

Buena Práctica 5. Articulación Docencia Investigación y Extensión a través de la Participación en Competencias Internacionales de Simulación Gerencial

Eduardo José Salazar Araújo¹

RESUMEN

Las tendencias globales han acelerado la necesidad de vincular la dimensión internacional a la gestión curricular en los escenarios educativos, con el propósito de formar personas con habilidades y competencias para desempeñarse con profesionalismo en entornos multiculturales. Considerando esta tendencia, el presente documento propone una estrategia de internacionalización curricular enfocado al ámbito de las competencias internacionales de simulación gerencial, a través de la participación de los estudiantes de la Facultad de Administración y Negocios de la Universidad Simón Bolívar, con el propósito de generar escenarios alternativos de internacionalización, en los cuales los estudiantes puedan poner en práctica sus conocimientos administrativos, demostrando sus habilidades gerenciales dentro del contexto global. Como resultado de la aplicación de esta estrategia en la cual se ha participado de manera continua durante 5 años consecutivos, la Universidad ha logrado durante

¹ Universidad Simón Bolívar Sede Barranquilla, Facultad de Administración y Negocios, Correo Electrónico: esalazar4@unisimonbolivar.edu.co
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3330-9042>

cuatro periodos el primer lugar en la categoría de negocios del Reto Company Game: esto precisamente ha permitido una mayor visibilidad internacional de la institución, al tiempo que ha contribuido a fortalecer las competencias internacionales de los estudiantes.

INTRODUCCIÓN

La práctica de internacionalización curricular de articulación Docencia, Investigación y Extensión –a través de la participación en competencias internacionales de simulación gerencial–, que se describe a continuación, tiene por objetivo generar escenarios alternativos de internacionalización, que le permitan a los estudiantes de la Facultad de Administración y Negocios poner en práctica sus conocimientos, demostrando sus habilidades gerenciales en el contexto global, mediante la participación en la competencia internacional de simulación gerencial Reto Company Game. De esta forma se hace posible fortalecer las competencias de toma de decisiones de los estudiantes a través del análisis crítico de situaciones simuladas dentro de un ambiente competitivo. Este ejercicio se encuentra enmarcado dentro del programa de articulación docencia, investigación extensión (PADIE) de la facultad de Administración y Negocios de la Universidad Simón Bolívar.

Esta estrategia de internacionalización curricular integra metodologías de enseñanza capaces de motivar a los estudiantes a ser sujetos activos en el proceso formativo, mediante las expectativas generadas en la dinámica competitiva. Si bien su implementación inició en el año 2015, tuvo un enorme impacto en la contingencia generada en el sector educativo en el año 2020, periodo en el cual profesores y estudiantes debieron enfrentar grandes retos para alcanzar los objetivos de formación, ante la inminente llegada de la virtualidad a los escenarios educativos, lo que conllevó a su vez la necesidad de

desarrollar estrategias de enseñanza-aprendizaje creativas e innovadoras para captar la atención de los estudiantes. A continuación, se detallan los sustentos teóricos que sostienen esta práctica de internacionalización curricular, seguidamente se detalla el procedimiento metodológico a través del cual se implementó la estrategia pedagógica y los resultados obtenidos, y finalmente se presentan las conclusiones y recomendaciones.

ANTECEDENTES

El programa de Articulación Docencia, Investigación, Extensión (PADIE) surge en el año 2011, momento en el cual el Programa de Administración de Empresas de la Universidad Simón Bolívar, sede Barranquilla, obtiene el reconocimiento de acreditación de alta calidad por el Consejo Nacional de Acreditación (CNA, 2011). Como producto del proceso de autoevaluación, el Programa de Administración de Empresas emprende una reestructuración del plan de estudios con la finalidad de asumir un currículo más flexible, incorporando en su plan de mejoramiento, la implementación de una serie de estrategias que le permitirían fortalecer la investigación de manera transversal en el currículo (Blanco, Rodríguez, Uribe y Melamed, 2017).

A partir de ese momento, se empieza a consolidar la estrategia PADIE, la cual actualmente permea el proceso formativo de todos los programas de la Facultad de Administración y Negocios, mediante el desarrollo de una serie de ejercicios transversales, que incrementan su nivel de complejidad de manera gradual: puesto que, en la medida en que los estudiantes avanzan en sus estudios, estos ejercicios PADIE responden a los objetivos de aprendizaje de las asignaturas de su formación profesional, a la vez que potencian el pensamiento investigativo, crítico, sistemático y contextualizado, que mejora su

formación integral (Blanco, Rodríguez, Torres, Barrios & Escamilla, 2017). De esta manera, los profesores eligen, dentro de una gama de opciones, el tipo de ejercicio que más se ajuste a la temática desarrollada dentro del aula de clase.

