



# UTMACH

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ANÁLISIS DEL SISTEMA DE COMPRA Y VENTA DE UNA EMPRESA  
VIRTUAL PARA LA REDUCCIÓN DE COSTOS Y SATISFACCIÓN DE  
CLIENTES

LASCANO NARVAEZ GUILLERMO RAFAEL  
INGENIERO COMERCIAL MENCIÓN EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

MACHALA  
2018



# UTMACH

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ANÁLISIS DEL SISTEMA DE COMPRA Y VENTA DE UNA  
EMPRESA VIRTUAL PARA LA REDUCCIÓN DE COSTOS Y  
SATISFACCIÓN DE CLIENTES

LASCANO NARVAEZ GUILLERMO RAFAEL  
INGENIERO COMERCIAL MENCIÓN EN ADMINISTRACIÓN DE  
EMPRESAS

MACHALA  
2018



# UTMACH

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

EXAMEN COMPLEXIVO

ANÁLISIS DEL SISTEMA DE COMPRA Y VENTA DE UNA EMPRESA VIRTUAL  
PARA LA REDUCCIÓN DE COSTOS Y SATISFACCIÓN DE CLIENTES

LASCANO NARVAEZ GUILLERMO RAFAEL  
INGENIERO COMERCIAL MENCIÓN EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

BALSECA TAPIA LENIN

MACHALA, 12 DE JULIO DE 2018

MACHALA  
12 de julio de 2018

## Nota de aceptación:

Quienes suscriben, en nuestra condición de evaluadores del trabajo de titulación denominado ANÁLISIS DEL SISTEMA DE COMPRA Y VENTA DE UNA EMPRESA VIRTUAL PARA LA REDUCCIÓN DE COSTOS Y SATISFACCIÓN DE CLIENTES, hacemos constar que luego de haber revisado el manuscrito del precitado trabajo, consideramos que reúne las condiciones académicas para continuar con la fase de evaluación correspondiente.

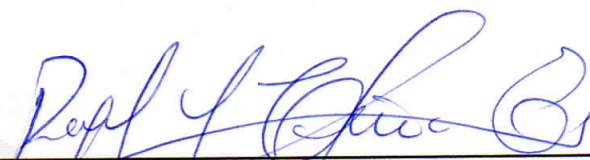


---

BALSECA TAPIA LENIN

1708037377

TUTOR - ESPECIALISTA 1

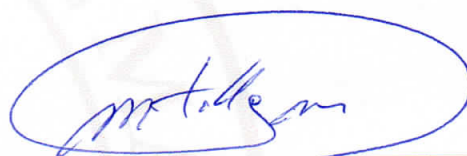


---

TINOCO EGAS RAQUEL MIROSLAVA

0703523761

ESPECIALISTA 2



---

TELLO MENDOZA MARIO DAVID

0702174806

ESPECIALISTA 3

Fecha de impresión: jueves 12 de julio de 2018 - 07:42

## Urkund Analysis Result

**Analysed Document:** LASCANO NARVAEZ GUILLERMO RAFAEL\_PT-010518.pdf  
(D40253087)  
**Submitted:** 6/19/2018 1:32:00 AM  
**Submitted By:** titulacion\_sv1@utmachala.edu.ec  
**Significance:** 0 %

Sources included in the report:

Instances where selected sources appear:

0

# CLÁUSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO DIGITAL INSTITUCIONAL

El que suscribe, LASCANO NARVAEZ GUILLERMO RAFAEL, en calidad de autor del siguiente trabajo escrito titulado ANÁLISIS DEL SISTEMA DE COMPRA Y VENTA DE UNA EMPRESA VIRTUAL PARA LA REDUCCIÓN DE COSTOS Y SATISFACCIÓN DE CLIENTES, otorga a la Universidad Técnica de Machala, de forma gratuita y no exclusiva, los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, que constituye un trabajo de autoría propia, sobre la cual tiene potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.

El autor declara que el contenido que se publicará es de carácter académico y se enmarca en las disposiciones definidas por la Universidad Técnica de Machala.

Se autoriza a transformar la obra, únicamente cuando sea necesario, y a realizar las adaptaciones pertinentes para permitir su preservación, distribución y publicación en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad Técnica de Machala.

El autor como garante de la autoría de la obra y en relación a la misma, declara que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que asume la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera exclusiva.

