



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

C.P.: 53120 | ☎ +52 55 53431331

✉ contacto@simuladordenegocios.com.mx



Bankgame

Simulador de gestión de una oficina bancaria.



COMPANYGAME

“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 motiva por la oportunidad que nos ofrece 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 complementarias 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.

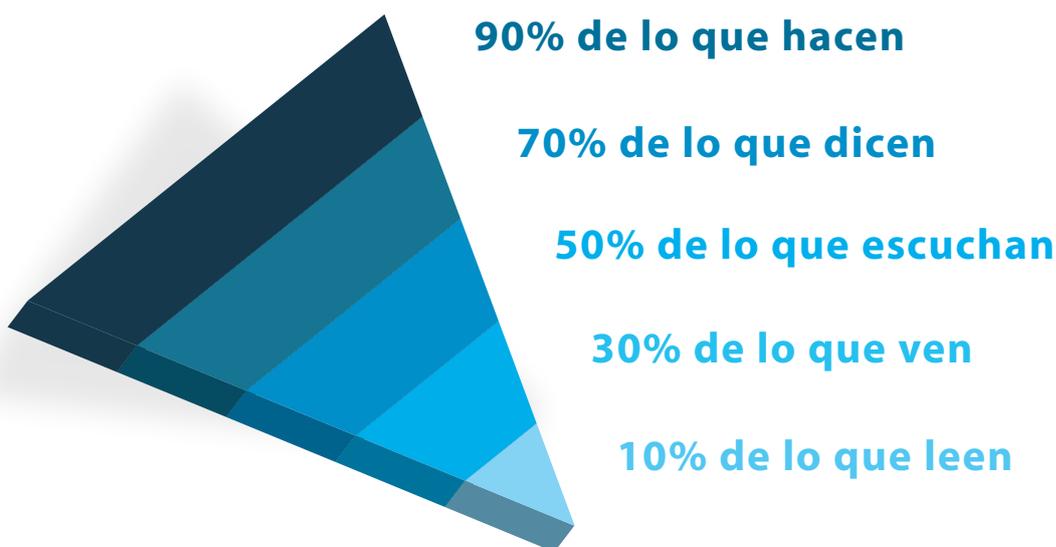


El éxito en esta aventura requiere de diversas habilidades y herramientas, pero todas ellas deben estar guiadas por la aplicación de una determinada metodología, que podemos simbolizar como el faro que nos guía en una tormenta.

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 nuevas estrategias y políticas.

¿Qué es BankCompany?

BankGame reproduce el escenario competitivo de cinco entidades bancarias que deben competir entre sí. Los componentes básicos de este escenario son:



La Simulación

La entidad financiera

En el simulador Bankgame, los usuarios van a gestionar una de las cinco oficinas bancarias existentes en el municipio de Montvalls. Dichas oficinas pertenecen a las siguientes entidades financieras:

- Banca Badía
- Banco La Ribera
- Caja Fincash
- Banca Vallés
- Caja Aranda

¡La situación de partida de las oficinas es la misma para todos!