DESCRIPCIÓN DE LA PRÁCTICA

El Reto Company Game es una competencia de simulación gerencial abierta a estudiantes universitarios, que convoca participantes de toda Iberoamérica. De acuerdo a los organizadores, su objetivo es desarrollar el espíritu empresarial, para generar las habilidades necesarias en la gerencia de empresas (Company Game, 2020a; 2020b). El primer paso es seleccionar los estudiantes que representarán a la Universidad Simón Bolívar en el Reto Company Game, tomando en consideración el desempeño académico, la afiliación con el semillero de investigación y los resultados obtenidos en las competencias desarrolladas a través de los cursos en los cuales se trabaja esta herramienta tecnológica. Una vez seleccionados los estudiantes que forman parte de la competencia, se procede a la conformación de los grupos, de acuerdo a las bases del concurso, teniendo en consideración como principio rector que cada profesor puede inscribir tres equipos, con un máximo de tres estudiantes. Posteriormente se acuerda en consenso que estos equipos estén conformados por estudiantes de los programas académicos que integran la facultad, con la intención de organizar equipos interdisciplinarios que permitan abordar la competencia con una visión holística.

Luego de establecer los grupos, se define en cuál de las cinco categorías que ofrece la competencia se va a participar; estas son: finanzas, marketing, negocios, hotelería y banca –en este caso la categoría elegida habitualmente es la de negocios–. Seguidamente se procede a la inscripción de los estudiantes y posteriormente al cumplimien-

to del calendario de la competencia. Para el proceso de toma de decisiones, se organizan reuniones del equipo de trabajo, analizando la información y buscando el consenso. El rol del profesor es actuar de moderador y guía, permitiendo que los estudiantes asuman riesgos y logren acuerdos a partir de decisiones concertadas en procura de los mejores resultados para la empresa que representan.

REFERENTES TEÓRICOS

Gamificación

La gamificación es un conjunto de actividades y procesos, que busca la resolución de problemas específicos, mediante el uso o la aplicación de las características de los elementos del juego (Kim, Song, Lockee & Burton, 2018), o en otras palabras, el uso de elementos de diseño de juegos en contextos de lo que no es juego, (Deterding, Dixon, Khaled & Nacke, 2011), para transformar el aprendizaje en una experiencia significativa a partir de la incorporación de elementos característicos de los juegos (Van Grove, 2011) en el marco de un proceso puede llegar a constituirse en un medio para desarrollar competencias, involucrar a las personas en la realización de tareas (Reeves & Read, 2009), promover la colaboración (McGonigal, 2011) y mantener la motivación de una audiencia o equipo de trabajo (Zichermann & Linder, 2013). La definición anterior es muy importante para entender el significado exacto de la gamificación dado que comprende un conjunto de actividades relevantes y procesos sistemáticos que abarca mucho más que el uso de mecánicas de juego, como evidencian las insignias y puntos. En todo caso, lo fundamental en lo que se ha mencionado es que la gamificación debe tener como objetivo central la resolución de problemas específicos.

Juegos de simulación.

Un tipo de juego de simulación es un género de juego que recrea situaciones que ocurren en el mundo real y pueden desarrollarse en escenarios reales o virtuales. Hay muchas áreas para utilizar este tipo de desafíos recreativos. Entre ellas, las ciencias administrativas es uno de los campos del saber que ofrece innumerables posibilidades de desarrollar este tipo de juegos, siendo el juego de mesa Monopoly, el cual representa escenarios de compraventa de bienes raíces, reconocido como el primer juego moderno de simulación de negocios. Este juego fue patentado en 1935 por el comerciante estadounidense Charles Darrow, a pesar de que la idea principal data de 1903 y se le atribuye a la diseñadora de juegos Elizabeth Magie quien creó el concepto a través del juego The Landlord's Game (Janik, 2009).

El auge de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación impacta favorablemente el desarrollo de juegos de simulación basado en plataformas informáticas, y con ello el uso de los juegos de simulación se ha ampliado prácticamente a todos los campos. Desde principios de la década de 1990, algunas funciones comerciales, como estrategias, gestión financiera, contabilidad, marketing y ventas, han utilizado el tipo de juego de simulación para mejorar el rendimiento. Desde la difusión de Internet y la difusión de las tecnologías de la información, los juegos de simulación basados en la web también se han utilizado para la educación. Además, el tipo de juego de simulación ya no se limita a un tiempo y espacio específicos. Con los teléfonos inteligentes y las tabletas, las personas pueden disfrutar del juego de simulación desde cualquier lugar (Faria & Wellington, 2004).