Aceptando esta licencia, se cede a la Universidad Técnica de Machala el derecho exclusivo de archivar, reproducir, convertir, comunicar y/o distribuir la obra mundialmente en formato electrónico y digital a través de su Repositorio Digital Institucional, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico.

Machala, 12 de julio de 2018



LASCANO NARVAEZ GUILLERMO RAFAEL  
1203861701

## RESUMEN

La forma de hacer comercio ha cambiado hoy en día. Es notable la presencia de empresas que acuden al internet para ofertas sus productos y ofertas haciendo más ágil la comunicación entre empresa y cliente. El comercio electrónico se ha expandido a todos los rincones con excelente resultados para las organizaciones que han apostado por este recurso para desarrollar sus actividades comerciales. Una de las mayores empresas a nivel mundial del comercio electrónico es Amazon de origen norteamericano que empezó comercializando libros, teniendo hoy en día una variedad de productos figurando entre las diez principales organizaciones que comercializan en línea o de forma electrónica. El trabajo tiene como objetivo general analizar el sistema de compra de una empresa virtual para la reducción de costos y satisfacción de clientes. Como metodología se aplicará la descriptiva para poder detallar el sistema de compra emprendido por las empresas virtuales, accediendo a información bibliográfica contenida en papers científicos, así como en libros a los que se tiene acceso por el internet. Se ha establecido que el modelo de cantidad económica de pedido (EOQ) es el sistema que mejor se adecúa a las pretensiones económicas de la empresa Amazon en cuanto al manejo del inventario se refiere, además esta empresa ha emprendido en estrategias adicionales para optimizar la entrega de los productos a sus clientes lo que la ha convertido en una de las líderes del comercio electrónico.

Palabras claves: Comercio electrónico, inventario, tipo de inventarios, estrategias, Amazon, administración de inventarios.

## **ABSTRACT**

The way of doing business has changed today. It is remarkable the presence of companies that go to the internet to offer their products and offers, making the communication between company and client more agile. Electronic commerce has expanded to all corners with excellent results for organizations that have opted for this resource to develop their commercial activities. One of the largest companies in the world of electronic commerce is Amazon of North American origin that began marketing books, nowadays having a variety of products among the ten leading organizations that sell online or electronically. The main objective of the work is to analyze the purchasing system of a virtual company for the reduction of costs and customer satisfaction. As a methodology, the descriptive one will be applied to be able to detail the purchase system undertaken by the virtual companies, accessing bibliographic information contained in scientific papers, as well as in books that can be accessed through the internet. It has been established that the model of economic quantity of order (EOQ) is the system that best suits the economic claims of the Amazon company in terms of inventory management is concerned, this company has also undertaken additional strategies to optimize delivery of products to its customers, which has made it one of the leaders in electronic commerce.

Keywords: Electronic commerce, inventory, type of inventories, strategies, Amazon, inventory management.



## ÍNDICE

<b>RESUMEN</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ii</b>
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>5</b>
<b>DESARROLLO</b> .....	<b>6</b>
<b>Simulación</b> .....	<b>6</b>
<b>E commerce</b> .....	<b>7</b>
<b>Inventario</b> .....	<b>7</b>
<b>Tipos de inventarios</b> .....	<b>8</b>
<b>Amazon</b> .....	<b>9</b>
<b>Reactivo:</b> .....	<b>10</b>
<b>Solución:</b> .....	<b>10</b>
<b>Estrategias adicionales para reducir costos en Amazon</b> .....	<b>13</b>
<b>CONCLUSIONES</b> .....	<b>15</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	<b>16</b>

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1: Principales regiones en que operan los e-commerce.....	10
Gráfico N° 2: Administración de inventarios.....	11
Gráfico N° 3: Modelo de Cantidad Económica de Pedido (EOQ).....	12
Gráfico N° 4: Costo total del pedido ordenado.....	13

## INTRODUCCIÓN

En los actuales momentos debido a la globalización imperante de nuestras economías la sociedad está inmiscuida en una era de la información global donde las empresas están en constante cambio de sus procesos para mantener productos y servicios acorde a las necesidades del consumidor.

Vemos como las organizaciones se han volcado al internet para tener un contacto más directo con el consumidor ofreciendo sus productos y servicios de forma virtual para poner en consideración la diversidad a la que puede estar sujeta una persona eligiendo el producto o servicio de su preferencia desde la comodidad de su hogar, trabajo con la ayuda de una computadora o teléfono inteligente.

