

Simulador de gestión de un hotel.



**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.**

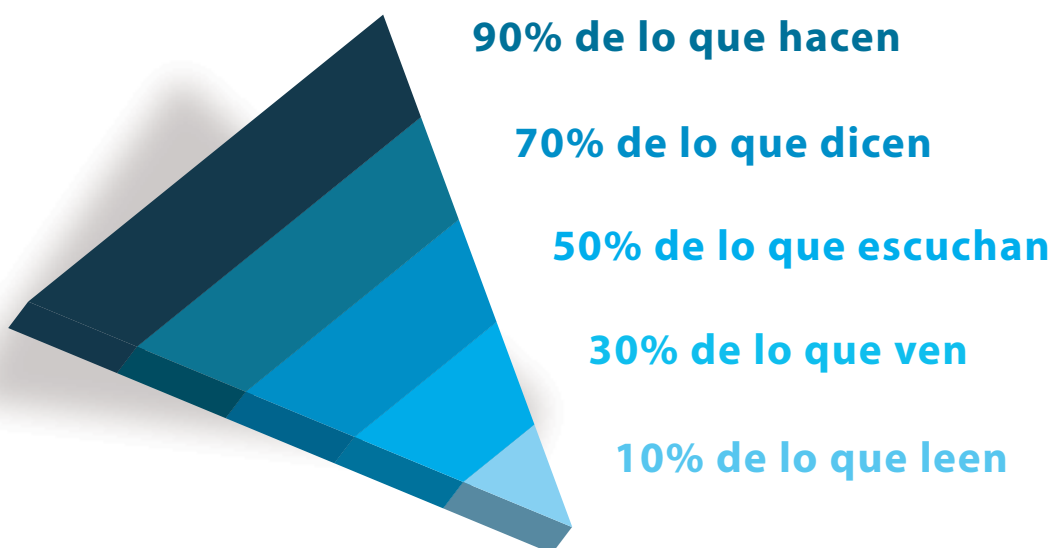


El éxito en esta aventura requiere de diversas habilidades y herramientas, pero todas ellas deben estar guiadas por la aplicación de una determinada metodología, que podemos simbolizar como el faro que nos guía en una tormenta.

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 INNOVAHOTEL?

InnovaHotel reproduce el escenario competitivo de cinco hoteles urbanos que compiten entre sí. Los elementos básicos que definen este escenario son:



# La Simulación

## La compañía

El hotel tiene una categoría de 4 estrellas, cuenta con 110 habitaciones y se encuentra situado en un área céntrica de la ciudad de Valencia.

Por lo general hay una buena opinión del hotel, aunque se han recibido comentarios a veces un poco críticos respecto al estado del equipamiento.

En el último año, el precio medio por habitación se situó en torno a los 100 € y la tasa de ocupación de las habitaciones rondó el 71%. Los ingresos por alojamiento representaron cerca del 66% del volumen total de negocio.



El restaurante, que ofrece cocina de mercado, fue reformado hace dos años (incluyendo el personal y el menú). La ocupación del restaurante ha mejorado en los últimos años, aunque en los últimos tiempos se han identificado ciertos problemas relacionados con los menús, que han derivado en una reducción de la rentabilidad, lo que ha sido repetidamente cuestionado desde la dirección.



El hotel dispone de 4 salones para la realización de reuniones de empresas, cuya ocupación en el pasado ejercicio se ha situado en torno al 30%. En los últimos años esta línea de ingresos ha funcionado bien a pesar de que no parece haberse aprovechado todo su potencial.

## Los competidores

La simulación reproduce un mercado en el que compiten cinco hoteles con características muy similares. Estas son:

- Hotel Ágora
- Hotel Civic
- Hotel Domus
- Hotel Travis
- Hotel Union

Todos los establecimientos hoteleros tienen la misma posición de partida, lo que facilita el diagnóstico. Ahora bien, conviene estar muy atento a la primera decisión que tomen los diferentes equipos, pues las estrategias que puede aplicar cada equipo son muy diversas.

Para realizar el seguimiento de la estrategia de cada equipo, se puede comprar algunos de los informes que ofrece el consultor. Accediendo a la sala de reuniones se puede localizar al consultor.



