



# HOTELCOMPANY

Simulador de gestión de una cadena hotelera.



**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 negocio 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 la novedad como por el reto profesional y personal que les supone.

Algunas de las competencias en las que incide más directamente un ejercicio de simulación como el que se plantea son:

- Comprensión del escenario.
- Visión de negocio y estratégica.
- Rigor en la metodología de gestión.
- Búsqueda de información.
- Pensamiento analítico.
- Pensamiento conceptual.

Asimismo, permitirá a los participantes profundizar en una serie de habilidades genéricas o transversales:

- Liderazgo
- Aprendizaje autónomo
- Capacidad de análisis
- Toma de decisiones
- Trabajo en equipo
- Comunicación

## Beneficios de la simulación



**La gestión empresarial constituye un reto que requiere la superación constante de los que la practican.**

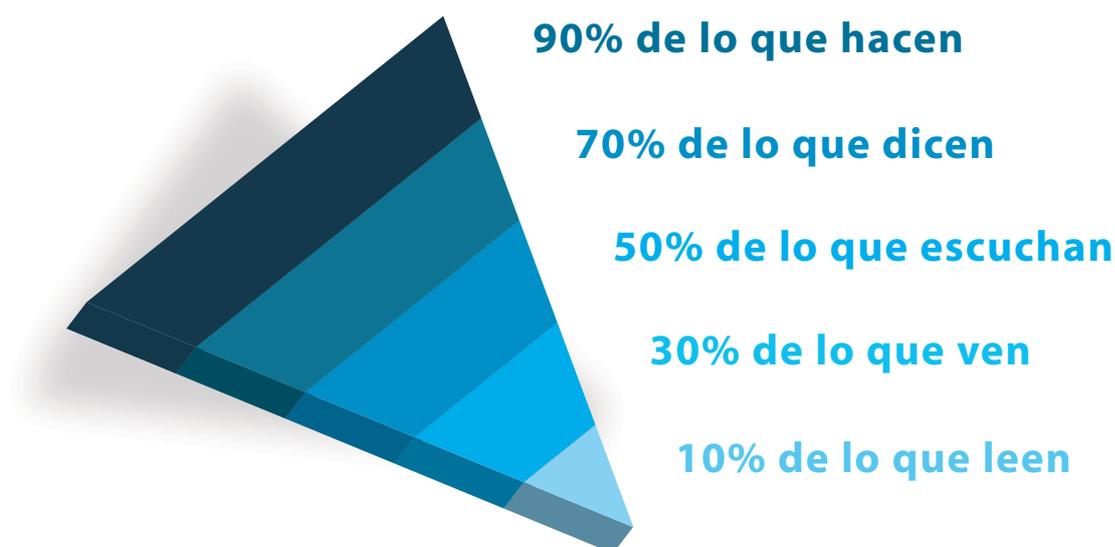


El éxito en esta aventura requiere de diversas habilidades y herramientas, pero todas ellas deben estar guiadas por la aplicación de una determinada metodología, que podemos simbolizar como el faro que nos guía en una tormenta.

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 o mediante juegos.

Las personas recuerdan:





