

# **EL USO DE SIMULADORES DE NEGOCIOS RUMBO A UNA EDUCACIÓN EMPRENDEDORA POR COMPETENCIAS**

**Lic. Cristina Rivero Garduño**  
**T.S.U. María de los Ángeles Reyes Santillán**  
**Lic. Edith García Alba**  
División de Comercialización  
Unidad de Desarrollo de Negocios (UDN)  
Universidad Tecnológica de Tecámac

## **I. RESUMEN**

Con la finalidad de preparar seres humanos emprendedores competentes las instituciones educativas pueden hacer uso de simuladores de negocios (algunos gratuitos) que permiten reproducir en un ambiente controlado situaciones del mercado en diversos sectores, tal es el caso de Business Team Game y Beer War.

## **II. ABSTRACT**

With the target to prepare entrepreneurs and qualified human beings the educative institutions are able to use business simulators (some for free) to stimulate the student to reproduce in a controlled environment market situations in various sectors, that's the case of Business Team Game and Beer War.

## **II. ANTECEDENTES**

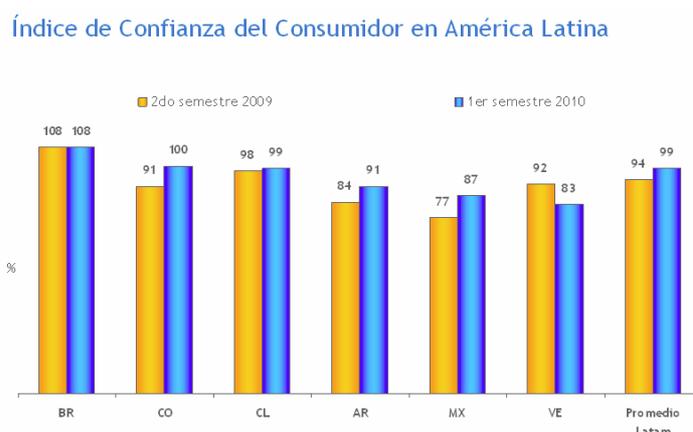
Hoy en día el consumidor es más cauteloso a la hora de adquirir un producto, siendo que el medio ambiente de compra-venta se encuentra en una situación denominada "crisis global".

En América Latina se observa que mientras los consumidores han ido recortando el gasto en artículos discrecionales, -como autos, muebles, ropa, entretenimiento fuera de casa- la industria de bienes de consumo masivo se ha ido recuperando,

todo esto en la medida en que los consumidores han aumentado el gasto en artículos de primera necesidad.

En varios países de la región, el crecimiento del PIB y una menor inflación también han contribuido a renovar el optimismo de los consumidores latinoamericanos.

Muy relacionado con la confianza que se reportó en México, se encontró que los consumidores mexicanos son quienes en mayor medida consideran que el país está todavía en recesión (85%); de los cuáles el 44% declaró que el país no saldrá de la recesión en los siguientes 12 meses (gráfica 1) de acuerdo a estudios realizados recientemente por Nielsen.



Gráfica 1. Índice de Confianza del Consumidor en América Latina de acuerdo a la Agencia de Investigación Nielsen (<http://mx.nielsen.com>).

En este mundo tan globalizado existen miles de empresas desarrollando productos que van dirigidos a un número determinado de clientes potenciales y por consecuencia satisfacer las necesidades del mismo mercado meta.

Dentro de esta problemática se encuentra el libre consumo, aunque si bien es cierto el bombardeo de publicidad induce esta decisión que se combina con el entorno actual.

Los principales clientes preocupados por el crecimiento y desarrollo de las tendencias en los hábitos de compra son los jóvenes que desarrollan investigaciones de mercados, siendo los entes que en los próximos años serán los tomadores de decisiones que contribuirán a que la balanza económica nacional e internacional tienda a un equilibrio diferente al que ha tenido.

Las escuelas son el trampolín perfecto para el cambio de ideologías y hábitos que conllevarán al estudiante a ser reflexivo sobre su entorno y los factores que lo alteran.

Dichos procesos exigen un mayor impacto en las estrategias directivas de los profesionistas que promuevan la responsabilidad de las empresas sobre su impacto en la sociedad.

