al estilo, características y calidad su opinión es aceptable, pero no satisface por completo sus expectativas, y finalmente se determina que su opinión acerca del desempeño del producto mantiene un equilibrio de opiniones entre aceptable y bien, denotando que tienen una VISIÓN favorable del producto que se oferta.

Además se puede conocer que las promociones realizadas están dando resultado, ya que se enteraron de la existencia del producto a través de la publicidad realizada y el marketing directo, pero se recomienda aplicar las demás opciones de difusión para obtener mayor reconocimiento.

PASO N° 3

Red de Negocios ▶

Asistir a seminarios y exposiciones, unirse a asociaciones comerciales, etc. Puede ayudarle a construir relaciones en la comunidad



Esto puede ser muy efectivo para promocionar su negocio. Recuerde que la gente que conocerá son todos clientes potenciales, y toma poco tiempo y esfuerzo platicarles de sus productos.

Por lo que se ha decidido invertir 3 horas mensuales para asistir a seminarios y exposiciones, lo que permitirá conocer nuevos clientes potenciales.

PASO N° 4

IMAGEN N° 57

TÍTULO: VENTAS Y MARKETING, SELECCIÓN DE RED DE NEGOCIOS

Rad

Gran proveedor regional ofreciendo excelentes ventas, pero deseando un precio muy competitivo y buenos términos.



Contrato establecido

Condiciones: 2 mes

Volumen Mínimo: 25 unid

Precio: \$ 1,067

Servicios Profesionales	50 %
Empresas PyMe TIC	30 %
Compañías Servicios	40 %
Autoempleados	30 %
Compañías Ingeniería	40 %
Corporaciones	30 %

Cancelar Contrato ▶

Fuente: Simulador Simventure
Elaborado por: Las testistas

Y para concluir con las actividades de abril, el último paso es aceptar el contrato con la empresa “Rad”, obteniendo como resultado un acuerdo de distribución por 2 meses, con un volumen de ventas de 25 unidades, a un precio de USD \$1,067.⁰⁰, obteniendo una ganancia de USD \$273.⁰⁰ por unidad.

PASO N° 5

El “Reporte Final” de las actividades de abril, arroja los siguientes resultados:

IMAGEN N° 58

TÍTULO: CUARTO MES CONCLUIDO ABRIL



Fuente: Simulador Simventure
Elaborado por: Las testistas

Han realizado 6 cotizaciones, las cuales generaron pedidos de 11 productos y además se cuenta con 25 órdenes adicionales, por el contrato realizado con el distribuidor “Rad”, obteniendo un total a vender de 36 unidades.

Se han concluido exitosamente las ventas generadas en marzo (7).

Se ha dado una contestación a 2 llamadas de soporte al cliente.

Se generaron compras de 532 componentes, para la producción de 7 computadoras.

El saldo bancario con el que se cuenta para el mes de mayo es de USD \$10,215.⁰⁰.

Al concluir el mes se puede observar que se ha generado una utilidad de USD \$886.⁰⁰, como resultado del incremento de las ventas.

Se tiene un saldo deudor de USD \$5,225.⁰⁰, y un saldo acreedor de USD \$5,619.⁰⁰.

ACTIVIDADES QUINTO MES: MAYO

Este mes se concentrará en la realizarán nuevas promociones de las computadoras que Compu Net comercializa.

PASO N° 1

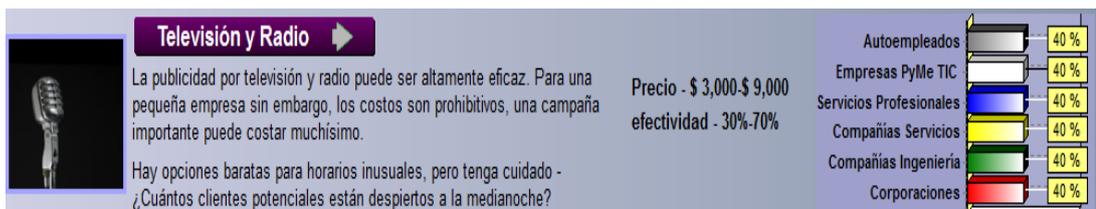
Investigación Clientes

Se aplica nuevamente una investigación a los clientes, para conocer si el producto y los anuncios continúa teniendo acogida entre los consumidores.

PASO N° 2

IMAGEN N° 59

TÍTULO: VENTAS Y MARKETING, PUBLICIDAD Y PROPAGANDA



Fuente: Simulador Simventure
Elaborado por: Las tesistas

Se decide reincorporar los anuncios en televisión y radio por 2 meses, para continuar con el proceso de reconocimiento y crecimiento empresarial, por los medios de mayor efectividad.

IMAGEN N° 60

TÍTULO: VENTAS Y MARKETING, CANAL DE TRANSMISIÓN

¿Qué medios usará para mostrar su anuncio?

TV, Radio Esto afectará al número de personas que ven su anuncio y al segmento de mercado del que provienen. **Seleccionar** ▶

¿Quién escribirá su anuncio?

Internamente
Tomará aproximadamente 8 horas escribir. El entrenamiento en las habilidades escritas y gráficas aumentará la eficacia de la pieza, así como la reducción del tiempo.

Consultor en Publicidad
Cuesta \$ 450 contratar al consultor. La habilidad de éste en la escritura y creación de gráficos hará un anuncio será más eficaz que uno escrito en casa (ja menos que haya un experto en su equipol). Para contratar pasará 2 horas organizando el trabajo.

¿Qué tamaño de anuncio puede pagar?

Pequeño Los anuncios más grandes son más eficaces, pero costarán más. Seleccione el tamaño que se adapte a su presupuesto.

Mediano

Grande

¿Con qué frecuencia se mostrará?

Número de meses a repetir Es más rentable comprar la repetición de los anuncios, ya que hay un costo menor en la presentación de la copia y la mayoría de los medios normalmente ofrecen un descuento. El mismo anuncio también es probable que sea más eficaz si los clientes están continuamente expuestos a él. Tenga en cuenta que los anuncios de directorio son para un año completo por lo que no pueden ser repetidos.

Costo Total\$ Esfuerzo Total horas **Confirmar Anuncio** ▶

Fuente: Simulador Simventure

Elaborado por: Las tesistas

Será realizada por el gerente, durará 2 meses, y tendrá un costo de USD \$6,000.⁰⁰.

PASO N° 3

IMAGEN N° 61

TÍTULO: VENTA Y MARKETING, SELECCIÓN DE VENTA PERSONAL

Venta Personal ▶



Aborde a los clientes potenciales directamente, ya sea por teléfono o en persona, para venderles su producto activamente.

La venta personal puede ser una manera muy eficaz de afianzar las ventas en ciertos mercados. Es importante sin embargo asegurarse de que cada venta haga que el costo y esfuerzo extra valgan la pena.

Fuente: Simulador Simventure

Elaborado por: Las tesistas

Además se recurrirá a la venta personal, la cual permitirá visitar o llamar a un determinado número de personas, con la finalidad de promocionar el producto de manera directa.

IMAGEN N° 62

TÍTULO: VENTAS Y MARKETING, COMPRA DE UNA BASE DE DATOS PARA LA VENTA PERSONAL

¿Cuánto tiempo desea gastar cada mes en la venta personal?

