



CÁMARA
DE COMERCIO
DE QUITO



PROGRAMA EJECUTIVO ON LINE

RECUPERACIÓN EMPRESARIAL POST-COVID

OBJETIVO

ESTE PROGRAMA BUSCA APORTAR A LA ALTA DIRECCIÓN DE LAS EMPRESAS ECUATORIANAS, UN CONJUNTO DE PROBADAS PRÁCTICAS Y SESUDAS REFLEXIONES, QUE LOS CONFERENCISTAS HAN RECOGIDO A LO LARGO DE SU VIDA PROFESIONAL, COMO EJECUTIVOS Y COMO ASESORES. SIN PERDERSE EN AMPLIAS DISQUISICIONES ACADÉMICAS, BUSCARÁN ATACAR LOS TEMAS QUE HOY MUEVEN LOS CIMIENTOS DE LA GESTIÓN EMPRESARIAL Y DE SUS EQUIPOS PRIMARIOS.



DIRIGIDO A:

Dueños de empresas, miembros de Directorios, Gerentes Generales y Grupos Primarios.



PLAN:

2 sesiones semanales, de 60 minutos cada una.



INICIO:

5 de julio de 2021. Las conferencias siempre serán los lunes y los miércoles a las 18h00.



DURACIÓN:

El programa se extenderá durante ocho (8) semanas.



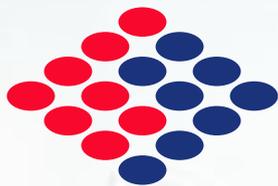
INVERSIÓN:

Público en General USD 400 | 20% descuento Socios CCQ



ALCANCE:

Los participantes tendrán la oportunidad de charlar personalmente con los conferencistas, en sesiones directamente acordadas, después de las conferencias.



CÁMARA
DE COMERCIO
DE QUITO



ON LINE

RECUPERACIÓN EMPRESARIAL

POST-COVID

20% Descuento
Socios CCQ
Público en general \$400

ÁREA: ESTRATEGIA Y GOBERNANZA

Charla 1: Roles y responsabilidades de los organismos de Gobierno Corporativo.

Los organismos de gobierno tienen un gran objetivo: crear valor para los accionistas y restantes grupos de interés. Pero hacerlo implica, definir la estrategia, gestionar los riesgos y controlar la gestión. La pandemia revela riesgos antes camuflados: el riesgo estratégico, el tecnológico y el riesgo sobre los derechos de los accionistas.

Charla 2: Decisiones clave de accionistas y/o familia empresaria, hoy.

Definida la estrategia, deben decidir sobre el portafolio de negocios. Y con esto, abordar la restructuración de algunos o el desarrollo de planes y proyectos, tanto de supervivencia como de crecimiento, orgánico o inorgánico. El objetivo final: ser una empresa AAA+: más Abiertas a los mercados, más Abiertas a la tecnología y más Abiertas al capital, para proteger lo ya creado y sustentar la permanencia a largo plazo.



LUNES 5 DE JULIO.
MIÉRCOLES 7 DE JULIO.

WALTER
GAVILANES CALVACHE

1

- Administrador de Empresas.
- Diplomados de Logística y de Finanzas en el Instituto Tecnológico de Monterrey.
- Consultor Calificado en el Desarrollo de Prácticas de Buen Gobierno Corporativo y Protocolos de Familiares Empresarias
- Más de 30 años de experiencia en posiciones gerenciales en empresas locales y firmas internacionales: IBM del Ecuador, Tratesa (Gerente General), PriceWaterhouse (Gerente), Ernest & Young (Socio) y KPMG Peat Marwick (Socio).
- Socio fundador de PRO OUALITAS CONSULTING.
- **Áreas de Especialidad:** Estrategia, Gobierno Corporativo, Protocolos Familiares.

ÁREA: TRANSFORMACIÓN DIGITAL

Charla 1: La Empresa del Día Después.

Producto de la nueva realidad, nos encontramos en un estado donde la creatividad e innovación son necesarias para susistir, donde el rol de la tecnología es fundamental y la decisión sobre las inversiones podría convertirse en un arma de doble filo. En esta charla trataremos los aspectos esenciales para iniciar un proceso de transformación digital y qué herramientas debemos considerar como apoyos en ese proceso.

