



Tizu, 5 Lomas Verdes, Naucalpan De Juarez, Estado de México.

C.P.: 53120 | ☎ +52 55 53431331

✉ contacto@simuladordenegocios.com.mx



HOTELCOMPANY

Simulador



COMPANYGAME
APRENDE SIMULANDO

“El juego como metodología de aprendizaje no es un invento reciente”.



“Se aprende más de una persona en una hora de juego que en cien horas de conversación”.

-Platón-

Jugar y aprender

El juego es la base de nuestro aprendizaje desde niños. Pero, el juego ha demostrado sobradamente su capacidad de generar conocimiento y aprendizaje, no sólo entre los niños. El juego constituye un entorno seguro, sin riesgos, que nos ofrece una excelente oportunidad de descubrir, de conocer nuevas cosas e introducirnos en situaciones fuera de lo común, que nos motivan por la oportunidad que nos ofrecen de conocer más sobre nosotros mismos.

El juego nos permite limitar la complejidad de la realidad, nos facilita introducirnos en situaciones nuevas y diferentes, que posteriormente podemos relacionar con la realidad.



“El juego es
aprendizaje
y placer.”

-Eduard Punset-



**“La gestión es
una fuente de
ventaja competitiva.
Los Business Games
ofrecen la oportunidad
de dirigir una empresa
sin riesgo”**



“El cambio en las personas requiere adquirir nuevos modelos de pensamiento”.

Los simuladores de negocios son herramientas de formación ampliamente utilizadas en las escuelas de negocios y los centros de formación de las grandes corporaciones por la capacidad que tienen de integrar conocimientos, competencias y habilidades, a la vez que predisponen a los usuarios a su utilización tanto por el novedad como por el uso profesional.

Algunas competencias que se adquieren en la simulación son:

- comprensión del negocio.
- visión estratégica.
- metodología de trabajo.
- formación.
- pensamiento crítico.
- pensamiento conceptual.

Asimismo, permite a los participantes profundizar en habilidades genéricas transversales:

- liderazgo
- emprendimiento
- capacidad de decisión
- creatividad
- trabajo en equipo
- comunicación

Beneficios de la simulación



La gestión empresarial constituye un reto que requiere la superación constante de los que la practican. El éxito en esta aventura requiere



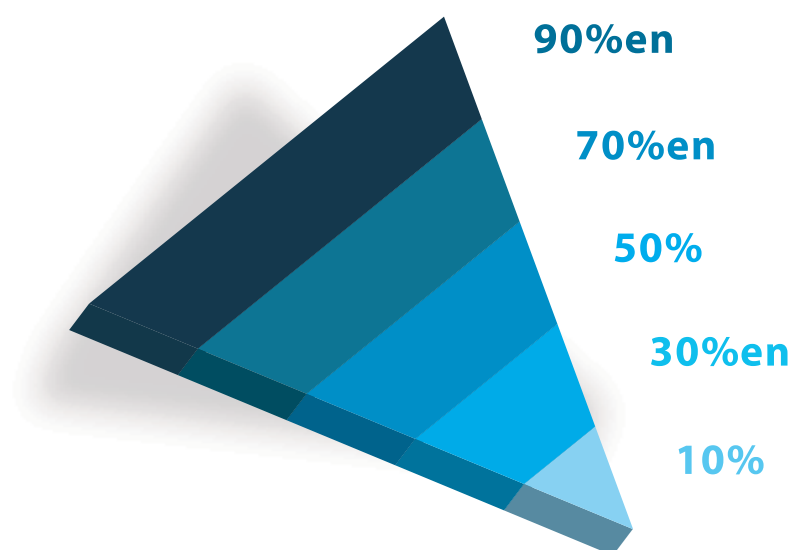
deben estar guiadas por la aplicación de una determinada metodología, que podemos simbolizar como herramienta, pero todas ellas logía, que podemos simbolizar como herramienta.

Los simuladores de negocio promueven el aprendizaje por descubrimiento, recreando situaciones reales de trabajo en las que se integran desde decisiones estratégicas y decisiones operativas del día a día. Se trata de una metodología innovadora, a la vez que ampliamente contrastada, que asegura una mayor eficacia en la formación empresarial. Y es que no es lo mismo pensar qué decisión se tomaría o qué estrategia seguir, que tener que tomar realmente dicha decisión o adoptar una estrategia determinada y comprobar qué sucede. Definitivamente no es lo mismo imaginar o explicar que simular.

La simulación permite cubrir el vacío entre la teoría y la práctica

resultando particularmente útil en la formación de adultos ya que recuerdan mucho más lo que aprenden en la práctica.

La secuerdan:



Los ejercicios de simulación se adaptan a los objetivos de cada empresa y acción formativa

A través de los Business Games, ya sean en formato competición o de uso individual, las empresas pueden formar a su personal desde una perspectiva eminentemente práctica. Partiendo de unas premisas y de hipotéticas situaciones futuras, los participantes van enfrentándose a situaciones "virtualmente" reales que les permiten profundizar en una serie de habilidades genéricas o transversales tales como el liderazgo, el aprendizaje autónomo, la capacidad de análisis, la toma de decisiones y el trabajo en equipo. Los Business Games también son una herramienta pedagógica habitual en **escuelas de gestión empresarial** y **programas de formación continua**.