Ingrese el número de horas que esta dispuesto a gastar cada mes en la generación de clientes potenciales y hacer visitas de ventas. Cada visita que usted haga tomará 3 horas.

12 Horas

¿Cómo va a generar clientes potenciales para las visitas de ventas?

Use el directorio

Buscar los nombres de un directorio tomará poco tiempo, pero es poco probable encontrar el contacto correcto. Encontrar cada uno le tomará 5 minutos.

Compre una base de datos

Comprar una base de datos de prospectos le dará los datos de contacto y que mejorará sus posibilidades de organizar una visita. Cada una cuesta \$ 0.30 y toma 5 minutos.

Investíguelos usted mismo

Si sabe lo que está haciendo usted puede obtener la información que necesita usted mismo. Esto sin embargo, tomará tiempo, cada uno le tomará 15 minutos para investigar.

Fuente: Simulador Simventure

Elaborado por: Las testistas

Para cumplir esta actividad, se invertirán 12 horas al mes y se comprará una base de datos que ayude a facilitar el proceso.

PASO N° 4

El “Reporte Final” de las actividades del mes de mayo, arroja los siguientes resultados para el análisis:

IMAGEN N° 63

TÍTULO: QUINTO MES CONCLUIDO MAYO



Fuente: Simulador Simventure

Elaborado por: Las testistas

Han realizado 4 cotizaciones, generando 3 pedidos, lo que significa que se está perdiendo popularidad, y también se cuenta con las 25 órdenes del contrato con el distribuidor “Rad”, obteniendo un total a vender de 28 unidades.

Se ha dado contestación a 6 llamadas de soporte al cliente.

Se generaron compras de 2.736 componentes, para la producción de 36 computadoras.

El saldo bancario con el que se cuenta para el mes de junio es de USD \$18,237.⁰⁰.

Al concluir el mes se puede observar que se ha generado una utilidad de USD \$2,970.⁰⁰.

Se tiene un saldo deudor de USD \$28,765.⁰⁰, y un saldo acreedor de USD \$34,211.⁰⁰.

ACTIVIDADES SEXTO MES: JUNIO

Se ha incrementado el margen de ventas, motivo por el cual se sugiere revisar el estado en que se encuentran los recursos para verificar el adecuado funcionamiento del negocio.

PASO N° 1

IMAGEN N° 64

TÍTULO: ORGANIZACIÓN, COMPRA DE HERRAMIENTAS

¿Qué nivel de recursos tiene?		Propio			Rentado			Grado	
	Equipo de Oficina Invierta en su oficina y aumentará su productividad y eficiencia.	 0 x Premium	 0 x Estándar	 1 x Básico	 0 x Premium	 0 x Estándar	 0 x Básico	Promedio	 Compra/Renta
	Muebles de Oficina Haga que su oficina se vea bien para darles a los clientes la impresión correcta, esto le hace más feliz y lo motiva a trabajar.	 0 x Premium	 0 x Estándar	 1 x Básico	 0 x Premium	 0 x Estándar	 0 x Básico	Promedio	 Comprar/Renta
	Transporte Compre un coche para la empresa y se ahorrará tiempo de viaje importante y ya no dependerá del transporte público.	 0 x Premium	 0 x Estándar	 0 x Básico	 0 x Premium	 0 x Estándar	 0 x Básico	Terrible	 Compra/Renta
	Herramientas Proporcione a su personal de producción el equipo para crear productos de manera eficiente.	 1 x Premium	 0 x Estándar	 1 x Básico	 0 x Premium	 0 x Estándar	 0 x Básico	Excelente	 Compra/Renta

Fuente: Simulador Simventure
 Elaborado por: Las tesis

Como se puede observar las herramientas adquiridas continúan en excelente estado, mientras que los equipos y muebles de oficina tienen un grado de funcionamiento promedio, pero que aún ayudan a mantener la eficiencia del negocio y a la vez motiva al propietario a trabajar.

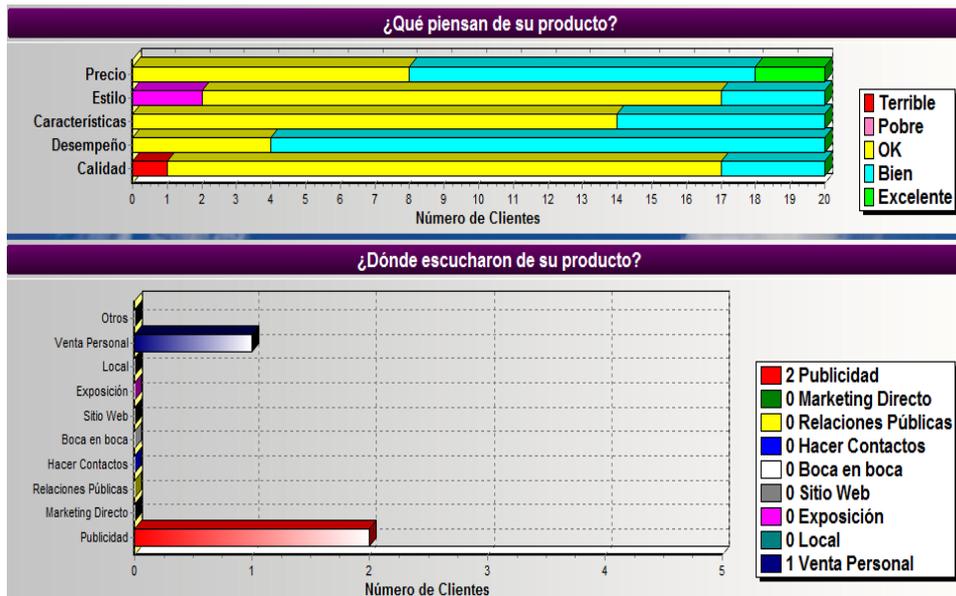
Con lo que respecta al transporte, en el mes de junio recién se detecta la necesidad de adquisición, por lo que se procede a la compra de un vehículo estándar por USD \$10,500.⁰⁰, para optimizar el tiempo de traslado de un lugar a otro en las visitas personales programadas y para la comercialización de los productos.

PASO N° 2

A continuación se realiza el análisis del reporte de la nueva Investigación de Clientes, para determinar las razones por las cuales se está perdiendo acogida.

IMAGEN N° 65

TÍTULO: VENTAS Y MARKETING, REPORTE DE INVESTIGACIÓN DE CLIENTES



Fuente: Simulador Simventure
Elaborado por: Las tesis

Como se observa, una vez que se han concluido los 3 meses del descuento, los consumidores en su mayoría demuestran conformidad con el precio establecido, al igual que el desempeño de las computadoras y con lo que respecta al estilo, características y calidad consideran que es aceptable, mostrando un pequeño grado de descontento.

El medio por el cual las personas están conociendo al producto es a través de la publicidad y de las ventas personales realizadas en el mes de mayo.

PASO N° 3

El “Reporte Final” de las actividades del mes de junio, arroja los siguientes resultados para el análisis:

IMAGEN N° 66

TÍTULO: SEXTO MES CONCLUIDO JUNIO



Fuente: Simulador Simventure
Elaborado por: Las tesistas

Han realizado 11 cotizaciones, generando 18 pedidos, denotando que se ha logrado nuevamente la captación de clientes, y además se cuenta con las 25 órdenes del distribuidor “Rad”, obteniendo un total a vender de 43 unidades.

