

5

PEE

Programa de Especialización para Ejecutivos

Del 24 de octubre al 18 de diciembre de 2022

¡Te acompañamos a construir tu ruta de especialización!



esan.edu.pe



7:00 p.m. a 10:15 p.m.

28 horas lectivas + evaluación

Cursos **100%** Online en tiempo real





ÍNDICE

Ventajas diferenciales	03
Misión ESAN	04
Palabras de la Directora	05
Certificación de Especialización	08

Área Académica de Administración	15
----------------------------------	----

Área Académica de Finanzas	27
----------------------------	----

Área Académica de Marketing	42
-----------------------------	----

Área Académica de Operaciones y Logística	53
---	----

Área Académica de Tecnologías de la Información	66
---	----

Área Académica de Salud	72
-------------------------	----

Área Académica de B2B	76
-----------------------	----

Área Académica de Energía	80
---------------------------	----

Área Académica de Minería	84
---------------------------	----

Información General	90
---------------------	----

HAZ CLICK EN CADA ÁREA



VENTAJAS DIFERENCIALES

LOS 4 PILARES

1.

PLANA DOCENTE GLOBAL

Los profesores de los PEE han cursado programas de posgrado (doctorado y maestrías) y obtenido los más altos grados académicos tanto en ESAN como en las mejores escuelas del mundo. Asimismo, poseen amplia experiencia gerencial en sus respectivos campos de especialización y tienen un alto nivel de compromiso con la educación ejecutiva empresarial.

2.

METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA

ESAN privilegia la **rigurosidad en la enseñanza** y la aplicación de lo aprendido al diario quehacer gerencial. Estas características son las más apreciadas entre los participantes y empleadores que valoran la excelencia.

En nuestras clases utilizamos las modalidades presenciales y *online* en tiempo real.

3.

PERFECCIONAMIENTO PUNTUAL

El participante también podrá acceder al curso de su interés, sin necesidad de llevar una malla curricular. Esta opción nos permite decir que el PEE acompaña al ejecutivo a lo largo de su carrera con cursos base, cursos básicos, intermedios, avanzados y nuevos cursos.

4.

FINANCIAMIENTO

Desde su creación, debido al compromiso que tiene con el desarrollo del Perú, ESAN fue la primera institución en establecer el crédito de honor como parte de su política de fomento de la educación. Hoy en día sigue ofreciendo las facilidades a los ejecutivos que las necesiten.

ESAN, PRESENTE EN LOS RANKINGS MÁS PRESTIGIOSOS DEL MUNDO

Nº 1

EN PERÚ



RANKING 2022

Nº 1

EN PERÚ



RANKING 2021

MISIÓN DE ESAN

«Formar líderes globales emprendedores con sentido ético y responsabilidad social, en asociación con organizaciones referentes para alcanzar la excelencia en su gestión y contribuir al desarrollo del conocimiento».

CARTA DE LA DIRECTORA

En un contexto sumamente retador para las organizaciones y los profesionales producto de la pandemia, desde ESAN Graduate School of Business asumimos el compromiso de brindar un portafolio educativo de alcance internacional y acorde a los nuevos desafíos empresariales, marcados por aceleración del mundo digital, la no linealidad de los sucesos, una mayor impredecibilidad, así como una creciente competencia.

Por ello, nuestro Programa de Especialización para Ejecutivos (PEE) presenta una oferta de cursos actualizada, con temas de vanguardia y aplicación en los diferentes mercados de la región de América Latina, en **16 especializaciones** de las diferentes áreas del saber gerencial. Además, incorporamos una formación online en tiempo real.

Nuestros participantes recibirán una formación de carácter práctico y con la máxima exigencia, gracias a las modernas metodologías de aprendizaje que brindamos que están basadas en la filosofía del *learning by doing*. Asimismo, contamos con un staff de profesores con amplia experiencia gerencial y que poseen las mejores habilidades de enseñanza a distancia.

Pertenecientes a la red:



Te invito a recorrer cada una de las opciones que te brindamos en este folleto y estoy segura de que encontrarás diversos cursos que contribuirán con tu formación profesional y personal. En cuanto a nuestras credenciales, somos la primera institución académica de posgrado en Administración creada en Hispanoamérica y contamos con más de 50 años de experiencia en el dictado de programas de especialización, siendo pioneros en diferentes rubros y destacando en los principales rankings internacionales.

Atentamente,

ANA REÁTEGUI VELA
Directora
Executive Education





¿SABÍAS QUÉ?

El curso del PEE comprende:



21

horas



28

horas
lectivas*



1

examen

* Cada sesión equivale a 90 minutos de clase.

CARACTERÍSTICAS

- El PEE es de carácter, flexible, exigente, de aplicación inmediata.
- Los participantes tienen la libertad de estudiar curso por curso, según sus necesidades laborales.
- El PEE cuenta con cursos de todo nivel; por lo tanto, acompaña al participante a lo largo de toda su carrera gerencial.
- El PEE ofrece al participante la opción de elegir el área de gestión en la que desee especializarse a través de los Certificados de Especialización.

OBJETIVOS DEL PROGRAMA

- Proporcionar conocimientos, técnicas y herramientas en las diferentes áreas de gestión y sectores económicos.
- Contribuir al desarrollo de las competencias de los participantes.
- Sensibilizar al participante en la importancia de mejorar sus habilidades directivas mediante el desarrollo dirigido de destrezas gerenciales.
- Brindar al participante conocimientos vanguardistas de su campo de acción mediante cursos nuevos o de reforzamiento profesional que se brindan en este programa y que son renovados de manera permanente.

DIPLOMAS*

Se otorga según sea el caso:



Si se inscribe a **un curso**:

- Diploma por haber aprobado un **curso del PEE**.

Si se inscribe a un **Certificado de Especialización**:

- Diploma por haber aprobado **cada uno de los cinco cursos del PEE**.
- Diploma por haber aprobado **el Certificado de Especialización**.

PAGO ONLINE

Pago online con multiplataforma



En el siguiente link:

[INSCRIPCIONES AQUÍ](#)



*La Universidad ESAN da un paso más en su camino a consolidarse como una institución educativa ecoamigable. En el marco de su campaña Camino al Cero Papel, a partir del 2020 se emitirán diplomas y certificados digitales con valor legal. Esta medida permitirá que todos los estudiantes reciban los documentos de manera oportuna y accedan a ellos desde cualquier dispositivo y desde cualquier parte del mundo.

Esta modalidad será aplicada en todos los programas que brinde la Universidad ESAN. Los documentos serán enviados al correo electrónico del participante, una vez concluidos los cursos. Asimismo, las firmas consignadas en los documentos serán emitidas en formato digital, al amparo de lo dispuesto en el artículo 141-A del Código Civil.

CERTIFICADOS DE ESPECIALIZACIÓN

El Certificado de Especialización es una opción flexible que permite que el participante pueda perfeccionarse en un área o dentro de ella.

El PEE ofrece al público en general las siguientes especialidades:

Área de Administración:

- Certificado de Especialización en Administración
- Certificado de Especialización en Dirección de Personas

Área de Finanzas:

- Certificado de Especialización en Finanzas Corporativas
- Certificado de Especialización en Preparación y Evaluación de Proyectos
- Certificado de Especialización en Banca

Área de Marketing:

- Certificado de Especialización en Marketing
- Certificado de Especialización en Dirección de Ventas
- Certificado de Especialización en Marketing Digital

Área de Logística y Operaciones:

- Certificado de Especialización en Operaciones y Logística
- Certificado de Especialización en Gerencia de Proyectos
- Certificado de Especialización en Gestión de Procesos

Área de Tecnologías de la Información:

- Certificado de Especialización en Gestión de Tecnologías de la Información

Área de Energía:

- Certificado de Especialización en Gestión de la Energía

Área de Salud:

- Certificado de Especialización en Gestión de la Salud

Área de B2B:

- Certificado de Especialización en Gestión Estratégica y Transformación Digital B2B
- Certificado de Especialización en Dirección Comercial en B2B

Área de Minería:

- Certificado de Especialización en Gestión Minera

AHORA TIENES LA OPORTUNIDAD DE OBTENER UNA SEGUNDA ESPECIALIZACIÓN

Aprobando solo

3

cursos adicionales de la especialidad que desees

VENTAJAS



NO HAY RESTRICCIÓN

No hay restricción de antigüedad, es para todos quienes hayan culminado un Certificado de 5 cursos



HASTA 3 AÑOS PARA CULMINAR

3 años para llevar los 3 cursos adicionales y así conseguir la Segunda Especialidad



DIVERSAS ÁREAS

La segunda especialidad puede ser en cualquier área, no necesariamente en la inicial



CURSOS UNO A UNO

La especialización puede llevarse a cabo adquiriendo los cursos uno a uno

CURSOS *ONLINE* EN TIEMPO REAL

Los cursos *online* que ofrece ESAN son en tiempo real, es decir, la clase inicia en conjunto desde la Plataforma¹ permite la conversación e incentiva la participación del grupo.

Los cursos online serán dictados a través de una Plataforma de videoconferencia *e-learning* en las fechas y horas programadas.

Cabe mencionar que en el diploma se especificará que el curso ha sido bajo la modalidad *online*²

SOMOS GARANTÍA Y EXPERIENCIA EN EDUCACION EJECUTIVA ONLINE



Cursos online desde 2012



Certificación ISO 9001:2015



Plataforma ESAN Virtual



Clases en vivo y grabadas

VENTAJAS DE LLEVAR EL PEE ONLINE



Estimula la autonomía y la disciplina



Fomenta la interacción y la colaboración



Comodidad y flexibilidad de conexión



Las clases quedan grabadas para revisión



Ahorro de tiempo y tráfico

¹ Consulta con tu ejecutiva de ventas sobre la fecha de capacitación para el uso de la plataforma o envío de tutoriales de los mismos.

² Los materiales del curso serán entregados de forma digital a través de la plataforma.

(*) Las grabaciones no podrán ser descargadas.

AHORA CUENTAS CON 3 AÑOS PARA LOGRAR TU ESPECIALIZACIÓN

3 FORMAS DE OBTENER TU CERTIFICADO DE ESPECIALIZACIÓN



El Certificado de Especialización requiere la aprobación de cinco cursos elegidos por el participante, y pueden ser llevados según las siguientes opciones:

OPCIÓN 1

5 Cursos de la Especialidad elegida

OPCIÓN 2

4 Cursos de la Especialidad elegida

+

1 Curso de otra área

OPCIÓN 3

3 Cursos de la Especialidad elegida

+

1 Curso del área elegida

+

1 Curso de otra área

*El tiempo para completarlo es de **tres años como máximo**, contados a partir del primer curso que tome.

*Para las Áreas de Energía, Salud y Minería solo se podrá elegir la opción 1 y 2 para obtener el Certificado de Especialización.

*Al matricularse en el curso seleccionado, el alumno acepta que tiene pleno conocimiento de los detalles y condiciones académicas / administrativas del Programa de Especialización para Ejecutivos (PEE) de ESAN: temario, políticas de convalidación de cursos para obtener el certificado de especialización, etc.



ESAN EXECUTIVE BOOTCAMP



ACCESO AL ESAN EXECUTIVE BOOTCAMP

El ESAN Executive Bootcamp es un evento que se realiza dos veces al año. Consta de diversos seminarios dictados por profesores nacionales e internacionales, donde se abordan temas empresariales de vanguardia y alcance global.

Toda persona que adquiera un Certificado de Especialización correspondiente al PEE Empresarial*, podrá participar de forma gratuita de hasta **dos seminarios** del ESAN Executive Bootcamp.

El **tiempo de vigencia** de este beneficio es de **tres años** que corren a partir de la fecha de matrícula. Se entregará un certificado de asistencia por cada uno de los seminarios.

*Este beneficio es válido para quienes adquieran el paquete de Certificado de Especialización y/o una Segunda Especialización.



A CONSIDERAR

- Se recomienda que, al seleccionar un área, inicie la misma con los cursos base para contar con los cimientos necesarios para las materias más avanzadas. ESAN podrá orientar a los participantes en la secuencia, de ser necesario.
- Los cursos incluidos dentro de un certificado no podrán ser considerados para una segunda especialización.
- **Si desea lograr una segunda especialización debe cursar satisfactoriamente 3 cursos adicionales del Certificado de Especialización elegido.**
- ESAN se reserva el derecho de programación de cursos.
- ESAN se reserva el derecho a cancelar un curso si este no cumple con el quórum académico necesario para un buen aprendizaje.
- **Los cursos pueden ser convalidables con Programas de Educación Ejecutiva** siempre que se apruebe por el Comité de Convalidaciones.

CONSIDERACIONES PARA CURSOS ONLINE EN TIEMPO REAL



PLATAFORMA DE VIDEOCONFERENCIA E-LEARNING

Sistema *e-learning* colaborativo que permite tener clases sincronicas (en tiempo real) de una manera simple, cómoda y confiable. Está diseñada a través de la teleconferencia colaborativa para que los alumnos sientan que están juntos en un mismo espacio (salón de clase virtual).

Se ejecuta mediante el navegador web de su preferencia, independiente del sistema operativo que se utilice, solo debe contar acceso a internet. Además, tiene la posibilidad de grabar y almacenar en la nube las sesiones para su posterior consulta.

CARACTERÍSTICAS

- Plataforma web
- Compatible con Smartphone y Tablets.
- Intercambio de audio y video.
- Pizarra interactiva.
- Chat grupal.
- Grupos de trabajo.
- Configuración de tu propio fondo de pantalla pudiendo mostrar una imagen o un video cuando tienes la cámara prendida.
- Uso de varias pantallas compartidas de forma simultánea – Hasta 49 participantes.
- Compartir pantalla, archivos y presentaciones.
- Opciones de seguridad que permiten proteger y minimizar las interrupciones durante las clases.

¿QUÉ NECESITAS PARA TUS CLASES EN LÍNEA?