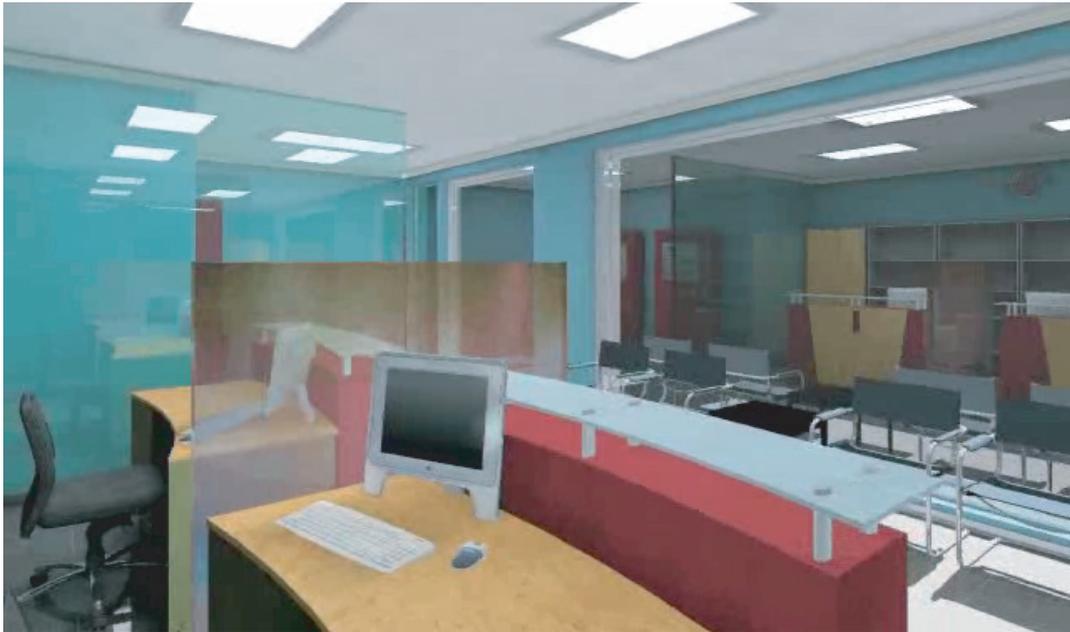
La Entidad en la actualidad tiene una red de más de 900 oficinas y varios edificios destinados a servicios centrales, con más de 8.000 empleados.

Durante las últimas décadas, la entidad se ha ido expandiendo y en la actualidad cuenta con presencia en todo el país.

La oficina

La oficina de una entidad financiera es una importante unidad de gestión. A pesar de que el margen de decisión para el establecimiento de los precios y para la definición de las características de los productos, están limitados por la central de la entidad, la oficina constituye, en sí misma, una **unidad de gestión** porque:

- Es el lugar donde se desarrolla la política comercial de la entidad.
- Está dirigida por una persona responsable de su gestión global.
- Tiene que alcanzar los objetivos comerciales, de crecimiento, resultados y calidad, que le asigna la entidad.
- Dispone de recursos – humanos, tecnológicos, etc. – para conseguir estos objetivos.
- Cuenta con instrumentos específicos de previsión y control: cuenta de explotación, informes de contabilidad analítica y estadísticas para verificar sus objetivos de calidad.
- Puede dirigir su actividad comercial hacia aquellos segmentos y con aquellos productos que tenga más posibilidades de aumentar el volumen de negocio.



Situación inicial de la oficina

En la actualidad la oficina de se encuentra con una situación un poco delicada, por los siguientes motivos:

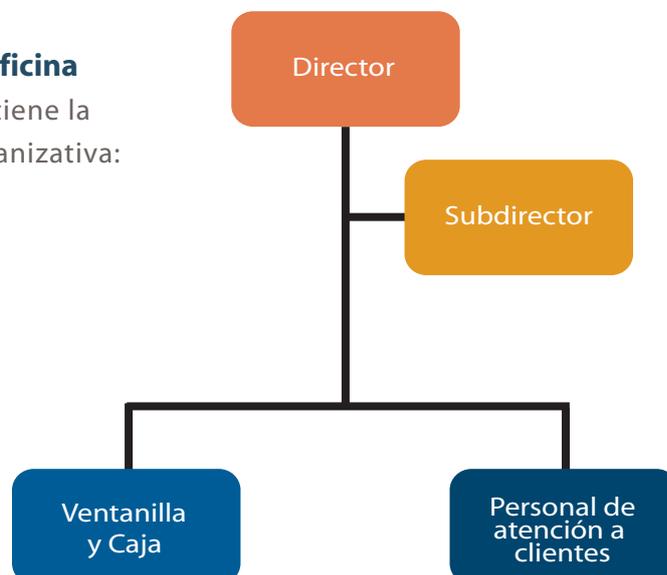
- Aumento del número de quejas, en cantidad importante los últimos trimestres.
- Incumplimiento continuado de los objetivos comerciales y de rentabilidad en los dos últimos años.
- El subdirector ha desempeñado el cargo de director en funciones los dos últimos años y ha descendido la productividad de la oficina.
- Exposición excesiva al riesgo en determinadas operaciones y propuestas de operaciones de inversión con clientes con poca solvencia.