## Escenario inicial

Por su perfil y características, el establecimiento se sitúa en el segmento de hoteles urbanos de categoría media, media-alta de la ciudad de Valencia. Está dirigido tanto a hombres de negocio como a los clientes que visitan durante un periodo corto de tiempo la ciudad y compite directamente con un notable volumen de hoteles similares, también ubicados en áreas céntricas de la ciudad o bien comunicadas.



En los últimos diez años el volumen de habitaciones en la zona ha aumentado considerablemente al igual que la necesidad de esforzarse para mantener y mejorar permanentemente la competitividad del hotel y defender su buena posición en el mercado. En el caso del Hotel, los esfuerzos realizados no parecen haber sido suficientes ya que, si bien se trata de un establecimiento conocido en la zona, en la actualidad no se encuentra entre los establecimientos de referencia del sector.

La actual situación del hotel se debe principalmente a la recesión económica global que afecta directamente al sector turístico y no está siendo sencillo aplicar con éxito actuaciones que permitan mejorar el nivel de competitividad del hotel de cara al futuro. Asimismo, la gestión interna que se ha llevado a cabo en los últimos tiempos tampoco ha permitido conseguir una posición ventajosa respecto a los competidores directos y, debido a la escasa definición de las líneas estratégicas a seguir, la crisis parece estar afectando en mayor medida al establecimiento.

Para llegar a esta conclusión se han comparado los resultados e indicadores económicos más relevantes del Hotel con la media del conjunto de establecimientos que ofertan servicios de similares características. El resultado ha sido que:

- El nivel de ocupación se encuentra ligeramente por debajo del resto de competidores.
- El nivel de precios se encuentra por debajo de la media de la competencia directa.
- La productividad por trabajador es menor que la media del sector.
- Los ratios de rentabilidad económica y financiera son menores que los de la media de los competidores directos.

## 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 empresa para llegar a establecer el nivel de ocupación del establecimiento hotelero.

## Países Emisores

Más de la mitad de los clientes del hotel son de origen español, aunque el hotel recibe flujos destacados de demanda de origen francés y alemán.

País emisor	% de mercado
España	52,0%
Francia	26,5%
Alemania	21,5%

## Segmentos

El mercado también se define en función de las motivaciones y características principales de los viajeros. Bajo este criterio la demanda se distribuye entre tres segmentos que son: grandes y medianas empresas, pequeñas empresas y profesionales y turismo de ocio/vacacional.

La distribución de la demanda del hotel en función de los diferentes segmentos queda reflejada en la siguiente tabla:

Segmentos	% de mercado
Grandes y Medianas Empresas	25,0%
Pequeñas Empresas y Profesionales	40,0%
Ocio / Vacacional	35,0%

Por último, en la simulación se pueden distinguir 3 canales de comercialización: el canal directo, el intermediario offline y el intermediario online.

- **Canal directo:** engloba a todas aquellas ventas que se realizan directamente desde hotel, ya sea offline u online, y que implican un pago directo al establecimiento.
- **Intermediario offline:** formado por aquellas ventas en las que el cliente reserva su estancia a través de un intermediario o canal offline (canal tradicional), como pueden ser los touroperadores, las agencias de viajes, etc.
- **Intermediario online:** engloba aquellas ventas en las que el cliente reserva su estancia a través de un intermediario online como pueden ser agencias de viajes online, portales de Internet, centrales de reserva online, etc.

## 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.

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.

## Factores de competitividad

Los Factores de Competitividad o Factores Clave de Éxito determinan aquellas áreas de gestión en las que el Hotel debe alcanzar un determinado nivel de prestaciones para poder tener éxito en su negocio.

Cualquier hotel, independientemente de su ubicación y tamaño, tiene que responder a diferentes factores de competitividad en función de la estrategia producto/mercado que haya decidido seguir. Son los elementos que inciden directamente en la distribución de la demanda del mercado.