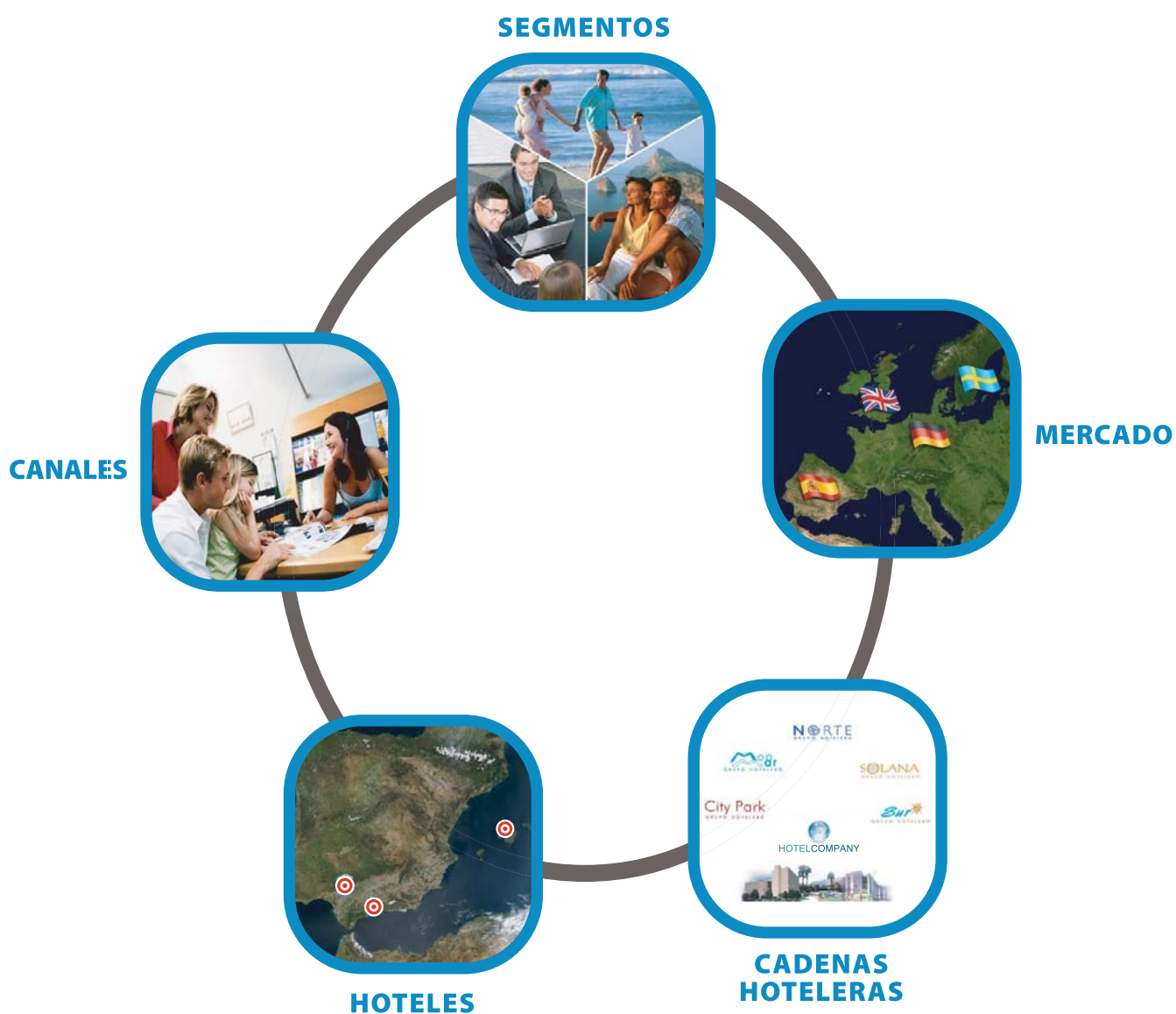
La tecnología 100% propia nos permite desarrollar simuladores adaptados a las particularidades de las empresas, industriales o de servicios, y de diferente tamaño -desde grandes empresas hasta pymes-.

Además, los simuladores pueden personalizarse para insistir en áreas concretas de la gestión en función de los objetivos.

En cualquier caso, las simulaciones están concebidas para provocar cambios en el modelo de pensamiento y en los criterios aplicados por los directivos en la toma de decisiones. Los ejercicios sobre un supuesto ficticio les obliga a tomar decisiones en nuevos entornos y situaciones, permitiéndoles adentrarse en el conocimiento de nuevas áreas de gestión y practicar

¿Qué es HotelCompany

HotelCompany reproduce el escenario competitivo de cinco cadenas hoteleras que deben competir entre sí en un mismo mercado.



La Simulación

La ompañía

El simulador reproduce el entorno sectorial de una cadena hotelera que se compone de tres categorías, rísticas

- Marbella
- Palmaallorca
- Sevilla

La cadena Hotelera cuenta con una capacidad total de 520 habitaciones 1.040 camas. Los establecimientos están ubicados en diferentes destinos como son Sevilla, Marbella y Mallorca. El principal público objetivo de la cadena hotelera son los viajeros de negocios y los turistas vacacionales, aunque disponen de otros tipos de público objetivo complementarios que pueden resultar de interés.

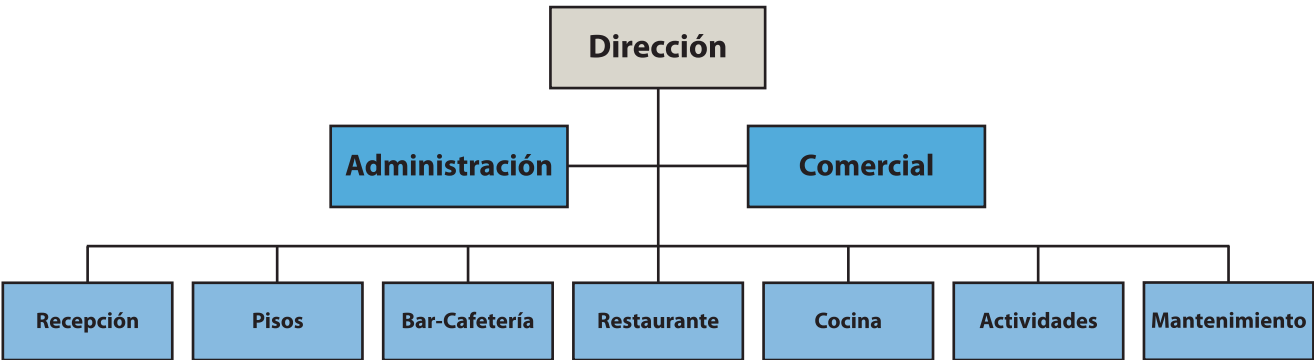
A continuación se presenta una tabla resum de la descripción básica de la Cadena Hotelera as estionar.