Por todo lo anterior la dirección general ha contratado a un nuevo director de la oficina para intentar corregir esta situación.

A partir de este momento cada equipo será el que tome las decisiones y por tanto los que asuman el papel del nuevo director.

La organización de la oficina

La oficina de Montvalls, tiene la siguiente estructura organizativa:



Objetivos

La participación consiste en asumir el puesto de dirección de una oficina bancaria y tomar las principales decisiones para su gestión. El objetivo final de la gestión debe ser incrementar el valor en bolsa de la compañía. Los beneficios obtenidos, el ritmo de crecimiento, la competitividad de los productos ofrecidos, la solvencia, los planes de expansión futuros o la fidelidad de los clientes son algunos de los factores que tienen en cuenta los inversores para valorar una compañía. Estos factores se reflejarán en el Índice de Valor que permite establecer un ranking de los diferentes usuarios.

Para asegurar una mayor eficiencia en la acción formativa, Bankgame también incorpora contenidos teóricos de apoyo a las simulaciones, que permiten que los participantes profundicen en una serie de habilidades genéricas o transversales.

Factores de competitividad

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

Algunos de los Factores de Competitividad más relevantes actualmente para el negocio bancario 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.
- Adaptación a los cambios del mercado: en ocasiones, no es suficiente conocer el mercado si no se es capaz de anticipar y prever posibles cambios en el mismo. Una mayor adaptación de la oficina puede derivar en una ventaja competitiva.
- Capacidad de Comercialización: se puede medir en términos de número de relaciones activas existentes con los segmentos y nivel de conocimiento que éstos tienen del producto que se está ofreciendo.
- Riesgo de las operaciones: un buen análisis del riesgo que asume la entidad bancaria con las operaciones que realiza afecta directamente a su nivel competitivo. Indicadores como el ratio de morosidad, la solvencia e incluso la notoriedad de la oficina, dependen de dicho análisis.
- Nivel de Formación del Personal.- El personal es uno de los componentes más relevantes del servicio prestado. 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. La formación del personal, además de la propia acción de dirección de los responsables de departamento, constituye el fundamento básico del servicio prestado por el personal.
- 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.

Los Mercados

El mercado bancario dibujado en el simulador se caracteriza por una amplísima diversidad de tipología de clientes, que se pueden agrupar en dos mercados: particulares y empresas:



Los Productos

Actualmente, desde la oficina bancaria se comercializan diferentes tipos de producto:



Escenario

El volumen de demanda de cada mercado y de cada segmento evoluciona cada período de acuerdo con la variación del crecimiento económico y de la riqueza, tanto para particulares como para las empresas.

Situación inicial del escenario

En el momento inicial de la simulación el escenario queda definido de la siguiente manera:

- Durante los últimos ejercicios, la economía española ha mantenido una tendencia de crecimiento muy destacada, con crecimientos anuales del PIB por encima del 4,5%
- En el último ejercicio, finalmente la variación del PIB se ha situado cercana al 4% y se ha detectado un ligero repunte de la tasa de paro.
- Los mercados financieros también han disfrutado de unos cuantos años de grandes oportunidades de negocio e inversión. A lo largo de este ejercicio, las inversiones en las grandes bolsas del mundo, han generado importantes rentabilidades. El Ibex ha mantenido crecimientos superiores al 10%, generando al final de año una rentabilidad de casi el 16%.
- El sector bancario ha influido directamente en el dinamismo del consumo de ciertos productos, como por ejemplo, las viviendas, y de la inversión. A pesar de ello, un leve repunte en el ratio de morosidad, que el último año se situó cercano al 2%, ha estancado un poco el número de nuevas operaciones de crédito.