En la actualidad, algunos de los Factores de Competitividad más relevantes 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.
- **Calidad del servicio y equipamiento:** Los niveles de equipamiento y servicio se definen en base a una escala que oscila entre los valores 1 a 10 que significan el indicador de calidad que se ofrece a los clientes. Es importante que estos niveles se adecuen a las expectativas de los clientes.
- **Ocupación:** Mide el porcentaje de habitaciones ocupadas durante el período.
- **Control de gastos (gestión de gastos variables):** Son, como su nombre indica, gastos cuyo importe está vinculado al volumen de operaciones, es decir de la ocupación que alcance el hotel. Se medirá en porcentaje sobre ingresos.
- **Nivel de servicio.** Los gastos variables y el nivel de formación del personal son los factores determinantes del nivel de servicio. el nivel de satisfacción del personal, además de la propia acción de dirección de los responsables de departamento, constituye el fundamento básico del nivel de servicio prestado.
- **Nivel de satisfacción del personal:** fundamenta la capacidad de dar un buen servicio al cliente. Depende de variables como el número de personal por departamento y el nivel de formación por servicio.
- **Nivel de mantenimiento de las instalaciones:** el edificio, el mobiliario, las instalaciones y el equipamiento, en general, constituyen un elemento fundamental del servicio ofrecido al cliente. La inversión en equipamiento afecta directamente al nivel de equipamiento.

## Decisiones

El equipo de gestión podrá tomar decisiones en diversos ámbitos. La aplicación de una determinada estrategia requiere tomar decisiones consistentes y coordinadas en diferentes áreas.

### Marketing y comercialización

**Precio:** Como en cualquier negocio, el precio constituye una variable clave en la gestión del hotel. En la simulación podrás tomar decisiones sobre los precios de los siguientes servicios: alojamiento (precio por habitación), restauración (precio medio del cubierto) y complementarios (precio medio alquiler de salas).

**Inversión en promoción:** La decisión de promoción se toma por mercado y por canal. La inversión en promoción repercute sobre el nivel de notoriedad y conocimiento por parte de la demanda.

### Calidad del servicio

**Inversiones en inmovilizado:** Las inversiones en inmovilizado permiten mantener o mejorar el nivel de las instalaciones del hotel.

**Gastos variables:** El incremento del porcentaje de gastos variables permite obtener un retorno en términos de nivel de servicio y, por tanto, de satisfacción de la demanda.

### Finanzas

**Solicitud de préstamo:** Inicialmente se ve reflejada en el balance del hotel una cantidad como préstamo a largo plazo que corresponde al saldo pendiente de amortizar. En el momento que se crea oportuno, el hotel puede acudir a los bancos para incrementar los recursos disponibles, si así se desea.

### Recursos Humanos

**Formación del personal:** La inversión en formación permite mejorar las capacidades de gestión y servicio del personal, pudiendo así ofertar un servicio de calidad.

### Sistemas 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.

### Otras decisiones

Complementariamente, el simulador planteará otras decisiones vinculadas a determinadas situaciones u oportunidades que se producen en el día a día de los hoteles.

#### FORMACIÓN DEL PERSONAL



#### INVERSIÓN EN EQUIPAMIENTO



#### GASTOS VARIABLES



#### NIVEL DE PRECIOS



#### PROMOCIÓN



#### FINANCIACIÓN

## Aplicaciones del simulador de InnovaHotel

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.