TU CADENA HOTELERA	CARACTERÍSTICAS BÁSICAS
NUMERO ESTABLECIMIENTOS	3
CAPACIDAD TOTAL	- -
DESTINOS	-evilla -arbella -allorca
FECHA ACIÓN	1.995
PÚBLICO	-iajeros -uristaacacional -tros

La situación de partida para cada una de las compañías es idéntica para todos los equipos de gestión.

La ubicación y características de estos destinos permiten la de finición de diferentes estrategias empresariales. De hecho , es posible aplicar estrate gias diseñadas específicamente ada dos. Los hoteles cuentan con tres t ipos de ingresos (alojamiento, re stauración y complementarios) ganizados tamentos, e

Estructura organizativa de un hotel



Los competidores

La simulación reproduce un mercado en el que compiten cinco cadenas hoteleras. Estas



Todas tienen la misma posición de partida, lo que facilita el diagnóstico inicial. Ahora bien, una vez los diferentes equipos toman la primera decisión empieza a

Para realizar el seguimiento de la estrategia de cada compañía, los equipos pueden comprar algunos de los informes que ofrece el consultor, al que puede acceder

Objetivos a conseguir

El objetivo último de cualquier equipo de gestión es alcanzar el máximo valor de la compañía al periodo de simulación. Para ello, los equipos deben mejorar las condiciones, las estrategias y los recursos de la compañía, lo que les permitirá obtener el máximo valor de la compañía al final de la simulación.

Ahora bien, este es un objetivo muy genérico que cada equipo de gestión debe traducir en objetivos estratégicos y operativos de su gestión. Consecuentemente, en primer lugar es recomendable que cada equipo de gestión defina una estrategia de gestión de mercado y de desarrollo de la compañía, en base a la cual pueda ir tomando las decisiones. A continuación, será necesario evaluar la situación de la compañía a para cada uno de los factores clave de éxito identificados por cada equipo.

El caso

El Modelo de Simulación utiliza más de 20 variables para reproducir el comportamiento del mercado turístico internacional. Estas variables se integran con otras tantas de carácter interno de la compañía para llegar a establecer el nivel de ocupación de cada una de las Cadenas de hoteles. Los datos son:

- Alemania
- España
- Gran Bretaña
- Suecia

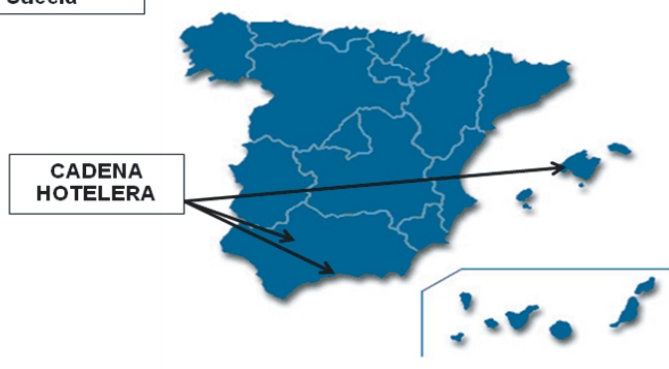
Cada caso se trata de:

- **Segmento Servicio:** Se trata de un segmento formado por personas con motivaciones de ocio, y está más sensibilizado por variables de calidad. Este segmento prefiere la organización.
- **Segmento Precio:** Se trata de un segmento formado por personas con motivaciones de ocio, y que reproduce un comportamiento de un cliente más sensibilizado por el precio y raramente el precio.
- **Segmento Empresas:** Tiene un especial interés en encontrar unas buenas instalaciones, y viceversa.

En la Simulación del Mercado Turístico se han considerado dos canales de comercialización: Directo y Tour Operador. La demanda que preferentemente utiliza uno u otro canal tiene patrones de comportamiento diferentes, lo que tiene que tener muy en cuenta a los responsables comerciales.

El área comercial resulta ser clave para el éxito económico de la Cadena Hotelera. En este sentido, las decisiones son varias (precios, promoción, disponibilidad), pero conviene destacar la eficiencia.

MERCADOS	SEGMENTOS	CANALES
 España	Segmento servicio	Canal Directo
 Gran Bretaña	Segmento precio	Canal TTOO
 Alemania	Segmento empresas	
 Suecia		





Toma

Los po
dráno mar
decisionesiv ersos mbitos.
aplicaciónterminada
estrategíaequiereomar
consistentesoordinadas
diferenteseas.



Gestión cursos

Plantilla por hotel: Deberás indicar el número de personas que
durante el período. Estos valores son promedios de todo el año,
estacionalidadopia

quieres en cada departamento
es decir, el impacto de la
ito.

• Inversión en formación: La inversión en formación es fundamental
contenido de la formación puede ser diverso: técnica, sensibilidad
sobre el volumen de inversión en formación se debe tener en cuenta
de moonsecuencia, ae

l para una empresa de servicios. El
zación, procedimientos, ... Al decidir
nta que mejora el nivel de formación
lvicio ecido.