Se ha dado contestación a 4 llamadas de soporte al cliente.

Se generaron compras de 2.128 componentes, para la producción de 28 computadoras.

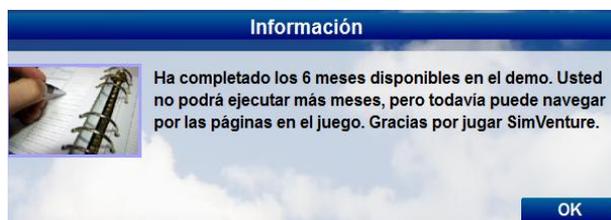
El saldo bancario con el que se cuenta para el mes de julio es de USD \$30,843.⁰⁰.

Al concluir el mes se puede observar que se ha generado una utilidad de USD \$7,513.⁰⁰.

Se tiene un saldo deudor de USD \$29,920.⁰⁰, y un saldo acreedor de USD \$50,959.⁰⁰.

IMAGEN N° 67

TÍTULO: FIN DE LA SIMULACIÓN EN SIMVENTURE



Fuente: Simulador Simventure

Elaborado por: Las tésistas

En el caso del demo del simulador “SimVenture”, se tiene la posibilidad de laborar solamente seis meses virtuales, al llegar al mes de junio se concluye con el proceso.

Para determinar si la empresa ha logrado el éxito o ha fracasado, se acude a los estados financieros en los cuales se puede observar detalladamente todos los datos económicos, de acuerdo a los movimientos realizados durante el ejercicio.

ETAPA N° 5

TÍTULO: ANÁLISIS DE RESULTADOS

Análisis de la información financiera arrojada en el presente caso práctico realizado en el simulador de Negocios SimVenture.

En el transcurso de los 6 meses se han obtenido los siguientes resultados:

TABLA N° 28

TÍTULO: CUADRO COMPARATIVO DE LAS ACTIVIDADES REALIZADAS EN EL PERIODO ENERO - JUNIO

Actividades	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Cotizaciones	3	0	7	6	4	11
Órdenes	3(3)	0(0)	7(7)	7(36)	4(28)	9(43)
Ventas	1(1)	3(3)	0(0)	7(7)	7(36)	4(28)
Soporte al Cliente	0	0	2	2	6	4
Compras	60	180	0	532	62736	2128
Componentes	0	0	0	0	0	0
Producción	1	3	0	7	36	28
Productos	0	0	0	0	0	0
Saldo Banco	13,135. ⁰⁰	11,489. ⁰⁰	10,974. ⁰⁰	10,215. ⁰⁰	18,234. ⁰⁰	30,843. ⁰⁰
Utilidad	(1,085. ⁰⁰)	(2,891. ⁰⁰)	(589. ⁰⁰)	886. ⁰⁰	2,970. ⁰⁰	7,513. ⁰⁰
Deudor	0. ⁰⁰	735. ⁰⁰	0. ⁰⁰	5,225. ⁰⁰	28,765. ⁰⁰	29,929. ⁰⁰
Acreedor	720. ⁰⁰	2,700. ⁰⁰	2,040. ⁰⁰	5,619. ⁰⁰	34,211. ⁰⁰	50,959. ⁰⁰

Fuente: Simulador Simventure

Elaborado por: Las tésistas

Al concluir el periodo de simulación, en este caso se puede observar que en las cotizaciones se obtuvo un incremento parcial, se empezó con 3 en enero, en febrero decayeron a 0 por el incremento de precio del producto, en marzo incrementaron a 7, en abril existieron 6, en mayo se redujeron a 4 por falta de publicidad y se concluyó con 11 llamadas en junio, lo cual generó un número significativo de solicitudes del producto.

Con lo que respecta a los pedidos realizados, se inició en enero con 3, en febrero no se registró ninguna orden por el aumento del precio en el producto, en marzo incrementó la cifra a 7, en abril hubo un importante crecimiento a 36 debido a la publicidad realizada, en mayo se redujo a 28 y finalmente en junio se realizaron 43 órdenes, de la misma manera, para dar cumplimiento a los pedidos generados, se realizó la compra de componentes, tomando en cuenta que se requiere de 60 unidades para la fabricación de 1 computadora; empezando en enero con 60, debido a la demanda la cifra fue incrementando, en febrero se adquirieron 180 equipos, marzo 0 por recesión de ventas, abril 532, mayo 72736, y se concluye con la compra de 2128 componentes para junio; con todo lo expuesto se puede determinar que todas las ventas generadas durante los meses que duró el proceso de simulación fueron concluidas con éxito en el mes correspondiente, sin dejar componentes o productos en bodega.

Con relación a la situación financiera del negocio, las actividades económicas se iniciaron con un Saldo Bancario de USD \$15,000.⁰⁰, pero en enero se disminuyó a USD \$13,135.⁰⁰, esto se debe a que se incurrieron en gastos para la constitución de la empresa, en febrero a USD \$11,489.⁰⁰ por la publicidad realizada, la investigación de distribuidores y el rediseño del producto, en marzo a USD \$10,974.⁰⁰ por la investigación de clientes, marketing directo y diseño del producto, en abril a USD\$10,215.⁰⁰ por la legalización del contrato mercantil y el pago de asistencia a seminarios y exposiciones, pero para mayo se obtiene un incremento a USD \$18,234.⁰⁰ resultados de las decisiones tomadas en los meses anteriores, y en junio se obtiene un saldo bancario de USD \$30,843.⁰⁰; referente a la utilidad se puede decir que: la empresa tuvo una pérdida en los 3 primeros meses de funcionamiento debido a que durante esos periodos se realizaron egresos por legalización del negocio, investigaciones, compra de componentes y publicidad; a continuación se detallan los valores que se obtuvieron: en enero USD (\$1,085.⁰⁰), en febrero USD (\$2,891.⁰⁰) y en marzo de USD (\$589.⁰⁰); en los 3 meses siguientes se logró obtener utilidad gracias a la aplicación de publicidad y la ayuda de los canales de venta, lo cual atrajo a nuevos clientes, permitiendo

incrementar el número de pedidos, generando ganancias: en abril de USD \$ 886.⁰⁰, en mayo de USD \$2,970.⁰⁰, y finalmente en junio USD \$7,513.⁰⁰.

El saldo deudor obtenido durante el proceso de simulación por los créditos otorgados a los clientes fueron los siguientes: en enero USD \$ 0.⁰⁰, febrero de USD \$735.⁰⁰, marzo de USD \$0.⁰⁰, abril de USD \$5,225.⁰⁰, mayo de USD \$28,765.⁰⁰, y en junio fue de USD \$29,929.⁰⁰; mientras que los saldos acreedores, es decir, nuestras deudas organizacionales fueron: en enero USD \$720.⁰⁰, febrero USD \$ 2,700.⁰⁰, marzo USD \$ 2,040.⁰⁰, abril USD \$5,619.⁰⁰, mayo USD \$ 34,211.⁰⁰ y en junio USD \$50,959.⁰⁰.