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

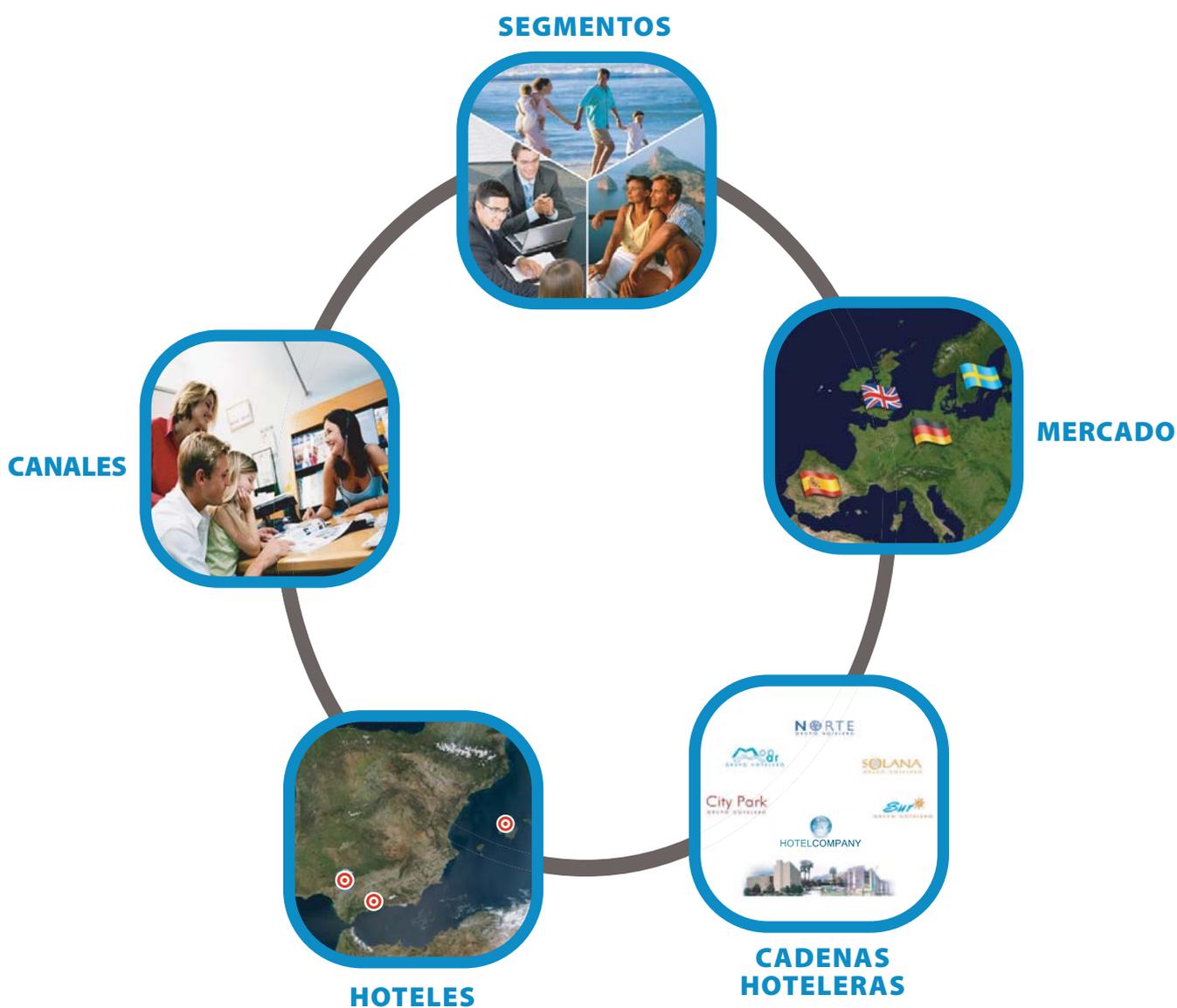
A través de los Business Games, ya sean en formato competición o de uso individual, las empresas pueden formar a su personal desde una perspectiva eminentemente práctica. Partiendo de unas premisas y de hipotéticas situaciones futuras, los participantes van enfrentándose a situaciones “virtualmente” 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 en **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. Los componentes básicos de este escenario son:



# La Simulación

## La compañía

El simulador reproduce el entorno sectorial de una cadena hotelera que se compone de tres hoteles de categoría similar, ubicados en tres destinos turísticos que son:

- Marbella
- Palma de Mallorca
- Sevilla

La cadena Hotelera cuenta con una capacidad total de 520 habitaciones o 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 resumen de la descripción básica de la Cadena Hotelera que vas a gestionar.

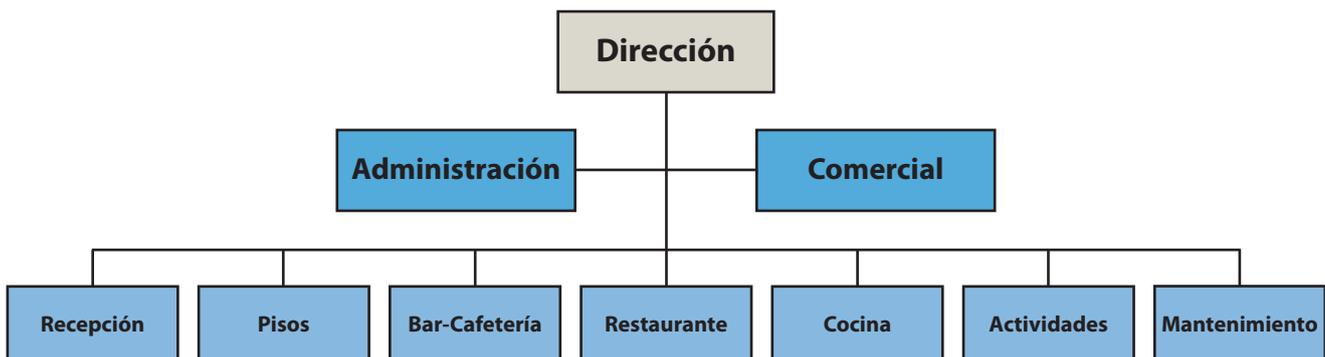
TU CADENA HOTELERA	CARACTERÍSTICAS BÁSICAS
NUMERO DE ESTABLECIMIENTOS	3
CAPACIDAD TOTAL	- 520 habitaciones - 1.040 camas
DESTINOS	- Sevilla - Marbella - Mallorca
FECHA DE CREACIÓN	1.995
PÚBLICO OBJETIVO	- Viajeros de Negocios - Turista Vacacional - Otros