Charla 2: El Día que los Datos Me Hablaron.

Hablar de indicadores, visualizarlos y tomar decisiones apoyados en ellos, es parte fundamental de la toma de decisiones. Pero ¿qué sucede cuando no puedes confiar en tus datos? Se hace necesario comprender los procesos que involucra el flujo de los datos, desde su origen hasta su resentación y cómo sacar el mayor provecho para el negocio.



LUNES 12 DE JULIO.
MIÉRCOLES 14 DE JULIO.

EDISON
ROMERO MURILLO

2

- Ing. de Sistemas
- MBA, ESAI Business School, UEES.
- Certificación en Innovación, en Georgetown University
- Ejecutivo senior con amplia experiencia en sectores: banca, salud, seguros, gobierno y deportes
- Diseño e Implementación de soluciones en Estados Unidos, México, Panamá, Colombia, Ecuador, Chile, Brasil y Croacia.
- Fundador de BINASYSTEM
www.binasystem.com
- **Áreas de Especialidad:** Gestión de Datos, Inteligencia de Negocios, Arquitectura Empresarial, Seguridad Informática y Desarrollo de Software.

ÁREA: MARKETING DIGITAL

Charla 1: De la estrategia corporativa a la estrategia digital.

Estrategia digital como pilar para generar impacto en el mercado, crear y transformar experiencias de clientes en rentabilidad de gestión. Con realidades y oportunidades del contexto se abordan los aspectos esenciales para que la estrategia digital sea parte del ADN de la organización; analizando y ajustando objetivos e inversiones en áreas de impacto, generando eficiencia operativa, de marketing e inteligencia de negocio. Vínculo con la estrategia corporativa, con mejores prácticas para que la marca tenga claridad ante inversiones y áreas clave de gestión en su implementación.

Charla 2: Marketing digital y analítica, como impulsores de la estrategia digital.

Principales problemas en procesos de definición e implementación de estrategias de marketing digital, con inteligencia de consumidores y audiencias; y mejores prácticas en plataformas vinculadas a diferentes objetivos corporativos. Modelo de gestión de marketing digital con tipos de análisis y decisión para evitar errores en las implementación con equipos internos y externos de marketing, comunicación y publicidad digital. Control de gestión para rentabilidad de inversión digital.

ÁREA: DISEÑO DE PRODUCTOS & SERVICIOS Y MODELOS DE NEGOCIO

Charla 1: Modelamiento de la propuesta de valor con las nuevas consideraciones del entorno.

Revisión de la oferta comercial, debido a los ajustes en el entorno, a ejecutarse de forma eficiente y eficaz. ¿Cómo utilizar el lenguaje de la innovación y emplear herramientas de diseño de productos & servicios, de forma que la estructura organizacional se adecue rápidamente?. Con este diseño, es necesario calibrar el modelo de negocios que permita minimizar y controlar los riesgos en implementaciones prácticas.

Charla 2: Medición de productividad, rentabilidad de proyectos de innovación.

Los parámetros, criterios y herramientas que se utilizan en los productos, servicios y casos de negocio de la empresa, deben ser ajustados para medir el éxito de los proyectos de innovación. El peso de las actividades de búsqueda y exploración de productos, servicios, mercados, y los costos de las actividades de explotación de la cartera de productos y servicios en sus mercados actuales, se convierten en drivers, que los ejecutivos y dueños de empresas deberán observar para la medición y asignación de recursos dirigidos a generar nuevos ingresos.



LUNES 19 DE JULIO.
MIÉRCOLES 21 DE JULIO.

JUAN PABLO
DEL ALCAZAR PONCE

3

- MBA y especializaciones en E-Business, Finanzas, Gamification y Analítica Digital.
- Candidato PhD en Innovación de la Educación Superior, enfocada al trabajo del futuro
- Consultor de Negocios certificado por Harvard Business School en USA.
- Partner de negocios de Google en Ecuador desde 2012.
- Gerente general de Grupo Formageren – Mentinno desde 2005.
- **Áreas de Especialidad:** Proyectos de marketing basados en experiencia de clientes. Creador de modelos de gestión de valor de vida de clientes y speaker internacional especializado en estrategia, marketing y transformación digital.