Horizonte Pedagógico Socio Crítico

El Horizonte Pedagógico Socio Crítico (HSPC) como el constructo teórico que fundamenta la praxis educativa en la Universidad Simón

Bolívar, se orienta a consolidar la cultura reflexiva, propiciando una permanente deliberación que estimule el espíritu del discernimiento por cuanto posibilita que los actores del proceso formativo y educativo generen una dialéctica y didáctica propia, con el propósito de formar seres con compromiso social con habilidades y destrezas para identificar e intervenir las problemáticas en los diferentes contextos de forma creativa, propositiva y participativa.

La estrategia de internacionalización abordada en el presente documento se encuadra dentro del HSPC (Universidad Simón Bolívar, 2019) y se encuentra contextualizada dentro de la implementación de la estrategia de articulación de las funciones de docencia, investigación, extensión y proyección social (PADIE) la cual conlleva al seguimiento de la evaluación de impacto y a la verificación de la calidad de las acciones formativas que se realizan dentro de la Facultad de Administración y Negocios de la Universidad Simón Bolívar, con el ánimo de identificar su alcance y dar cumplimiento a los lineamientos institucionales de formación integral (Salazar-Araujo & Blanco-Ariza, 2016).

Resultados

Como resultado del desarrollo de esta estrategia de internacionalización curricular, con la cual la Facultad de Administración y Negocios ha participado de manera continua en la Competencia Iberoamericana de Simulación Gerencial, Reto Company Game, desde el año 2015, obteniendo el primer lugar en la categoría durante cuatro periodos consecutivos, entre el año 2017 y el año 2020, y durante este último año, se logró obtener el segundo lugar en la fase campeón del reto, en el cual participan los dos primeros lugares de cada categoría, un logro importante si se considera que en esta competencia participan aproximadamente 1200 equipos de universidades de toda Iberoamérica, incluyendo universidades reconocidas de España, México, Argentina y Perú, entre otros países.

Eduardo José Salazar Araujo

Finalmente, esta estrategia de internacionalización curricular se complementa con el despliegue de otras estrategias, como bien ilustra el caso de las clases espejo, en las cuales participan profesores y estudiantes de otras universidades de orden nacional e internacional (se ha contado con la presencia de invitados de México, Brasil y Perú, entre otros lugares), y las visitas industriales, realizadas a través de misiones académicas a diferentes centros productivos nacionales e internacionales.

Durante los siete años en los cuales la Universidad Simón Bolívar ha estado presente en esta Competencia, un total de 63 estudiantes han participado en la competencia internacional, y 12 de ellos han logrado reconocimientos de la Empresa Organizadora y del Fondo Común Europeo, por ocupar el primer lugar en la categoría negocios. Al respecto, algunos de los logros más importantes se detallan a continuación.

#	PTOS	EQUIPO	CENTRO ESTUDIOS		PAÍS
1	3969	USB_02	Universidad Simón Bolívar		
2	3961	CAM INC.	Universidad Autónoma Metropolitana, U. Iztapalapa		
3	3948	POWER 2020-B	Universidad de Lima		
4	3944	USB_03	Universidad Simón Bolívar		
5	3938	USTA TEAM	Universidad Santo Tomas		
6	3934	Deusto 1	Universidad de Deusto		
7	3933	OLIMPO	Centro Universitario del Sur de la U de Guadalajara		
8	3927	DUAL 2	Universidad Autónoma de Bucaramanga		
9	3926	UPMMIO8	Escuela Técnica Superior de Ingenieros Industriales UPM		
10	3924	ELITEINDUSTRIAL	Universidad de las Américas		

Figura 3
Ranking categoría Negocios Reto Company Game 2020
 Fuente: Company Game

Eduardo José Salazar Araújo



Figura 4
Publicación en redes sociales de los ganadores del Reto Company Game 2019
Fuente: Company Game



Figura 5
Reconocimiento de Company Game a los ganadores de la categoría negocios en el año 2018
Fuente: Company Game



Figura 6

Reconocimiento a los ganadores de la categoría negocios en el año 2017

Fuente: Company Game

A partir de la participación en eventos internacionales y del trabajo realizado con estudiantes del semillero de internacionalización, se han realizado diversas presentaciones en diferentes espacios académicos y de investigación (como el encuentro de semilleros de la Red Colombiana de Semilleros de Investigación y la participación en la International Conference on Tourism, Technology & Systems), y además de esto, en coautoría de estudiantes de Pregrado y Posgrado, se han publicado tres artículos en revistas indexadas en Scopus.

