

## **Capítulo 1. Introducción**

- 1.1 Planteamiento del problema
- 1.2 Justificación
- 1.3 Objetivos
- 1.4 Hipótesis
- 1.5 Alcances
- 1.6. Limitaciones

## **Capítulo 2. Marco Teórico**

- 2.1 Simulación
- 2.2 Modelos Dinámicos
- 2.3 Ventajas
- 2.4 Desventajas
- 2.5 Modelo de Jay Forrester
- 2.6 Observación de casos de estudio
- 2.7 Modelo del proceso de aprendizaje
- 2.8 Descripción del sistema de simulación de Dave LaMont
- 2.9 Estrategia corporativa

## **Capítulo 3. Metodología**

- 3.1 Entrevistas
- 3.2 Análisis de resultados del simulador
- 3.3 Proceso de modelado

## **Capítulo 4. Descripción de las empresas a analizar**

- 4.1 Klepso Watches Corporation
  - 4.1.1 Historia
  - 4.1.2. Percepción y aprendizaje
  - 4.1.3 Estrategia
  - 4.1.4 Causas
  - 4.1.5 Problemas
  - 4.1.6 Mejor aprendizaje
- 4.2. Zion Company
  - 4.2.1 Historia
  - 4.2.2. Percepción y aprendizaje
  - 4.2.3 Estrategia
  - 4.2.4 Causas
  - 4.2.5 Problemas
  - 4.2.6 Mejor aprendizaje

## **Capítulo 5. Resultados**

- 5.1 Modelo de simulación
- 5.2 Estructura causal del modelo

- 5.3 Producción
- 5.4 Marketing
- 5.5 Precio
- 5.6 Comportamiento dinámico
- 5.7 Klepso Watches Corporation
- 5.8 Zion Company
- 5.9 Estrategia propuesta
- 5.10 Producción
- 5.11 Marketing
- 5.12 Precio

## **Capítulo 6. Conclusiones y recomendaciones**

- 6.1 Recomendaciones
  - 6.1.1 Capital Humano
  - 6.1.2 Estratégicas
  - 6.1.3 Aprendizajes y desempeño
- 6.2 Conclusiones
  - 6.2.1 Especificas por empresa
  - 6.2.2 Klepso Watches Corporation
  - 6.2.3 Zion Company
  - 6.2.4 Simulador

## **Bibliografía**

- Anexo A.** Cuestionario aplicado a participantes del simulador
- Anexo B.** Variables empleadas por el sistema de simulación de Dave LaMont
- Anexo C.** Lista de variables del modelo de Market Growth de Jay Forrester