MARTES 26 DE JULIO.
MIÉRCOLES 28 DE JULIO.

JAIME
AZANZA GUALPA

4

- Ing. Electrónico, EPN, Quito.
- MBA, de ESPAE & UOAM. Guayaquil, Montreal.
- Máster en Gestión de Empresas de Telecomunicaciones, de ESPAE. Guayaquil.
- Diplomado en Telecomunicaciones Siglo XXI, IT ESM, Guayaquil.
- Diplomado en Gestión de Redes, ESPOL, Guayaquil.
- THINK TANK ECUADOR CONSULTING. Consultor Asociado.
- CIMAGROUP. Asesor, Product Marketing
- **Áreas de Especialidad:** Desarrollo de Productos & Servicios, Product Innovation, Project Management, BI.

SEMANA 5.

ÁREA: GESTIÓN COMERCIAL

Charla 1: Segmentando clientes actuales para rentabilizarlos y fidelizarlos.

Se hace indispensable el conocimiento granular acerca de si ganamos o perdemos con cada cliente de la empresa. Una segmentación adecuada por tipo de cliente, nos permitirá medir esa rentabilidad y tomar acciones para fidelizar clientes rentables y de volumen. El manejo del portafolio de clientes, nos permitirá crecer consistentemente, creando valor para los clientes de la empresa.

Charla 2: ¿Existen oportunidades de mejora en el costo de servir?

No pocas veces los gestores olvidan tomar en cuenta es sus análisis de inversiones operativas, el costo de lograr un nuevo cliente, así como -en los clientes habituales- el costo de servirles. Desde una perspectiva del ROI, abordaremos el reto de bajar esos costos escondidos para lograr clientes rentables.

SEMANA 6.

ÁREA: CONTROL DE GESTIÓN

Charla 1: Sistemas de costos útiles para tomar decisiones.

Los sistemas de costos usados pueden dar señales incorrectas respecto de la verdadera rentabilidad de productos, clientes, etc. Asegurarse de tener la "película clara" es de vital importancia para no equivocarse en la toma de decisiones. Cuáles son los elementos que dan confiabilidad a mi sistema de costos.

Charla 2: ¿Cuáles son los criterios relevantes en la toma de decisiones?

Al decidir entre diferentes alternativas de acción es muy útil contar con un modelo mental que nos sirva para fijarnos en los rubros correctos y no equivocarnos con las cifras contables. El concepto de costos diferenciales es vital en la toma de decisiones. Aprender a usarlo es todo un arte.



LUNES 2 DE AGOSTO.
MIÉRCOLES 4 DE AGOSTO.

JORGE BEDOYA

5

- Lcdo. Administración de Empresas, PUCE, Quito.
- MBA, Incae, Costa Rica.
- Diplomado en Marketing, Universidad Metropolitana de Caracas.
- Gerente Senior y empresario, con más de 30 años de experiencia en empresas multinacionales y grandes empresas familiares, en 7 países.
- THINK TANK ECUADOR CONSULTING. Consultor Asociado
- **Áreas de Especialidad:** Dirección Comercial y Estrategia empresarial



MIÉRCOLES 11 DE AGOSTO.
JUEVES 12 DE AGOSTO.

MIGUEL
RODRÍGUEZ LÓPEZ

6

- Economista. Universidad Autónoma de Madrid.
- MBA, Universidad Politécnica de Madrid.
- Master en Finanzas, por Adolfo Ibañez School of Management.
- Programa de Alta Dirección de Empresas, Universidad de Navarra, España.
- Con más de 30 años de experiencia tanto en el campo gerencial como en consultoría y formación de directivos.
- Presidente y socio fundador de THINK TANK ECUADOR CONSULTING
- **Áreas de especialidad:** Sistemas de Costos y control de Gestión. Finanzas y Contabilidad.

ÁREA: SUPPLY CHAIN MANAGEMENT

Charla 1: El Supply Chain Management y sus 5 puntos clave: Re-Construyendo la ventaja competitiva sostenible, desde la perspectiva del CEO.