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 definición de diferentes estrategias empresariales. De hecho, es posible aplicar estrategias diseñadas específicamente para cada uno de los establecimientos considerados.

Los hoteles cuentan con tres tipos de ingresos (alojamiento, restauración y complementarios) y están organizados en siete departamentos, que son:

Estructura organizativa de un hotel



## Los competidores

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



Todas tienen la misma posición de partida, lo que facilita el diagnóstico inicial. Ahora bien, una vez los diferentes equipos toman la primera decisión empiezan a establecerse diferencias, que irán ampliándose con el paso de la simulación.

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 a través de la sala de reuniones.

## Objetivos a conseguir

El objetivo último de cualquier equipo de gestión es alcanzar el máximo valor de la compañía al final de los periodos de toma de decisiones previstos en cada caso. En condiciones normales, las compañías podrían incrementar el valor al menos un 8% cada periodo.

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 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 para cada uno de los factores clave de éxito identificados por cada equipo.

## El Mercado

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 Hoteleras. Los mercados emisores de demanda son:

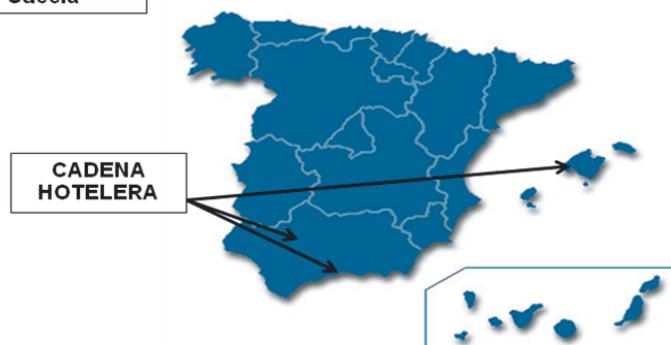
- Alemania
- España
- Gran Bretaña
- Suecia

Cada uno de los mercados se estructura en tres segmentos:

- **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 modos de organización individual del viaje.
- **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 que mayoritariamente compra paquete turístico.
- **Segmento Empresas:** Tiene un especial interés en encontrar unas buenas instalaciones, dejando el servicio en un segundo plano.

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 tienen que tener muy en cuenta los responsables comerciales de la cadena, en el momento de fijar sus estrategias. 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 que se refiere a Asignación de disponibilidad por Mercado y Canal.

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





### Toma de decisiones

Los equipos de gestión podrán tomar decisiones en diversos ámbitos. La aplicación de una determinada estrategia requiere tomar decisiones consistentes y coordinadas en diferentes áreas.



### Gestión de los recursos humanos

- **Plantilla por hotel:** Deberás indicar el número de personas que quieres en cada departamento durante el período. Estos valores son promedios de todo el año, es decir, el impacto de la estacionalidad será decisión propia del día a día, no de tu ámbito de decisión en cada caso.
- **Inversión en formación:** La inversión en formación es fundamental para una empresa de servicios. El contenido de la formación puede ser diverso: técnica, sensibilización, procedimientos,... Al decidir sobre el volumen de inversión en formación se debe tener en cuenta que mejora el nivel de formación de los empleados y como consecuencia de ello, se mejora el nivel de servicio ofrecido.

