



Simserv Hoteles simula una comunidad en la cual los servicios turísticos han sido privatizados. Los participantes deberán gerenciar un hotel y competir entre ellos, colaborando, al mismo tiempo, con la comunidad.

Los participantes deberán aplicar conceptos de la administración moderna tales como finanzas, contabilidad y marketing, utilizando herramientas cuantitativas tales como pronósticos y análisis del punto de equilibrio.

### **Características del escenario**

- Los participantes ingresan a un escenario con 10 años de historia sobre la comunidad donde operan.
- Los hoteles acaban de ser privatizados. Los nuevos gerentes se enfrenta a la tarea de dirigir organizaciones que pueden competir o colaborar con la comunidad.
- El análisis del entorno, así como el margen potencial, permitirá fijar políticas de crecimiento o contracción en la provisión de camas y servicios auxiliares.
- Las decisiones se expresan en días-cama, estimándose la cantidad de mano de obra requerida en función de pronósticos de la demanda.
- La empresa de servicios ganadora en Simserv es aquella que logra incrementar el capital con utilidades durante los años de simulación.

### **Objetivos de aprendizaje**

- Perspectiva gerencial a largo plazo en empresas de servicio.
- Demostrar que, en los servicios, marketing no es una función de staff sino de línea.
- Enseñar conceptos de la administración moderna tales como finanzas, contabilidad, marketing de servicios y gerencial aplicados a empresas de servicio.
- Enseñar el uso de herramientas cuantitativas tales como pronósticos, análisis del punto de equilibrio y planeación de marketing.
- Producir experiencias en la toma de decisiones bajo limitaciones de tiempo y grandes presiones, tal como en la vida real.
- Promover la competencia entre hoteles, pues las decisiones de uno afectan directamente las de los otros y viceversa, ya sea en forma negativa o positiva.