- Micrófono integrado o externo (Indispensable).
- Cámara web integrada o externa (Opcional).
- Conexión a internet por cable (4MB Recomendable).

REQUERIMIENTOS ADICIONALES

- En caso de encontrarse en una red corporativa tener habilitado por lo menos uno de los puertos 80, 443 ó 2187
- Se puede utilizar cualquier navegador de web para acceder (Se recomienda Google Chrome). 20 MB de espacio de almacenamiento disponible.

REQUISITOS DEL SISTEMA:

- Procesador: Intel Core i3 (Mínimo)
- Memoria Ram: 4 GB (Mínimo)
- Disco duro: 100 GB
- Conexión a Internet: Asegúrese de tener una conexión mínima de 10Mb (recomendable). Es preferible conectarse a través de cable de red. Si usa Wi-Fi evite que otras personas la usen al mismo tiempo.
- Utilizar auriculares y micrófono externo a la PC o laptop.
- Cámara web

Sistema Operativo:

- Windows 2000/XP/Vista/7/8/10 - El modo S no es compatible.
- macOS X con macOS 10.9 o posterior
- Ubuntu 12.04 o posterior
- Red Hat Enterprise Linux 6.4 o posterior.
- Red Hat Enterprise Linux 6.4 o posterior.

Navegadores compatibles:

- Windows: IE 11+, Edge 12+, Firefox 27+, Chrome 30+
- Mac: Safari 7+, Firefox 27+, Chrome 30+
- Linux: Firefox 27+, Chrome 30+

Área académica de **ADMINISTRACIÓN**



Certificado de Especialización en:

- **ADMINISTRACIÓN**
- **DIRECCIÓN DE PERSONAS**



ADMINISTRACIÓN

ADMINISTRACIÓN DE PYMES Y SUS EMPRESARIOS INNOVADORES

Nancy Matos
Martes de 7:00 a 10:15 p. m. *

ADMINISTRACIÓN GERENCIAL: EL PROCESO ADMINISTRATIVO Y SUS HERRAMIENTAS CLAVES DE GESTIÓN

Enrique Louffat Olivares
Lunes de 7:00 a 10:15 p. m.

ALINEAMIENTO ESTRATÉGICO EMPRESARIAL

Yolanda Valle Ramella
Miércoles de 7:00 a 10:15 p. m.

GESTIÓN DE PROYECTOS

Peter Yamakawa Tsuja
Miércoles de 7:00 a 10:15 p. m.

GESTIÓN ESTRATÉGICA SOSTENIBLE Y GREEN MANAGEMENT

Sandor Lukacs de Pereny | Giuliana Becerra | Darío
Díaz
Miércoles de 7:00 a 10:15 p. m.

INDICADORES DE GESTIÓN: HERRAMIENTAS Y SESGOS COGNITIVOS

Luis Felipe Calderón Moncloa | Luis Fernández
Aguilar
Lunes de 7:00 a 10:15 p. m.

LIDERAZGO 4.0 CON HERRAMIENTAS DE COACHING

Erika Jara Schenone
Jueves de 7:00 a 10:15 p. m. *

TRAIN THE TRAINERS

Yolanda Valle Ramella
Viernes de 7:00 a 10:15 p. m. *

DIRECCIÓN DE PERSONAS

GESTIÓN DEL POTENCIAL HUMANO POR INDICADORES

Ricardo Aliaga Gastelumendi
Martes de 7:00 a 10:15 p. m. *

GESTIÓN ESTRATÉGICA DEL TALENTO HUMANO

Kety Jáuregui Machuca
Lunes de 7:00 a 10:15 p. m.

HR AGILE: RECURSOS HUMANOS Y AGILIDAD ORGANIZACIONAL

Guillermo Defilippi Rodríguez
Lunes de 7:00 a 10:15 p. m.

LIDERAZGO 4.0 CON HERRAMIENTAS DE COACHING

Erika Jara Schenone
Jueves de 7:00 a 10:15 p. m. *

RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN POR COMPETENCIAS

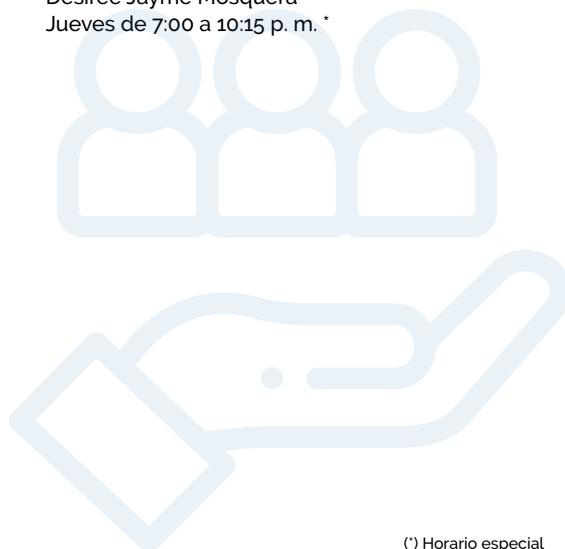
Susy Quevedo García
Martes de 7:00 a 10:15 p. m. *

REMUNERACIONES Y COMPENSACIONES

Nazaret Abad Zarco
Jueves de 7:00 a 10:15 p. m. *

TRANSFORMACIÓN CULTURAL E INNOVACIÓN EMPRESARIAL

Desirée Jayme Mosquera
Jueves de 7:00 a 10:15 p. m. *



ADMINISTRACIÓN DE PYMES Y SUS EMPRENDIMIENTOS INNOVADORES

Martes de 7:00 a 10:15 p. m. *

OBJETIVO

Como sabemos el 99% de las empresas formales de América Latina son mipymes y generan el 61% del empleo formal, son un actor importantísimo para asegurar la dinámica de desarrollo de la región, pero son tremendamente frágiles y poco productivas; en general no han sabido conectarse a las dinámicas de los mercados globales y a la tecnología (CEPAL, 2020). Sin embargo, la pandemia del COVID-19 logró insertar la tecnología en la vena de todos los actores del mercado y los puso en el camino de realización de innovaciones.

En los últimos 10 años, el Estado ha venido impulsando programas para crear un Ecosistema que favorezca la realización de innovaciones; en el caso de Perú: **Proinnóvate** del Ministerio de la Producción, **Vincúlate** del Consejo de Ciencia y Tecnología, así como el fortalecimiento de laboratorios de Investigación, **Incubadoras** Universitarias, Ángeles inversionistas para provisión de Capital Semilla; lo cual ha atraído a actores internacionales como NESST, Ashoka, Acumen que buscan apoyar ideas innovadoras que ayuden al desarrollo de la región y a la reducción de inequidades. El Ecosistema que favorece la innovación está funcionando, las mipymes abundan y crecen a una tasa de 25% anualmente, sólo falta que se decidan a innovar para crecer y ser sostenibles. Si deseas que tu empresa sea innovadora y no sabes cómo hacerlo este curso es para ti.

Siguiendo una aproximación práctica y participativa esperamos motivarlos, inspirarlos, ayudarlos a identificar ideas innovadoras y ponerlas en práctica en forma exitosa; para ello se utilizará metodologías ágiles en la formulación de productos y se les familiarizará con los ecosistemas de innovación y emprendimiento que los apoyarán en su realización.

TEMARIO

- Los ecosistemas de innovación y emprendimiento y sus conexiones.
- Innovar y emprender generando valor: ideas de los participantes.
- Metodologías ágiles.
- Modelo de negocio.
- Comercialización, sostenibilidad y escalabilidad.
- Inversiones e ingresos.
- Criterios del inversor.
- Presentación y desarrollo de sus trabajos.

PARTICIPANTES

Propietarios de mipymes que desean realizar innovaciones en sus negocios; profesionales que laboran en empresas y trabajadores independientes que estén interesados en lanzar una *Start-Up* o que lo vienen haciendo, pero no logran escalarla, personas creativas en general.



PROFESORA NANCY MATOS

Con amplia experiencia académica y empresarial en los sectores comercial, financiero y educativo. Realiza investigaciones en el campo de la propiedad intelectual y los ecosistemas de innovación y emprendimiento, así como investigaciones para nuevos productos y negocios. Sus investigaciones más recientes se centran en la problemática y oportunidades de la población vulnerable y el Emprendimiento Femenino Innovador. Ha recibido diversos reconocimientos nacionales e internacionales de la Sociedad peruana de Marketing, Academy of marketing Science, BALAS, CLADEA. Ha dirigido proyectos de cooperación internacional para: PNUD, BID, USAID, GTZ, ACDI. Fundó y dirigió por 15 años su propia empresa de Investigación de mercado antes de vincularse a la investigación académica. Ha sido Vice-rectora académica y Directora del programa doctoral de la Universidad ESAN. Actualmente preside el Comité Académico de CLADEA. Ph. D. en Administración por ESADE de Barcelona. MBA por HEC de Montreal y ESAN. Ingeniera Mecánica Industrial por la PUCP.

* El día 1 de noviembre es feriado y no se programarán clases.

* La entrega de trabajo final se ha establecido para el jueves 15 de diciembre.

ADMINISTRACIÓN GERENCIAL: EL PROCESO ADMINISTRATIVO Y SUS HERRAMIENTAS CLAVES DE GESTIÓN

Lunes de 7:00 a 10:15 p. m.

OBJETIVO

Al finalizar el curso el participante estará en condiciones de planear, organizar, dirigir y controlar sus actividades ejecutivas, aplicando herramientas gerenciales que le permitan administrar eficaz y eficientemente los recursos financieros, materiales y humanos a su cargo.

TEMARIO

- Herramientas gerenciales de planeación.
 - Formulación de objetivos cuantificados.
 - Construcción de matrices EFE, EFI, FODA, EOE.
 - Propuestas de cronogramas.
- Herramientas gerenciales de organización.
 - Definición de modelos organizacionales. De los funcionales a los de procesos.
 - Diseño de organigramas.
 - Confección de manuales organizacionales.
- Herramientas gerenciales de dirección de personas.
 - Elaboración de catálogo de competencias.
 - Recomendaciones para obtener salud organizacional.
- Herramientas gerenciales de control.
 - Metodologías para formular indicadores.
 - Cadena de indicadores.
 - Cuadro de mando integral.

PARTICIPANTES

El curso está dirigido a ejecutivos, que independientemente del nivel jerárquico o área profesional de actuación, deseen desarrollar de manera profesional y sinérgica sus competencias administrativas, que le permitan ocupar en un futuro inmediato o mediano cargos de mayor rango jerárquico.



PROFESOR ENRIQUE LOUFFAT OLIVARES

Profesor principal y jefe del Área académica de Administración en ESAN Graduate School of Business. Se ha desempeñado también en otros cargos como, coordinador del PADE en Gestión del Potencial Humano y Director (e) de la Maestría en Organización y Dirección de Personas. Autor de quince libros, seis publicados por la editora Pearson (México/Perú), seis por la editora Cengage Learning (México / Argentina / Perú) y tres publicados por ESAN ediciones, Perú. Consultor de empresas privadas e instituciones públicas en temas de diseño organizacional y de administración de personal. Doutor em Administração (Ph.D.) y Mestre em Administração (M.Sc.) por la Universidad de São Paulo, Brasil, becado por el Gobierno de dicho país.

ALINEAMIENTO ESTRATÉGICO EMPRESARIAL

Miércoles de 7:00 a 10:15 p. m. *

OBJETIVO

Al finalizar el curso, el participante será capaz de desarrollar eficazmente herramientas de alineamiento estratégico empresarial a través de un proyecto integrador con un enfoque moderno y una visión estratégica sólida mediante la aplicación de actividades de gestión que le permitan alinear el diseño y cultura organizacional a las estrategias y a los objetivos organizacionales.

TEMARIO

- Proceso de administración estratégica y el rol del alineamiento empresarial estratégico en la generación de ventajas competitivas.
- Gestión del cambio. *Lean Change Management*.
- Organizaciones ágiles.
- Modelo Canvas y elementos del alineamiento estratégico.
- Planeación en las organizaciones y herramientas administrativas de gestión y ruta estratégica de alineamiento.
- Formulación de estrategias y matrices de alineamiento.
- Diseño organizacional y bloques genéricos de la estructura organizacional alineados a los planes.
- Cultura y comunicación corporativa como un rol estratégico para la generación de un clima organizacional favorable que favorezca al alineamiento estratégico.

PARTICIPANTES

Dirigido a ejecutivos, profesionales interesados en desarrollar de manera práctica y profesional herramientas de alineamiento empresarial que faciliten la generación de valor agregado a su organización en su puesto actual o un puesto futuro, incrementen su flexibilidad para el cambio y capacidad de respuesta oportuna a los retos de un entorno complejo.



PROFESORA YOLANDA VALLE RAMELLA

Actual Coordinadora General de la Unidad de Calidad Académica de ESAN. Consultora empresarial en elaboración de planes estratégicos, mapas estratégicos, modelo de negocios, innovación de procesos en un marco de trabajo ágil, diseño organizacional, train the trainers, diseño, desarrollo, implementación y optimización de procesos en empresas privadas y públicas orientados a lograr la eficiencia operativa de manera ágil que generen ventajas competitivas en la empresa. Expositora en congresos nacionales e internacionales. Amplia experiencia profesional y consultora empresarial: Lima Airport Partners S.R.L. (LAP), inmobiliaria Besco, Ferreycorp, Allin Group, Belcorp Perú, Colombia, Consorcio Minero Cormin, ESSALUD, Maquinarias SAC., Municipalidad de Surco y San Isidro, Banco de Crédito, Grupo San Fernando, SMP Courier SAC, Backus, Clínica Americana, Consultora Norte entre otras. Ph. D. en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad Politécnica de Catalunya, España. Licenciada y Magister en Administración de la Educación por la Universidad de Lima.

* La fecha de examen y/o entrega de trabajo final se indicará en clase.