Marketingomercialización:

- Asignación disponibilidad: A principios de ejercicio debes real
los hoteles. Así pues, debes asignar un determinada disponibili
Mercado/Canal/Hotel que presentas la simulación. Esta asigna
la compañía a diferentes
izare el plan de ventas de cada uno de
cada una de las combinaciones
ción puede condicionar la capacidad de
mercado.
- Nivel de estación: a realizar
puedes tomar las decisiones sobre el nivel de precios de cada h
diferentes Mercados y Canales. El nivel de precios de cada hote
pensión.
nacado,
otel de forma diferenciada para los
indicados refiere al régimen de media
- Inversiones en promoción: La promoción es otra de las decisio
Si una cadena o establecimiento hotelero desea captar un determ
debe realizarlo si es conocido o desconocido
scríticas para gestionar el mercado.
inadado mercado, necesariamente
mercado.

Calidad de producto:

- Porcentaje de gastos variables: El porcentaje inicial de gastos
disminuido a medida que van sucediéndose los periodos. El porce
se a un nivel.
variables puede ser incrementado o
ntaje se aplica sobre los ingresos que
- Inversión en inmovilizado: Las inversiones en inmovilizado perm
las instalaciones en las diferentes áreas de equipamiento. Para
debe tener en cuenta el nivel de equipamiento actual, el núm
hotel, ...
iten mantener o mejorar el nivel de
calcular las inversiones a realizar,
ero de habitaciones, la tipología del

Sistema de información:

- Compra de investigaciones: Tener información sobre el mercado y
para comprobar los resultados y decisiones de nuestro equipo
estamos actuando o bien debemos reconsiderar alguna de las polí
ofrecer diferentes informes para poder comprar como: beneficios
nivel de servicio por hotel, nivel de equipamiento por hotel, n
medios, versiones o promoción, promoción
la competencia, es fundamental
son adecuados al entorno en el que
ticas adoptadas. De esta forma se
por cadena, inversiones por cadena,
nivel de notoriedad por cadena, precios

Finanzas:

- Incremento de gastos, gastos, inversiónes, inversiónes, inversiónes.

Otras

- Complementariamente, el simulador planea otras decisiones vin
oportunidades o reducen compañías
culadas a determinadas situaciones u

Los Factores de Competitividad o Factores Clave de Éxito determinan aquellas áreas de gestión en las que la compañía debe alcanzar un nivel de prestaciones óptimo para poder tener éxito en su negocio. Los factores de competitividad podrán ser distintos de una compañía a otra, aún estando en el mismo negocio.



Algunos factores competitividad ante testual

- **Conocimiento del Mercado** : para poder realizar una adecuada selección de los segmentos de demanda a los que dirigirse y una eficaz definición del servicio o producto ofrecido a estos clientes, es necesario conocer.

- **Capacidad de Comercialización:** se puede medir en términos de número de relaciones activas existentes con nter mediarios, y nivel de conocimiento que éstos tienen del producto que se está.

Calidad del Servicio: el toon
el .Pero
como o,
caso

- **Calidad de las Instalaciones:** el edificio, el mobiliario, las instalaciones y el equipamiento, en general, constituyen un elemento fundamental de la

• **Nivel de Formación del Personal:** Además del equipamiento, el personal es el otro componente relevante del servicio. El cliente es quien recibe el resultado del servicio ofrecido. El propio "yo" del cliente es el que se siente positiva o negativamente afectado por el servicio ofrecido. La atención recibida tiene un impacto en la satisfacción y la lealtad del cliente.

- **Gestión de Costes:** Como en otros tantos negocios, la gestión de costes constituye un factor fundamental para alcanzar el éxito empresarial. El propósito no debe ser ahorrar por ahorrar, sino dedicar actividades de valor.

Aplicaciones del simulador de HotelCompany

Los
y

osogramasfor

mación



Formación presencial

La utilización de un Business Game como módulo central o complementario de un curso o seminario de formación puede resultar de gran valor para la integración de los conocimientos y para generar una visión global



Formación

Los simuladores de CompanyGame pueden ser utilizados en programas de formación 100% on-line pudiendo incorporar contenidos teóricos que complementen la simulación o áreas de conocimiento relacionadas con el objetivo de formación.