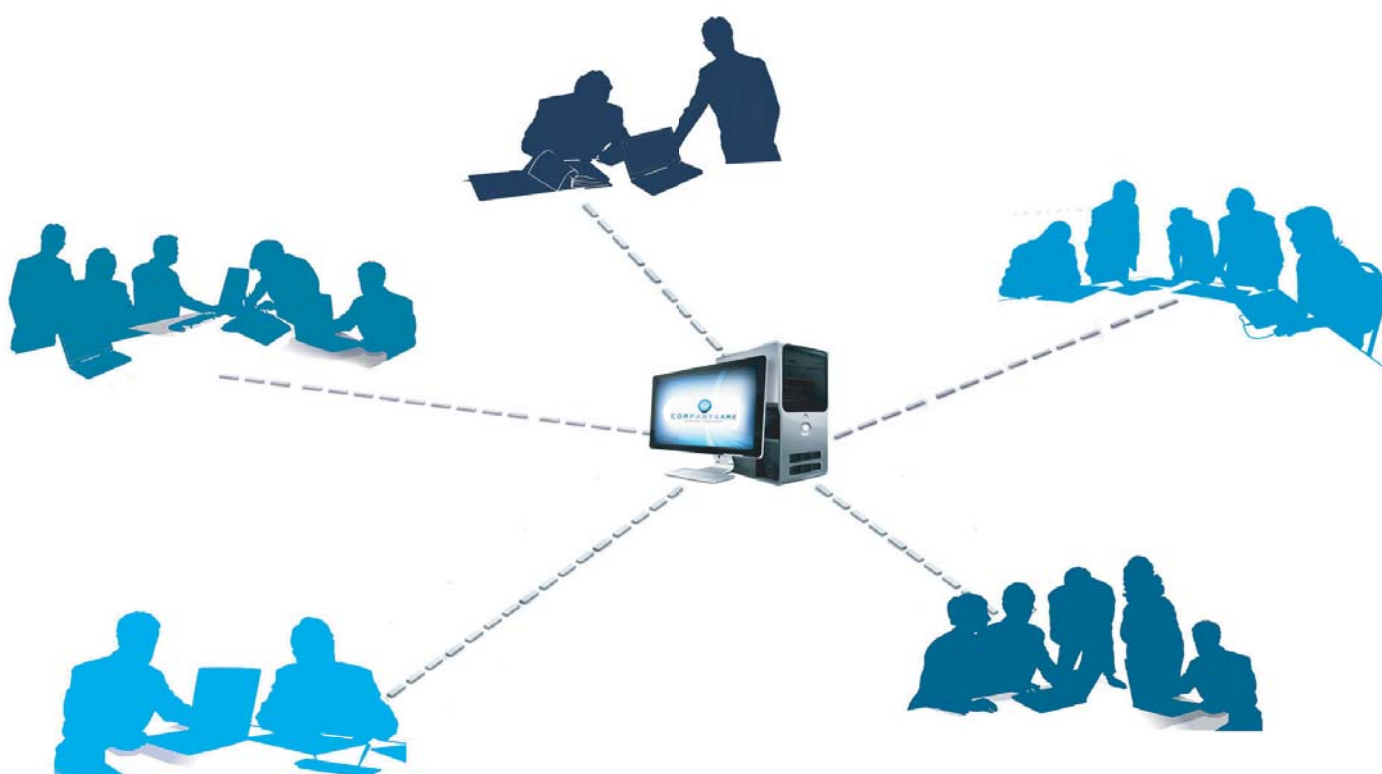
### **Formación mixta**

Por sus características, InnovaHotel 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 InnovaHotel

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.

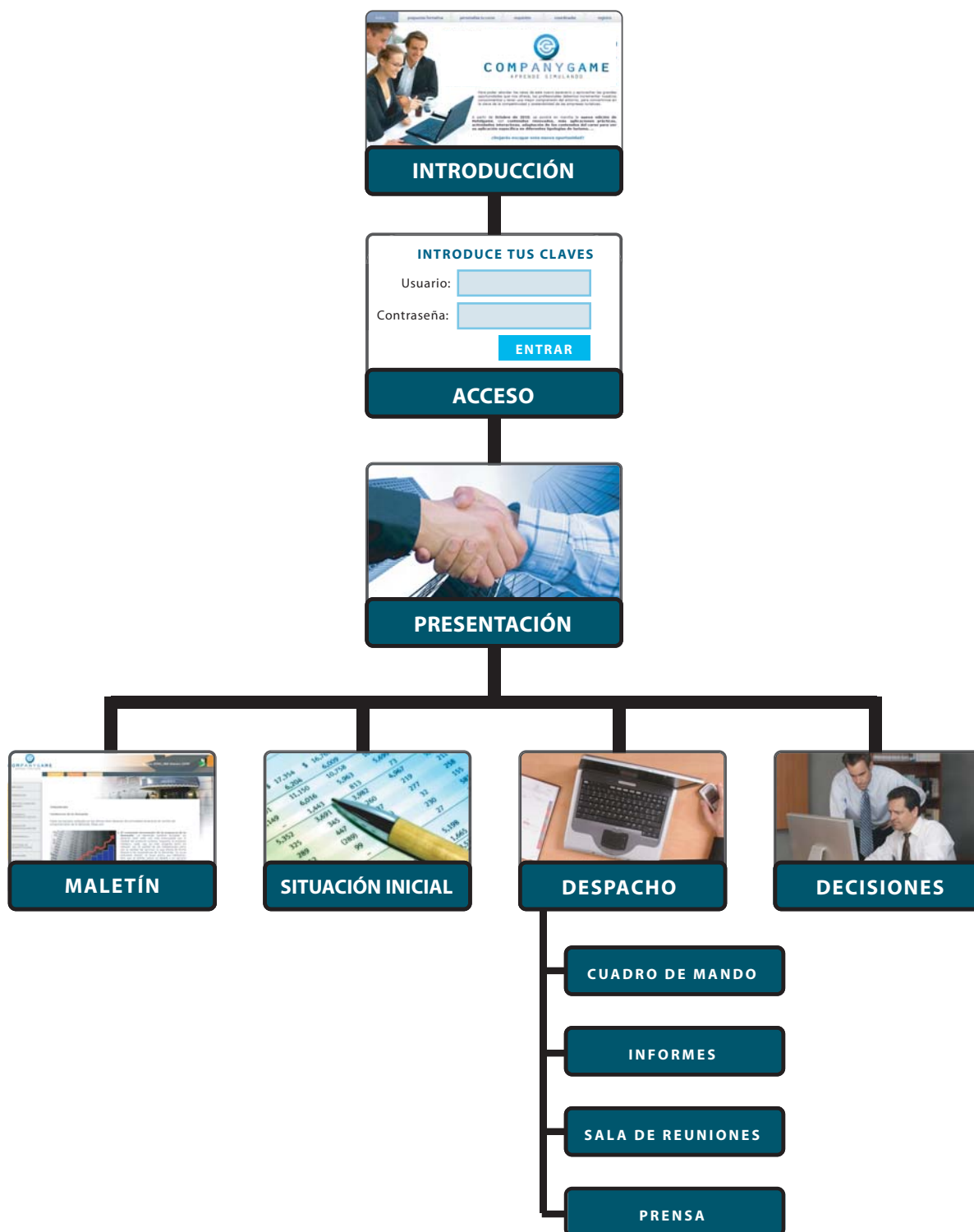
El monitor o profesor puede consultar, en todo momento, el nivel de avance en las decisiones y los resultados obtenidos por todos los participantes en la simulación, a partir de los cuales puede adaptar su *feedback*.