GESTIÓN DE PROYECTOS

Miércoles de 7:00 a 10:15 p. m. *

OBJETIVO

El curso proporciona los conceptos fundamentales y las metodologías de la Gerencia de Proyectos mediante el conocimiento, habilidades, herramientas y técnicas aplicados en casos prácticos según el PMBOK, incluyendo la nueva versión del estándar para la Gestión de Proyectos (PMBOK Séptima Edición) publicado por Project Management Institute (PMI). La principal novedad que incluye el nuevo estándar es el enfoque en principios -no en procesos- que ayudarán a cualquiera que dirija un proyecto independientemente de la metodología aplicada para ello.

TEMARIO

- Fundamentos y principios de la gerencia de proyectos.
- ¿Qué debo considerar para que mi proyecto pueda ser exitoso?
- ¿Por qué fracasan los proyectos?
- ¿Qué debo considerar para iniciar, planificar, ejecutar, controlar y cerrar un proyecto?
- Los doce principios de la gestión de proyectos y ocho dominios de desempeño del proyecto según la 7ª Edición PMBOK.
- Las 10 áreas de conocimientos de la gestión de proyectos.
- Las herramientas y mejores prácticas de la gerencia de proyectos.
- Análisis y discusión de casos prácticos y reales de gerencia de proyectos internacionales y nacionales provenientes de la Universidad de Harvard y de ESAN.

PARTICIPANTES

Dirigido a profesionales de todas las áreas que estén desarrollando proyectos y deseen convertirse en líderes de su empresa.



PROFESOR PETER YAMAKAWA TSUJA

Decano de la Escuela de Negocios de ESAN. Amplia experiencia en la dirección y manejo de proyectos de telecomunicaciones en empresas de prestigio. Ha sido asesor del presidente del Poder Judicial y de prestigiosas empresas públicas y privadas. Ph. D. y MSc en Ingeniería de Telecomunicaciones por la Universidad de Osaka. MBA por ESAN. PMP. Ha obtenido las certificaciones profesionales PgMP, PMP y RMP del Project Management Institute (PMI).

* La evaluación final será el miércoles 14 de diciembre a las 19:00 horas.

GESTIÓN DEL POTENCIAL HUMANO POR INDICADORES

Martes de 7:00 a 10:15 p. m. *

OBJETIVO

Suministrar una metodología para la implementación de un sistema integral de gestión del potencial humano sobre la base de indicadores alineados al plan estratégico organizacional. El programa busca que los participantes obtengan la capacidad de construir y seleccionar indicadores que realmente faciliten la toma de decisiones eficaces en los diversos procesos de recursos humanos.

TEMARIO

- ¿Por qué es importante la gestión del potencial humano mediante indicadores? El rol del *Balanced Scorecard*.
- ¿Cuál es la relación entre el desempeño de los procesos especializados de recursos humanos y el desempeño de la organización?
- ¿Cómo influye la teoría de restricciones en la gestión del potencial humano?
- ¿Cuál es el rol de las estrategias y actividades en la gestión del potencial humano mediante indicadores?
- ¿Cómo formular indicadores efectivos? Atributos clave y procedencia de los indicadores.
- ¿Qué es el control del indicador? Elementos de control y seguimiento de los indicadores.

PARTICIPANTES

Ejecutivos y funcionarios que requieren mejorar y ampliar sus herramientas de gestión. Responsables de funciones en áreas de: RR.HH., procesos, calidad, planeamiento, control de gestión y afines. Personas interesadas en profundizar en los aspectos cuantitativos y cualitativos de la gestión del potencial humano.



PROFESOR RICARDO ALIAGA GASTELUMENDI

Actual CEO del laboratorio farmacéutico Pharmaris Perú. Desarrollo de funciones directivas, gerenciales y de consultoría organizacional en diversas entidades del sector público y privado. Ha diseñado e implementado programas de formación a empresas multinacionales, así como a instituciones del Estado.

Ph. D. en Administración con mención en Dirección Estratégica por la Universidad San Ignacio de Loyola, graduado con el máximo elogio. MBA por la Universidad San Ignacio de Loyola - California State University Fullerton, graduado con el máximo elogio. Médico Cirujano por la Universidad Nacional de Córdoba, Argentina. Programa de certificación en medición del impacto y rentabilidad de los programas de aprendizaje en las organizaciones - ROI Methodology (ROI Institute Inc. USA).

* El martes 1 de noviembre es feriado y no se programarán clases.

* La recuperación de este día será el miércoles 2 de noviembre en el mismo horario.

GESTIÓN ESTRATÉGICA SOSTENIBLE Y GREEN MANAGEMENT

Miércoles de 7:00 a 10:15 p. m.

OBJETIVO

Al finalizar el curso, el estudiante estará en capacidad de evaluar el entorno organizacional interno y externo incluyendo, claro está, a los grupos de interés de mayor importancia y poder. Adicionalmente, el estudiante sabrá diseñar, crear, y gestionar estrategias sostenibles en sus ejes social, medioambiental, y económico que le permita alinear los propósitos de la organización a las necesidades, expectativas, y requerimientos de la sociedad y de los gobiernos.

TEMARIO

- Desafíos organizacionales contemporáneos.
 - *The Triple Bottom Line*.
 - Sostenibilidad: el negocio de permanecer en el negocio.
 - Crisis global en ciernes: polución, escasez de agua, CO2 y sus implicancias.
 - La otra gran ola: nuestra basura.
 - Los ODS, presión mediática, y el apocalipsis..
- Gestión medioambiental: una perspectiva técnica.
 - Gestión integrada de los recursos hídricos y evaluación de riesgos de la calidad del agua.
 - Residuos sólidos y eficiencia en el uso de los recursos.
 - Regulación y sistemas de gestión de residuos sólidos.
 - Contaminación del aire.
 - Ciudades y cambio climático.
 - Casos de estudio.
- Gestión medioambiental: una perspectiva sistémica.
 - Patrones de consumo de recursos y su evolución.
 - El valor de los recursos.
 - La cadena de valor: en búsqueda de la competitividad.
 - Cadenas de valor globales: definiciones e impactos.
 - Comprendiendo los impactos en la legitimidad, competitividad, y operatividad.
 - Introducción a las diversas herramientas de gestión medioambiental.
- Tendencias, benchmarking y mapeo de stakeholders.
 - Tendencias del sector.
 - Buenas prácticas de la competencia (*o benchmarking*).
 - Mapeo de *stakeholders*.
- Materialidad, planeamiento estratégico, y gobernanza.
 - Análisis de materialidad.
 - Plan estratégico.
 - Gobernanza: de políticas, procesos, monitoreo de resultados, e impactos.
- Diseñando una estrategia corporativa integrada: racional, fases, y estudio de caso.
 - Entendiendo que es una estrategia corporativa.
 - ¿Qué quiero? ¿Qué debo? ¿Qué puedo?
 - Las fases necesarias para el diseño de una estrategia corporativa.
 - Benchmarking corporativo: estudio de caso regional.



- Ploteando las fases de implementación de una estrategia corporativa.
- *Blackbox* y *Systemic Analysis*.
- Analizando estrategias corporativas de multinacionales.
- Análisis de las estrategias sostenibles de diversas empresas según grupos y organización asignados.
- Determinación de las presiones externas, diagnóstico de las necesidades, expectativas, y requerimientos de los stakeholders.
- Evaluación de la implementación de la estrategia corporativa en su eje medioambiental.
- Discusión en clase, ideas finales y cierre de curso.

PARTICIPANTES

Dirigido a directivos, jefes, gerentes, ejecutivos senior, coordinadores, supervisores de sostenibilidad, asuntos públicos y/o de *compliance* de organizaciones del sector público y privado con *expertise* en consumo masivo, minería, industrias manufactureras, *retail*, entre otras que requieran profundizar su conocimiento en esta materia.



PROFESORES

SANDOR LUKACS DE PERENY

Su investigación se centra en las organizaciones, su comportamiento y respuestas estratégicas frente a nuevas tendencias de consumo, demandas societales y aspectos regulatorios en un contexto global de contaminación ambiental. Es impulsor del enfoque green management que integra perspectivas de ética organizacional, ecodiseño, compras sostenibles, concepción, planeamiento y monitoreo de estrategias medioambientales, generación de ecoeficiencias (indicadores) y economía circular. Le interesan además la historia natural y la filosofía ambiental.

Posee más de 20 años de experiencia laboral. Fue Jefe de Desarrollo Sostenible en Alicorp donde se enfocó en temas medioambientales como la gestión del agua y energía, abastecimiento sostenible y optimización del tratamiento de residuos sólidos y reciclaje. También, ha sido Jefe de Operaciones para Sodexo Perú y Sodexo Argentina, destacando entre sus labores la gestión logística en sitios remotos y el desarrollo de cadenas productivas sostenibles. Adicionalmente, se desempeñó como consultor senior para el Mincetur como parte del plan de mejoras de gestión operativa de empresas turísticas de Arequipa y Lambayeque. Ha sido docente en programas de pregrado, posgrado y educación ejecutiva en USIL, UPC, ESAN y UNSW.

Ph. D. en Organization and Management por la University of New South Wales (UNSW), Australia (becario UNSW). Master in International Development (Sustainability Major) por la University of Pittsburgh, EEUU (becario Fulbright). Máster en Turismo, Hotelería y Restauración por la Université Toulouse-Jean Jaurès (becario SFERE). Administrador de Hoteles y Restaurantes por INACAP de Santiago, Chile. Technicien Supérieur Hôtellerie-Restaurant (B.T.S) por el Lycée des Métiers de l'Hôtellerie et du Tourisme d'Occitanie de Toulouse, Francia.



GIULIANA BECERRA

Con más de seis años de experiencia en el sector gubernamental peruano ejerciendo puestos directivos y formando parte de equipos multidisciplinarios. Ha elaborado leyes, planes, estrategias de gestión ambiental a nivel nacional y en temas ambientales. Cuenta con amplio conocimiento en fiscalización y evaluación de impacto ambiental y cuenta con más de 11 años de experiencia en el extranjero realizando I+D (Investigación y Desarrollo) e innovación en tecnologías ambientales.

Dentro de los temas de su especialidad se tiene: gestión de la calidad ambiental, gestión integral de residuos sólidos, economía circular y fiscalización ambiental. Ingeniera química. Doctora en Ingeniería de Procesos. Profesora Principal (UNMSM – Ingeniería Ambiental).



DARÍO DÍAZ

Cuenta con treinta años de experiencia en temas de Sostenibilidad, Economía Circular y Asuntos Públicos. Experto en comunicaciones corporativas y manejo de crisis, sostenibilidad y Responsabilidad Social Empresarial, relación y negociación con Grupos de Interés (comunidades; ONG, líderes de opinión), planificación estratégica, gestión del Cambio Cultural, desarrollo de nuevos negocios.

Capacidad comprobada para diseñar y ejecutar estrategias de comunicaciones y de relaciones públicas enfocadas en la obtención de mejoras en la reputación corporativa, mitigación de riesgos con la comunidad, mejoramiento del posicionamiento de marca y logro de ecoeficiencias. Ha ocupado diversos cargos directivos en el área de asuntos corporativos en empresas multinacionales líderes como Grupo BAT, Grupo Belcorp, entre otros en Argentina, Gran Bretaña, Uruguay, Paraguay, Chile y Perú. MBA por el Instituto para el Desarrollo Empresarial Argentino IDEA (Argentina). Certified Sustainability Practitioner por el Institute for Environmental Management and Assessment – IEMA (EE.UU.).

GESTIÓN ESTRATÉGICA DEL TALENTO HUMANO

Lunes de 7:00 a 10:15 p. m.

OBJETIVO

Analizar los desafíos de la gestión de talento, junto con los fundamentos, procesos y herramientas del área para realizar una eficiente gestión, que es el sustento de la competitividad de la empresa.

TEMARIO

- Las personas y la organización.
- Gestión de cultura y clima organizacional.
- Análisis y rediseño del trabajo.
- Reclutamiento y selección.
- Capacitación y desarrollo.
- Gestión del desempeño.
- Sistema de compensaciones.
- Gestión del bienestar del personal.
- Gestión del cambio.
- Tecnología de información en recursos humanos.

PARTICIPANTES

Ejecutivos y profesionales de talento humano o que tengan interés en este tema para realizar una gestión eficiente.



PROFESORA KETY JÁUREGUI MACHUCA

Consultora e investigadora en recursos humanos, herramientas de gestión empresarial y responsabilidad social. Directora de la Maestría en Organización y Dirección de Personas. Profesora invitada de ESPAE-ESPOL de Ecuador y Universidad de Externado de Colombia. Ph. D. en Management por IESE por la Universidad de Navarra. Magister en Administración por el ITESM, Monterrey.

HR AGILE: RECURSOS HUMANOS Y AGILIDAD ORGANIZACIONAL

Lunes de 7:00 a 10:15 p. m.

"Lo más importante en el proceso de transformación digital no es lo digital, sino la transformación."

"La transformación digital es solo una parte de la reinención, más importante es la transformación cultural de las empresas."

FERNANDO MARAÑÓN (Rethinking HR)

OBJETIVO

Analizar los desafíos, estrategias, programas, procesos, herramientas e indicadores de la gestión de personas que facilitan la transformación de una empresa hacia una cultura y mentalidad ágil haciendo sostenible la transformación digital. Brindar las herramientas y prácticas de gestión de personas para que una organización sea ágil y ambidiestra, gestionando con eficiencia el presente, adaptándose al entorno y construyendo su futuro con innovación.

TEMARIO

- **La organización ágil:** visión de conjunto
 - Entorno y capacidades adaptativas.
 - Hacer *ágile*: prácticas y técnicas para la agilidad organizacional.
 - Ser *ágile*: mentalidad ágil y cultura de agilidad.
 - Organización, personas, liderazgo y equipos ágiles.
- **HR for Agile:** estrategias de gestión del talento y de gestión del cambio.
 - Recursos humanos como socio estratégico (*HRBP / Agile Coach*).
 - Gestión del cambio para la transformación digital y cultural.
- **Agile for HR:** redefiniendo los procesos e indicadores de la gestión del talento.
 - Atracción y adquisición del talento *ágile*.
 - Desempeño, retroalimentación y sistemas de compensación.
 - Ecosistema de aprendizaje, desarrollo del talento y gestión de carrera.
 - Vinculación emocional: bienestar, gestión del compromiso y "Experiencia de Empleado" (EX).

