



FORMACIÓN EJECUTIVA

# GERENCIAMIENTO DE EMPRESAS LATINOAMERICANAS APLICADO

Curso internacional de especialización, disponible en [ean.digital](https://ean.digital).

Dirigido a universidades, instituciones, empresas y personas que buscan profesionalizar sus negocios y escalarlos internacionalmente.

## **Objetivo:**

Que los participantes aprendan los conocimientos básicos, desde un enfoque teórico-práctico, para manejar, organizar y gestionar empresas.

Se brindarán herramientas de análisis que ayuden a mejorar su negocio y explorar alternativas de internacionalización, considerando todos los aspectos necesarios para ello, tales como: estrategia, planificación, organización de sus finanzas, marketing, comercio internacional y estrategias de internacionalización.

## **Perfil del alumnado**

Este programa está dirigido a propietarios/as de pequeñas y medianas empresas latinoamericanas, interesado/as en profesionalizar sus negocios y escalarlos internacionalmente.

Asimismo, está enfocado a profesionales interesados en incorporar conocimientos integrales en materia de empresas, en cuanto al gerenciamiento de éstas, abarcando los temas fundamentales para desempeñarse en el ámbito empresarial, lo cual les permitirá agregar valor en su carrera.

## **Equipo de docentes internacionales**

### **Diego Ponzio - Argentina**

Magister en Finanzas. Contador Público. Docente Universitario de Posgrado. Asesor Financiero Internacional. Argentina

### **Jairo Amaya Amaya - Colombia**

Doctor en Administración, Magister Ciencias Computacionales, Ingeniero de Sistemas, e Ingeniero Industrial, Cum Laude. Ha publicado libros de: Planeación Estratégica, Negociación, Toma de Decisiones y Medición del Éxito según ISO 9004. Creador del software de Planeación <https://miveydoas.co> y el sitio <https://RecursosdeGerencia.com> - <https://JairoAmaya.com>

### **Jimena Tomarelli - Argentina**

Lic. en Administración. Especialista en Marketing digital. Consultora y capacitadora de empresas e instituciones con más de 8 años de experiencia en el campo de emprendedorismo y marketing digital. Certificada en Google Ads, Email Marketing e Inbound Marketing. <https://www.linkedin.com/in/jimenatomarelli/>

### **Lorena Valente Pagani - Argentina**

Economista - MBA en Administración y Dirección de Empresas - Magister en Economía Social - Posicionamiento Internacional de Marcas y Productos.  
[www.ValentePagani.com](http://www.ValentePagani.com)

### **Pablo Miguel Cogliati - Argentina**

PhD. © en Administración - MBA - Magister en Dirección de Empresas - Asesor de Pymes y Empresas Familiares en Argentina y Latinoamérica. Consultor y conferencista internacional [pablocogliati.com](http://pablocogliati.com)

### **Perla Uribe Rivas - Chile**

PhD© Economía Internacional y Economía y Empresa, Magíster en Desarrollo y Cooperación Internacional, Abogada y Consultora. Experta en temas aduaneros y de comercio internacional, en negociación y asuntos empresariales y corporativos.

## Módulos temáticos

### 1. CONSTRUCCIÓN DEL PLAN ESTRATEGICO

Mi visión del modelo organizacional

Conceptos básicos de la planeación estratégica

El modelo de planeación estratégica MIVEYDOAS BSC

Taller de diagnóstico, direccionamiento, y construcción del mapa estratégico

Administración y seguimiento del plan estratégico con <https://miveydoas.co>

### 2. EMPRESAS DE FAMILIA: HERRAMIENTAS PARA EL CRECIMIENTO SOSTENIBLE

PYME = Empresa Familiar (?). Definición de Empresa Familiar. Propiedad – Dirección - Control. Singularidades y desafíos de las empresas familiares. Perspectivas de los sistemas familiar y empresarial – Equilibrio.

Modelo del Riesgo Estructural en la EF. Errores o trampas habituales en la EF.

Problemas de la EF. Soluciones posibles

El gobierno de la empresa y los órganos de gobierno de la familia. FODA Empresa de Familia. Herramientas. El Protocolo Familiar – Concepto - Contenido - ¿Cómo hacerlo?

El proceso de sucesión en la EF - ¿Cuándo hacerlo? - ¿Cómo hacerlo? - ¿A quién elegir? - ¿Quién elige? Razones para retrasar la sucesión. Lo que dice la experiencia. Programa para la preparación del sucesor o sucesores. La Empresa Familiar en el mundo y en Latinoamérica

### 3. FINANZAS BÁSICAS PARA PYMES

Introducción a las Finanzas de la Empresa. Funciones del Área Financiera. Decisiones Financieras Básicas: Decisiones de Inversión: El análisis dinámico. Valor. Herramientas para la decisión de Inversión.

Decisiones de Financiación: Estructura de Capital. El modelo CAPM y la Tasa de Descuento. Empresa y Mercado financiero. Financiamiento Empresarial.