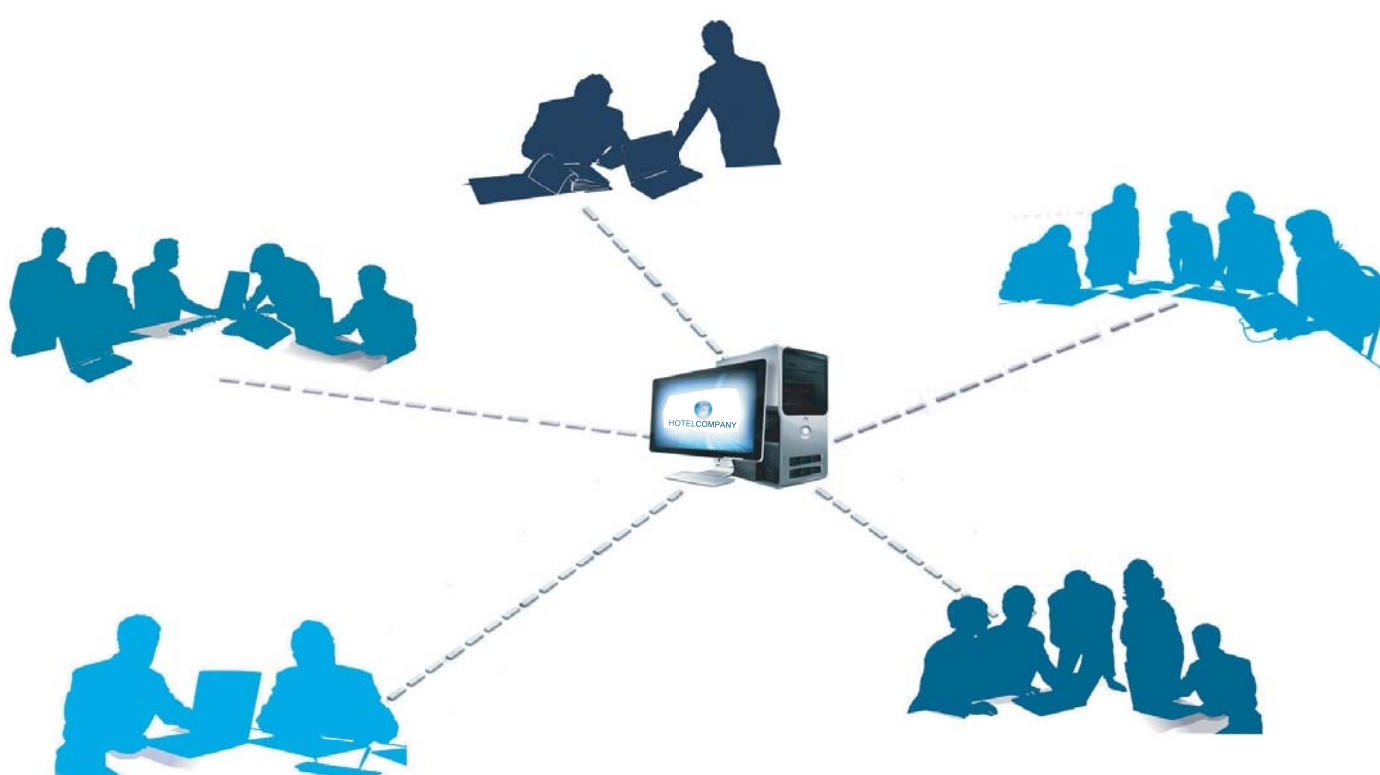


Formación mixta

Por sus características, HotelCompany puede ser utilizado en programas que combinen la formación presencial con la formación on-line, desarrollando parte de los conocimientos en el

Tipología de simulación

HotelCompany es un simulador competitivo que permite que una persona individualmente o varias, trabajando en grupo, gestionen una cadena hotelera en competencia directa con otros grupos de gestión. Esta modalidad de simulación implica que las decisiones de cada uno de los equipos influya, de forma directa, en los resultados obtenidos por las demás. Estos simuladores requieren programar los plazos para los diferentes periodos de toma de decisiones y todos los equipos



El simulador HotelCompany permite su uso 100% online, sin necesidad de descargar ningún programa o software. Los usuarios pueden entrar tantas veces como lo deseen en el simulador, y utilizarlo tanto tiempo como necesiten. No es necesario introducir una contraseña con la que se pueda acceder al simulador.



Informe

Enticipante
deganización
unotir
formato

s án ro
cio.Se

n

Toma

La
organizaciónLos
participantes,
correspondientesEl
puede,
de
ejecución
introducido

n
io



Control

Agodos
controleseolución
monitoronarprovechamiento
de

icipanteste

Presentaciónvaluaciónesultados

Alendráneparar
documentoe
expliqueesultadosenidos.esencial
animadaor,endere
delestoticipantes.



Enormaciónt
Todoslososte
herramientassoportec omoar
enrup o. demásar
dudasa yudarlesrov

icipantesegumentarende
táneparadosar a
ticipantescuentanont
echo deabajo.

ción.ormaen
e etut
a rabajo
oraesolver

Monitorización y evaluación de los alumnos.

Las simulaciones de CompanyGame están concebidas para ofrecer asistencia personalizada a los usuarios e incluyen una aplicación para que el monitor o profesor pueda supervisar su actividad y resultados. Esta aplicación facilita el seguimiento a los participantes siendo

- La ormesesentados.
- La ensa
- El eamientoatégicoaes.
- La ecciónativaonómico-a esa.
- El resultado obtenido en la simulación medido por un ratio sintético que es el alorompañía.

El último punto está relacionado con los anteriores, puesto que todos ellos están influenciados por la involucración del alumno en el simulador y su capacidad