Una de las mayores empresas a nivel mundial del comercio electrónico es Amazon de origen norteamericano que empezó comercializando libros, teniendo hoy en día una variedad de productos figurando entre las diez principales organizaciones que comercializan en línea o de forma electrónica (Ortíz, Camacho, & Beldrán, 2017). Convirtiendo a su fundador, Jeff Bezos, en uno de los hombres más millonarios del planeta (BBC, 2018).

Situación que ha dado lugar que se realice un estudio para conocer como el gigante cibernético controla y gestiona las compras realizadas por sus clientes a nivel mundial donde la prioridad es reducir los costos para satisfacer a los consumidores.

La investigación tiene como objetivo general analizar el sistema de compra de una empresa virtual para la reducción de costos y satisfacción de clientes. Además se han propuestos objetivos específicos tales como establecer procesos para el sistema de compra de la empresa virtual; describir el modelo de compra que más se ajusta a las necesidades de las empresas virtuales.

Como metodología se aplicará la descriptiva para poder detallar el sistema de compra emprendido por las empresas virtuales, accediendo a información bibliográfica contenida en papers científicos, así como en libros a los que se tiene acceso por el internet.

## DESARROLLO

### Simulación

La competitividad de una empresa es una de las cualidades que se necesitan actualmente para destacarse y sobresalir en el comercio globalizado, para lograrlo se buscan cumplir tres desafíos. El primero es el perfeccionamiento en la utilización de los recursos; segundo, la reducción de los costos de producción y comercialización, y por último la minimización de riesgos en la toma de decisiones en la empresa. Para lograr los tres puntos antes mencionados se acude a la Simulación, como recurso que permite visualizar diferentes alternativas en donde ante la ejecución de diferentes escenarios se puedan predecir las diferentes posibilidades de las acciones que se tomen permitiendo tomar la decisión más conveniente para la empresa. (Ceballos, Fernández, & Restrepo, 2013).

Una de las técnicas para conocer los posibles escenarios que se presenten en la toma de decisiones, es la simulación, pues permite hipotéticamente establecer una referencia con los resultados obtenidos a la hora de tomar la decisión más apropiada. (Mariño, López, & Alderete, 2012).

Empleando como herramienta a la simulación, se podrá observar las consecuencias de la aplicación de medida específicas ante determinados problemas reales, pudiendo así prever posibles sucesos, por lo que la simulación es un excelente método de aprendizaje. (Preciado, Arcega, & Pedraza, 2014).

La simulación demuestra los posibles resultados de la ejecución de una decisión, además de que permite conocer los procesos de donde estos se han derivado, pudiendo identificar que acción permite tal reacción. Pudiendo así ser posible la experimentación con varios modelos donde los resultados de los mismos, establecerán los procesos de donde han sido derivados. (Fullana & Urquía, 2011).

El modelo de negocios de una empresa, es la forma o los procesos que toma en la resolución de sus problemas, en donde se sustituye el modelo real por uno más simple

Por modelo se entiende al mecanismo para resolver problemas, en que el sistema objeto de estudio es sustituido por uno simple o virtual para entender su comportamiento en un periodo dado (Gómez & Gómez, 2013).

En las empresas actualmente su éxito o fracaso no es casual, este es el resultado directo de los planes estratégicos de la misma, por lo que se considera como una ventaja competitiva el modelo de negocio que se sigue en la empresa (Vargas, Muñoz, & López, 2015)

## **E commerce**

Las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) han alcanzado un rol fundamental dentro de la sociedad dando lugar a una mayor interacción revolucionando la forma de operar de las organizaciones.

Según (López & Ochoa, 2015) el comercio electrónico cuando se lo realiza entre empresas es llamado en inglés business-to-business o B2B. El B2B puede estar abierto a cualquiera que esté interesado (como el intercambio de mercancías o materias primas), o estar limitado a participantes específicos pre-calificados (mercado electrónico privado). Algunas de las virtudes son:

- Mejoras en la distribución
- Comunicaciones comerciales por vía electrónica
- Beneficios operacionales
- Facilidad para fidelizar clientes

## **Inventario**

En la administración de las mercaderías de un establecimiento comercial, el control adecuado de las mismas, así como la determinación del costo y el precio de venta son factores fundamentales que se debe manejar de forma eficiente, además existen muchísimas otras características que permite diferenciar uno de otro producto similar, por ello es importante mantener un registro actualizado de cada uno de los ítems, existen

productos perecibles, productos con diversas rotación en su inventario, o con proveedores locales, regionales y el exterior.