PARTICIPANTES

Ejecutivos y profesionales de Recursos Humanos y Gestión del Talento interesados en transformar la gestión de personas y ser el soporte de la transformación cultural para convertir la empresa en una organización ágil.



PROFESOR GUILLERMO DEFILIPPI RODRÍGUEZ

Miembro de la Red Global de Mentores. Amplia experiencia en Gestión de Personas como Director y Gerente de Recursos Humanos en empresas multinacionales y multilatinas: Warner-Lambert, Colgate Palmolive, Mission Hills, Unique/Yanbal International, Minsur y Camposol. Profesor y Consultor en Gestión del Talento. Maestría en Organización y Dirección de Personas por ESAN. Diploma en Dirección Estratégica de Recursos Humanos por CENTRUM. Abogado.

INDICADORES DE GESTIÓN: HERRAMIENTAS Y SEGOS COGNITIVOS

Lunes de 7:00 a 10:15 p. m.

OBJETIVO

Este curso será dictado en "team teaching" (ambos profesores en clase simultáneamente) por dos experimentados profesores con visiones contrapuestas y complementarias sobre el tema de los indicadores.

Al sumarse ambas visiones se garantizará que el participante no solo comprenda como se aplican correctamente los indicadores, sino que sabrá evitar los frecuentes malos usos que menoscaban la utilidad de los mismos.

TEMARIO

- **Canvas de Orientación Estratégico (COES).** Establecer las definiciones estratégicas de más alto nivel. Caracterización del Modelo de Negocio. Elementos preliminares del diagnóstico externo e interno. Diferenciación de la situación actual versus la deseada. Prospectiva y rumbo estratégico. Fantasías de adivinación y planeamiento por escenarios. *Garbage can model* y el éxito de los oportunistas.
- **Matriz de objetivos y diagnósticos FODA (MODI).** Definir los objetivos estratégicos, en base a un diagnóstico externo e interno. Diagnósticos FODA de más alta prioridad. Objetivos consistentes con los diagnósticos FODA. Objetivos consistentes con la Visión / Propósito. No existen ni Fortalezas ni debilidades, no existen ni Oportunidades ni Amenazas: el Modelo noFODAs.
- **Matriz de Indicadores por Objetivo (MIXO).** Establecer los mejores indicadores (KPIs) para monitorear OKRs. El o los indicadores de mayor relevancia para un objetivo. Definición rápida y sólida de OKRs numéricos. Clarificación de ideas poco difundidas sobre cómo crear KPI's. TOC de control, indicadores y como engañar con números. Cómo autoengañarse con números: sesgos cognitivos. A lo que no le prestamos atención por medir lo que sí medimos.
- **Ficha de Indicador (FIND).** Diseñar y monitorear indicadores (KPIs), mediante metas, plazos y alertas. Definiciones clave que describen con precisión a un KPI. Evolución histórica de un KPI y la proyección de sus valores esperados. Un medio simple y autónomo para el control de objetivos y procesos. Efectos perversos: ¿qué pasa cuando la empresa está llena de piratas con la camiseta bien puesta? Lo que la realidad tiene que decir acerca de los KPIs y de los sistemas de control.

PARTICIPANTES

Este curso está dirigido a todo ejecutivo que desee hacer un uso más técnico y eficaz de los indicadores de gestión, evitando caer en los errores más frecuentes que se producen en su uso.



PROFESORES

LUIS FELIPE CALDERÓN MONCLOA

Consultor en desarrollo organizacional y desarrollo ejecutivo. Consultor y conferencista en temas de ética, anti-corrupción, negociaciones empresa - comunidad, responsabilidad corporativa y seguridad en el trabajo. Profesor Visitante y conferencista internacional en Argentina, Colombia, España, Portugal, Emiratos Árabes Unidos (Dubai), Francia, Austria, Serbia, Estonia, Guatemala, Paraguay, Bolivia, Costa Rica y USA. Psicólogo y Bachiller en Psicología por la UNMSM. MBA por ESAN. Maestría en Aprendizaje Gerencial por Lancaster, Inglaterra. Maestría en Gerencia de la Información, Lancaster, Inglaterra y DEA en Ciencias de Gestión, Niza, Francia.



LUIS FERNÁNDEZ AGUILAR

Fundador de la consultora "Metodologías + Soluciones" (M+S). Conferencista y consultor internacional en tendencias tecnológicas y metodológicas. En los últimos tiempos viene desarrollando sistemas de gestión que integran OKR's, KPI's, Scrum y BSC. Laboró en los grupos empresariales como: Banco Continental, La Fabril, Romero (Ordenadores S.A. y Pacífico Seguros). Como consultor de negocios ha implementado más de 300 sistemas de gestión y ejecución, a nivel estratégico y operacional, para organizaciones de primer nivel. MBA por la U. del Pacífico. Posgrado en el Programa de Alta Dirección por la U. de Piura. Ingeniero de Sistemas por la UNI.

LIDERAZGO 4.0 CON HERRAMIENTAS DE COACHING

Jueves de 7:00 a 10:15 p. m. *

OBJETIVO

El curso tendrá como objetivo principal que el participante incorpore conocimientos, y habilidades esenciales para ejercer una posición de liderazgo en un entorno impredecible generando efectividad tanto en los retos que se le presenten como en la transición y transformación que requiera generar, mediante la energía positiva de sus colaboradores, y de espacios de colaboración en equipo.

TEMARIO

- Liderazgo sistémico.
- Estilos de liderazgo.
- El líder 4.0.
- Inicio del liderazgo 4.0: resiliencia.
- El coaching como herramienta de transformación.
- Escucha y conversaciones potentes.
- Resultados a través de los equipos.
- Gestión del aprendizaje.

PARTICIPANTES

Dirigido a ejecutivos, de todo nivel jerárquico de la organización, que deseen desarrollar competencias de liderazgo y gestión de entornos cambiantes.



PROFESORA ERIKA JARA SCHENONE

Coach Ejecutiva y Organizacional, Agile Coach, Scrum Master Professional y Product Owner Professional, miembro de la Junta Directiva-ICF Perú (International Coach Federation), Facilitadora certificada en la metodología Lego® Serious Play®, y en Belbin® Team Roles. Con más de 15 años de experiencia en puestos ejecutivos, se ha desempeñado como consultora en diversas entidades públicas y privadas, ha liderado áreas de administración y gestión humana, en empresas del sector construcción y servicios.

MBA por la Universidad ESAN, con doble especialización en Gestión del Potencial Humano y Comunicación Interna. Egresada del PAD de Competencias Directivas de la Universidad de Piura, Diplomada en Desarrollo Nacional por el Centro de Altos Estudios Nacionales- CAEN. Abogada por la Universidad de Lima.

*El día 8 de diciembre es feriado y no se programarán clases.

RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN POR COMPETENCIAS

Martes de 7:00 a 10:15 p. m. *

OBJETIVO

Brindar al participante recursos que le faciliten el comprender, analizar y mejorar la efectividad del proceso incorporación del personal alineándolo a la estrategia de la empresa.

TEMARIO

- Las condiciones básicas para un adecuado proceso de reclutamiento y selección entrevista: Perfiles de puestos y competencias.
- Caracterizando el proceso de reclutamiento.
 - Fases.
 - Medios.
 - Técnicas.
 - Indicadores.
 - Tendencias.
- La selección de personal:
 - Fases.
 - Técnicas.
 - Las claves de la entrevista:
 - o Tipos y fases de la entrevista.
 - o Diseño de las preguntas y de la observación.
 - o Observación.
 - o El método STAR.
 - endencias
- Los retos del formato virtual.

PARTICIPANTES

Profesionales que se desarrollan en el campo de los Recursos Humanos y/o profesionales interesados en la gestión de los procesos humanos en las organizaciones.



PROFESORA SUSY QUEVEDO GARCÍA

Consultora Senior con amplia experiencia en evaluación del talento humano, así como en proyectos para el mejoramiento organizacional, coaching y planeamiento entre otros. Ha ejercido su labor en importantes empresas públicas y privadas. Magister en Organización y Dirección de Personas, estudios de Master Especializado en Gestión Europea de Recursos Humanos por ESC Clermont- Francia.

*El martes 1 de noviembre es feriado y no se programarán clases.

* La recuperación de este día será el miércoles 2 de noviembre en el mismo horario.

REMUNERACIONES Y COMPENSACIONES

Jueves de 7:00 a 10:15 p. m. *

OBJETIVO

Al finalizar la asignatura, el estudiante será capaz de diseñar e implementar una estrategia moderna de Compensaciones y Beneficios alineada a los objetivos organizacionales, promoviendo la cultura de alto desempeño y contribuyendo a la estrategia de atracción, retención y motivación del personal.

TEMARIO

- La compensación total (*total reward*).
- La equidad interna y la competitividad externa.
- Sistemas de incentivos variables de corto y largo plazo.
- La matriz de mérito y el concepto de "Pay for Performance"
- Diseño de la política de compensaciones.

PARTICIPANTES

El curso está dirigido a profesionales de recursos humanos y ejecutivos interesados en profundizar sus conocimientos respecto a la gestión de compensaciones.



PROFESORA NAZARET ABAD ZARCO

Gerente de Consultoría Corporativa Credicorp, además de brindar servicios de consultoría en su especialidad. MBA por ESAN con especialización en Marketing. Sólida experiencia en empresas transnacionales y locales en temas de Compensaciones y Beneficios. Con un enfoque integrador respecto del impacto de la gestión de compensaciones en la propuesta de valor al empleado y la capacidad de la empresa para atraer, retener y motivar al personal.

* El jueves 8 de diciembre es feriado y no se programarán clases.
* La recuperación de este día será informada y coordinada en clases.

TRAIN THE TRAINERS

Viernes de 7:00 a 10:15 p. m. *

OBJETIVO

Al finalizar el curso los participantes serán capaces de diseñar eficazmente un Programa de Formación y el diseño instruccional de un curso considerando los momentos de la secuencia didáctica, técnicas formativas, perfil del facilitador, estrategias participativas alineadas a las estrategias de la empresa que respondan a sus necesidades actuales y futuras mediante una metodología activa que potencien el aprendizaje de los colaboradores, apliquen lo aprendido y transformen su talento en desempeño.

TEMARIO

Consideraciones generales.

- Postulados de la andragogía. ¿Cómo aprende el adulto?
- Perfil del facilitador.
- Tipología de los participantes.
- Actividades de enseñanza – aprendizaje.
- Estilos de aprendizaje de la audiencia.

Diseño de Programa.

- Diseño de un programa de formación.
- Elaboración del plan de formación.
- Fases de los programas de formación.
- Formulación de objetivos, perfil del egreso y perfil del participante.
- Desarrollo del Programa de formación.

Diseño de curso.

- Diseño Instruccional.
- Instrumentos de Planificación – silabo.
- Fases del proceso enseñanza aprendizaje.
- Plan de sesión.
- La gamificación en la sesión.

Metodología.

- Técnicas de metodología activa y estrategias de facilitación.
- Los pilares de las buenas prácticas del formador.
- Comunicación efectiva. Emoción como motor del aprendizaje.
- Estilos de comportamiento.

PARTICIPANTES

Dirigido a profesionales de las diversas áreas de organizaciones públicas y privadas responsables de elaborar programas de formación y profesionales interesados en desarrollar sus competencias como facilitadores para diseñar, planificar e implantar una acción formativa.



PROFESORA YOLANDA VALLE RAMELLA

Coordinadora General de la Unidad de Calidad Académica de ESAN. Especialista en gestión curricular, diseño, desarrollo e implementación de programas formativos y programas de formación de formadores. Consultora empresarial en el área de gestión educativa, planeamiento, diseño organizacional y procesos en empresas diversas empresas nacionales y multinacionales, públicas y privadas. Expositora en congresos nacionales e internacionales. Ph. D. en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad Politécnica de Catalunya, España. Magister en Administración por la Educación de la Universidad de Lima (Cum Laude). Certificada en Coach Ontológico y Organizacional por CMG – Chile (IAC). Programa Internacional en Coach organizacional por ESAN. Coach educativo por la UPCH.

* El viernes 9 de diciembre es feriado y no se programarán clases.

TRANSFORMACIÓN CULTURAL E INNOVACIÓN EMPRESARIAL

Jueves de 7:00 a 10:15 p. m. *

OBJETIVO

El curso les permitirá a los participantes conocer y profundizar sobre los pilares claves que comprenden la "Transformación cultural", desarrollando competencias para implementar los procesos requeridos para su transformación organizacional, independientemente al sector o actividad económica que realicen, permitiéndole cuidar y cultivar el talento clave.

Al finalizar la asignatura el estudiante será capaz de presentar una propuesta efectiva que comprenderá la creación de un plan de acción enfocados en el cierre de brechas y la creación de una cultura hacia la innovación, logrando un impacto positivo en la organización.

El curso contempla como soporte y material complementario casuística diversa basada en casos reales presentados en compañías de diversos sectores económicos, entre los que destacan consumo masivo, servicios financieros y *retail*.

TEMARIO

- Introducción al concepto transformación cultural: de la tradición a la innovación empresarial.
- Componentes de la transformación cultural.
- Principales herramientas de la transformación cultural.
- El rol del líder en la transformación cultural.
- ¿Cómo iniciar la transformación cultural en mi organización?: primeros pasos.
- Gestionando la transformación cultural: casos Perú y el mundo.

PARTICIPANTES

El curso está dirigido a profesionales que forman parte de los equipos de recursos humanos, cultura organizacional, talento humano, comunicación, entre otros, así como emprendedores interesados en aprender sobre transformación cultural e innovación empresarial, logrando reflejar con esta mayor motivación, desempeño y productividad en el negocio.