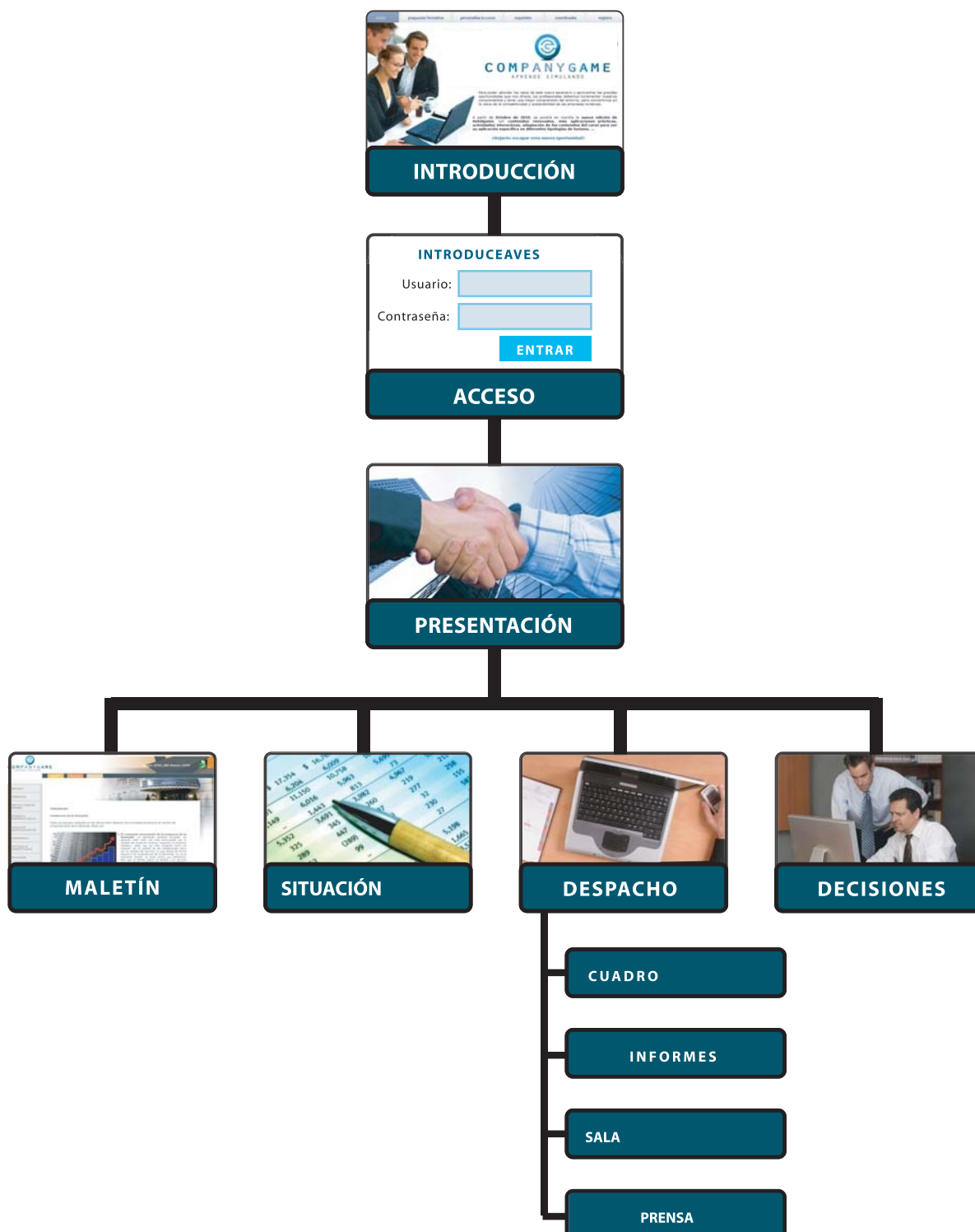
El monitor o profesor puede consultar, en todo momento, el nivel de avance en las decisiones y los resultados obtenidos por todos los participantes en la simulación, tirando *feedback*.

Una vez se cierra el periodo de toma de decisiones, desde esta herramienta también se da el orden para ejecutar las decisiones y abrir un nuevo periodo de la simulación. De este modo, los participantes tendrán acceso a los resultados de su empresa, que serán el punto de partida para tomar sus nuevas.

En el caso de las simulaciones no competitivas, es el alumno el que ejecuta la simulación, de acuerdo a su conveniencia, utilizando las funcionalidades que ofrece o no.

Modelo de navegación

La siguiente imagen muestra el modelo de navegación que seguirá el alumno en la utilización del simulador:



Modelo de navegación de fácil comprensión

La utilización de la plataforma es intuitiva, en todas las etapas por las que debe pasar el participante. Para su acceso, el supervisor le facilitará al usuario unas claves (login y password), que permitirán acceder a las diferentes pantallas de gestión de su compañía.

Las diferentes áreas de gestión de la compañía son:

- **Maletín:** ofrece información relevante sobre el entorno sectorial de la simulación.
- **Situación inicial:** presenta los datos de partida de cada una de las compañías.
- **Despacho:** constituye la pantalla principal de gestión. Tal como muestra la imagen adjunta, permite el acceso a los diferentes apartados que contienen la información actualizada sobre la evolución de la compañía.
- **Decisiones:** permite la toma de decisiones del equipo de gestión.

En la barra inferior de la pantalla, el usuario puede acceder a diferentes funcionalidades que tienen el propósito de facilitar el trabajo colaborativo entre los miembros de los diferentes equipos, y el aprendizaje conjunto entre todos los participantes en el ejercicio de simulación.





BIENVENIDO A TU DESPACHO!!!

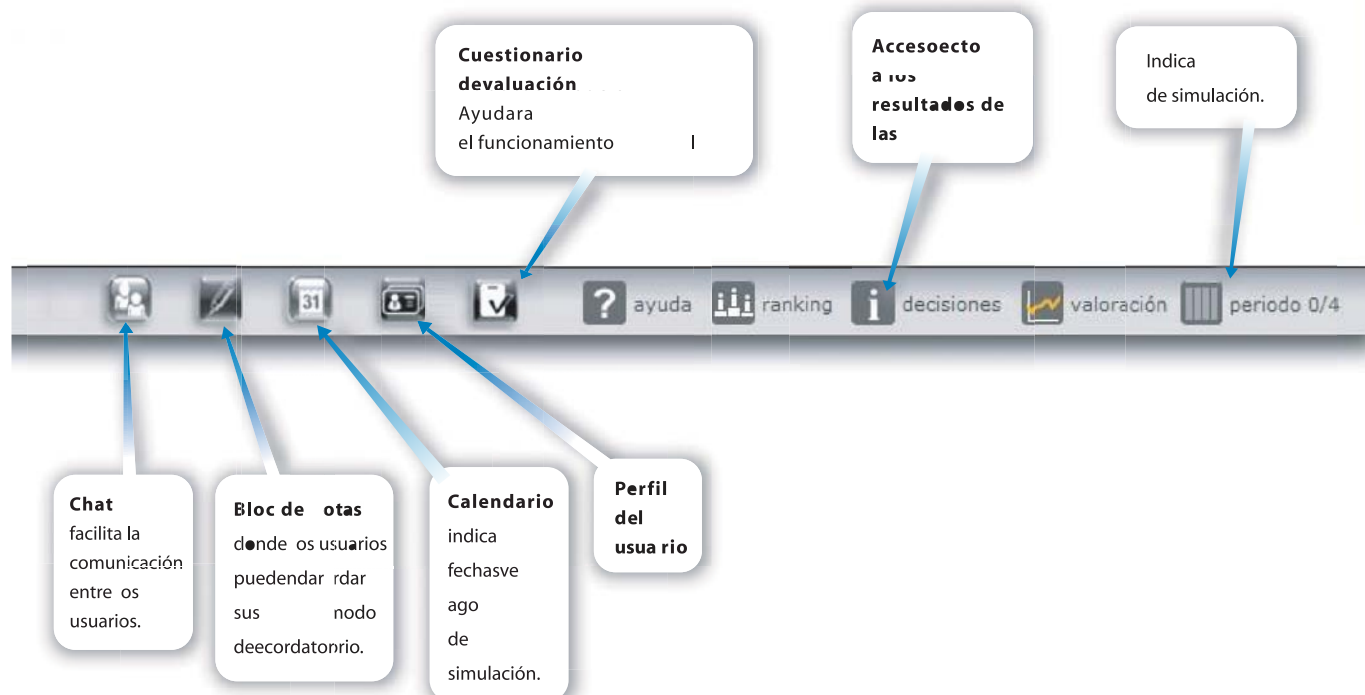
A continuación puedes ocupar tu despacho. En él encontrarás toda la información que necesitas sobre tu compañía.