ANÁLISIS DE LOS ESTADOS FINANCIEROS

IMAGEN N° 68

TÍTULO: REPORTE DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

\$	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Total
Ingresos							
Ventas	735	2205	0	7315	38170	29975	78400
+ Otros Ingresos	25	19	18	16	27	52	157
Ingresos Totales	760	2224	18	7331	38197	30027	78557
- Costo de Ventas	660	1980	0	5559	28591	22308	59099
	89%	89%	N/A	76%	74%	74%	
Utilidad Bruta	100	244	18	1771	9606	7719	19459
Gasto General							
Salarios	0	0	0	0	0	0	0
Diseño	0	0	0	0	0	0	0
Capacitación	0	0	0	0	0	0	0
Renta	75	75	75	75	75	75	450
Investigación	900	0	450	0	450	0	1800
Ventas y Mercadotecni:	0	3000	22	225	6051	71	9370
Finanzas	0	0	0	0	0	0	0
Varios	210	60	60	585	60	60	1035
Total Gasto General	1185	3135	608	885	6636	206	12655
Utilidad	-1085	-2891	-589	886	2970	7513	6804
Acumulado	-1085	-3976	-4566	-3679	-709	6804	

Fuente: Simulador Simventure

Elaborado por: Las tesisas

Ingresos:

En ventas se obtuvo un total de USD \$78,400.⁰⁰, se generaron otros ingresos por USD \$157.⁰⁰, dando un total de USD \$78,557.⁰⁰, a los cuales se les resta el costo de ventas por USD \$59,099.⁰⁰, obteniendo una utilidad bruta de USD \$19,459.⁰⁰.

Egresos:

Creados por la renta del local USD \$450.⁰⁰, por investigación USD \$1,700.⁰⁰, por ventas y mercadotecnia USD \$9,370.⁰⁰ y por varios USD \$1,035.⁰⁰, dando un total de gastos generales por USD \$12,655.⁰⁰.

Utilidad:

De la diferencia de la utilidad bruta con el total de gastos generales (USD \$19,459.⁰⁰- USD \$12,655.⁰⁰) se obtiene una utilidad acumulada de USD \$6,804.⁰⁰, lo que significa que el negocio ha logrado una ganancia significativa hasta el mes de junio.

✓ **Análisis evolutivo/horizontal**

Fórmula: $((\text{mes 2} - \text{mes 1}) / \text{mes 1}) * 100$

TABLA N° 29

TÍTULO: VENTAS

	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6
Ventas	735	2205	0	7315	38170	29975
Incremento monetario	-	1470	(2205)	5110	33060	(8195)
Incremento porcentual	-	200%	(100%)	132%	421%	(21%)

Fuente: Simulador Simventure

Elaborado por: Las tesistas

Como se puede denotar, las ventas tienen fluctuaciones constantes, mostrando inestabilidad de los pedidos, lo cual no es recomendable, porque el futuro de la organización es incierto.

TABLA N° 30

TÍTULO: UTILIDAD

	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6
Utilidad	(1085)	(3976)	(4556)	(3679)	(709)	6804
Incremento monetario	-	(2891)	(580)	(877)	(2970)	6095
Incremento porcentual	-	(266%)	(15%)	(19%)	(81%)	860%

Fuente: Simulador Simventure

Elaborado por: Las tésistas

Con respecto a la utilidad, los primeros 5 meses se obtiene pérdida en el negocio, la cual se va disminuyendo mes a mes desde marzo, logrando una ganancia significativa en el mes de junio, demostrando que la toma de decisiones están mejorando.

✓ **Análisis evolutivo/vertical**

Indicadores de rentabilidad:

Margen bruto o comercial

Fórmula: $(1 - (\text{costo de ventas} / \text{ventas})) * 100$

$$(1 - (59099 / 78400)) * 100 = 25\%$$

Con lo que corresponde al margen comercial existe un porcentaje positivo del 25% de retorno de las inversiones realizadas por cada producto vendido.

Rentabilidad patrimonial

Fórmula: $(\text{utilidad económica} / \text{patrimonio}) * 100$

$$(6804 / 22629,12) * 100 = 30\%$$

La rentabilidad patrimonial actual es del 30%, lo que significa que la empresa está logrando un considerable margen de ganancias para su inversionista.

IMAGEN N° 69

TÍTULO: REPORTE DE FLUJO DE EFECTIVO

\$	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Total
Ingreso							
Saldo Inicial	15000	0	0	0	0	0	0
Ventas	735	1470	735	2090	14630	28820	48480
+ Otros Ingresos	25	19	18	16	27	52	157
Ingresos Totales	15760	1489	753	2106	14657	28872	63637
Costos							
Material	0	0	660	1980	0	5559	8199
Producción	0	0	0	0	0	0	0
Salarios	0	0	0	0	0	0	0
Diseño	0	0	0	0	0	0	0
Capacitación	0	0	0	0	0	0	0
Renta	75	75	75	75	75	75	450
Investigación	900	0	450	0	450	0	1800
Ventas y Mercadotec	0	3000	22	225	6051	71	9370
Finanzas	0	0	0	0	0	0	0
Varios	1650	60	60	585	60	10560	12975
Costo Total	2625	3135	1268	2865	6636	16266	32794
Flujo de Efectivo	13135	-1646	-514	-759	8022	12607	30843
Acumulado	13135	11489	10974	10215	18237	30843	

Fuente: Simulador Simventure

Elaborado por: Las testistas

Ingresos:

Se cuenta con un saldo inicial de \$15,000.00, al cual se agrega las ventas por \$48,480.00 y otros ingresos por \$137.00, obteniendo ingresos totales por un valor de \$63,637.00.

Egresos:

Originados por costos de materiales USD \$8,199.⁰⁰, por la renta del local USD \$450.⁰⁰, por investigación USD \$1,800.⁰⁰, por ventas y mercadotecnia USD

\$9,370.⁰⁰ y por varios USD \$12,975.⁰⁰, generando un costo total de USD \$32,794.⁰⁰.

Flujo de Efectivo

De la diferencia de los ingresos totales con el costo total (USD \$63,637.⁰⁰- USD \$32,794.⁰⁰), se consigue un flujo de efectivo acumulado de USD \$30,843.⁰⁰ para el mes de junio, lo que significa que el saldo bancario se ha duplicado.

IMAGEN N° 70

TÍTULO: BALANCE GENERAL

Activos Fijos		\$ 12,825.00
Activos Circulantes		
Inventario	\$ 0.00	
Deudor	\$ 29,920.00	
Efectivo	\$ 30,843.32	
		\$ 60,763.32
Pasivo Circulante		
Acreeador		\$ 50,959.20
Activos Circulantes Netos		\$ 9,804.12
Pasivo a Largo Plazo		
Préstamos a Largo Plazo		\$ 0.00
Activos Netos		\$ 22,629.12

Shareholder Equity		\$ 22,629.12

Fuente: Simulador Simventure

Elaborado por: Las tesistas

En activos fijos Compu Net posee USD \$12,825.⁰⁰, en activo circulante USD \$60,763.³² (por la adición del saldo deudor de USD \$29,920.⁰⁰ con el efectivo de USD \$30,843.³²), a esta cifra se le debita USD \$50,959.²⁰ del saldo acreedor (pasivo circulante), dando como resultado los activos circulantes netos por un total de USD \$9,804.¹², valor al cual se le suman los activos fijos para obtener el Patrimonio, generando un total de USD \$22,629.¹².