Un curso dinámico y práctico, basado en casuística real, le permitirá al participante identificar señales de alerta y evaluar planes de acción que contribuyan a la organización independiente de la industria.



PROFESORA DESIRÉE JAYME MOSQUERA

Actualmente se desempeña como Sub Gerente de Talento Humano en el Banco de Crédito del Perú, en diversos proyectos relacionados con experiencia del colaborador, reclutamiento y selección, cultura, entre otros. Cuenta con amplia experiencia profesional en equipos de Recursos Humanos en importantes empresas transnacionales de consumo masivo, telecomunicaciones y banca. Magister en Administración de Empresas de ESAN Graduated School of Business. Licenciada y Bachiller en Administración de Empresas por la Universidad del Pacífico con especialización en Recursos Humanos y Finanzas.



* El día 8 de diciembre es feriado y no se programarán clases.

Área académica de **FINANZAS**



Certificado de Especialización en:

- **FINANZAS CORPORATIVAS**
- **BANCA**
- **PREPARACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS**



FINANZAS CORPORATIVAS

ANÁLISIS DE ESTADOS FINANCIEROS

Marita Chang Olivas
Martes de 7:00 a 10:15 p. m. *

ANÁLISIS DE RIESGO CREDITICIO

Arturo García Villacorta
Viernes de 7:00 a 10:15 p. m. *

ANÁLISIS, MODELAMIENTO FINANCIERO Y PROYECCIÓN DE ESTADOS FINANCIEROS A MEDIANO Y LARGO PLAZO

Carlos Aguirre Gamarra
Lunes de 7:00 a 10:15 p. m.

ASPECTOS CONTABLES, FINANCIEROS, SOCIETARIOS Y TRIBUTARIOS DE LA REORGANIZACIÓN EMPRESARIAL

Reynaldo Moquillaza Orellana
Sábado de 9:00 a. m. a 12:15 p. m.

CÓMO GESTIONAR UN ADECUADO PLANEAMIENTO TRIBUTARIO

Reynaldo Moquillaza Orellana
Domingo de 9:00 a. m. a 12:15 p. m.

CONTABILIDAD FINANCIERA GERENCIAL

Luis Ramos Rodríguez
Martes de 7:00 a 10:15 p. m. *

CONTABILIDAD Y FINANZAS PARA NO ESPECIALISTAS

Patricia Gonzáles Peralta
Viernes de 7:00 a 10:15 p. m. *

COSTOS PARA LA GERENCIA

José Velazco Páucar
Lunes de 7:00 a 10:15 p. m.

ESTRATEGIAS FINANCIERAS PARA LA CREACIÓN DE VALOR

Alfredo Mendiola Cabrera
Martes de 7:00 a 10:15 p. m. *

FUSIONES, ADQUISICIONES Y VALORIZACIÓN DE EMPRESAS

Enrique Cárcamo Cárcamo
Lunes de 7:00 a 10:15 p. m.

GESTIÓN DE CRÉDITOS Y COBRANZAS

Arturo García Villacorta
Grupo 1: martes de 7:00 a 10:15 p. m. *
Grupo 2: lunes y miércoles de 7:00 a 8:30 a. m.

GESTIÓN Y FINANZAS PARA STARTUPS, EMPRENDEDORES

Andrés García Uribe | Yabed Contreras Zambrano
Viernes de 7:00 a 10:15 p. m. *

GESTIÓN DEL COSO ERM (ENTERPRISE RISK MANAGEMENT)

Marita Chang | Hilda Sandoval Cornejo
Jueves de 7:00 a 10:15 p. m. *

PLANEAMIENTO FINANCIERO

Manuel Acevedo Riquelme
Miércoles de 7:00 a 10:15 p. m.

PRECIOS DE TRANSFERENCIA EN LATINOAMÉRICA

Enrique Díaz Tong
Martes de 7:00 a 10:15 p. m. *

BANCA

ANÁLISIS DE RIESGO CREDITICIO

Arturo García Villacorta
Viernes de 7:00 a 10:15 p. m. *

FUNDAMENTOS DE GESTIÓN BANCARIA

Walter Reátegui
Miércoles de 7:00 a 10:15 p. m.

GESTIÓN DE CRÉDITOS Y COBRANZAS

Arturo García Villacorta
Grupo 1: martes de 7:00 a 10:15 p. m. *
Grupo 2: lunes y miércoles de 7:00 a 8:30 a. m.

MERCADO DE CAPITALES

Juan Luis Valdiviezo Trelles
Jueves de 7:00 a 10:15 p. m. *

PREPARACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS

FORMULACIÓN, PREPARACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS NUEVOS Y PROYECTOS EN MARCHA

Alex Albújar Cruz
Jueves de 7:00 a 10:15 p. m. *

FUSIONES, ADQUISICIONES Y VALORIZACIÓN DE EMPRESAS

Enrique Cárcamo Cárcamo
Lunes de 7:00 a 10:15 p. m.

(*) Horario especial

ANÁLISIS DE ESTADOS FINANCIEROS

Martes de 7:00 a 10:15 p. m. *

OBJETIVO

El curso brinda las herramientas básicas necesarias para el adecuado diagnóstico de la situación económica y financiera de la empresa, a través de la lectura, análisis e interpretación de los estados financieros de la misma. Al finalizar el curso, los participantes estarán en condiciones de leer e interpretar la información contenida en los Estados Financieros básicos, presentar un Informe de evaluación de la situación de la empresa y de formular los lineamientos de las líneas de acción a seguir a fin de potenciar las fortalezas y corregir las debilidades detectadas a nivel corporativo.

TEMARIO

- Las decisiones en los negocios y la contabilidad.
- El registro contable y su impacto en los estados financieros.
- Los principales estados financieros.
- Herramientas de análisis de estados financieros: Análisis vertical, horizontal, ratios e indicadores financieros.
- Diagnóstico financiero.
- Aplicaciones financieras con la información de los estados financieros.

PARTICIPANTES

El curso está dirigido a ejecutivos y funcionarios de diferentes especialidades (administradores, economistas, ingenieros, abogados, entre otros), interesados en iniciarse o reforzar sus conocimientos y habilidades en la lectura análisis e interpretación de los Estados Financieros como medio para realizar el diagnóstico de la situación económica y financiera de empresas, ya sea como analistas de créditos, analistas de inversiones o encargados de la gestión de un área específica de la empresa o de la gerencia general de la misma.



PROFESORA MARITA CHANG OLIVAS

Consultora Financiera con amplia experiencia en diversos sectores económicos. Consultora de organismos multinacionales como el Banco Mundial y GIZ. Magister en Finanzas y Derecho Corporativo por ESAN con mención en Tributación Empresarial. Egresada de la Maestría en Estadística en la UNMSM, posgrado de Financiación en Infraestructura del Transporte en la Fundación CEDDET/ España y especialización en Finanzas y Derecho Europeo en la Universidad Carlos III de España.

* El martes 1 de noviembre es feriado y no se programarán clases.

Nota: Se requiere conocimientos básicos de Excel.

ANÁLISIS DE RIESGO CREDITICIO

Viernes de 7:00 a 10:15 p. m. *

OBJETIVO

Brindar a los participantes las metodologías modernas de gestión de riesgos que vienen aplicando las entidades que participan en el sistema financiero, para la evaluación, administración y control de sus créditos, enfocado desde el punto de vista de la propia entidad, así como de los diferentes organismos de control externos a los que se encuentran sometidas.

TEMARIO

- Fundamentos de la gestión de riesgo crediticio.
- Estados financieros y flujo de caja.
- El capital de trabajo. Determinación de las necesidades financieras de la empresa.
- Evaluación financiera para el otorgamiento de créditos: análisis de estados financieros comparativos y análisis de ratios financieros. Modelo Du Pont.
- Evaluación no financiera.
- Política de créditos.
- Evaluación y clasificación del deudor, y exigencia de provisiones.
- Presupuestos y proyección de estados financieros.
- Evaluación económica y financiera de proyectos: VAN, TIR, B/C, Payback.
- La administración, control y seguimiento del crédito.
- Administración de créditos con problemas.
- La refinanciación del crédito.
- Gestión integral de riesgos.
- Gestión de riesgo de crédito. Parámetros de riesgo de crédito: probabilidad de incumplimiento (rating), exposición (operación), severidad (garantías).
- Herramientas de gestión de riesgo de crédito por línea de negocio. *Credit scoring, rating*.
- Riesgo cambiario crediticio.
- Riesgo de sobreendeudamiento.

PARTICIPANTES

Dirigido a todos aquellos profesionales que se encuentran vinculados directa o indirectamente con la actividad crediticia, es decir, funcionarios de negocios y de riesgos de instituciones financieras, así como aquellos que por la función que desempeñan en su empresa, mantienen una estrecha relación con el proceso crediticio, esto es desde la evaluación, administración y recuperación del crédito.



PROFESOR ARTURO GARCÍA VILLACORTA

Consultor de empresas. Ha sido Director del Banco de Comercio, Director de Alpeco, Gerente de Riesgos de INTERFIP, Jefe de la División de Control de Instituciones de la SAFP, Gerente de Finanzas de Latam SA (GE), Gerente de Finanzas del ICE, Gerente Central de Finanzas y Gerente de Tesorería del BIP, así como otros cargos gerenciales en empresas de los sectores bancario, previsional, comercial y servicios. MBA por Université du Québec-Montreal. MBA por ESAN. Programa de Alta Dirección (PAD) por la Universidad de Piura. Economista por la Universidad Mayor de San Marcos.

* El viernes 9 de diciembre es feriado y no se programarán clases.

ANÁLISIS, MODELAMIENTO FINANCIERO Y PROYECCIÓN DE ESTADOS A MEDIANO Y LARGO PLAZO

Lunes de 7:00 a 10:15 p. m.

OBJETIVO

Se espera que al finalizar el curso los participantes demuestren una adecuada comprensión de los conceptos y las diferentes herramientas que les permitirán analizar y entender los estados financieros de empresas, y diferenciar las Necesidades Operativas de Fondos (NOF) y Capital de Trabajo (CT). Asimismo, entenderán que es la estructura de activos y la estructura de financiamiento para una correcta estructura financiera. Finalmente, siendo además el énfasis del presente curso, desarrollarán habilidades técnicas y conceptuales que permitan realizar proyecciones de EE.FF. a fin de analizar y estimar las necesidades de financiamiento a largo plazo y asegurar la viabilidad financiera.

TEMARIO

- Ciclo operativo (CO) y ciclo de caja (CC).
- Relación entre el CO y el CC y la necesidad de capital de trabajo (CT).
- Entendiendo la naturaleza del CT ¿Cómo se deben financiar la necesidad de CT? ¿Es el CT un concepto de corto o largo plazo, operativo o estructural?
- Necesidades operativas de fondos (NOF). Diferencia entre la NOF y el CT.
- La estructura de activos y la estructura de financiamiento.
- Proyecciones financieras: Entendiendo el comportamiento de las principales cuentas contables.
- Modelando con iteraciones.
- Proyección de EE.FF., CT y ratios financieros.
- Proyección de EE.FF. con deuda bancaria y bonos.

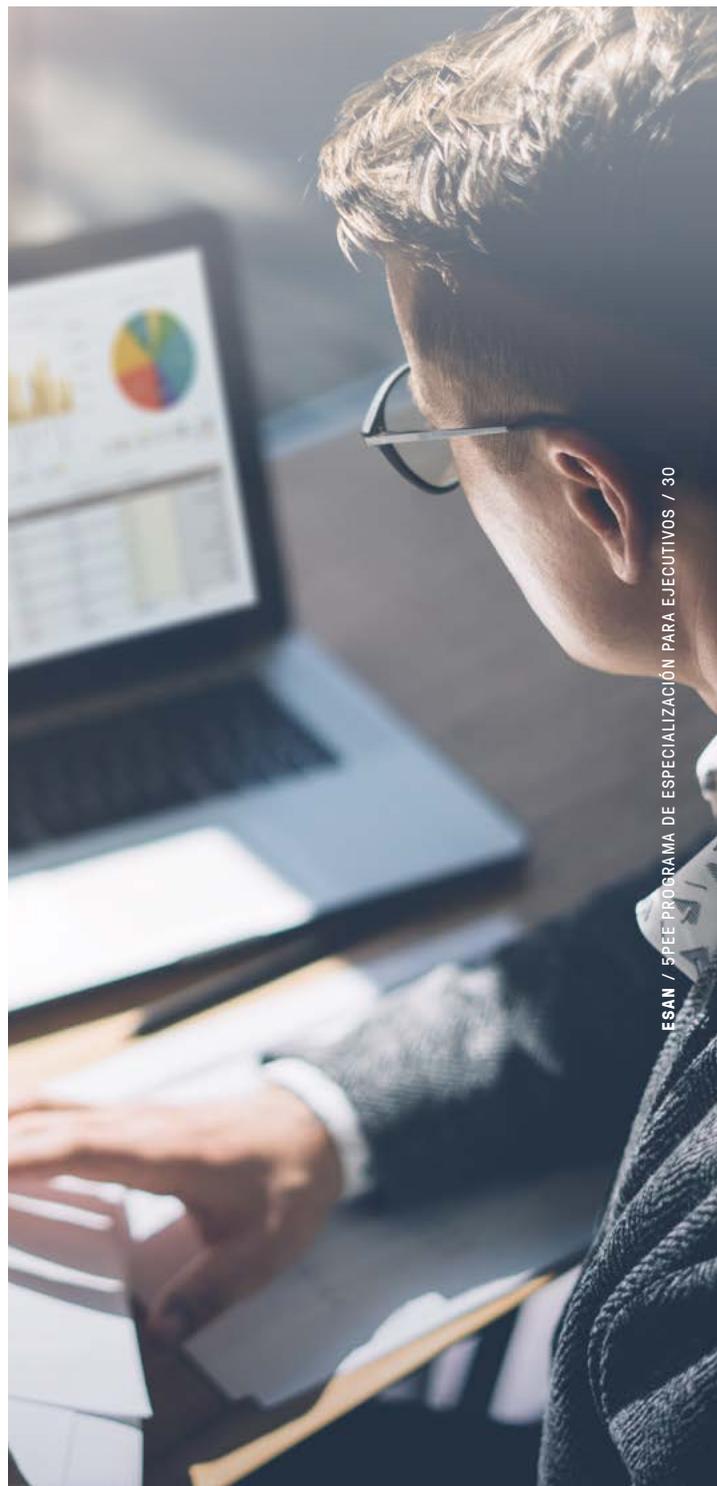
PARTICIPANTES

Ejecutivos pertenecientes a las áreas de administración y finanzas, asesores y consultores en finanzas, y cualquier ejecutivo o persona interesada en entender cómo funcionan u operan las empresas desde un punto de vista financiero, a fin de tomar decisiones financieras acertadas.