Las empresas comerciales toman decisiones relevantes cuando se trata del control de su inventario buscando mantener un stock que cubra sus necesidades empresariales de esta forma las ventas se mantienen seguras para lo que se deben aplicar controles para su administración. Además, el control del inventario da lugar a reducir costos para su mantenimiento (Carrillo, Bravo, & Córdova, 2016). Por eso las cadenas de suministros tienden a generar alternativas para minimizar el inventario sin entorpecer la calidad del servicio al cliente (Izar, Ynzunza, & Guarneros, 2016).

Para el manejo del inventario se requiere de una cadena de suministro que es un sistema complejo por los procesos, información y estrategias para su aplicación. Estas cadenas sirven para entender la estructura que requiere la organización para el manejo eficiente del inventario (Andres & Sanchis, 2016).

### **Tipos de inventarios**

Algoritmo Wagner-Within (WW) a través de la programación dinámica busca que el inventario sea manejado al menor costo posible. Para lograrlo realiza una evaluación de los costos en diferentes etapas para elegir la más conveniente (Izar & Méndez, 2013).

Simulación: Se realiza una simulación basado en la demanda y el tiempo de entrega para obtener valores para reducir los costos del inventario. Método útil que por ser el que se aproxima más a la realidad siempre que la simulación se la haga con muchos valores (Izar & Méndez, 2013).

Modelo Híbrido: Es la combinación de tres modelos para la optimización del inventario. Además se da la posibilidad de obtener mejores precios por parte del proveedor (Izar & Méndez, 2013).

Algoritmo Silver-Meal (SM): Es una herramienta que sirve para determinar tiempo y cantidad de pedido considerando el costo promedio del periodo (Izar & Méndez, 2013).

Modelo de la cantidad económica de pedido (EOQ): Se determina el monto óptimo del inventario a pedir disminuyendo los gastos generados en su mantenimiento (Causado, 2015).

Modelo de un solo lote (Usl): Este modelo maneja un solo pedido en el año basada en la demanda anual de los productos (Izar & Méndez, 2013).

## **Amazon**

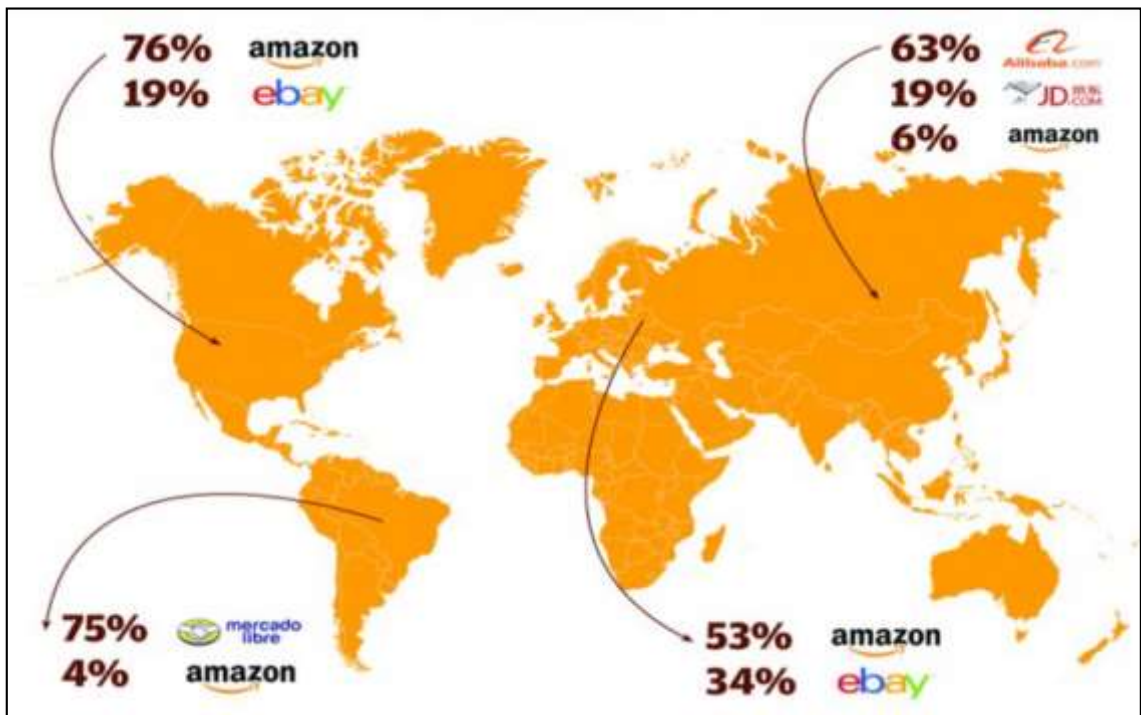
Amazon.com, Inc. es una empresa estadounidense de comercio electrónico y de computación ubicada en Seattle, Washington, creada por Jeff Bezos, el 5 de julio de 1994. El gigante cibernético se ha convertido en el más grande del planeta (Saiz, 2017) Bezos es considerado el hombre más rico del mundo en la actualidad por la revista Forbes (BBC, 2018).