### **Marketing y comercialización:**

- **Asignación disponibilidad:** A principios de ejercicio debes realizar el plan de ventas de cada uno de los hoteles. Así pues, debes asignar un determinada disponibilidad a cada una de las combinaciones Mercado / Canal / Hotel que presenta la simulación. Esta asignación puede condicionar la capacidad de la compañía para captar y alojar a los diferentes segmentos de mercado.
- **Nivel de precios medios por pernoctación:** Para poder realizar una gestión segmentada del mercado, puedes tomar las decisiones sobre el nivel de precios de cada hotel de forma diferenciada para los diferentes Mercados y Canales. El nivel de precios de cada hotel indicado se refiere al régimen de media pensión.
- **Inversiones en promoción:** La promoción es otra de las decisiones críticas para gestionar el mercado. Si una cadena o establecimiento hotelero desea captar un determinado mercado, necesariamente debe realizar esfuerzos por ser conocido y reconocido en dicho mercado.

### **Calidad del producto o servicio:**

- **Porcentaje de gastos variables:** El porcentaje inicial de gastos variables puede ser incrementado o disminuido a medida que van sucediéndose los periodos. El porcentaje se aplica sobre los ingresos que se generan en cada área de servicio.
- **Inversión en inmovilizado:** Las inversiones en inmovilizado permiten mantener o mejorar el nivel de las instalaciones en las diferentes áreas de equipamiento. Para calcular las inversiones a realizar, debemos tener en cuenta el nivel de equipamiento actual, el número de habitaciones, la tipología del hotel,...

### **Sistema de información:**

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

### **Finanzas:**

- Incremento del préstamo a largo plazo, que los equipos pueden necesitar para financiar sus inversiones.

### **Otras decisiones**

- Complementariamente, el simulador planeará otras decisiones vinculadas a determinadas situaciones u oportunidades que se producen en el día a día de las compañías

## Factores de competitividad

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 otro, aún estando en el mismo negocio.



Cualquier cadena hotelera, independientemente de su ubicación y tamaño, tiene que responder a diferentes factores de competitividad en función de la estrategia competitiva que haya decidido seguir.

Algunos de los Factores de Competitividad más relevantes actualmente para el negocio hotelero son:

- **Conocimiento del Mercado:** para poder realizar una adecuada selección de los segmentos de demanda a los que dirigirse y una eficaz definición del servicio ofrecido a estos clientes, es necesario conocer en profundidad el mercado.
- **Capacidad de Comercialización:** se puede medir en términos de número de relaciones activas existentes con clientes directos e intermediarios, y nivel de conocimiento que éstos tienen del producto que se está ofreciendo.
- **Calidad del Servicio:** el cliente es muy sensible a la calidad del trato recibido, relacionado con el personal disponible por departamento y su nivel de formación. Pero también otros parámetros como pueden ser la calidad de las materias primas puede influir sobre la calidad del servicio, en este caso de restauración.
- **Calidad de las Instalaciones:** el edificio, el mobiliario, las instalaciones y el equipamiento, en general, constituyen un elemento fundamental de la calidad del producto ofrecido.
- **Nivel de Formación del Personal:** Además del equipamiento, el personal es el otro componente relevante de 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 por parte del personal constituye un elemento de servicio de gran relevancia.
- **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 los recursos disponibles a aquellas actividades que añaden valor para el cliente.

# Aplicaciones del simulador de HotelCompany

Los simuladores de negocio o Business Games pueden utilizarse en distintos programas de formación y en distintas modalidades entre las que destacan:



## 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 sobre la gestión empresarial.



## Formación on-line

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 la formación.