✓ Análisis evolutivo/vertical

Indicadores de liquidez:

Liquidez corriente

Fórmula: activo corriente / pasivo corriente

$$60763,32 / 50959,20 = 1,19 \text{ veces}$$

Se demuestra que la empresa Compu Net cuenta con la liquidez necesaria para cancelar sus obligaciones a corto plazo, 1,19 veces por cada dólar.

Capital de trabajo

Fórmula: activo corriente - pasivo corriente

$$60763,32 - 50959,20 = 9804,12$$

Al final del primer semestre cuenta con un capital de \$9804,12 a favor de la empresa.

Indicadores de endeudamiento:

Fórmula: pasivo / patrimonio * 100

$$((50959,20 / 22629,12) * 100) = 225\%$$

Compu Net todavía no cuenta con un alto porcentaje de patrimonio, motivo por el cual el endeudamiento actual es del 225% para cumplir sus compromisos con terceros.

Finalmente luego de haber analizado los estados financieros con sus respectivos índices, se puede denotar que la empresa Compu Net en su primer semestre de funcionamiento posee liquidez suficiente para solventar sus deudas a corto plazo y cuenta con capital de trabajo a su favor lo cual le permite realizar sus actividades

con normalidad y con dinero propio; su capacidad de endeudamiento todavía es muy alta, por lo cual no es recomendable acudir a fuentes de financiamiento externo, y por último con lo que corresponde a las ventas se puede decir que su margen comercial es bueno porque está logrando conseguir una recuperación del 25% de inversión por los productos vendidos, infiriendo directamente en la rentabilidad patrimonial que posee el 30% de retorno del capital.

MEDIDAS DE MEJORA

- ✓ Realizar oportunamente la investigación de mercado y a los clientes.
- ✓ Si se observa que el esfuerzo del propietario es demasiado, equilibrarlo con el tiempo que está laborando, para que no exista tiempo de ocio.
- ✓ Realizar propagandas oportunas que impacten al segmento meta.
- ✓ Realizar el diseño del producto acorde a los requerimientos de los clientes.
- ✓ Tratar de que se genere utilidad mensualmente.
- ✓ Proponer precios asequibles para los consumidores.
- ✓ Controlar que el volumen de ventas se mantenga o incremente con el transcurso de los meses.
- ✓ Realizar gastos prudentes, necesarios y que retornen el capital invertido.

En conclusión conociendo el manejo adecuado del simulador, tomando en cuenta algunos tips de los pasos que se deben aplicar, realizando un correcto análisis de los datos que nos proporciona, tomando una adecuada decisión en cada caso presentado y realizando una correcta Gestión Administrativa, se puede lograr que una empresa consiga el éxito, no solamente en un juego virtual, esto también es aplicable en el mundo empresarial en el que nos desenvolvemos; a través de este juego se puede ganar experiencia en las cuatro áreas que el simulador aplica y son las más importantes dentro de una organización, todo es cuestión de saber absorber la mayor información posible y resolver de la mejor manera cada problema que se presente en el transcurso de la emulación para obtener provecho de este tipo de herramientas que tenemos en la actualidad.

RECOMENDACIONES PARA EL JUEGO

Este simulador se juega mes a mes y su versión demo tiene un total de 6 meses para desarrollar su empresa, usted cuenta con tanto tiempo como necesite para tomar sus decisiones, éstas se ejecutarán una vez que "corra el Mes", a continuación se presentan las siguientes recomendaciones para conseguir el éxito en SimVenture:

- ✓ Si es principiante, se recomienda activar el asesor que el simulador brinda como ayuda, el cual brindará consejos en el transcurso de toda la emulación.
- ✓ Existe la opción de "consejos" en varias de las ventanas que presenta SimVenture, leer atentamente el enunciado y tomarlo en cuenta para la toma de decisiones.
- ✓ Si no se tiene conocimientos de alguna terminología, el simulador también cuenta con un amplio glosario el cual define términos de negocios utilizados en el proceso.
- ✓ Para poder establecer un precio equilibrado que cumpla con las expectativas de los consumidores y no provoque la disminución del margen de ganancias se recomienda utilizar la calculadora interna.
- ✓ Para conocer la situación del negocio todo el momento de la simulación se recomienda observar constantemente la barra de estado, la cual provee información vital y actualizada del proceso.

Finalmente se puede sugerir que todas las acciones que se vayan a realizar no sean al azar, se debe analizar toda la información que el sistema nos brinda, ya que cuenta con un método automático que procesa todos los registros que se realizan, evitando con ello las acciones imprevistas, y ayudando a la selección de la mejor alternativa en cada caso.

¡SUERTE!

CONCLUSIONES

- ✓ Luego de haber realizado la investigación de las categorías fundamentales se puede determinar que la información obtenida fue muy útil para la estructuración del marco teórico, permitiéndonos profundizar los temas planteados, los cuales son necesarios conocer a profundidad para el uso adecuado del simulador de negocios SimVenture.
- ✓ Después de aplicar las encuestas a los estudiantes y docentes de la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Técnica de Cotopaxi se determinó que existe la necesidad de implementar un nuevo método de enseñanza-aprendizaje que permita fusionar la teoría con la práctica, logrando la aceptación de la implementación de un simulador de negocios como nueva técnica del proceso educativo.
- ✓ La interacción con un simulador de negocios permite a los usuarios adentrarse en un mundo virtual que refleja la realidad de una organización, permitiendo la manipulación de las cuatro áreas que opera (organización, finanzas, operación, ventas y marketing), logrando el desarrollo de conocimientos e incrementando su nivel investigativo.
- ✓ Con la ejecución del caso práctico en el simulador de negocios SimVenture se logró conocer los procesos internos que una organización realiza día tras día, la interrelación que existe entre cada departamento para que cada decisión a ejecutar tenga un efecto positivo en la empresa.
- ✓ Se determina que tanto la investigación de mercado como la investigación de la competencia son factores determinantes a la hora conocer y dirigirse al mercado meta.
- ✓ A través de la manipulación del simulador se concluye que una organización que cumple con los estatutos legales, es una empresa

confiable tanto para los proveedores como los clientes y conlleva a tener considerables negociaciones en favor de la misma.

- ✓ La ejecución de la publicidad y propaganda no es una tarea sencilla, se debe saber en qué medios ejecutarlos, el horario de publicación, los recursos económicos con los que cuenta la empresa y conocer muy bien al público al cual se quiere llegar.