Previsiones futuras

Si bien la evolución del escenario socio- económico no es fácilmente previsible, son muchos los expertos y analistas que vaticinan los comportamientos futuros de los principales indicadores.

Al inicio de la simulación, dichos expertos prevén:

- La mayoría de previsiones económicas a corto y medio plazo coinciden en vislumbrar un cierto panorama de desaceleración.

- Algún economista reconocido no descarta que pueda alcanzarse un menor crecimiento respecto a las variaciones de este último ejercicio, y que se entre en una breve fase de destrucción de empleo no cualificado que podría situar la tasa de paro en torno al 7,4%.

- Los especialistas prevén que sectores como el de la construcción puedan notar en mayor medida un cierto estancamiento, a pesar de que no se prevé una caída en la venta de las viviendas.

- Algunas voces hablan de notables riesgos para la economía española y, para el sector bancario especialmente por su gran implicación en el sector de la construcción.

- Se prevé que el sector bancario pueda reducir un poco el número de operaciones de crédito. A pesar de ello, desde el sector se defiende la idoneidad del momento para potenciar ciertos sectores secundarios, relacionados con la innovación y la tecnología.



Toma de decisiones

La toma de decisiones es la última fase de un proceso que se inicia con el análisis de la situación de partida de cada equipo y el diagnóstico del mercado, y que en base a ello, permite definir las directrices estratégicas a seguir a lo largo de la simulación. Por ello, las decisiones a adoptar deben ser consecuencia de dichas líneas estratégicas.

Las decisiones a tomar son:

- **Precios por producto y mercado:** El precio es uno de los principales factores determinantes de la decisión de los clientes a la hora de optar por una u otra entidad financiera. Por lo tanto es un importante factor de competitividad.
- **Acciones comerciales:** consiste en la determinación de una campaña anual para intentar obtener la máxima penetración de un producto en un mercado determinado.
- **Formación del personal de la oficina:** corresponde a la decisión de asistencia a cursos de formación que se celebren en el centro de formación de la entidad.
- **Acciones de fidelización de clientes:** consiste en seleccionar diferentes acciones de fidelización, así como los segmentos a los que dirigirlas.
- **Acciones de promoción:** se basa en la selección de un número determinado de acciones de promoción, con el objeto de aumentar nuestra notoriedad y presencia en los distintos mercados y segmentos, en función de las decisiones tomadas.
- **Compra de informes de mercado:** El sistema no facilita la totalidad de los datos que genera, ya que muchos pertenecen a la competencia o se corresponden con determinar la posición de cada equipo en relación al mercado de simulación. Por ello será posible obtener parte de esta información mediante la compra de informes que, con un coste adicional, nos proporcione la simulación.

Gestión del Riesgo



Formación del personal



Precios por producto y mercado



Acciones Promoción



Fidelización de clientes



Acciones Comerciales

Niveles de precios

Promoción

Informes de resultados

A partir de las decisiones tomadas por los distintos equipos, así como de los datos del escenario, se efectúa la simulación, la cual genera los resultados obtenidos por cada equipo y determina su posición en el ranking de valoración de la compañía. Dicha información es devuelta a los equipos a través de informes de resultados.

A modo de ejemplo, algunos de los informes más relevantes son:

Informe histórico de la Cuenta de Explotación

| <i>Histórico cuenta explotación</i> | | |
|--------------------------------------|------------------|------------------|
| | 2008 | 2007 |
| | EUROS | EUROS |
| Ingresos financieros | 3.545.174 | 3.581.493 |
| Ingresos a comisión | 25.311 | 43.870 |
| Total ingresos activo | 3.570.485 | 3.625.113 |
| Recursos a comisión | 293.933 | 341.811 |
| Recursos a coste | 678.791 | 651.836 |
| Total ingresos pasivo | 972.724 | 993.799 |
| MARGEN RECURSOS E INVERSIONES | 4.543.209 | 4.618.912 |
| Ingresos no financieros | 176.789 | 172.763 |
| MARGEN ORDINARIO | 4.719.998 | 4.791.675 |
| ***** | ***** | ***** |
| Gastos Personal | 355.368 | 341.700 |
| Gastos Comerciales | 35.150 | 35.150 |
| Gastos Generales | 34.041 | 32.732 |
| Otros gastos explot. | 13.033 | 4.767 |
| ***** | ***** | ***** |
| RESULTADO EXPLOTACIÓN | 4.282.405 | 4.377.326 |
| Gastos por dotaciones | 2.597.917 | 1.982.210 |
| ***** | ***** | ***** |
| RESULTADO DE GESTIÓN | 1.684.488 | 2.395.116 |