Cuando Amazon se lanzó por primera vez en 1995 como un sitio web que solo vendía libros, el fundador, Jeff Bezos, tuvo una visión para el crecimiento explosivo y el dominio del comercio electrónico de la compañía. El fundador tenía la intención, desde un principio, que la tienda tenga a disposición de los usuarios una gama amplia de productos. Para el primer mes de operaciones, Amazon había comercializado libros a personas en 50 estados de Estados Unidos y a usuarios localizados en 45 países diferentes (Saiz, 2017).

Hoy en día Amazon comercializa un sinnúmero de productos para contando con lugares web minoristas localizados en los principales países europeos y asiáticos, con presencia latinoamericana en México. En 2016 crearon páginas con otros idiomas para llegar a más personas del mundo para lo que también envía productos de forma directa a ciertos lugares del planeta (Saiz, 2017).

En la actualidad el comercio electrónico se encuentra liderado por cinco grandes empresas que tienen presencia a nivel global, estas empresas son Amazon, Mercado Libre, ebay, Alibaba y JD.com. Cada uno de ellos tiene mayor presencia en la región originaria, sin embargo también tienen pequeños porcentajes en las otras regiones que los convierten en los mayores e-commerce (Malcuori, 2017).

**Gráfico N° 1: Principales regiones en que operan los e-commerce**



FUENTE: (Malcuori, 2017).

**Reactivo:**

La empresa AMAZON dedicada a la venta de productos por internet realiza la entrega a nivel mundial.

**Pregunta a resolver.**

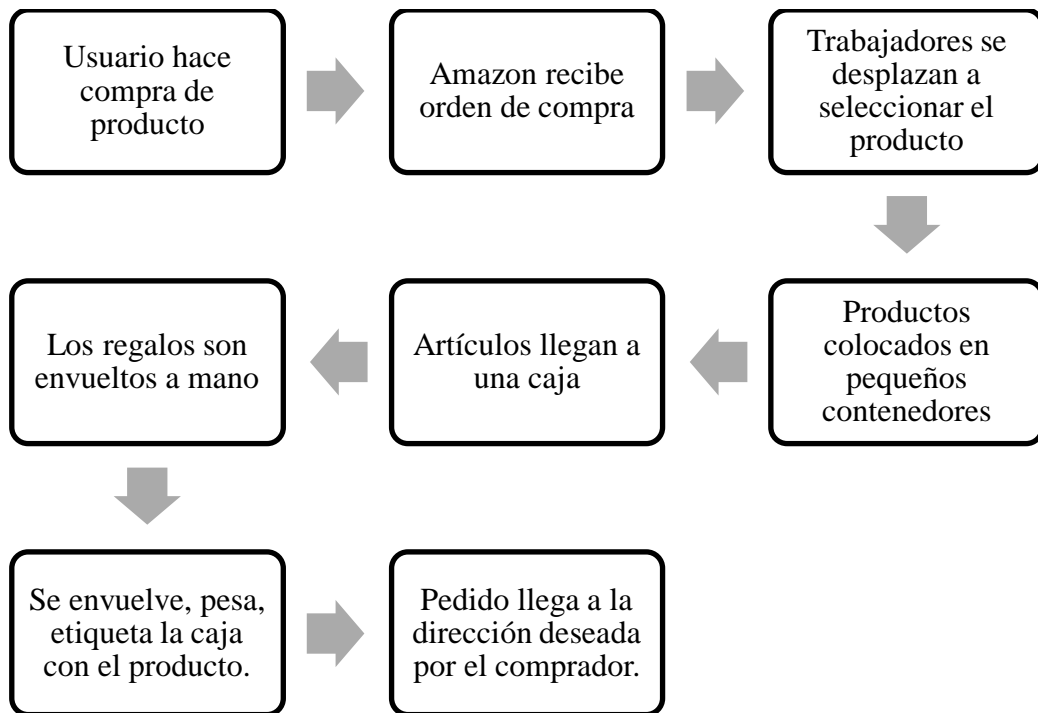
Analizar el sistema de compra que aplica la empresa virtual para reducir costos y satisfacer a sus clientes.