RECOMENDACIONES

- ✓ Se recomienda informarse de antemano de los argumentos que se van a tratar en el presente trabajo investigativo para que su pueda asimilar la mayor parte de conocimientos necesarios para interpretar el tema propuesto.
- ✓ Innovar los métodos de enseñanza-aprendizaje que se están utilizando en la Universidad, con la finalidad de que los alumnos y docentes puedan interactuar juntos y aprender dentro de un proceso nuevo y novedoso al gestionar una empresa virtual.
- ✓ Todos los usuarios de un simulador de negocios deben estar conscientes de que un proceso emulativo no es capaz de replicar de manera exacta la realidad, tomarlo muy en cuenta al momento de quererlo aplicar en la vida real, SimVenture ayuda a desarrollar destrezas e incrementar conocimientos, pero es un simulador.
- ✓ Para que cada decisión que se tome sea exitosa se debe conocer la funcionalidad de las cuatro áreas operativas de la organización, de lo contrario no se puede realizar un proceso adecuado de gestión empresarial.
- ✓ Si no realiza con anterioridad un estudio cauteloso del mercado en el cual se está ingresando y de su competencia, va a ser difícil que una empresa pueda mantenerse y surgir con el paso del tiempo.
- ✓ Lo más recomendable al momento de empezar con el funcionamiento de una organización es establecerla legalmente, para que no se presenten problemas posteriores y a su vez cumplir con los estamentos legales impuestos a nivel nacional de cada país.

- ✓ Se recomienda que la publicidad y propaganda que se realice para dar a conocer a su negocio sea llamativa y esté correctamente segmentada, para que pueda lograr el impacto esperado y no sea un desperdicio de recursos valiosos para una empresa que recién empieza sus actividades.

REFERENCIAS BIBLOGRÁFICAS

Citada

Adalberto, RIOS SZALAY y Andrés, PANIAGUA ADUANA. s.l. : Trillas .

ARIAS TINAJERO, Roberto Carlos. 1880. La culpa es de la vaca. Latacunga : Santillana, 1880.

ÁVILA Font, Ernesto. 2003. Etic@net. *Etic@net*. [En línea] Publicación en línea, Julio de 2003. [Citado el: 22 de Abril de 2014.]
http://www.ugr.es/~sevimeco/revistaeticanet/Numero1/Articulos/Las_TIC_como_herramienta.pdf.

Blogspot. [En línea] [Citado el: 2013 de Abril de 26.]
<http://dicajf.blogspot.com/p/habilidades-basicas.html>.

2012. Businessglobal. [En línea] 2012. [Citado el: 01 de 06 de 2013.]
<http://www.businessglobal.es/tutorialsimulador.html>.

CASTELLS, Manuel. 2000. La integración de las nuevas tecnologías en los centros. 2000.

2007-2013. Definición abc. [En línea] 2007-2013. [Citado el: 23 de 04 de 2013.]
<http://www.definicionabc.com/economia/gestion-empresarial.php>.

FERNÁNDEZ MARTOS, Susana. 2005. Técnicas de negociación. s.l. : Ideaspropias, 2005.

—. **2005.** Técnicas de Negociación. s.l. : Ideaspropias, 2005.

FÓRES MIRAVALLS, Anna y LIGIOIZ VÁZQUEZ, Marta. 2011. Descubrir la neurodidáctica. s.l. : UOC, 2011.

GRANDE Esteban, Ildfonso y ABASCAL Fernández, Elena. 2009. *Fundamentos y técnicas de investigación comercial*. s.l. : ESIC. EDITORIAL, 2009.

HITT, BLACK y PORTER. 2006. Administración. *Administración*. México : Pearson Educación, 2006.

LOSADA PEREZ, Fernando, y otros. 2003. Gestión Científica Empresarial. s.l. : Netbiblo, S.I.,A Coruña, 2003.

MALHOTRA, Naresh K., DÁVILA MARTÍNEZ, José Francisco Javier y TREVIÑO ROSALES, Magda Elizabeth. 2004. Investigación de Mercados. 2004.

Marketingdirecto. [En línea]

<http://www.marketingdirecto.com/actualidad/tendencias/las-10-reglas-de-oro-de-la-negociacion-empresarial/>.

MERINO SANZ, María Jesús, y otros. 2011. Introducción a la investigación de mercados. s.l. : ESIC, 2011.

Monografías.com. [En línea] [Citado el: 02 de Mayo de 2013.]

<https://www.monografias.com/trabajos23/nuevas-tecnologias/nuevas-tecnologias/.shtml#conoce>.

monografias.com. monografias.com. *monografias.com*. [En línea] [Citado el: 13 de 02 de 2013.] <http://www.monografias.com/trabajos38/investigacion-cualitativa/investigacion-cualitativa.shtml>.

MUÑOZ RAZO, Carlos Autor. 1998. Cómo elaborar y asesorar una investigación de tesis. s.l. : Pearson Educación, 1998.

NOGALES, Ángel Fernández. *INVESTIGACIÓN Y TÉCNICAS DE MERCADO*. s.l. : ESIC EDITORIAL. pág. 154.

Recursosees. [En línea] [Citado el: 22 de Abril de 2013.]

<http://www.recursosees.uji.es/fichas/fc10.pdf>.

ROBBINS, Stephen P y COULTER, Mary. 2005. *Administración*. México : Pearson Educación, 2005. ISBN:970-26-05555-5.

ROBBINS, Stephen P. y COULTER, Mary. 2005. *Administración*. México : PEARSON EDUCACIÓN, 2005.

ROMERO RODRÍGUEZ, Leticia del C. Metodología de la investigación en Ciencias Sociales. MÉXICO : s.n.

Scribd. [En línea] [Citado el: 26 de Abril de 2013.]

<http://es.scribd.com/doc/63749766/SimVenture-Desarrollo-de-Competencias>.

Simulation Systems Colombia. [En línea] [Citado el: 26 de Abril de 2013.]

<http://simulationsystemscolombia.com/viewsimulator.php?simId=9&limit=1&limitstart=0>.

Slideshare. 2011. Slideshare. *Slideshare*. [En línea] 12 de Agosto de 2011. [Citado el: 24 de Abril de 2013.] <file:///F:/Gestion%20administrativa.htm#>.

STONER, James A. F., FREEMAN, R. Edwar y GILBERT JR., Daniel R.

—. **1996.** ADMINISTRACION. Sexta Edición. México : Pearson Educación, 1996.

TERRY, George R. y FRANKLIN, Stephen G. 1986. La administración en desarrollo. México : s.n., 1986.

THOMPSON J.R. , Arthur A, STRICKLAND III, A.J y GAMBLE, John E. Administracion Estrategica. *Teoria y Casos.* s.l. : Décima Quinta Edición.

THOMPSON JR, Arthur A y STRICKLAND III, A J. s.l. : Edición especial en español.

VARGAS SABADÍAS, Antonio. 1995. Estadística Descriptiva e Inferencial. 1995.

2010. Vitutor. [En línea] 2010. [Citado el: 18 de 07 de 2013.]
http://www.vitutor.com/estadistica/descriptiva/a_1.html.

Wikipedia. *Wikipedia.* [En línea] [Citado el: 26 de Abril de 2013.]
http://es.wikipedia.org/wiki/Tecnolog%C3%ADas_de_la_informaci%C3%B3n_y_la_comunicaci%C3%B3n.

Wikipedia. 2010. Maralboran. [En línea] 7 de Mayo de 2010. [Citado el: 9 de Febrero de 2013.]
http://maralboran.org/wikipedia/index.php/Poblaci%C3%B3n_y_muestra._Muestreo.