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.

Mis herramientas:

CUADRO DE MANDO

INFORMES

REUNIONES

PRENSA

**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.

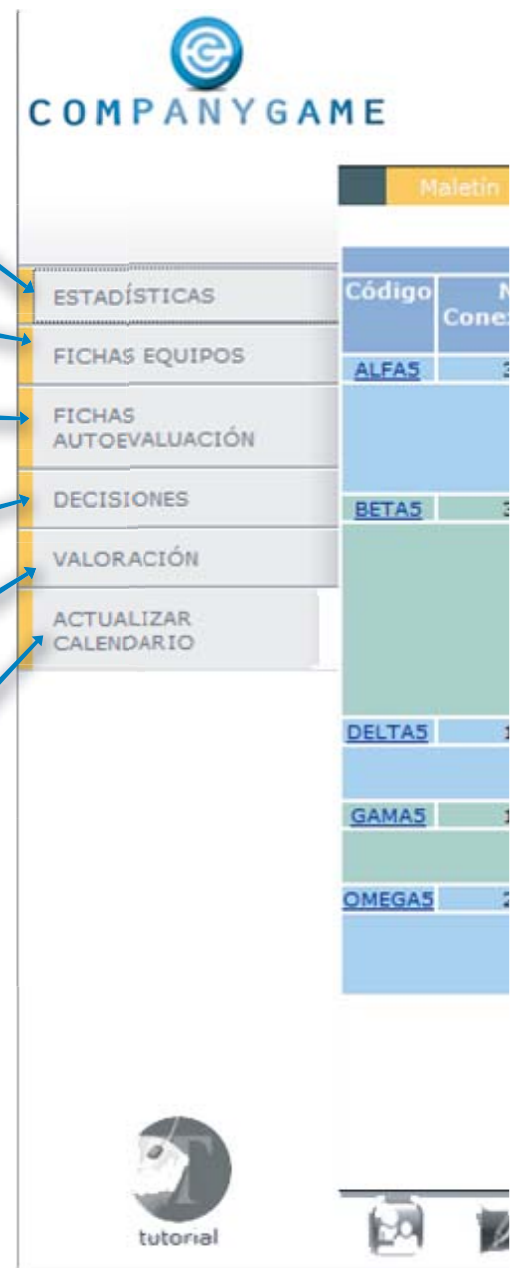
**Perfil del usuario**

# 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 agil 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



## Versiones disponibles

 **Businessglobal**



### Globalización Empresarial

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

 **Businessglobal**



### Globalización Empresarial

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

  
**TECHCOMPANY**



### Gestión Empresa Tecnológica

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

**Global2020**



### Marketing internacional

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

  
**HOTELCOMPANY**



### 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