**Solución:**

Amazon sigue los siguientes procesos para administrar sus inventarios.



**Gráfico N° 2: Administración de inventarios**

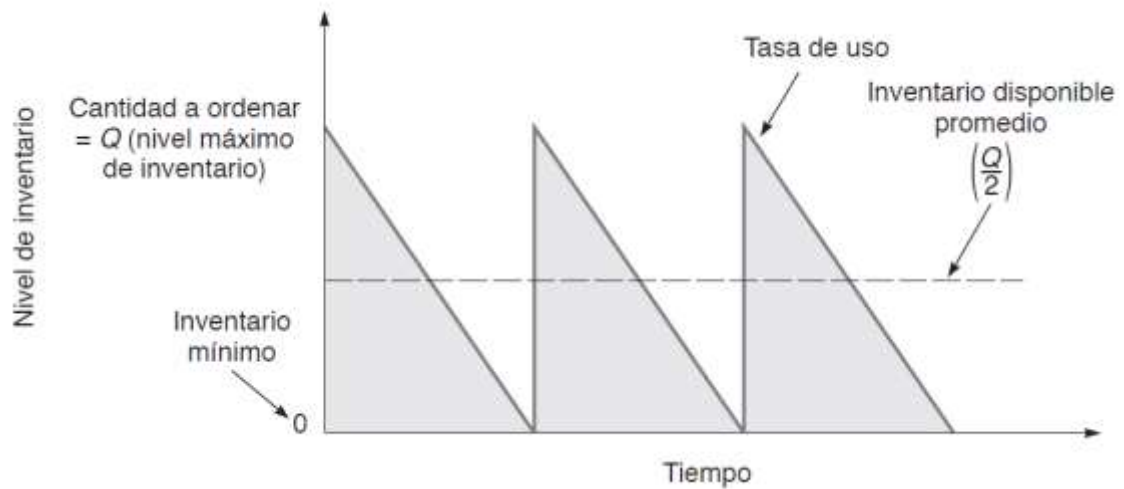


**FUENTE:** (Heizer & Render, 2004)

El manejo del inventario para Amazon representa hasta el 50% del capital invertido (Heizer & Render, 2004). Para su optimización se cree que el sistema de inventario para cumplir con las compras de los usuarios es el de Modelo de Cantidad Económica de Pedido (EOQ). Esto debido a las siguientes características que tiene Amazon:

- a) Se conoce la demanda de productos que se mantiene constante e independiente.
- b) El tiempo de entrega de los productos es constante según lo programado.
- c) El inventario es receptado de forma breve y completa.
- d) No existen descuentos por cantidades por parte del comprador.
- e) Los costos variables existentes son generados por colocar el pedido.
- f) Se evitan las inexistencias al colocar los pedidos en los tiempos programados.