Informe histórico del detalle de ingresos

| <i>Detalle del total de ingresos por producto</i> | | |
|---|---------------------|---------------------|
| | 2008 | 2007 |
| | EUROS | EUROS |
| Hipotecas | 2.802.712,25 | 2.757.425,00 |
| Consumo | 566.228,26 | 620.957,50 |
| Comercial | 78.273,50 | 118.325,00 |
| Leasing | 10.776,75 | 11.425,00 |
| Tarjetas | 69.373,26 | 58.484,25 |
| Descubierto | 17.809,69 | 14.876,53 |
| Total ingresos financieros | 3.545.173,71 | 3.581.493,28 |
| ***** | ***** | ***** |
| Renting | 11.492,05 | 13.667,00 |
| Avales | 9.930,95 | 24.802,50 |
| Créditos documentarios | 3.888,00 | 5.400,00 |
| Total ingresos comisión | 25.311,00 | 43.869,50 |
| Total ingresos activo | 3.570.484,71 | 3.625.112,78 |
| ***** | ***** | ***** |
| Depósitos vista | 625.571,86 | 589.723,20 |
| Depósitos plazos | 36.713,13 | 42.362,00 |
| Emisiones propias | 13.705,60 | 16.950,00 |
| Recursos transitorios | 2.800,63 | 2.800,63 |
| Total recursos a coste | 678.791,22 | 651.835,83 |
| ***** | ***** | ***** |
| Deuda pública | 275,08 | 381,5 |
| Emisiones externas | 13.885,60 | 15.075,00 |
| Fondos inversión | 197.500,20 | 232.916,00 |
| Seguros de ahorro | 6.225,80 | 7.390,00 |
| Planes de pensiones | 76.046,44 | 86.048,00 |
| Total recursos a comisión | 293.933,12 | 341.810,50 |
| Total ingresos pasivo | 972.724,34 | 993.799,33 |
| ***** | ***** | ***** |
| Seguros | 8.145,94 | 8.522,10 |
| Operaciones bancarias | 168.642,90 | 164.241,00 |
| Total ingresos no financieros | 176.788,84 | 172.763,10 |
| INGRESOS TOTALES | 4.719.997,89 | 4.791.675,20 |

Aplicaciones del simulador de Bankgame

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 Bankgame 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, Bankgame 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.

Cómo funciona Bankgame

La utilización de Bankgame 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.

¿Cómo funciona la simulación?

El simulador Bankgame 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.

La imagen anexa muestra una de las principales pantallas que deberá utilizar el alumno en la gestión de su compañía simulada. Como se observa, el menú horizontal superior, permite el acceso a las principales áreas de trabajo:

- Maletín
- Situación inicial
- Despacho
- Decisiones

Por otro lado, el menú horizontal inferior ofrece una serie de funcionalidades y herramientas de apoyo, que resultaran de gran interés para soportar el aprendizaje del alumno y facilitar el trabajo colaborativo.



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.



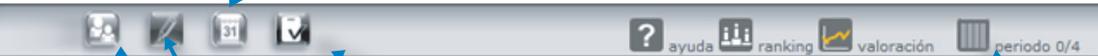
Bienvenido al Maletín

Puedes encontrar información completa sobre los siguientes apartados:

- ESCENARIO SOCIO ECONOMICO
- MERCADO
- SEGMENTOS
- SEGMENTOS PARTICULARES
- SEGMENTOS EMPRESAS
- PRODUCTOS
- PRODUCTOS ACTIVO
- PRODUCTOS PASIVO
- OTROS SERVICIOS
- GASTOS DE EXPLOTACION
- DECISIONES

Puedes clicar en el menú

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



Chat facilita la comunicación entre los usuarios.