PROFESOR CARLOS AGUIRRE GAMARRA

Experiencia profesional en áreas financieras de empresas industriales y de servicios y en asesorías en reestructuraciones empresariales, en evaluación de proyectos, en valorización de empresas, en asesoría en el proceso de compra - venta de empresas y en implementación de sistemas de planeamiento y control de gestión. Ha asesorado en el proceso de la compra-venta de empresas y ha liderado implementaciones de Sistemas de Planeamiento y Control de Gestión y/o de Tableros de Control Estratégico (BSC). Ph. D. del programa de Administración y Dirección de Empresas de la Universidad Complutense de Madrid. Magister en Finanzas por ESAN. Especialización en Finanzas, en Regulación Económica de las Telecomunicaciones y en Administración Bancaria.



ASPECTOS CONTABLES, FINANCIEROS, SOCIETARIOS Y TRIBUTARIOS DE LA REORGANIZACIÓN EMPRESARIAL

Sábado de 9:00 a. m. a 12:15 p. m.

OBJETIVO

El curso otorga una visión gerencial de los aspectos importantes de una Reorganización. Analiza la decisión de Reorganizar; sus aspectos contables, canje de acciones, valorización de empresas, análisis de los intangibles, plusvalías, marcas, etc.; y sus aspectos tributarios con análisis de las RTFs que tratan sobre la materia, así como casos didácticos que llevan a un mejor entendimiento de la Reorganización, al final se revisarán las contingencias tributarias y responsabilidad solidaria sobre estos aspectos.

TEMARIO

- Fuentes de financiamiento para la empresa. Decisiones de capitalizar o de reorganizar.
- La Reorganización empresarial en la Nueva Ley general de Sociedades.
- Aspectos de valorización de empresas; EVA, EBITDA, y Valorizaciones sobre el flujo de operación.
- Revisión de las NIIFs sobre combinaciones de negocios y otras complementarias.
- La reorganización empresarial en el Impuesto a la Renta. RTFs en casos de Reorganización Empresarial.
- La Reorganización empresarial en el Impuesto General a las Ventas.
- Casos de reorganización empresarial, revisando los aspectos estudiados en clase.
- Responsabilidad solidaria en el Código Tributario; Representante de hecho y de derecho.

PARTICIPANTES

Ejecutivos pertenecientes a las áreas de finanzas, abogados corporativos y de administración, que necesiten un conocimiento general de las áreas, aterrizando la teoría y las normas tributarias, en empresas que no cotizan en bolsa y que en su mayoría son familiares.



PROFESOR REYNALDO MOQUILLAZA ORELLANA

Socio fundador de la Firma Moquillaza & Asociados y de Reynaldo Moquillaza S.R.L. donde otorga servicios de outsourcing de contabilidad y planeamiento tributario, con más de 40 personas a su cargo. Otorga servicios profesionales, por su Firma de Consultores, en Lima como en Chiclayo e Ica. Ha escrito artículos para la Revista del Colegio de Contadores, Diario Gestión y el Diario El Comercio. Profesor del curso de Fusiones y Adquisiciones en la Maestría en Derecho Corporativo en la USIL.

MBA por la Université du Québec, Montreal. Contador Público Colegiado por la Universidad del Callao con estudios terminados de Doctor en Finanzas en la USIL. Máster en Compliance y Perito Contable, Fiscal, Judicial por el CCPL. Ha sido auditor en Deloitte & Touche y Arthur Andersen, Contador de Costos en Mobil Oil, Gerente de Auditoría Interna en Warner Lambert para Perú y Bolivia; Gerente de Auditoría Interna en El Diario El Comercio. Entrenado en temas de auditoría interna y externa en Colombia y en Morris Plains (N.Y). Con especialización de Asesor Fiscal Regional por la Universidad Austral de Buenos Aires.

Nota: Se requiere conocimientos intermedios de Excel.

CÓMO GESTIONAR UN ADECUADO PLANEAMIENTO TRIBUTARIO

Domingo de 9:00 a. m. a 12:15 p. m.

OBJETIVO

Antes de implementar un negocio, un empresario debe de dibujar los procesos, proyectar sus operaciones, analizar cada icono del proceso, de la mano con las consecuencias tributarias, revisaremos de manera gerencial el impuesto a la renta; el IGV, salvo empresas de extracción, aunque estaríamos a disposición por cualquier consulta.

TEMARIO

- Planificación del negocio, dibujarlo en el horizonte, adjuntarle las afectaciones y riesgos tributarios y revisarlos con la finalidad de identificar potencialidades y riesgos.
- Revisar la planificación financiera de un negocio; proyecciones, estructuraciones y ventajas y desventajas del futuro del negocio.
- Optimizar la carga tributaria, pero sin exponer la continuidad del negocio; más aún con la sombra de la Realidad económica de la transacción, nueva Norma XVI.
- Identificar Restructuraciones vía Reorganización empresarial vs compras de activos o plantas de producción.
- Identificar las mejores opciones de aprovechamiento fiscal y del negocio; se evaluarán las opciones del IGV como rechazar las exoneraciones, elaborar la mejor cadena de valor para los exportadores; identificar las sanciones que puedan poner en riesgo la continuidad de un negocio, salir de las restricciones que ponen tope a beneficios tributarios; etc.

PARTICIPANTES

Ejecutivos, familiarizados con la realidad empresarial, pertenecientes a las áreas de administración, marketing, operaciones, sistemas, economía y finanzas, que necesiten conocer los fundamentos que soportan el registro y la información contable para la presentación y estructuración de los estados financieros e iniciarse en la contabilidad gerencial para la toma de decisiones.



PROFESOR REYNALDO MOQUILLAZA ORELLANA

Socio fundador de la Firma Moquillaza & Asociados y de Reynaldo Moquillaza S.R.L. donde otorga servicios de outsourcing de contabilidad y planeamiento tributario, con más de 40 personas a su cargo. Otorga servicios profesionales, por su Firma de Consultores, en Lima como en Chiclayo e Ica. Ha escrito artículos para la Revista del Colegio de Contadores, Diario Gestión y el Diario El Comercio. Profesor del curso de Fusiones y Adquisiciones en la Maestría en Derecho Corporativo en la USIL.

MBA por la Université du Québec, Montreal. Contador Público Colegiado por la Universidad del Callao con estudios terminados de Doctor en Finanzas en la USIL. Máster en Compliance y Perito Contable, Fiscal, Judicial por el CCPL. Ha sido auditor en Deloitte & Touche y Arthur Andersen, Contador de Costos en Mobil Oil, Gerente de Auditoría Interna en Warner Lambert para Perú y Bolivia; Gerente de Auditoría Interna en El Diario El Comercio. Entrenado en temas de auditoría interna y externa en Colombia y en Morris Plains (N.Y). Con especialización de Asesor Fiscal Regional por la Universidad Austral de Buenos Aires.

Nota: Se requiere conocimientos intermedios de Excel.

CONTABILIDAD FINANCIERA GERENCIAL

Martes de 7:00 a 10:15 p. m. *

OBJETIVO

Desarrollar y capacitar al participante en los fundamentos del registro contable para argumentar y evidenciar la estructuración, interpretación y análisis de los estados financieros, basados en las decisiones gerenciales de operación, inversión y financiación de la empresa. Se incidirá en la contabilidad como lenguaje primigenio de la información financiera, orientando el pensamiento crítico sobre la esencia del registro contable dentro del contexto de la realidad empresarial de la toma de decisiones. Este enfoque está direccionado hacia los profesionales y ejecutivos con responsabilidad de presentar la información relevante para la planeación y control de la gestión basada en la creación de valor. Igualmente, este curso permitirá el desarrollo del conocimiento esencial y elemental para iniciarse en las finanzas, tanto como, en los avances de la contabilidad gerencial de creación de valor económico añadido a las partes interesadas como objetivo de gobierno corporativo.

TEMARIO

- La información contable en la empresa y la toma de decisiones.
- Conceptos y doctrina básica de contabilidad: realidad y registro.
- Los estados financieros fundamentales.
- Registro y sistemas contables.
- Presentación y notas a los estados financieros.
- Costo de ventas; de mercaderías vendidas e inventarios.
- Activos no corrientes, depreciación y amortización.
- Fuentes de financiamiento para la empresa: Patrimonio y pasivo.
- Estructura y análisis del estado de flujo de efectivo. Flujo de fondos y flujo de caja.
- Análisis financiero y medición de la creación de valor.
- Proyección de EE.FF. dentro del contexto presupuestal.

PARTICIPANTES

Ejecutivos pertenecientes a las áreas de administración, marketing, operaciones, sistemas, recursos humanos, economía y finanzas, que necesiten conocer los fundamentos que soportan el registro contable y la estructura de los Estados Financieros.



PROFESOR LUIS RAMOS RODRÍGUEZ

Experiencia profesional en sectores bancario-financiero, industrial, minero y de petróleo. Ejecutivo de compañías multinacionales con sede en EE.UU. Ha sido Presidente Ejecutivo del Directorio de tres importantes empresas nacionales. Ph. D. in Management Sciences por ESADE, Barcelona. Diploma de Estudios Avanzados DEA por el Programa Doctoral ESADE Barcelona. MBA por ESAN. Ingeniero.

Nota: Se requiere que estén familiarizados con la realidad empresarial y tengan conocimientos del Excel.

** El martes 1 de noviembre es feriado y no se programarán clases.*

CONTABILIDAD Y FINANZAS PARA NO ESPECIALISTAS

Viernes de 7:00 a 10:15 p. m. *

OBJETIVO

Ingresar a los conceptos de contabilidad y finanzas generalmente provoca tensión en aquellos profesionales que no pertenecen al área financiera. Sin embargo, la necesidad de formar parte de empresas de "clase mundial", nos obliga a conocer y evaluar el efecto financiero de nuestras decisiones. Con este propósito, el curso está especialmente diseñado para involucrarse en forma amigable y progresiva en el campo financiero, aplicando las herramientas financieras básicas pertinentes para el esquema competitivo actual y centrando la atención en aquellos conceptos considerados imprescindibles para la gestión.

TEMARIO

- La cuenta de resultados. ¿Cómo saber si existe generación de valor en la empresa?
- El balance. Estructura y análisis. ¿Qué tengo y a quién le debo?
- Cálculo y aplicación del costo. ¿Es rentable mi producto?
- Análisis de los estados financieros: estático y dinámico.
- Objetivos de control. Conceptos y herramientas. Selección y empleo de ratios e indicadores.
- El presupuesto maestro y de caja.
- Pautas para el análisis y selección de la inversión. Principios financieros para toma de decisiones.
- Pautas para el análisis y selección de alternativas de financiación. Opciones entre proveedores, sistema financiero o capital propio. Impacto en el negocio.

PARTICIPANTES

Dirigido a profesionales de todas las áreas, quienes requieren para su desarrollo conocimientos básicos de los conceptos y herramientas de contabilidad, costos y finanzas.



PROFESORA PATRICIA GONZÁLES PERALTA

Directora General de Administración de la Universidad ESAN hasta julio 2022. Profesora Asociada del área de Finanzas de ESAN. Reconocida consultora de diversas empresas públicas y privadas en su campo. Ha ejercido la administración de proyectos financiados por agencias internacionales en el campo del desarrollo. MBA por ESAN. Magister en Investigación. Se encuentra culminando estudios doctorales.

Nota: Se requiere contar con conocimientos básicos de Excel.

** El viernes 9 de diciembre es feriado y no se programarán clases. Por ello, se programará una clase adicional el miércoles 7 de diciembre en el mismo horario.*

COSTOS PARA LA GERENCIA

Lunes de 7:00 a 10:15 p. m.

OBJETIVO

Definición, análisis y discusión de variados temas relacionados con costos en las empresas. Al final del curso el participante estará capacitado en tomar decisiones correctas de corto plazo: punto de equilibrio, presupuestos, costos relevantes, etc. y decisiones correctas de largo plazo: presupuesto de capital.

TEMARIO

- Definición y clasificación de costos en diferentes actividades empresariales.
- Análisis costo-volumen-utilidad. Punto de equilibrio. Apalancamiento operativo.
- Presupuesto, control y análisis de desviaciones.
- Diferentes sistemas de costeo, costeo por órdenes y costeo por proceso.
- Costeo ABC.
- Costeo por absorción y costeo variable. Diferencias entre costeo variable y directo.
- Toma de decisiones a corto plazo.
- Presupuesto de capital.

PARTICIPANTES

Dirigido a participantes del área de contabilidad, administración, economía e ingeniería y a toda persona que tenga experiencia en la gestión de un negocio y/o en la prestación de servicios. Es recomendable, más no relevante, haber llevado el curso de contabilidad financiera o contabilidad gerencial.



PROFESOR JOSÉ VELAZCO PÁUCAR

Se ha desempeñado como asesor financiero de empresas privadas; y ocupado cargos de alta gerencia en empresas del sector acuícola y financiero. Amplia experiencia docente especializada en contabilidad, presupuestos y gestión de costos. MBA por ESAN.

Nota: Se requiere contar con conocimientos básicos de Excel, preferible intermedio.