**Gráfico N° 3: Modelo de Cantidad Económica de Pedido (EOQ)**

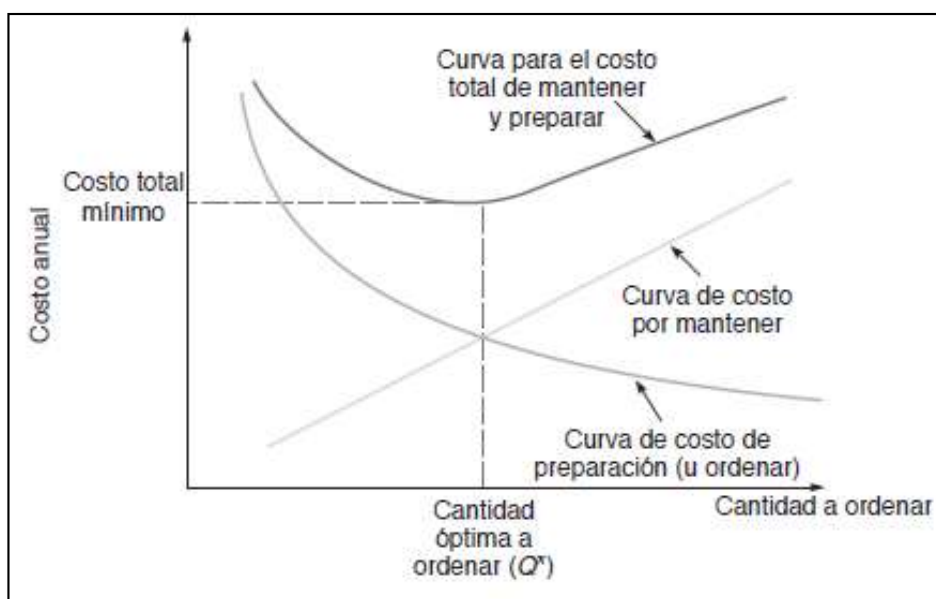


FUENTE: (Heizer & Render, 2004).

El gráfico tiene forma de diente de sierra que la adquiere en el transcurso del tiempo. Donde  $Q$  representa la cantidad ordenada. Si se realiza la adquisición de 200 relojes estos llegan al mismo tiempo saltando el nivel de inventario de cero a 200 relojes, en otras palabras llegada la orden el inventario crece de cero a  $Q$  unidades. Como la demanda es constante el inventario se reduce de la misma manera. Llegado el inventario a cero se realiza un pedido al proveedor, proceso que se mantiene en el transcurso del tiempo (Heizer & Render, 2004). De esta forma se busca minimizar los costos totales en los inventarios.

En el supuesto anterior los costos del inventario estarían generados por los costos de preparación utilizados al ordenar el pedido y el costo de mantener aplicados para llevar el pedido, los demás costos se mantienen constantes. Al minimizar los costos de preparar y mantener se reducen los costos totales en el manejo de inventarios dentro de una empresa.

**Gráfico N° 4: Costo total del pedido ordenado**



FUENTE: (Heizer & Render, 2004).

En el gráfico se observa que cuando se reduce los costos de mantener o preparar la curva del costo total también disminuye. En el modelo de inventario de EOQ la cantidad óptima a solicitar aparece en el punto en que el costo total de preparación es igual al costo total de mantener.

### **Estrategias adicionales para reducir costos en Amazon**

#### **a) “Puntos de Recogida” de Amazon**

Este servicio ha sido adoptado en España, estando en funcionamiento en países como Francia, Reino Unido y Alemania. Amazon ha abierto más de 1.200 tiendas físicas para que los clientes se acerquen a retirar sus pedidos (Europapress, 2014).

#### **b) Red de Transporte Propia**

Amazon busca contar con una red de transporte propia para no depender de terceras empresas para llevar los pedidos a los clientes. Situación que reduciría los tiempos de entrega aminorando los costos en el manejo del inventario, sin tener que depender de los negocios de envío lo cual suele traer inconvenientes a Amazon (Ungria, 2014).

### **c) Envíos con Drones**

Uno de los objetivos de Amazon en el mediano plazo es utilizar drones para el envío de los pedidos a sus clientes. Estos aparatos guiados con GPS alcanzan velocidades de 80km/h y soportan cargas de hasta 2,5 kg. La compañía está a la espera de los permisos por parte de las Fuerzas Armadas de los Estados Unidos quien no le da el aval por las leyes vigentes (Latimes, 2018).

## CONCLUSIONES

- Contar con un inventario ajustado a las necesidades de los consumidores es uno de los objetivos de Amazon líder mundial del e-commerce.
- El Modelo EOQ es una alternativa que se ajusta a las necesidades de Amazon por cuanto le permite reducir los costos totales de inventario, buscando que los pedidos se mantengan surtidos acorde a su demanda.
- Amazon al ser un gigante del e-commerce ha buscado alternativas para reducir los costos del manejo del inventario para lo que ha creado puntos de entrega de los productos, red de transporte propia para no depender de terceras compañías reduciendo los tiempos de entrega y por ende los costos operativos, además tiene programado utilizar drones para la entrega de productos llevándolos directamente al comprador, aunque este último está en espera de recibir los permisos correspondientes.
- Las empresas e-commerce deben de estar en la búsqueda constante de reducir costos operacionales para ser más eficientes, debiendo realizar estudios sobre el tipo de inventario que más le conviene según sus características organizacionales y las necesidades del consumidor.