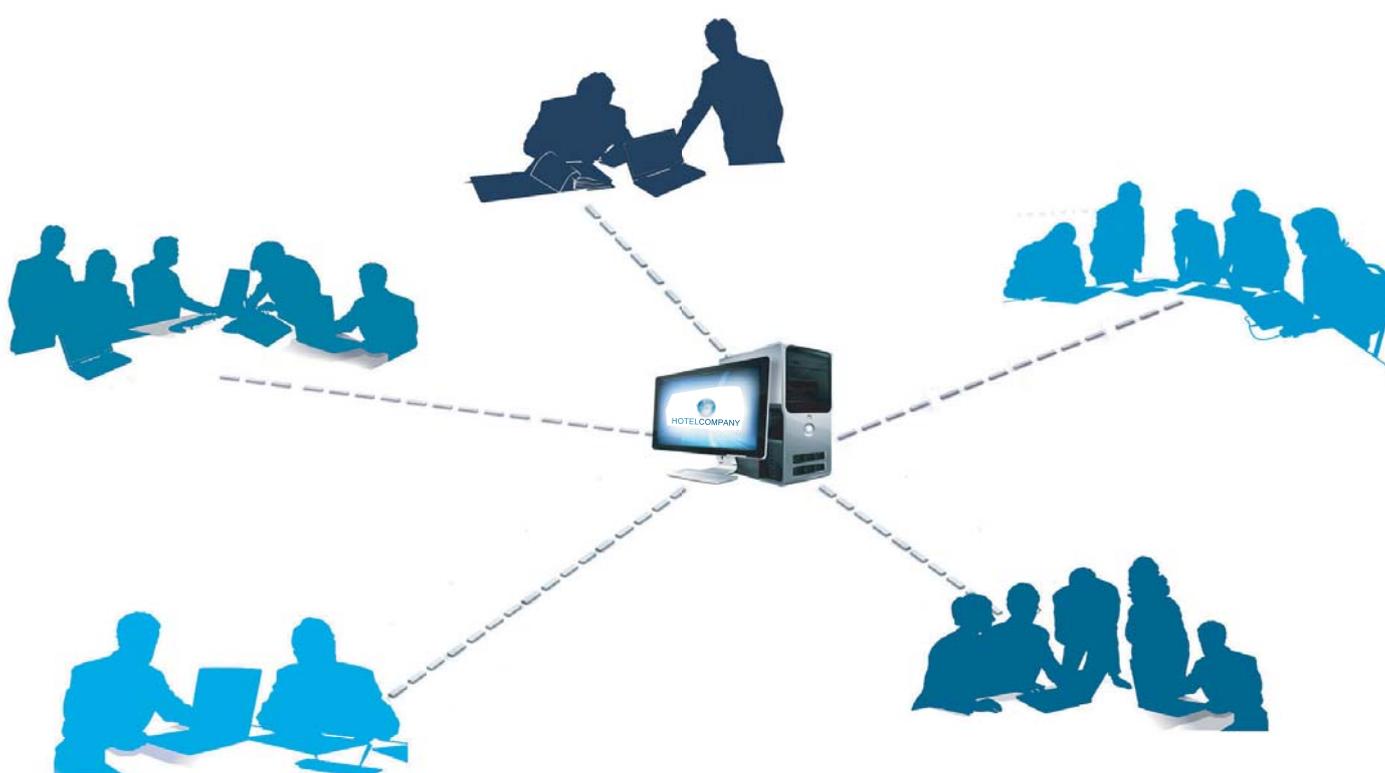


## Formación mixta

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 aula y otros a través del simulador.

## 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 deberán regirse por un mismo calendario.



El simulador HotelCompany permite su uso 100% online, sin necesidad de descargar ningún programa o software especial. Los usuarios disponen de un nombre y una contraseña con los que pueden entrar tantas veces como lo deseen en el simulador, y utilizarlo tanto tiempo como necesiten.

# Cómo funciona Hotelcompany

La utilización de HotelCompany en un curso de formación presencial o *blended* puede tener dos modalidades:

## **Intensiva**

Requiere una dedicación aproximada de 18 horas en un seminario de 2 a 3 días de duración.

## **Dilatada**

Puede requerir una dedicación que variará entre 30 y 40 horas, distribuidas entre 6 y 8 semanas, siempre en función de los objetivos de aplicación del simulador.

La aplicación del simulador puede adaptarse al perfil de los participantes y a los objetivos del programa formativo en el que se utiliza. Igualmente, el calendario de realización de las diferentes actividades que requiere la metodología habitual se adaptará según las necesidades de la actividad formativa. Seguidamente, se describe el proceso metodológico aplicado habitualmente:



### **Actividad de familiarización**

Se trata de una actividad on-line que los participantes realizan antes de la primera sesión presencial y tiene como objetivo conocer el funcionamiento de la herramienta. Para eso se pide que lean el manual del simulador y que aprendan sus funcionalidades. También deberán leerse la documentación que se les ofrece sobre la situación inicial de la organización en la cual va a basarse el simulador. Acto seguido, se les pide que cumplimenten un cuestionario on-line para demostrar que han aprendido las bases necesarias para trabajar con el simulador.

### **Presentación del simulador**

Se trata de una sesión impartida por un monitor especialista en formación con simuladores y conocedor de los objetivos pedagógicos que deben obtenerse. En esta sesión los participantes deberán aprovechar para aclarar sus dudas.