ESTRATEGIAS FINANCIERAS PARA LA CREACIÓN DE VALOR

Martes de 7:00 a 10:15 p. m. *

OBJETIVO

Capacitar a los participantes en el uso de herramientas financieras que estén acorde con el planeamiento estratégico de la organización, con la finalidad de cumplir con los objetivos trazados para generar valor y beneficiar de este modo a todos los miembros de la institución.

TEMARIO

- Planeamiento financiero de largo plazo.
- Creación de valor.
- Determinación de flujos de caja de inversión de largo plazo.
- Determinación del costo de la deuda, costo de capital propio y costo promedio ponderado de capital.
- Relación entre flujos de caja y tasa de descuento.
- Valorización de empresas.

PARTICIPANTES

Profesionales con experiencia en gestión financiera que desean profundizar sus conocimientos en el área.



PROFESOR ALFREDO MENDIOLA CABRERA

Director de la Maestría de Finanzas en la Universidad ESAN. Consultor de empresas del sector minero, construcción, educación y hotelero. Ha tenido a su cargo las áreas de finanzas y administración de diversas empresas de los sectores de minería, seguros e industriales. Ph. D. en Administración con especialización en Finanzas por Cornell University, New York. MBA por University of Toronto, Canadá.

Nota: Se requiere contar con conocimientos básicos de Excel.

** El viernes 9 de diciembre es feriado y no se programarán clases.*

FORMULACIÓN, PREPARACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS NUEVOS Y PROYECTOS EN MARCA

Jueves de 7:00 a 10:15 p. m. *

OBJETIVO

Desarrollar habilidades y competencias para identificar las variables relevantes de un proyecto, aplicar las técnicas y herramientas de cálculo de los costos y beneficios relevantes para la evaluación, así como preparar el proyecto acorde con los requerimientos de información de los distintos agentes involucrados, calculando e interpretando correctamente los indicadores de rentabilidad e identificar las variables de riesgo de una inversión.

TEMARIO

- Estudios de viabilidad. Formulación y evaluación de proyectos.
- Formulación de proyectos: etapas del proyecto. Calendario de inversiones. Vida útil de los activos y calendario de reposición. Cálculo de la inversión en capital de trabajo. Beneficios.
- Preparación de proyectos: construcción de los flujos de caja del proyecto, del inversionista y del banco.
- Preparación de proyectos: flujo de caja de proyectos de empresas en marcha. Proyectos de inversión: reemplazo, ampliación.
- Técnicas de evaluación. Evaluación económica y evaluación financiera. Interpretación de resultados.
- Medición y administración del riesgo. Análisis de sensibilidad y escenarios.

PARTICIPANTES

Dirigido a todo tipo de profesionales, empresarios y académicos que requieran formular, evaluar, revisar o aprobar proyectos de inversión tanto desde la perspectiva de una empresa como de un banco, ya sea para crear un nuevo emprendimiento o para evaluar un proyecto de una empresa en marcha.

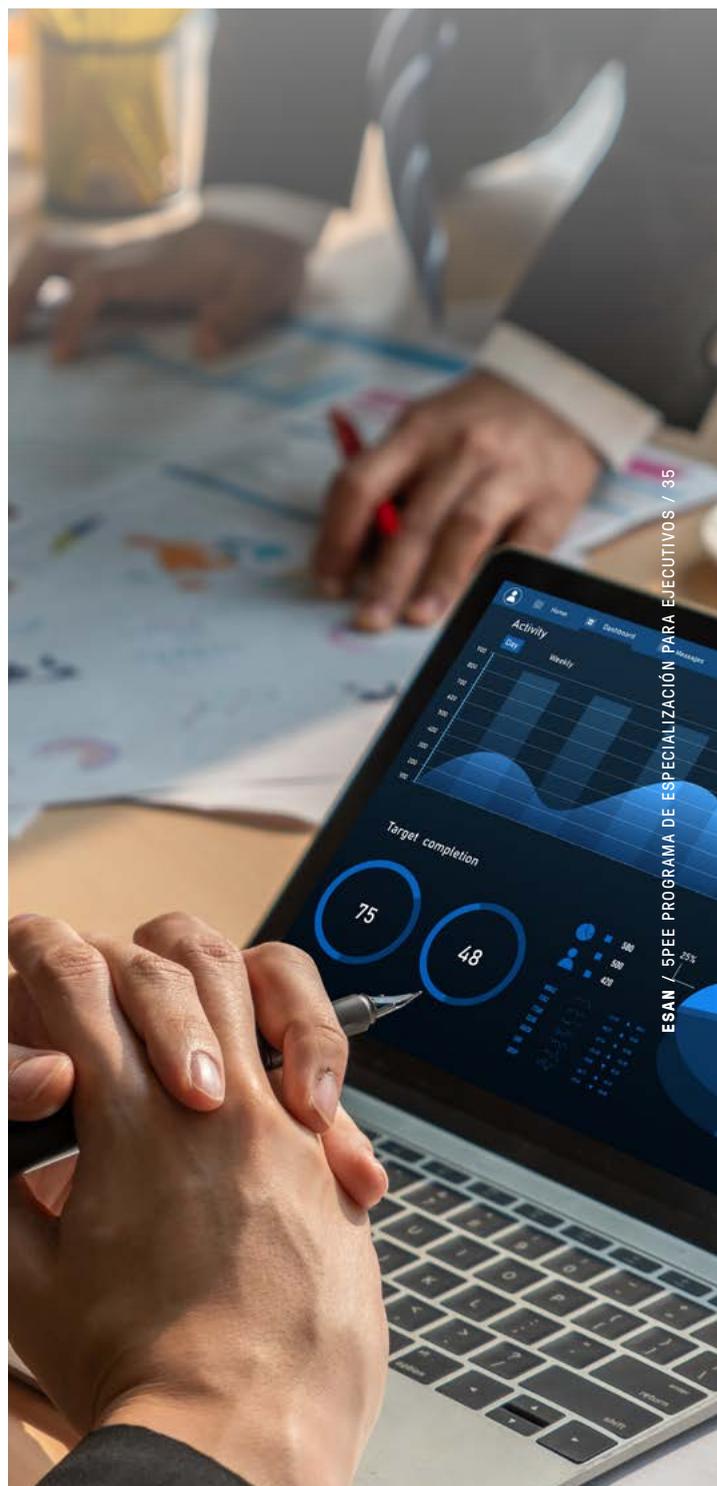


PROFESOR ALEX ALBÚJAR CRUZ

Consultor en estructuración financiera de proyectos de gran envergadura. Ha participado en la estructuración financiera y promoción de proyectos de infraestructura, como asesor del Estado y/o de empresas privadas, nacionales y extranjeras. Ph. D. por ESADE, Barcelona, España. MBA por ESAN. Certificate in Quantitative Finance por CQF Institute, Londres, Inglaterra.

Nota: Se requiere contar con conocimientos básicos de Excel.

** El jueves 8 de diciembre es feriado y no se programarán clases.*



FUNDAMENTOS DE GESTIÓN BANCARIA

Miércoles de 7:00 a 10:15 p. m.

OBJETIVO

Al finalizar la asignatura el alumno o estudiante será capaz de analizar eficientemente la función de intermediación financiera, sobre la base de conceptos, metodologías, herramientas e instrumentos de naturaleza bancaria, a fin de contribuir con una mejor gestión de las entidades del sistema financiero nacional.

TEMARIO

- El sistema financiero nacional.
- El mercado de capitales.
- Estados financieros e indicadores de desempeño.
- Operaciones activas.
- Operaciones pasivas.
- *Assets and Liabilities Management*.
- La relación sistema financiero nacional - SBS y BCRP.
- La gestión financiera y de tesorería. Encaje, canje. Mesa de dinero.
- Apetito, límites y capacidad de riesgo.
- *Pricing* bancario, desde la perspectiva de los estados financieros de empresas bancarias.
- Gestión de riesgo de crédito: métodos para el cálculo de patrimonio efectivo.
- Gestión del riesgo de mercado: valor en riesgo como método para el cálculo del patrimonio efectivo.
- Ratio de capital global y requerimientos de patrimonio efectivo.
- Tendencias del sector financiero: banca digital.

PARTICIPANTES

El curso está dirigido a todos aquellos profesionales que laboren en bancos y entidades financieras, así como profesionales y ejecutivos de las áreas de finanzas, tesorería y otras de empresas no financieras que por la función que desempeñan mantienen una estrecha relación con el sector financiero, y requieran tener un conocimiento importante de las operaciones bancarias, negociación con bancos y gestión de riesgos.



WHALTER REÁTEGUI

Consultor en temas de finanzas sostenibles de organismos multilaterales. Ha sido Gerente General y Gerente de Desarrollo del Banco Agropecuario. Es co-founder de Qamwan Fintech de Impacto. Ha sido miembro del Board de Financial Alliance for Sustainable Trade FAST, y Gerente de Segmentos Comerciales y Canales Alternativos En Mibanco. Con experiencia bancaria de más de 27 años, desempeñando funciones en banca no minorista, banca mayprista, microfinanzas urbanas, microfinanzas rurales, entre otros. MBA por la Universidad ESAN y Economista por la Universidad de Lima.

FUSIONES, ADQUISICIONES Y VALORIZACIÓN DE EMPRESAS

Lunes de 7:00 a 10:15 p. m.

OBJETIVO

Proporcionar a los participantes los conceptos, herramientas, estrategias y experiencias de la valorización de empresas como un medio que les permita tomar decisiones claves e incrementar la rentabilidad de sus negocios o emprendimientos, optimizando su valor y rendimiento.

Las adquisiciones, fusiones y escisiones de empresas, el financiamiento sin garantías en activos y las compras apalancadas, aplicados en la actividad profesional y en la vida personal son mecanismos para crecer y/o maximizar el beneficio de los accionistas y trabajadores, además de prepararse para la competencia local e internacional.

TEMARIO

- Medición de la rentabilidad y valorización de empresas.
- Principales elementos, conceptos y estrategias que crean valor.
- El proceso de valorización de empresas
- Fusiones, adquisiciones y escisiones.
- Generación de valor mediante fusiones, adquisiciones y escisión de empresas.
- Financiamiento sin garantías en activos y compras apalancadas.

PARTICIPANTES

En el contexto actual es vital capacitar a los distintos actores involucrados: Directores, Gerentes generales, administrativos y de finanzas, accionistas, colaboradores, inversionistas, emprendedores, ejecutivos de diferentes especialidades que participan en la toma de decisiones empresariales y estratégicas para incrementar el valor de la empresa, financiar su crecimiento y maximizar su valor en el tiempo.



PROFESOR ENRIQUE CÁRCAMO CÁRCAMO

Gerente general, presidente de directorio, accionista de Transportes Enrique Cárcamo S.A.C. Consultor y asesor de empresas. Conferencista en la Universidad EAFIT-Colombia. Autor de libros y publicaciones en revistas. Profesor del área de finanzas de ESAN (2005 a la fecha) en Maestrías, PEE y diplomados especializados. Asesor y jurado de tesis. Diploma por gestión docente sobresaliente (2015 y 2017 ESAN). Magister en Administración por ESAN (primer puesto). Diploma en Gestión y Dirección de empresas e Ingeniero Civil por la Pontificia Universidad Católica del Perú. Curso de Dirección y administración de empresas familiares (ESAN), especialización sobre Financiamiento de proyectos - Banco Mundial (Washington D.C), CAF y el BID. Gestor de proyectos de consultoría y consultor de la Universidad ESAN.

Nota: Se requiere conocimientos intermedios de Excel.

GESTIÓN DE CRÉDITOS Y COBRANZAS

Grupo 1: martes de 7:00 a 10:15 p. m. *

Grupo 2: lunes y miércoles de 7:00 a 8:30 a. m.

OBJETIVO

Brindar al participante los conocimientos y herramientas necesarias para la gestión efectiva de créditos y cobranzas. El curso capacita en la administración del riesgo en el otorgamiento del crédito, y proporciona las herramientas necesarias para su evaluación, cobertura, administración y recuperación. Se presentarán los procesos y etapas que comprenden el otorgamiento y la recuperación de los créditos (preventiva, de gestión, prejudicial y judicial), así como la refinanciación de los mismos.

TEMARIO

- Fundamentos para la gestión de créditos y cobranzas.
- El riesgo. Tipos de riesgos. Proceso de administración del riesgo.
- Los estados financieros. El estado de situación financiera y el estado de resultados integral.
- Evaluación del riesgo crediticio.
- Análisis financiero para la decisión de otorgamiento de créditos.
- Análisis no financiero.
- Política de créditos.
- Política de cobranzas.
- Perfiles de clientes morosos y estrategias de cobranza.
- La administración y supervisión del crédito. Las garantías. La refinanciación.
- El proceso de cobranza y la diferenciación de las gestiones.
- La cobranza como proceso crítico del crédito.
- Factores de motivación para el pago oportuno de los deudores.
- Segmentación de cobranza y estrategias de cobro por segmento.
- Herramientas de gestión de cobranza.
- La cobranza preventiva y la cultura de pago.
- *Balanced scorecard* e indicadores de cobranza.
- Desarrollo del plan de cobranza.