Consultada

- ✓ CASTELLS, Manuel. La integración de las nuevas tecnologías en los centros. 2000.
- ✓ FERNÁNDEZ MARTOS, Susana. Técnicas de negociación. s.l. : Ideaspropias, 2005.
- ✓ ARIAS TINAJERO, Roberto Carlos. La culpa es de la vaca. Latacunga : Santillana, 1880.}
- ✓ VARGAS SABADÍAS, Antonio. Estadística Descriptiva e Inferencial. 1995.
- ✓ ROBBINS, Stephen P. y COULTER, Mary. Administración. México : PEARSON EDUCACIÓN, 2005.
- ✓ TERRY, George R. y FRANKLIN, Stephen G. La administración en desarrollo. México : s.n., 1986.

- ✓ ROMERO RODRÍGUEZ, Leticia del C. Metodología de la investigación en Ciencias Sociales. MÉXICO : s.n.

Internet

- ✓ Slideshare. Slideshare. *Slideshare*. [En línea] 12 de Agosto de 2011. [Citado el: 24 de Abril de 2013.] <file:///F:/Gestion%20administrativa.htm#>.
- ✓ Wikipedia. *Wikipedia*. [En línea] [Citado el: 26 de Abril de 2013.] http://es.wikipedia.org/wiki/Tecnolog%C3%ADas_de_la_informaci%C3%B3n_y_la_comunicaci%C3%B3n.
- ✓ Marketingdirecto. [En línea] <http://www.marketingdirecto.com/actualidad/tendencias/las-10-reglas-de-oro-de-la-negociacion-empresarial/>.
- ✓ monografias.com. monografias.com. *monografias.com*. [En línea] [Citado el: 13 de 02 de 2013.] <http://www.monografias.com/trabajos38/investigacion-cualitativa/investigacion-cualitativa.shtml>.
- ✓ Wikipedia. Maralboran. [En línea] 7 de Mayo de 2010. [Citado el: 9 de Febrero de 2013.] http://maralboran.org/wikipedia/index.php/Poblaci%C3%B3n_y_muestra._Muestreo.
- ✓ Vitutor. [En línea] 2010. [Citado el: 18 de 07 de 2013.] http://www.vitutor.com/estadistica/descriptiva/a_1.html.
- ✓ Businessglobal. [En línea] 2012. [Citado el: 01 de 06 de 2013.] <http://www.businessglobal.es/tutorialsimulador.html>.
- ✓ Definición abc. [En línea] 2007-2013. [Citado el: 23 de 04 de 2013.] <http://www.definicionabc.com/economia/gestion-empresarial.php>.
- ✓ Monografías.com. [En línea] [Citado el: 02 de Mayo de 2013.] <https://www.monografias.com/trabajos23/nuevas-tecnologias/nuevas-tecnologias/.shtml#conoce>.
- ✓ Simulation Systems Colombia. [En línea] [Citado el: 26 de Abril de 2013.] <http://simulationsystemscolombia.com/viewsimulator.php?simId=9&limit=1&limitstart=0>.

- ✓ Scribd. [En línea] [Citado el: 26 de Abril de 2013.]
<http://es.scribd.com/doc/63749766/SimVenture-Desarrollo-de-Competencias>.
- ✓ Blogspot. [En línea] [Citado el: 2013 de Abril de 26.]
<http://dicajf.blogspot.com/p/habilidades-basicas.html>.
- ✓ Recursoseees. [En línea] [Citado el: 22 de Abril de 2013.]
<http://www.recursoseees.uji.es/fichas/fc10.pdf>.

ANEXOS

ANEXO N° 1

Encuesta dirigida a los estudiantes de la carrera de Ingeniería Comercial de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas de la Universidad Técnica de Cotopaxi, periodo académico Marzo-Agosto 2013.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas

Lea con cuidado cada pregunta antes de responder. En este cuestionario no tienes que poner tu nombre. Te agradecemos de ante mano tu participación y franqueza al decirnos honestamente lo que piensas en relación al tema.

Marque con una X la respuesta de su preferencia.

TEMA: Simulador de negocios Sigma, para mejorar el rendimiento empresarial

1.- ¿Como estudiante cree Ud. que tiene la capacidad de realizar un proceso administrativo?

- a) Si
- b) No

2.- ¿Qué factor considera más importante al momento de realizar un acuerdo comercial?

Fluctuaciones del mercado

Oferta y demanda

Situación económica de la empresa

3.- ¿Conoce usted qué es un simulador?

- a) Si
- b) No

4.- ¿Le gustaría gestionar una empresa en un juego virtual?

- a) Si
- b) No

5.- ¿Considera importante dentro de una organización la negociación empresarial?

- a) Si
- b) No

6.- ¿Cree que con un simulador de negocios podrá poner a prueba sus conocimientos?

- a) Si
- b) No

7.- ¿Tiene conocimiento de los tipos de estrategias que se puede aplicar en una negociación?

- a) Si
- b) No

8.- ¿Considera que el uso de estrategias probadas en un simulador incrementa su nivel de competitividad?

- a) Si
- b) No

9.- ¿Está al tanto de las técnicas empresariales que pueden hacer a una empresa más competitiva?

- a) Si
- b) No

¿Cuál?.....

10.- ¿Considera Ud. que el crecimiento en las ventas ayuda a incrementar la rentabilidad de una empresa?

- a) Si
- b) No

11.- ¿Qué tan importante considera Ud. la satisfacción al cliente?

- a) Muy importante
- b) No tiene importancia

12.- ¿Está de acuerdo que el uso de simuladores empresariales pueden hacer a una organización más competitiva?

- a) Si
- b) No

13.- ¿Los escenarios virtuales ayudan a entender el proceso de Gestión Empresarial?

- a) Si
- b) No

14.- ¿Está de acuerdo que el uso de simuladores empresariales pueden hacer a una organización más competitiva?

- a) Si
- b) No

15.-¿Se podrían realizar tratados comerciales a través de simuladores de negocios?

- a) Si
- b) No

ANEXO N° 2

Encuesta dirigida a los docentes Ingenieros Comerciales de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas de la Universidad Técnica de Cotopaxi, periodo académico Marzo-Agosto 2013.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS

TEMA: Simulador de negocios Sigma, para mejorar el rendimiento empresarial
Lea con cuidado cada pregunta antes de responder. Le agradecemos de antemano su participación y franqueza al decirnos lo que piensa en relación al tema.

Marque con una X la respuesta de su preferencia.

1.- ¿Las clases impartidas por usted son?

Teóricas
Prácticas
Ambas

2.- ¿Considera usted que las clases impartidas son entendibles por los estudiantes?

a) Si
b) No

3.- ¿Considera necesaria la aplicación de nuevas técnicas al momento de mejorar el rendimiento empresarial?

c) Si
d) No

4.- ¿Su docencia la imparte en?

El aula
Un laboratorio
Ambas

5.- ¿Conoce usted qué es un simulador?

- c) Si
- d) No

6.- ¿Está al tanto de la variabilidad de simuladores que existen en el mercado?

- a) Si
- b) No

7.- ¿Ha tenido la oportunidad de participar en un simulador de negocios?

- a) Si
- b) No

8.- ¿Conoce usted cuáles son las áreas que manejan los simuladores de negocios?

- a) Si
- b) No

9.- ¿Está de acuerdo con que la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Técnica de Cotopaxi maneje simuladores de negocios como método de enseñanza-aprendizaje?