El **CUADRO DE MANDO** te presenta la información más relevante sobre los resultados de tu compañía: ocupación, cuenta de explotación, balance,...

En **INFORMES** tienes diversos informes de gestión que te serán muy útiles para tomar decisiones.

En la sala de **REUNIONES** deberás entrevistarte con diferentes personas: clientes, proveedores, directivos, consultores,...

No dejes de consultar la **PRENSA**, en ella se explican las tendencias del mercado y las previsiones de evolución de las principales variables del escenario socio económico.



Monitorización de la simulación

La plataforma también dispone de una serie de funcionalidades dirigidas a la monitorización y coordinación de la simulación. A través de un acceso específico de administrador se puede disponer de la información actualizada en tiempo real. Su uso es totalmente online, por lo que permite llevar a cabo el seguimiento de los equipos, así como enviarles una comunicación fácil y agil con los alumnos, pudiendo enviarles una o dos a cada alumno.

Estadísticas

Permite obtener información básica relativa a la conectividad de los grupos: número de conexiones, tiempo conectado, fechas de conexión, etc.

Fichas

Permite el acceso a información relativa a la composición de los grupos, así como a los principales datos de contacto de los miembros: teléfono, etc.

Fichas de autoevaluación

Permite llevar un control y registro de los alumnos que intentan realizar el cuestionario. Distingue entre aprobados y no aprobados, así como los intentos.

Decisiones

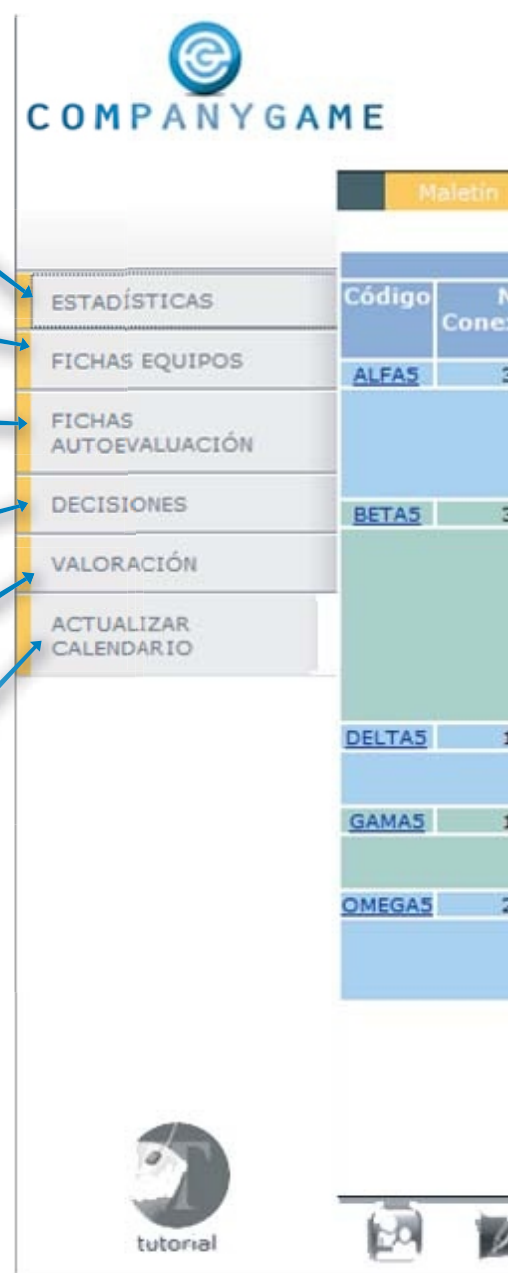
Permite conocer el estado de las decisiones, tomadas o pendientes, para la competición.

Valoración

Permite llevar un registro de notas y comentarios de los diferentes equipos.

Actualizar

Permite modificar las fechas y actividades del calendario de la competición.



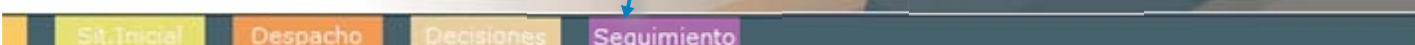
Seguimiento

Es la pestaña de acceso al área de seguimiento y organización.

Clavesador

El administrador o monitor dispone de unas claves de acceso especiales que le permiten realizar las acciones de seguimiento correspondientes.