Financiamiento en el Mercado de Capitales. Financiamiento en el Sistema Bancario

Decisiones de Política de Dividendos. Decisiones de Capital de Trabajo: Gestión Capital de Trabajo. Políticas de gestión de Capital de Trabajo. Ciclos del Capital de Trabajo.

Decisiones de Administración de Riesgos: Proceso de Administración del Riesgo. Las tres dimensiones de la transferencia del riesgo. Diversificación.

Construcción de la Información Financiera para la toma de decisiones: Pasos para una correcta preparación de Información Financiera. Formato de un EERR por Costeo Variable. Parametrización y enlace de las operaciones de los distintos módulos del sistema de gestión con la contabilidad. Armado de Tablero de Comando. Ejemplo de Tablero de Comando

Análisis Financiero y Control de Gestión: Análisis Financiero. Análisis de los Estados Financieros. El Punto de Equilibrio Económico y Financiero. Análisis de sensibilidad.

#### **4. IDENTIDAD DE MARCA Y ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL**

Fundamentos del marketing online y comercio electrónico: El comercio electrónico y el marketing online. Comportamiento del consumidor online. Omnicanalidad.

Comunicación de la marca en internet: La identidad de marca y su importancia para la empresa. Proceso de construcción de marcas paso a paso. Seguimiento del correcto uso de la marca. Sitio web, blog, tienda Conceptos de sitio web. Blog y tienda. Diferencias entre ellos. Conceptos básicos de SEO. WordPress. Administrador de contenidos.

El proceso de la compra en la web. Pasarelas de pago y actores en los procesos de pago en E-commerce. Logística en e-commerce. Nuevas tendencias.

Social Media: 9 pasos para una estrategia en redes sociales exitosa. Usuarios. Perfiles. Canales. Métricas. Contenido EIEI. Organización del trabajo. Gestión de crisis digital.

#### **5. INTERNACIONALIZACIÓN DE EMPRESAS**

MARKETING INTERNACIONAL: ¿Cómo, cuándo y por qué? Economía de Escala. Audiencia Internacional. Ciclo Exportador: etapas de posicionamiento de productos y servicios. Mercados estratégicos y complementarios. Barreras no arancelarias.

OFERTA EXPORTABLE: Auto diagnóstico: evaluación de marca, productos y servicios en el contexto internacional. Diseño, envases, embalajes. Producto standard y adaptado. Innovación, educación y competencia. Alianzas comerciales. Fijación de precios.

INTELIGENCIA COMERCIAL GLOBAL: Análisis y selección de mercados. Estrategia de inserción y posicionamiento. Barreras lingüísticas, religiosas, culturales y de práctica

empresarial. Acceso a avances tecnológicos y materia prima. Soft Landing Global: maximización de beneficios a partir de la minimización de riesgos.

PROMOCIÓN INTERNACIONAL: Producto propio, marca blanca, franchising, agentes, gestores y representantes. Material corporativo, presentaciones y catálogos.

Marketing Global: principales canales.

Aterrizaje - posicionamiento - consolidación. Ferias y Misiones Comerciales: análisis y selección.

## 6. COMERCIO INTERNACIONAL

COMERCIO INTERNACIONAL Y GLOBALIZACIÓN: Nociones básicas de comercio internacional, globalización, tipos de integración, acuerdos comerciales, organismos internacionales que regulan el Comercio Internacional.

INCOTERMS: Términos que se utilizan a nivel internacional para las operaciones de comercio internacional, que definen la transmisión de los riesgos y la responsabilidad.

OPERACIONES DE COMERCIO INTERNACIONAL Y REGÍMENES O DESTINACIONES ADUANERAS: Procesos para materializar las operaciones de comercio internacional; destinaciones o regímenes aduaneros, objeto de éstas, requisitos, tipos (importación, exportación, admisión y salida temporal, redestinación, entre otras).

ELEMENTOS ESENCIALES PARA DETERMINAR LAS OBLIGACIONES QUE GENERAN LAS OPERACIONES DE COMERCIO INTERNACIONAL: Valor aduanero, métodos de valoración del Acuerdo del Valor OMC; clasificación de las mercancías, Sistema Armonizado; origen, normas, criterios, prueba.

ZONAS FRANCAS: Análisis de los distintos tipos de zonas francas, zonas francas de Iberoamérica, beneficios comunes.

## Modalidad y duración

- Virtual sincrónica y asincrónica. Duración total: 42 horas reloj
- El estudiante podrá participar de manera sincrónica con participación en videoconferencias directamente impartidas por el equipo de docentes.
- También recibirá el curso de manera asincrónica matriculándose en la plataforma <https://ean.digital> en donde encontrará documentos, videos, talleres, herramientas informáticas, evaluaciones automatizadas y todos los recursos tecnológicos que ofrece la educación virtual.

**Para conocer más acerca de este programa, visite [ean.digital](https://ean.digital)**

Consultas:

Jairo Amaya Amaya

Mail: [recursosdegerencia@gmail.com](mailto:recursosdegerencia@gmail.com)

Tel: +57 315 639 6602

Pablo Miguel Cogliati

Mail: [cp.pablocogliati@gmail.com](mailto:cp.pablocogliati@gmail.com)

Tel: +54 9 341 546 7444