Es por ello que una estrategia pertinente para lograrlo es la aplicación de simuladores de negocios que permitan a los estudiantes desarrollar su meta cognición, integración de los conocimientos en diversas áreas y por supuesto adquirir las competencias que les permitan una visión global de los procesos involucrados en el simulador seleccionado.

## **Desarrollo**

Los simuladores de negocios o juegos de negocios son herramientas de apoyo en el proceso de aprendizaje que permiten al estudiante experimentar en la toma de decisiones en las diferentes actividades de una empresa: producción, finanzas, mercadotecnia, logística de distribución, manejo de marca, así como experimentar una visión globalizada del comportamiento del mercado, dando oportunidad de participar, a través de un conjunto de decisiones, en el proceso de dirección de una empresa o de un área específica de la misma sin poner en riesgo mercancía, procesos o capital que pudiera significar incluso llevar a la quiebra de la empresa.

La Universidad Tecnológica de Tecámac, fundada en 1996, preocupada por atender las demandas educativas de la sociedad, se esmera en la formación

integral de sus alumnos, la superación académica de sus profesores, la relación con las empresas, las necesidades del campo profesional y la adecuación permanente de los programas educativos debidamente acreditados, dándoles así sentido de pertinencia.

Como una herramienta que contribuya al desarrollo de competencias profesionales hacia la visión global de los estudiantes, se participó en el Business Team Game 2009 (<http://www.uia.mx/btg/index.html>), simulador de negocios de la Universidad Iberoamericana basado en la industria automotriz.

Sin embargo a pesar de su relativa juventud, la competencia en las industrias del sector es una de las más complejas de la economía moderna.

Durante la participación en el simulador, fue necesario indagar más allá de un simple escenario que brindara el comportamiento del mercado automotriz, se analizaron costumbres, tradiciones, economía, hábitos de compra de los consumidores, comportamiento del cliente ante campañas publicitarias, factores que actualmente afectan el desarrollo de una industria globalizada.

Durante el lapso de las tres primeras etapas de las decisiones, el equipo aprendió a discernir entre las diferentes variables que pueden hacer cambiante a un mercado.

Tal estrategia de observación les permitió finalizar entre los 36 mejores equipos de entre 558.

La participación en el simulador de negocios ha permitido al equipo adquirir una visión más amplia sobre el ser estratégicos en la toma de decisiones, sin perder de vista que un juego no reacciona a los cambios de escenario del día a día en la economía mundial.

Actualmente, los estudiantes están participando en Labsag (Laboratorio de Simuladores en Administración y Gerencia) que contiene nueve simuladores,

permitiendo a los estudiantes reproducir una gran diversidad de situaciones en las diversas áreas que conforman a una organización.

Los sectores reproducidos por los simuladores son agricultura, industria, salud, turismo, comercio exterior y publicidad; como en las diversas áreas que los constituyen: finanzas, marketing, logística, publicidad y planeamiento estratégico.

La importancia de un simulador en el desarrollo de competencias es que la práctica en ellos permite prever las consecuencias de una decisión.

### **Comparación de la simulación con otros métodos de aprendizaje**

A fin de comparar la simulación con otros métodos de aprendizaje, en el primer semestre de 1998 de acuerdo a los datos arrojados por el INEGI se realizó una encuesta entre los alumnos participantes en el programa de juego de negocios en el ITESM - CEM para conocer sobre sus preferencias de la simulación con relación a otros métodos de aprendizaje tales como el método de casos y lectura. En relación con el método de casos los resultados muestran la aceptación de la simulación en un 60% de los que respondieron la encuesta. Mientras, que respecto al uso de las lecturas, las preferencias por la simulación fueron de casi un 80%. Por el tipo de estudio realizado es necesario señalar que los resultados obtenidos en el mismo son solamente válidos para el universo al que se aplicaron las encuestas.

De esta manera, los resultados encontrados indican un mayor nivel de aceptación de la simulación de negocios en contraste con otros métodos de aprendizaje por parte de los alumnos que han participado en las simulaciones. Entre las razones que explican este hecho se encuentra: el conocer los resultados de las decisiones tomadas, la competencia que se produce con los otros grupos participantes, la interacción entre los miembros del grupo para discutir las decisiones a tomar, entre otras.