Equipo: ADMINEOI Alumno: ASERRA



Equipos				Alumnos				
Nº	Tiempo Conex. (minutos)	Primera Conexión	Última Conexión	Código	Nº Conex.	Tiempo Conex. (minutos)	Primera Conexión	Última Conexión
10	1520	08/07/2010 9:24	14/07/2010 22:20	ALBERTO	10	351	08/07/2010 19:55	14/07/2010 22:20
				ROCIOVN	13	659	08/07/2010 18:30	14/07/2010 19:26
				RUBEN	1	0	08/07/2010 9:24	08/07/2010 9:24
				RUBEN2	6	510	08/07/2010 20:22	14/07/2010 19:39
10	666	08/07/2010 11:15	15/07/2010 7:32	CCMAD19	4	69	12/07/2010 11:24	13/07/2010 13:34
				CCMAD30	8	0	08/07/2010 11:15	09/07/2010 11:18
				IROBSAN	2	133	08/07/2010 20:09	12/07/2010 11:05
				JAVIER	5	61	08/07/2010 12:33	09/07/2010 16:18
				JAVIGETAPE	1	134	13/07/2010 7:48	13/07/2010 7:48
				JULIO	7	184	08/07/2010 13:52	15/07/2010 7:32
				LAMPI62	3	85	08/07/2010 11:31	14/07/2010 11:18
1	524	07/07/2010 18:54	14/07/2010 22:26	CARLOSEOI	7	305	07/07/2010 18:54	14/07/2010 8:55
				HEGO14	4	219	11/07/2010 11:41	14/07/2010 22:26
4	779	08/07/2010 14:26	15/07/2010 8:55	JLMORO	6	86	08/07/2010 14:26	15/07/2010 8:55
				NAVAPAMAR	8	693	08/07/2010 19:45	14/07/2010 19:12
3	2405	08/07/2010 10:32	14/07/2010 21:30	HSIAOLU	1	232	13/07/2010 6:45	13/07/2010 6:45
				JMLRODRIGUEZ	10	1356	08/07/2010 20:21	14/07/2010 19:11
				RAQUEL	12	817	08/07/2010 10:32	14/07/2010 21:30

Calendario

Permite recordar los eventos principales del curso.



Versiones disponibles



Globalización Empresarial

Transformar una empresa de vocación nacional en un empresa global con presencia en diversos continentes.



Globalización Empresarial

Transformar una empresa de vocación nacional en un empresa global con presencia en diversos países.



Gestión de una empresa tecnológica en un mercado y escenario competitivo cambiante.



Internacionalizar una empresa textil española, desarrollando nuevos productos y un marketing segmentado.



Gestión Estratégica

Gestión Estratégica de una empresa de servicios con diversos mercados objetivo.



Gestión Competitiva de Servicios



Gestión estratégica y operativa de una empresa de servicios con vocación de excelencia e innovación. Diversos mercados, segmentos y canales de comercialización.



Gestión operativa de servicios



Gestión operativa de un hotel individual. Toma de decisiones centrada en la eficiencia y la calidad. Disponibilidad de cuatro tipologías de hotel: urbano, costa, interior y montaña.



Finanzas para no financieros



Adquisición de conocimientos básicos de finanzas a través de la gestión empresarial.



Globalización de un Banco



Gestión de una entidad financiera de ámbito nacional con tres áreas de negocio: Banca Comercial, Banca Privada y Banca Corporativa.



Gestión de una oficina bancaria



Gestión integral de una oficina bancaria mixta (particular y pymes): clientes, equipo, explotación, comercial, riesgo.

Herramientas de apoyo a la innovación

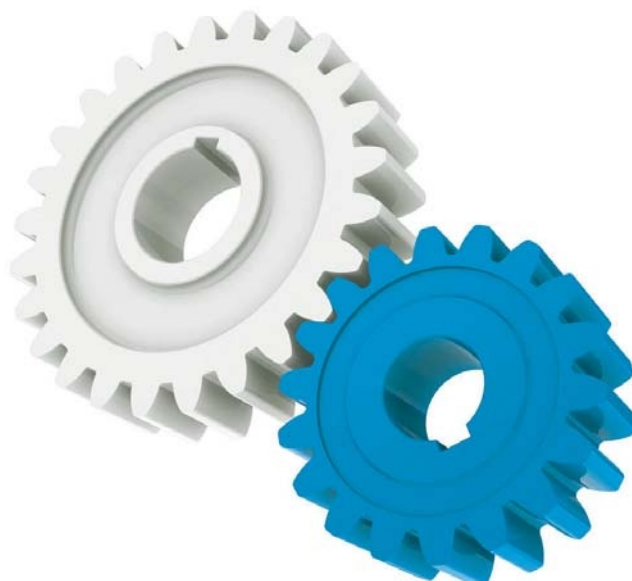
Innova Management también diseña plataformas que soportan aplicaciones de apoyo a la innovación que pueden utilizarse online incluyendo, entre otros:

- Autodiagnósticos online
- Generación y gestión de ideas
- Simulaciones adaptadas, con contenidos teóricos y ejercicios especialmente enfocados a la innovación.

Estas actividades pueden combinarse con talleres presenciales de creatividad e innovación.



“Innovar es convertir buenas ideas en resultados para la empresa”.



“La empresa innovadora es la que se preocupa por tener estructurado el proceso de innovación y lo gestiona de manera eficiente”.



CompanyGame es un producto de INNOVA Management. Con sede en Barcelona (España), INNOVA Management es una empresa de consultoría especializada, liderada por un equipo con larga trayectoria profesional. La dinámica de trabajo de INNOVA Management se distingue por la personalización del servicio y una relación de estrecha colaboración con sus clientes, así como por la participación intensiva de nuestros directores en todos los proyectos. Nuestra misión es combinar ideas innovadoras con soluciones realistas.

INNOVA Management también ofrece servicios de

- Estrategia e Innovación Empresarial
- Turismo, Hostelería y Ocio
- Formación y Capital Humano

Para más información:

www.innovamanagement.net



COMPANYGAME

APRENDE SIMULANDO

www.companygame.com