### Informe del diagnóstico y plan de negocio

En el siguiente paso los participantes deberán preparar el diagnóstico de la organización y el plan de negocio que deseen seguir. Se trata de un documento de 4-5 páginas que deberán completar a partir de un formato preestablecido

### Toma de decisiones

La toma de decisiones relacionada con la gestión simulada de la organización se realizará directamente sobre el ordenador. Los participantes deberán tomar entre 3 y 4 bloques de decisiones, correspondientes a 3-4 años de gestión. El período de simulación puede adaptarse en función de las necesidades, pero el calendario de toma de decisiones debe respetarse estrictamente, pues la ejecución del simulador requiere que todos los equipos hayan introducido sus datos.



### Control del alumno

A lo largo de la simulación se pueden planificar uno o dos controles sobre la evolución de los participantes por parte del monitor con el fin de asegurar el máximo aprovechamiento de la actividad formativa.

### Presentación y evaluación de los resultados

Al final de la simulación los alumnos tendrán que preparar un documento sobre su gestión que justifique sus decisiones y explique los resultados obtenidos. En una sesión presencial animada por el monitor, deberán defender su gestión delante del resto de los participantes.



En los cursos de formación on-line los participantes deberán igualmente argumentar y defender su gestión. Todos los documentos de soporte están preparados para su utilización on-line. La plataforma cuenta con herramientas de soporte como chats y herramientas de trabajo colaborativo para facilitar el trabajo en grupo on-line. Además los participantes cuentan con el soporte on-line de un tutor para resolver dudas y ayudarles a sacar el máximo provecho de su trabajo.

## 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 y la valoración final de los participantes teniendo en cuenta:

- La calidad de los informes presentados.
- La calidad de la defensa de su gestión.
- El planteamiento estratégico que definen para la empresa.
- La dirección operativa y la gestión económico- financiera de la empresa.
- El resultado obtenido en la simulación medido por un ratio sintético que es el valor de la compañía.

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 técnica, de gestión y emocional.

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, a partir de los cuales puede adaptar su *feedback*.

Una vez se cierra el periodo de toma de decisiones, desde esta herramienta también se da la 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 decisiones.

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 la plataforma.

# 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.

**Cuadro de mando**  
de la evolución de las variables clave a lo largo de la simulación.

**Informes**  
contiene los informes de la empresa que se van actualizando a lo largo de la simulación para facilitar el seguimiento de los resultados

**Reuniones**  
da acceso a ejercicios que, a partir de pequeños casos temáticos, se van presentando a lo largo de la simulación y requieren tomar decisiones.

**Prensa**  
en cada periodo de simulación se publican noticias sobre el entorno de mercado para que se tengan en cuenta a la hora de tomar decisiones.



**El Maletín** contiene información sobre el entorno de negocio de la empresa

**Información sobre la situación de partida de la empresa.**

**El Despacho** facilita el acceso a:  
- Cuadro de mando  
- Informes  
- Reuniones  
- Prensa

**Decisiones** desde esta página el usuario debe tomar decisiones estratégicas sobre variables clave de la empresa.



### 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.

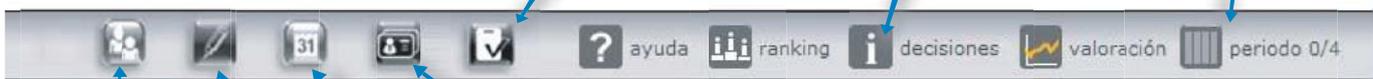
En la sala de **REUNIONES** deberás entrevistarte con diferentes personas: clientes, proveedores, directivos, consultores,...

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.

**Cuestionario de autoevaluación**  
Ayudará a familiarizarse con el funcionamiento del simulador.

**Acceso directo a los resultados de las decisiones**

Indica el periodo de simulación.



**Chat** facilita la comunicación entre los usuarios.

**Bloc de notas** donde los usuarios pueden guardar sus notas a modo de recordatorio.

**Calendario** indica las fechas clave a lo largo de la simulación.

**Perfil del usuario**

# 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 de cada uno de los alumnos individualmente, de forma fácil y cómoda.

Igualmente, la aplicación de monitorización permite la comunicación fácil y ágil con los alumnos, pudiendo enviar mensajes generales para todos o personalizados para un alumno o grupo.