## **BIBLIOGRAFÍA**

- BBC. (06 de Marzo de 2018). *Cómo Jeff Bezos, el dueño de Amazon, se convirtió en el primer "cienmilmillonario" y "la persona más rica de la historia"*. Obtenido de BBC Mundo: <http://www.bbc.com/mundo/noticias-42635051>
- Carrillo, S., Bravo, L., & Córdova, Z. (2016). El control de los inventarios y sus implicaciones financieras en el capital de trabajo de las empresas. *Pretium*, 6(1), 13-20.
- Causado, E. (Julio-diciembre de 2015). Modelo de inventarios para control económico de pedidos en empresa comercializadora de alimentos. *Revista Ingenierías Universidad de Medellín*, 14(27), 163-178.
- Ceballos, J. A., Fernández, J. D., & Restrepo, E. (Julio-diciembre de 2013). Aplicación de un modelo de simulación discreta en el sector del servicio automotor. *Revista Ingeniería Industrial*, 1(1), 51-61.
- Europapress. (04 de Diciembre de 2014). *Amazon lanza en España una red de 'puntos de recogida'*. Obtenido de <http://www.europapress.es/portaltic/internet/noticia-amazon-lanza-espana-red-puntos-recogida-20140310111423.html>
- Fullana, C., & Urquía, E. (2011). Los modelos de simulación: una herramienta multidisciplinar de investigación. *Encuentros multidisciplinares*, 11(32), 37-48.
- Gómez, U., & Gómez, O. (2013). Modelo de simulación para el proceso de producción en empresas de confección textil. *Sistemas & Telemática*, 11(24), 73-89.
- Heizer, J., & Render, B. (2004). *Principios de Administración de Operaciones*. México: Pearson Educación.
- Izar, J. M., & Méndez, H. (2013). Estudio comparativo de la aplicación de 6 modelos de inventarios para decidir la cantidad y el punto de reorden de un artículo. *Revista Ciencia y Tecnología*(13), 217-232.
- Izar, J. M., Ynzunza, C., & Guarneros, O. (2016). Variabilidad de la demanda del tiempo de entrega, existencias de seguridad y costo del inventario. *Contaduría y Administración*, 61(3), 499-513.
- Latimes. (29 de Marzo de 2018). *Amazon patentó drones para entregas que pueden reaccionar ante gritos y gestos humanos*. Obtenido de Los Angeles Times:

<http://www.latimes.com/espanol/eeuu/la-es-amazon-patento-drones-para-entregas-que-pueden-reaccionar-ante-gritos-y-gestos-humanos-20180329-story.html>

López, M., & Ochoa, K. R. (2015). E - Commerce. *Observatorio de la Economía Latinoamericana*(1696-8352), 1-13.

Malcuori, G. (20 de Diciembre de 2017). *Los cinco grandes del e-commerce global*. Obtenido de El Observador: <https://www.elobservador.com.uy/los-cinco-grandes-del-e-commerce-global-n1152970>

Mariño, S. I., López, M., & Alderete, R. (2012). Evaluación formativa en la asignatura Modelos y Simulación: Experimentación mediante la generación de software. *Revista Iberoamericana de Educación*, 4(59), 1-13.

Ortíz, R. F., Camacho, F., & Beldrán, R. (2017). Amazon vs. Walmart: ¿cuál de estas empresas dominará el comercio electrónico? *Revista Publicando*, 4(10), 368-382.

Preciado, F., Arcega, A., & Pedraza, O. (2014). Propuesta de un Simulador de Negocios para Estudiantes de Facultades Económico-Administrativas. *Revista CONAIC*, 1(1), 60-70.

Saiz, A. (2017). *Multiplifica tus ventas con Amazon*. Barcelona: Grupo Planeta.

Ungria, J. (27 de Mayo de 2014). *Amazon comienza con las pruebas de su propia red de transporte*. Obtenido de Iinfoecommerce: <http://infoecommerce.com/amazon-comienza-con-las-pruebas-de-su-propia-red-de-transporte/>

Vargas, M. Á., Muñoz, M., & López, Q. (2015). Modelos de negocio de dos líderes latinos en carne bovina. *Revista Global de Negocios*, 3(1), 69-82.