- a) Si
- b) No

10.- ¿Cree que el uso de simuladores de negocios dentro de la Universidad mejorará el nivel de conocimientos académicos de los alumnos?

- a) Si
- b) No

11.- ¿En qué ciclo considera necesario que se empiece a manejar un simulador de negocios?

De Primero a Segundo
De Tercero a Quinto
De Sexto a Octavo

12.- ¿La implementación de estas nuevas técnicas de enseñanza-aprendizaje mejorarán el desenvolvimiento de los estudiantes fuera de la Institución Académica?

- a) Si
- b) No

13.- ¿Le gustaría gestionar una empresa en un juego virtual, conjuntamente con los estudiantes?

- a) Si
- b) No

14.- ¿Cree usted que con el uso de un simulador su clase sería más interactiva.

- a) Si
- b) No

15.- ¿Los escenarios virtuales ayudan a entender el proceso de Gestión Empresarial?

- a) Si
- b) No

ANEXO N° 3

Cuestionario dirigido a los estudiantes de la carrera de Ingeniería Comercial de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas de la Universidad Técnica de Cotopaxi, periodo académico Marzo-Agosto 2013.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS

CARRERA: INGENIERÍA COMERCIAL

TEMA: Negociación Empresarial, una visión a partir del Simulador de Negocios SimVenture.

OBJETIVO: El objetivo de esta encuesta es recolectar información relativa a la utilización de Simuladores de Negocios.

Lea con cuidado cada pregunta antes de responder. En este cuestionario no tiene que poner su nombre. Le agradecemos de ante mano su participación y franqueza al decirnos lo que piensa en relación al tema, ya que sus respuestas contribuirán en el desarrollo de nuestra investigación.

Marque con una X la respuesta de su preferencia, solo puede seleccionar una opción.

1.- ¿Considera importante dentro de una organización la negociación empresarial?

Si

No

2.- ¿Qué factor considera más importante al momento de realizar un acuerdo comercial?

Fluctuaciones del mercado

Oferta y demanda

Situación económica de la empresa

3.- Su enfoque al realizar un contrato es:

Mantener sus clientes potenciales

Buscar nuevas alternativas para la negociación

4.- ¿Le gustaría gestionar una empresa en un juego virtual?

Si No

5.- ¿Cree que con un simulador de negocios podrá poner a prueba sus conocimientos?

Si No

6.- ¿Está de acuerdo que el uso de simuladores empresariales pueden hacer a una organización más competitiva?

Si No

7.- ¿Considera que el uso de estrategias probadas en un simulador incrementa su nivel de competitividad?

Si No

8.- ¿Los escenarios virtuales ayudan a entender el proceso de Gestión Empresarial?

Si No

9.- ¿Un simulador de negocios le ayuda a perfeccionar la toma de decisiones?

Si No

10.- ¿A través de un simulador de negocios puedo crear escenarios para mejorar el sistema de producción de la organización?

Si No

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

ANEXO N° 4

Cuestionario dirigido a los docentes Ingenieros Comerciales de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas de la Universidad Técnica de Cotopaxi, periodo académico Marzo-Agosto 2013.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS

CARRERA: INGENIERÍA COMERCIAL

TEMA: Negociación Empresarial, una visión a partir del Simulador de Negocios SimVenture.

OBJETIVO: Obtener información sobre los conocimientos que poseen los docentes en relación al manejo de Simuladores de Negocios.

Lea con cuidado cada pregunta antes de responder. Le agradecemos de antemano su participación y franqueza al decirnos lo que piensa en relación al tema.

Marque con una X la respuesta de su preferencia.

1.- ¿Considera importante dentro de una organización el área comercial?

Si No

2.- ¿Las clases impartidas por usted son?

Teóricas

Prácticas

Ambas

3.- ¿Conoce usted qué es un simulador?

Si No

4.- ¿Ha tenido la oportunidad de participar en un simulador de negocios?

Si No

5.- ¿Conoce usted cuáles son las áreas que aplican los simuladores de negocios?

Si

No

6.- ¿Le gustaría gestionar una empresa en un juego virtual, conjuntamente con los estudiantes?

Si

No

7.- ¿En qué ciclo considera necesario que se empiece a manejar un simulador de negocios?

De Primero a Segundo

De Tercero a Quinto

De Sexto a Octavo

8.- ¿Conoce usted la variabilidad de simuladores que abarca el mercado?

Si

No

9.- ¿Cree que el uso de simuladores de negocios dentro de la Universidad mejorará el nivel de conocimientos académicos de los alumnos?

Si

No

10.- ¿Los escenarios virtuales ayudan a entender el proceso de Gestión Empresarial?

Si

No

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

ANEXO N° 5

Ficha de Observación Científica

Tema: “Negociación Empresarial, una visión a partir del simulador de negocios SimVenture”

Subtema: Conocimientos de los simuladores de negocios

Lugar: Universidad Técnica de Cotopaxi

Fuente: Guanotuña Umajinga Wilson Xavier, alumno de séptimo ciclo paralelo “C” de la carrera de Ingeniería Comercial, periodo académico Marzo-Agosto del 2013.

Fecha: 22 de febrero del 2013.

El Sr. Guanotuña Umajinga Wilson Xavier es alumno de la universidad, el cual vive la realidad de la educación en la institución día tras día, nos comenta que las clases de sus docentes son buenas y que en su carrera académica ha tenido la oportunidad de adquirir muchos conocimientos, sin embargo considera que las técnicas empleadas son las mismas cada año y que le gustaría que en sus clases exista mayor interacción, tanto para el docente como para los estudiantes; el Sr. Guanotuña no conoce a fondo de los simuladores de negocios, pero le parece una idea muy interesante para poder poner en práctica la materia impartida, y el saber que forma parte de las NTIC le llama mucho más la atención porque están inmersas con las necesidades actuales, motivo por el cual le gustaría poder gestionar una empresa virtual conjuntamente con los docentes.

ANEXO N° 6

Ficha de Observación Científica

Tema: “Negociación Empresarial, una visión a partir del simulador de negocios SimVenture”

Subtema: Conocimientos de los simuladores de negocios

Lugar: Universidad Técnica de Cotopaxi

Fuente: Ing. Walter Navas, docente de la carrera de Ingeniería Comercial.

Fecha: 22 de febrero del 2013.

El Ing. Walter Navas, docente de la Universidad nos comenta que la clases impartidas por el sin teóricas y prácticas, y que siempre trata de buscar nuevas alternativas para que sus alumnos adquieran nuevos conocimientos, él ha tenido la oportunidad de participar anteriormente en concursos con simuladores de negocios conjuntamente con varios de sus alumnos y es testigo de que ellos demuestran gran interés al momento de gestionar una empresa en un entorno virtual, el Ing. Navas menciona que los resultados obtenidos con los participantes han sido excelentes, el participar con este tipo simuladores los incentiva a ser competitivos y a su vez ser más indagadores, razón por la cual le parece interesante la idea de tener un laboratorio para la carrera de Ingeniería Comercial en el cual se puedan implementar nuevas técnicas de enseñanza-aprendizaje, en este caso la aplicación de un simulador de negocios.