## Resultados y conclusiones

A pesar de que los simuladores son juegos de realidad virtual permiten a los participantes reproducir el compromiso emocional con la empresa (sector o ramo), generar la competencia entre los participantes, confrontar la frustración de la pérdida de clientes y productos, realizar cambios estratégicos casi instantáneos, desarrollar habilidades de análisis de datos y comprender que el trabajo en equipo es el éxito.

## Otros simuladores

**Beertual Challenge;** simulador del Grupo Modelo para desarrollar las habilidades gerenciales de los estudiantes en el mercado cervecero en un país inexistente llamado Beerland (<http://www.beertualchallenge.com/inicio.aspx>).

**Billionaire:** Este juego te permite poner en marcha estrategias de negocios para triunfar. Para ello, todo se desarrolla en una ciudad virtual donde puedes comprar y vender inmuebles; construir casas para vender o rentar, tiendas departamentales y hoteles. La página también cuenta con un simulador de mercado que hace que las propiedades bajen o suban de precio (<http://billionaire-ii.softonic.com/>).

**Beer War:** Todo lo relacionado con la industria de la cerveza lo puedes saber a través de este simulador, que es gratis (<http://beer-war.com/>).

**Brandmaps;** Esta simulación de gestión empresarial es una representación realista, completa y compleja del mundo real, lo que hace posible que las habilidades y conocimientos que se desarrollen y amplíen durante la misma, puedan ser transferidos muy fácilmente a la práctica profesional (<http://simtraining.bitacoras.com/archivos/2005/09/24/brandmaps-simulacion-competitiva-de-direccion-estrategica-y-operativa>).

**FINGAME;** es un software que permite a los participantes desarrollar y mejorar sus habilidades en administración financiera; así mismo, tienen la oportunidad de realizar análisis de estados financieros con el fin de optimizar el proceso de toma de decisiones (<http://www.cem.itesm.mx/centro/>).

**Marketplace** es una herramienta virtual de simulación de negocios. Es un sofisticado programa de computadora que recrea un mercado real, dinámico y competitivo (<http://sp.marketplace-simulation.com/>).

**MARKLOG** fue desarrollado para ilustrar los variados aspectos del marketing entre negocios, es decir, entre organizaciones donde el contacto regular convierte en "socios" virtuales a los proveedores, haciendo así de la función de distribución física un asunto estratégico en el éxito de ambas empresas (<http://labsaguttecamac.com/>).

**Markstrat**; El Centro de Simulación Empresarial (CESIEM), líder en el desarrollo y administración de simuladores en América Latina, a lo largo de su trayectoria ha dado servicio a universidades, tanto a nivel licenciatura como maestría, y a empresas en el área de capacitación a nivel gerencial y directivo, destacándose siempre por el uso de medios de comunicación electrónicos y tecnología de vanguardia ([http://www.stratxsimulations.com/markstrat\\_online\\_home.aspx](http://www.stratxsimulations.com/markstrat_online_home.aspx)).

**Newspaper Manager**: Simula el trabajo de dirección y administración dentro de un periódico. Pone en práctica tus habilidades de mando y vive los retos de un negocio editorial.

**Ricky Business**: El objetivo es que operes o dirijas una compañía de consumo en el continente europeo. Existen departamentos como ventas, producción, administración y finanzas (<http://www.riskybusiness.com/>).

**Simuladores Praxis MMT**: Utilizados todos los años, por miles de personas, en ámbitos de aplicación tan diferentes como pueden ser en la valoración de potenciales, el entrenamiento en cursos de formación y capacitación, la enseñanza universitaria o competencias abiertas.

**Small Business Game**: Se trata de una tienda de deportes para desarrollar habilidades en alfabetización y Aritmética elemental ([www.thesmallsbusinessgame.co.uk](http://www.thesmallsbusinessgame.co.uk)).

**EBG** (European Business Game); Consisten en crear una empresa internacional a partir de un tipo de idea o negocio ([www.ebg-france.fr](http://www.ebg-france.fr)).

**Big Game Fishing**; Consiste en el manejo de una compañía de turismo.

**Simula**; Consiste en conocer aspectos críticos de la creación y gestión de un proyecto empresarial en los sectores; restauración, comercio y confección textil ([www.ipyme.org/es-es/herramientasemprendedor.aspx](http://www.ipyme.org/es-es/herramientasemprendedor.aspx)).