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

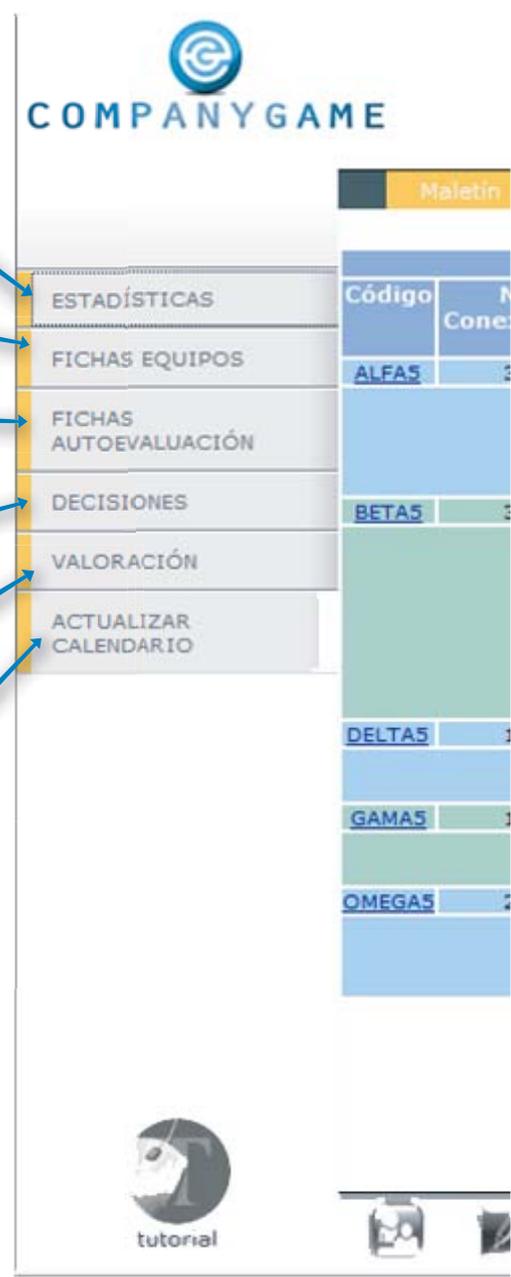
**Fichas equipos**  
Permite el acceso a información relativa a la composición de los grupos, así como a los principales datos de contacto de los miembros: teléfono, mail, etc.

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

**Decisiones**  
Permite conocer el estado de las decisiones, tomadas o pendientes, para cada equipo de la competición.

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

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



**Seguimiento**

Es la pestaña de acceso al área de seguimiento y monitorización

**Claves de administrador**

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

Equipo: ADMINEOI Alumno: ASERRA

Sit.Inicial Despacho Decisiones Seguimiento

Equipos				Alumnos				
Nº k.	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
				JAVIGETAFE	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
13	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 o simulación



? ayuda i i ranking periodo 1/4

## 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 Empresa Tecnológica

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



### Marketing internacional

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

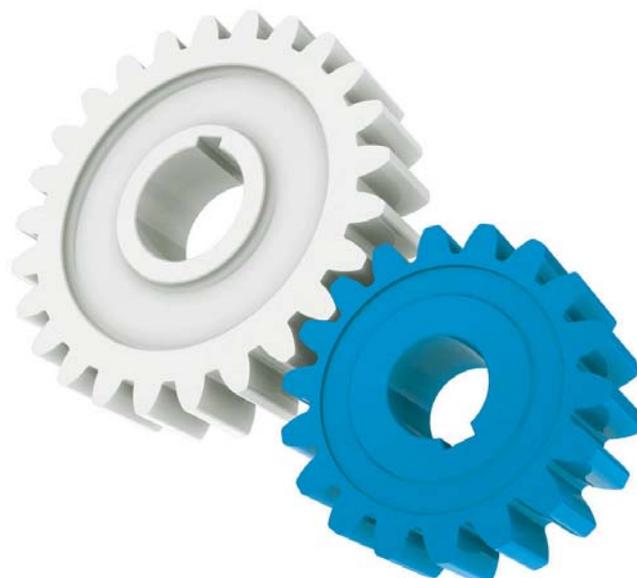
Innova Management también diseña plataformas que soportan aplicaciones de apoyo a la innovación que pueden utilizarse online incluyendo, entre otros:

- 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](http://www.innovamanagement.net)



# COMPANYGAME

APRENDE SIMULANDO

---

w w w . c o m p a n y g a m e . c o m

 **innova management**  
CONSULTORÍA·FORMACIÓN·E-LEARNING