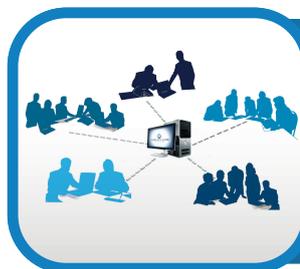
Bloc de notas donde los usuarios pueden guardar sus notas a modo de recordatorio.

Cuestionario de Autoevaluación

Acceso directo a los resultados de las decisiones

Indica el periodo de simulación.

Versiones disponibles



Globalización Empresarial

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



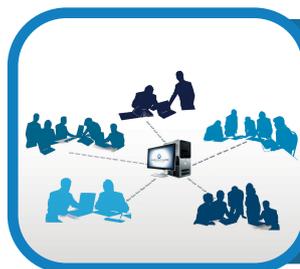
Globalización Empresarial

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



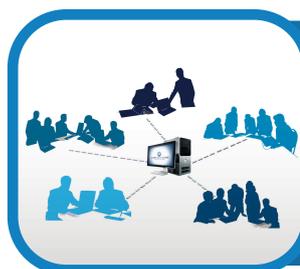
Gestión Empresa Tecnológica

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



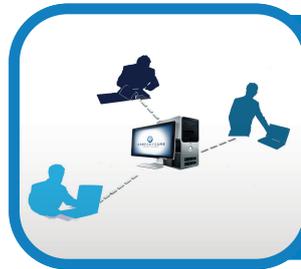
Marketing internacional

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.



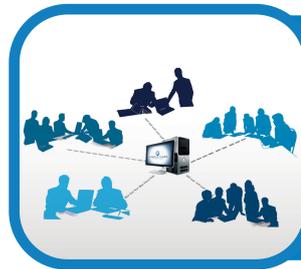
Gestión Competitiva de Servicios

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



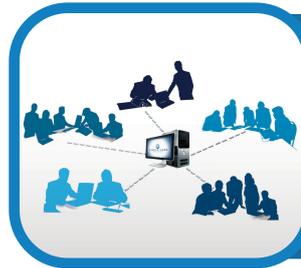
Gestión operativa de servicios

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

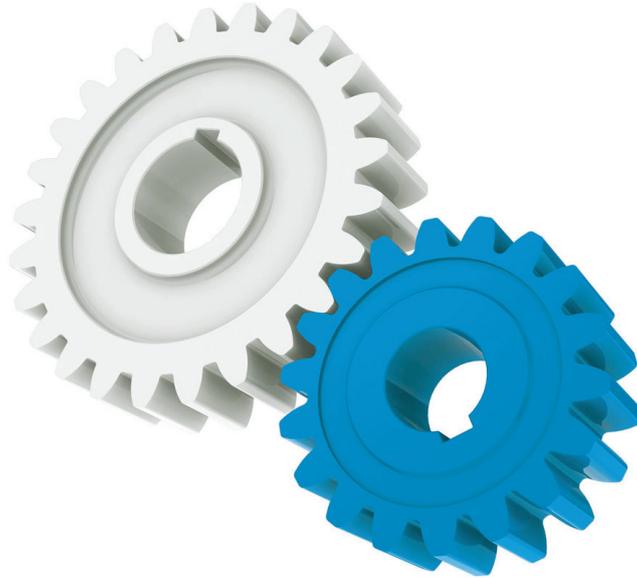
Innova Management también diseña plataformas que soportan aplicaciones de apoyo a la innovación que pueden utilizarse online incluyendo, entre otros:

- 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”.

• innova management
CONSULTORÍA · FORMACIÓN · E-LEARNING

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

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