**CEO Game**; Es un juego en línea de negocios, discute planes para el juego de consejero delegado en sí, con amplia gama de temas desde tecnología a economía ([www.theceogame.com](http://www.theceogame.com)).

## Bibliografía

A.C., A. M. (s.f.).

Becerra, L. (2009). *Gestación de los Emporios*. Car and Drive.

<http://beer-war.com/>. (s.f.). Recuperado el 2011

<http://billionaire-ii.softonic.com/>. (s.f.). Recuperado el 2011

<http://jobfunctions.bnet.com/abstract.aspx?docid=237796>. (s.f.). Recuperado el 2011

<http://labsaguttecamac.com/>. (s.f.). Recuperado el 2011

<http://labsaguv.com/participantes.asp>. (s.f.). Recuperado el 2011

<http://mx.nielsen.com>. (s.f.).

<http://simtraining.bitacor.com/archivos/2005/09/24/brandmaps-simulacion-competitiva-de-direccion-estrategica-y-operativa>. (s.f.). Recuperado el 2011

<http://sp.marketplace-simulation.com/>. (s.f.). Recuperado el 2011

<http://www.amda.org.mx/>. (s.f.). Recuperado el 2010

<http://www.amia.com.mx>. (s.f.). Recuperado el 2011

<http://www.beertualchallenge.com/inicio.aspx>. (s.f.). Recuperado el 2011

<http://www.caranddriver.com>. (s.f.). Recuperado el 2011

<http://www.cem.itesm.mx/centro/>. (s.f.). Recuperado el 2011

[http://www.ciberhabitat.gob.mx/universidad/ui/eu/e\\_univer\\_c.htm](http://www.ciberhabitat.gob.mx/universidad/ui/eu/e_univer_c.htm). (s.f.). Recuperado el 2011

[http://www.fonaes.gob.mx/doctos/pdf/capacitacion/simulacion\\_de\\_negocios.pdf](http://www.fonaes.gob.mx/doctos/pdf/capacitacion/simulacion_de_negocios.pdf). (s.f.). Recuperado el 2011

<http://www.inegi.gob.mx>. (s.f.). Recuperado el 2011

[http://www.intecplan.com.mx/index.php?section=que\\_es\\_intecplan](http://www.intecplan.com.mx/index.php?section=que_es_intecplan). (s.f.). Recuperado el 2011

<http://www.intopiainc.com/>. (s.f.). Recuperado el 2011

<http://www.laflecha.net/canales/videojuegos/noticias/200410072>. (s.f.). Recuperado el 2011

<http://www.riskybusiness.com/>. (s.f.). Recuperado el 2011

<http://www.slideshare.net/sandrap0/simuladores-de-negocio>. (s.f.). Recuperado el 2011

[http://www.stratxsimulations.com/markstrat\\_online\\_home.aspx](http://www.stratxsimulations.com/markstrat_online_home.aspx). (s.f.). Recuperado el 2011

<http://www.uia.mx/btg/index.html>. (s.f.). Recuperado el 2011

<http://www.uia.mx/btg/index.html>. (s.f.). Recuperado el 2011

Joaquín, V. (2006). *Aprender a Emprender*. Ediciones Nowtilus, S.L.

Jorge, O. A. (2007). *Tu Potencial Emprendedor*. México: Pearson Educación.

O.C.Ferrell, G. (2008). *Introducción a los Negocios en un Mundo Cambiante*. México: Mc Graw Hill.

R., M. (2005). *Administración de Recursos Humanos*. México: Pearson Educación.

[www.ebg-france.fr](http://www.ebg-france.fr). (s.f.). Recuperado el 2011

[www.ipyme.org/es-es/herramientasemprendedor.aspx](http://www.ipyme.org/es-es/herramientasemprendedor.aspx). (s.f.). Recuperado el 2011

[www.praxismmt.com](http://www.praxismmt.com). (s.f.). Recuperado el 2010

[www.theceogame.com](http://www.theceogame.com). (s.f.). Recuperado el 2011

[www.thesmallbusinessgame.co.uk](http://www.thesmallbusinessgame.co.uk). (s.f.). Recuperado el 2011