
**INVESTIGACIÓN ACERCA DE LA TEORÍA DEL RAZONAMIENTO DEL
MODELO MENTAL APLICADO EN UN JUEGO DE CRECIMIENTO DE
MERCADO “UISKI”**

**ROSMERY DEL PILAR GONZÁLEZ LARA
PABLO ANDRÉS HERNÁNDEZ MALDONADO
INGENIERO INFORMÁTICO EMPRESARIAL**

RESUMEN

Esta investigación define la teoría de los modelos mentales aplicada a un simulador de crecimiento de mercado denominado “Uiski”. Iniciamos con la definición de modelo mental el cual es una manera de pensar del ser humano al momento de enfrentarse a cualquier situación del mundo real. Es decir, un modelo mental define el comportamiento que tiene un individuo ante una situación particular real o mediante un simulador. Para realizar esta investigación a distancia a través de una videoconferencia en la que se realizaron entrevistas y el uso de un simulador que permite a los nueve participantes a través del pensamiento hablado mostrar su postura ante una situación real la cual es la inserción y crecimiento en el mercado del Whisky. Para ello, cada participante debe decidir sobre la cantidad de campañas publicitarias que hará en cada periodo para generar nuevos pedidos y la forma de producir manteniendo un stock suficiente para cumplir con las entregas de los pedidos que se realizan. Como resultado de esto, hemos obtenido un modelo mental genérico sobre la forma en que una persona toma decisiones para aumentar los ingresos y permanecer dentro del mercado del whisky donde el proceso productivo requiere tiempo y los clientes potenciales tienen marcas favoritas. A modo de conclusión, el estudio de los modelos mentales aplicados en simuladores de situaciones reales como lo es el crecimiento de mercado es una forma eficiente de comprender la forma en que razonan las personas. Este razonamiento se da principalmente por las experiencias vividas y por los factores comunes que reconoce cada individuo.

ABSTRACT

This research defines the theory of mental models applied to a market growth simulator called "Uiski". We begin with the definition of the mental model which is a way of thinking of the human being when facing any situation in the real world. That is, a mental model defines the behavior that an individual has in a real particular situation or through a simulator. To carry out this research at a distance through a videoconference in which interviews were conducted and the use of a simulator that allows the nine participants through spoken thought to show their position in a real situation which is insertion and growth in the Whiskey market. To do this, each participant must decide on the number of advertising campaigns that they will do in each period to generate new orders and how to produce while maintaining a sufficient stock to fulfill the deliveries of the orders that are made. As a result of this, we have obtained a generic mental model of the way in which a person makes decisions to increase income and stay in the whiskey market where the production process takes time and potential customers have favorite brands. By way of conclusion, the study of mental models applied in simulators of real situations such as market growth is an efficient way of understanding the way people reason. This reasoning is given mainly by the experiences lived and by the common factors that each individual recognizes.