CONCLUSIONES

La experiencia de participar en estas competencias internacionales tiene impacto positivo en los estudiantes, profesores y administrativos de la Facultad de Administración y negocios; genera interés y motivación, dado que la práctica implementada y los logros obtenidos por más de 5 años consecutivos, favorecen la internacionalización

del currículo de los programas que participan, así como la visibilidad internacional de la Universidad Simón Bolívar. Se destaca esta experiencia como un aprendizaje significativo para los estudiantes y profesores, debido a que fortalece el trabajo colaborativo, el desarrollo de competencias investigativas y el intercambio intercultural, aspectos esenciales para formar ciudadanos integrales del mundo.

RECOMENDACIONES

En las dos últimas décadas de este siglo la Facultad de Administración de Empresas de la Universidad Simón Bolívar ha consolidado lazos de cooperación, alianzas estratégicas, redes temáticas, académicas y de investigación, con diversas instituciones de educación superior a nivel nacional e internacional, como bien ilustra su relacionamiento con el sector productivo y de servicios en las regiones del Caribe y el oriente colombiano. No obstante, se recomienda continuar participando en estas competencias de retos gerenciales, en las cuales pueden tomar parte otras Facultades y Programas de la Institución si se tiene en cuenta que el tema gerencial es coherente con diversas disciplinas. En esta perspectiva se debe acrecentar anualmente el número de profesores y estudiantes participantes de esta valiosa estrategia que estimula el quehacer pedagógico, en beneficio de la formación y la calidad educativa.

REFERENCIAS

- Blanco A., Rodríguez G., Uribe, A. & Melamed, E. (2017). Fomento de la cultura investigativa: una visión desde la historia en la Facultad de Administración y Negocios. Ediciones Unisimon. <https://bonga.unisimon.edu.co/handle/20.500.12442/4329>
- Blanco A., Rodríguez G., Torres, P., Barrios, K., & Escamilla, D. (2017). Programa de Articulación de las funciones de Docencia, Investigación, Extensión

- y Proyección Social en la Facultad de Administración y Negocios. Ediciones Unisimon. <https://bonga.unisimon.edu.co/handle/20.500.12442/4329>
- Company Game (2020a). Reto Company Game, Recuperado de: <http://reto.retocompanygame.com/>
- Company Game (2020b). Manual de Juego Business Global. <http://company-game.com/Web/Images/CompanyGame-Simulador-BusinessGlobal.pdf>
- Consejo Nacional de Acreditación. (2011). Resolución 2510. Obtenido de <https://saces.mineducacion.gov.co/cna/Buscador/FortalezasProg.php?Id=15422>
- Deterding, S., Dixon, D., Khaled, R., & Nacke, L. (2011, September). From game design elements to gamefulness: defining "gamification". En A. Lugmayr (Ed.). *Proceedings of the 15th international academic MindTrek conference: Envisioning future media environments* (pp. 9-15). ACM Digital Library.
- Faria, A. J., & Wellington, W. J. (2004). A survey of simulation game users, former-users, and never-users. *Simulation & Gaming, 35*(2), 178-207.
- Janik, C. (2009). *The Monopoly Guide to Real Estate: Rules and Strategies for Profitable Investing*. Sterling Publishing Company, Inc.
- Kim, S., Song, K., Lockee, B., & Burton, J. (2018). What is gamification in learning and education? En S. Kim, K. Song, Lockee, B. & J. Burton (Eds.). *Gamification in learning and education* (pp. 25-38). Springer.
- McGonigal, J. (2011). *Reality is broken: Why games make us better and how they can change the world*. Penguin.
- Reeves, B., & Read, J. L. (2009). *Total engagement: How games and virtual worlds are changing the way people work and businesses compete*. Harvard Business Press.
- Salazar-Araújo, E. & Blanco-Ariza, A. (2017). Caso exitoso de implementación de la metodología PADIE en la Facultad de Administración y Negocios. Ediciones Unisimon. <https://bonga.unisimon.edu.co/handle/20.500.12442/4329>
- Universidad Simón Bolívar. (2019). *Proyecto Educativo Institucional*. Ediciones Unisimon. <https://bonga.unisimon.edu.co/handle/20.500.12442/4329>
- Van Grove, J. (2011). Gamification: How competition is reinventing business, marketing & everyday life. <https://mashable.com/archive/gamification>
- Zichermann, G., & Linder, J. (2013). *The gamification revolution: How leaders leverage game mechanics to crush the competition*. McGraw Hill.