Frente a todo episodio turbulento, que erosione el servicio hacia el mercado, es clave revisar los aspectos relevantes que deben considerarse para fortalecer el flujo de capital de la empresa (ingresos) y que le da vitalidad. Es aquí donde, la correcta administración del flujo de los materiales y de la información en las operaciones de la cadena de suministro, se convierten en los drivers del flujo y del valor entregado al cliente.

Charla 2: ¿Cómo construir el "right fit" entre la Estrategia de la Supply Chain y la Estrategia del Negocio?

Tradicionalmente creemos que somos expertos en definir la estrategia del negocio, y junto a ella, el modelo de negocio que debería llevarnos hacia la conquista del mercado previamente definido. Sin embargo, pocas empresas saben aterrizar en la realidad lo etéreo de una visión estratégica y construir el hilo conductor hacia las operaciones y el eficaz manejo del working capital, que yace a lo largo de la cadena de suministro.



LUNES 16 DE AGOSTO.
MIÉRCOLES 18 DE AGOSTO.

ALEX
DONOSO CONTRERAS

7

- Master en Dirección de Empresas IDE Business School, Guayaquil.
- Master en Supply Chain Management, Universitat de Barcelona
- Certificaciones internacionales APICS CLTD. APICS. SCOR-P, DDP.
- APICS Associate Instructor - Demand Driven Affiliate Instructor.
- CEEO Latin America. Director
- Synkron Tech LLC. Executive Director
- Demand Driven Latam. Found & Board Member
- **Áreas de Especialidad:** Demand Driven Adaptive Enterprise, Supply Chain Management, Adaptive Systemic Thinking Process, Manufactura, Logística y Operaciones, Supply Chain Operations Reference Model.

ÁREA: FINANZAS - ESTRATEGIA

Charla 1: La radical diferencia entre ser rentable contablemente y crear valor.

La creación de valor, es el objetivo primordial de la actividad empresarial. Y los administradores están obligados a entender en qué consiste, cómo se mide y cómo se logra crear valor económico para los accionistas. Ser rentable contablemente, es necesario, pero no es suficiente para tener empresas sostenibles, es decir, que creen valor.

Charla 2: La incorporación del criterio de riesgo en la toma de decisión de inversión.

La decisión de inversión es siempre una decisión estratégica, pues involucra el compromiso de grandes cantidades de recursos y porque influirá en el desempeño de la empresa, desde el corto al largo plazo. Es indispensable: adoptar esquemas formales de análisis, que identifiquen los riesgos propios del proyecto, así como tener claras las exigencias para que cree valor económico para los accionistas.



LUNES 23 DE AGOSTO.
MIÉRCOLES 25 DE AGOSTO.

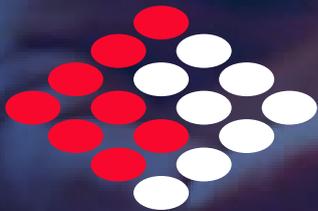
ALBERTO
PÉREZ ENDARA

8

- Ing. Civil, Esp. Estructuras. EPN.
- MBA, de IESE Business School. Barcelona.
- Executive Education en Harvard Business School y Graduate School of Business de Columbia University.
- THINK TANK ECUADOR CONSULTING. Gerente.
- AHEAD PARTNERS. Consultor Asociado
- FUTURO CASA DE VALORES. Asesor.
- GRUPO FLORISOL. Director
- 24 años de experiencia ejecutiva y de asesoramiento corporativo.
- **Áreas de Especialidad:** Estrategia, Finanzas, Value Based Management, M&A. Software.

**“LA AUSTERIDAD Y LA SOBRIEDAD POTENCIAN LA INNOVACIÓN.
UNA DE LAS POCAS FORMAS DE SALIR DE UNA CAJA APRETADA, ES
INVENTAR TU PROPIO CAMINO”**

Jeff Bezos



CÁMARA
DE COMERCIO
DE QUITO



Contáctos
capacitacion@ccq.edu.ec

1800 227 227
 **0999100500**