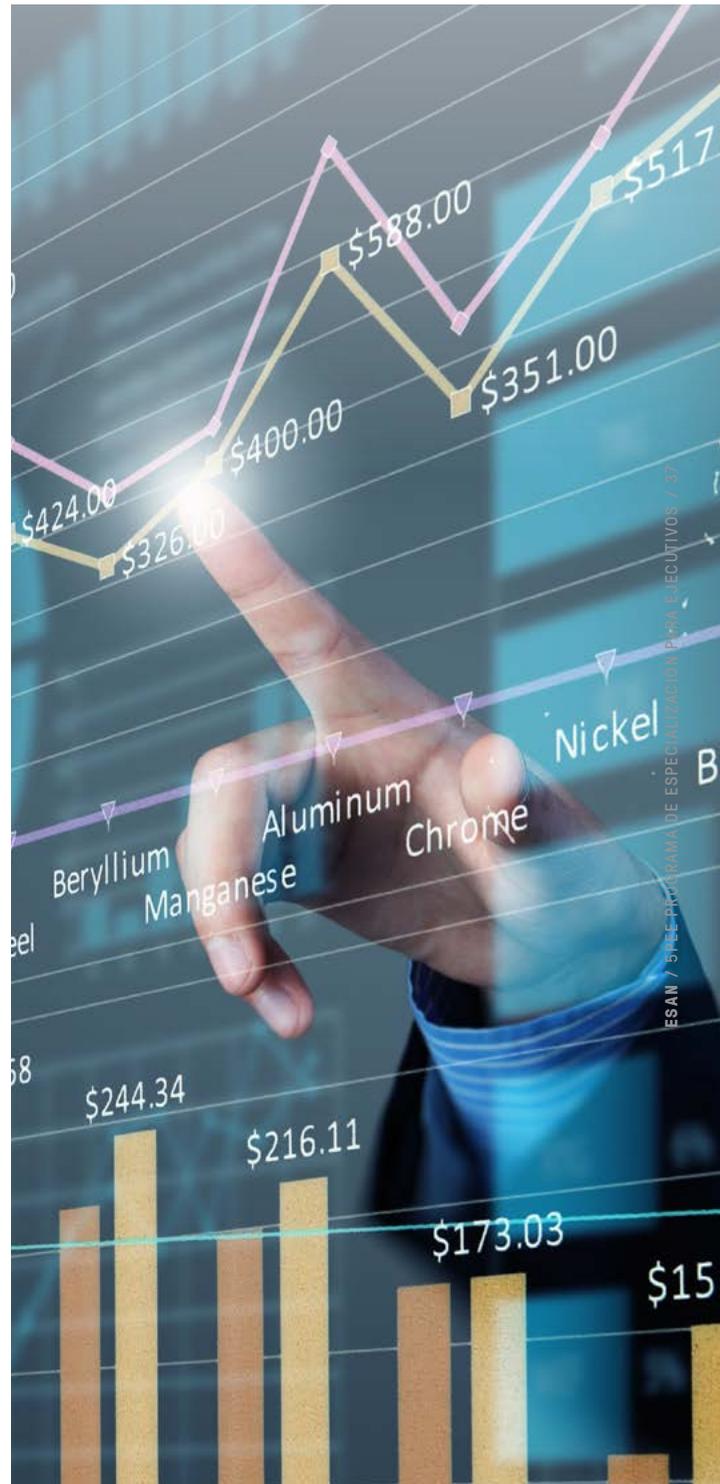
PARTICIPANTES

Dirigido a ejecutivos de las áreas de créditos y cobranzas en cualquier tipo de organización: Empresas o entidades financieras. Asimismo, a empresarios que deseen adquirir los conocimientos y herramientas necesarios para realizar una gestión eficiente de los procesos de otorgamiento y recuperación de créditos.



PROFESOR ARTURO GARCÍA VILLACORTA

Consultor de empresas. Ha sido Director del Banco de Comercio, Alpeco, Cadena de Hoteles Las Américas; Director del Banco de Comercio, Alpeco, Cadena de Hoteles Las Américas; Gerente de Riesgos de INTERFIP; Jefe de la División de Control de Instituciones de la Superintendencia de AFP; Gerente de Finanzas de Latam S.A. (GE); Gerente de Finanzas del ICE; Gerente General Adjunto, Gerente Central de Finanzas y Gerente de Tesorería del Banco Industrial del Perú, entre otros. MBA por la Université du Québec-Montreal y por ESAN.



* El martes 1 de noviembre es feriado y no se programarán clases.

GESTIÓN Y FINANZAS PARA STARTUPS, EMPRENDEDORES

Viernes de 7:00 a 10:15 p. m. *

OBJETIVO

Guía teórica y práctica dirigida a emprendedores, startup y profesionales no financieros. Brinda los conocimientos y herramientas que permitirán al participante mejorar su desempeño como emprendedor para diseñar, formular su modelo de negocio y puesta en marcha de su emprendimiento. Durante el curso el participante o grupo trabajará las etapas del emprendimiento que comprende la formulación, la validación y escalamiento de su emprendimiento. Enfocado en la visión estratégica para emprender nuevos negocios y el desarrollo de habilidades financieras necesarias para conducir el emprendimiento exitosamente.

TEMARIO

- Introducción al mundo emprendedor: Perfil del emprendedor, empresa tradicional vs. startup, vocabulario del emprendedor, desafíos de la formalización.
- Pensamiento estratégico para emprendedores.
- De la idea al modelo de negocio: diseña y/o plantea el modelo de negocio y valida la idea con el mercado, ajustando la propuesta de valor.
- Establecer bases para el crecimiento de la startup: Margen de ganancia, frecuencia de compra, costo por nuevo cliente.
- Finanzas de gestión capital de trabajo y de inversiones (deuda + patrimonio) para emprendedores.
- Fuentes de capital para emprendedores para financiar la inversión de la Startup.
- EEFF's proyectados e indicadores de rentabilidad clásicos de un proyecto inversión emprendedor.
- Aproximación a la valorización de una empresa Startup en marcha.
- Fundamentos de una negociación con futuros inversionistas.
- Participación en rondas de inversión y contactos con Venture Capital.

PARTICIPANTES

Toda persona/equipos que deseen mejorar sus oportunidades para emprender ya sea desde una idea o desde un negocio en marcha. Interesados en conocer el ecosistema emprendedor, la ruta del emprendimiento, alternativas de financiamiento para emprendedores, finanzas para emprendedores no financieros.



PROFESORES ANDRÉS GARCÍA URIBE

Ha ocupado cargos de gerencia de administración y finanzas en sectores económicos tales como textiles, pesca, avícola, agroindustria, químicos, papel y retail. Ha sido gerente general de Tubos y Perfiles Metálicos S.A., empresa subsidiaria de Compañía Aceros del Pacífico-CINTAC Chile. También ha sido por más de una década adjunto a la dirección general y gerente de administración y finanzas de la empresa BEMBOS y del sharedservice Servicios Compartidos de Restaurantes SAC (SCR) perteneciente al holding restaurantero NGRestaurants del Grupo Interbank (Bembos, ChinaWok, Don Belisario y Popeyes; Dunkin Donuts y PapaJohns).

Fue CEO adjunto en Corporación Papelera Schroth y Gerente de Sede y CFO de UDEP Campus Lima. Ha presidido el Directorio de la Asociación de Instituciones Educativas Católicas (AIEC) del Arzobispado de Lima. Asesor de la cadena retail de venta de alimentos saludables Thika Thani Market. Director y fundador de la consultora especializada FoodServiceConsulting SAC. (www.foodserviceconsulting.com.pe). Mentor en la 1ra Hackathon Perú Reactivate 2020 por la Universidad ESAN - Innovation Hub y Evaluador para ProInnovate del Ministerio de Produce para el PAI (Programa de Apoyo a la Internacionalización). Investigador Asociado del Instituto del Futuro (www.idf.pe)

Máster en Dirección de Empresas por el Instituto Panamericano de Alta Dirección de Empresa (IPADE) de la Universidad Panamericana - México - DF. Licenciado en Economía por la Pontificia Universidad Católica del Perú. Economista Colegiado. Profesor en la Universidad ESAN.



YABED CONTRERAS ZAMBRANO

Con más de 20 años de experiencia profesional. Gestor empresarial, Consultor en Estrategia, Alta dirección, Creatividad, Design Thinking, Innovación, Diseño de Modelos de Negocios, Emprendimiento (Startup), Procesos Colaborativos, Cocreación, Transformación Exponencial Digital y Nuevas economías: Economía Colaborativa, Economía Circular, Economía Naranja, Movimiento Maker. Autor intelectual con patente registrada en el INDECOPI Perú. Forma parte del equipo responsable de la implementación y coordinación del laboratorio de fabricación digital en la Universidad ESAN; Fab Lab ESAN. Conector y promotor de la red global Ouishare en Latinoamérica, Presidente de la Asoc. Ouishare Perú y Organizador de eventos académicos y Ex Coordinador del Coloquio Doctoral del Consejo Latinoamericano de Escuelas de Administración (Cladea). Profesor universitario de los cursos; Procesos Creativos, Planificación estratégica. Mentor y Jurado de startups y emprendedores: Innova ESAN; Hult Prize; CELID; AWE Perú (Impulsat); Innovación para el Cambio América Latina y el Caribe. Promotor del Startup Pitch Competiton en el Festival CoCreamos. Conferencista Internacional: Lima (Perú), Barcelona (España), Río (Brasil), Quito (Ecuador), Bogotá (Colombia), Ciudad de México, Puebla (México), Ciudad de Guatemala (Guatemala). Publicación ¿HACIA DÓNDE DEBE IR EL SECTOR CAFETERIANO? - Café de especialidad: Una alternativa para el sector cafetalero Peruano: Volume 9, Issue 17, December de 2004, The Journal of Economics, Finance and Administrative Science (ISBN 2218-0648) - Edited by ELSEVIER. MBA por ESAN.

Nota: Se requiere conocimientos básicos de Excel.

** El viernes 9 de diciembre es feriado y no se programarán clases.*

GESTIÓN DEL COSO ERM (ENTERPRISE RISK MANAGEMENT)

Jueves de 7:00 a 10:15 p. m. *

Las organizaciones en sus relaciones con partes interesadas se encuentran permanentemente expuestas a factores o influencias externas e internas, incluyendo la cultura organizacional y el comportamiento humano de los colaboradores, generando incertidumbre en el logro de sus objetivos y la implementación del marco de Gestión de Riesgos Empresariales – integrado con estrategia y desempeño: COSO ERM, les permitirá un adecuado manejo del riesgo, tomando decisiones más acertadas para su desarrollo y cumplimiento de sus objetivos.

En tal sentido, la gestión de riesgos empresariales presenta nuevos retos, por lo que es necesario conocer, los conceptos y las metodologías que permitan un óptimo proceso de implementación del Sistema de Control Interno COSO ERM, para el logro de los objetivos organizacionales.

En este contexto, ESAN a través de la Dirección de Programas de Desarrollo Gerencial pone a su disposición este curso.

OBJETIVO

El objetivo de este curso es ofrecer un conocimiento teórico práctico para lograr la implementación y el monitoreo del sistema de control interno, con el enfoque COSO ERM (Enterprise Risk Management), como una herramienta estratégica de gestión que contribuye al logro de los objetivos operacionales, de cumplimiento y de información institucionales, promoviendo una gestión eficaz, eficiente, ética y transparente.

TEMARIO

- Marco conceptual del sistema de control interno y del COSO ERM (*Enterprise Risk Management*), sus principios, componentes y beneficios de la gestión de riesgos.
- La gestión del riesgo empresarial como herramienta estratégica en el logro de los objetivos y como herramienta transformadora de la cultura y del proceso de la toma de decisiones.
- Proceso de identificación, evaluación y mitigación de riesgos empresariales.
- Talleres de aplicación de la gestión de riesgos a través de los componentes del COSO ERM y de los procesos, identificando indicadores clave de los riesgos y su monitoreo; así como, del proceso de evaluación de riesgos y del establecimiento de medidas de control para su mitigación, con un enfoque sistémico.

PARTICIPANTES

El curso está dirigido a accionistas, directores, gerentes, contadores, auditores, controllers y a todo aquel profesional que participa en la creación y protección del valor de una empresa, entidad u otra forma de organización, gestionando los riesgos, tomando decisiones, estableciendo y logrando objetivos operacionales, de cumplimiento y de información.



PROFESORAS MARITA CHANG OLIVAS

Consultora Financiera con amplia experiencia en diversos sectores económicos. Consultora de organismos multinacionales como el Banco Mundial y GIZ. Magister en Finanzas y Derecho Corporativo por ESAN con mención en Tributación Empresarial. Egresada de la Maestría en Estadística en la UNMSM, posgrado de Financiación en Infraestructura del Transporte en la Fundación CEDDET/España y especialización en Finanzas y Derecho Europeo en la Universidad Carlos III de España.



HILDA SANDOVAL CORNEJO

Ha liderado puestos ejecutivos y asesorado en entidades y empresas públicas como FONAFE, Jefe de Riesgos de PROINVERSIÓN, ONP, MEF, y el Fondo Mi Vivienda y Viceministra de Construcción y Saneamiento. Consultora en la evaluación de riesgos para entidades del Estado y presidente del Comité de Control Interno en PROINVERSIÓN y en la ONP, y del Mecanismo para la Igualdad de Género en la ONP. Especializada en género en organismos internacionales: OEA, CAF y OISS y el Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables, en políticas públicas, gestión pública y seguridad social. MBA en administración estratégica de empresas por CENTRUM de la Pontificia Universidad Católica de Lima. Contadora Pública y auditora.

Nota: Se requiere contar con conocimiento básico de Excel.

** El jueves 8 de diciembre es feriado y no se programarán clases.*

MERCADO DE CAPITALES

Jueves de 7:00 a 10:15 p. m. *

OBJETIVO

El curso se centra en el estudio de los instrumentos financieros que se negocian en el mercado de capitales local e internacional; abarcando el mercado de instrumentos de renta fija (bonos), renta variable (acciones), así como los instrumentos de cobertura vinculados (derivados).

TEMARIO

- Introducción al mercado de capitales.
 - Intermediación financiera y los títulos valores.
 - Mercado primario y secundario.
 - Las bolsas de valores y los índices bursátiles.
- Instrumentos de renta variable.
 - Tipos de acciones y sus características.
 - Valorización de acciones (Análisis Fundamental): valor por descuento de flujos y análisis de ratios. Análisis técnico.
 - Gestión de portafolios de activos con riesgo: rentabilidad vs. riesgo.
 - Otros instrumentos representativos de capital: fondos de inversión.
- Instrumentos de renta fija.
 - Bonos: definición, tipología.
 - Valorización de bonos y gestión de riesgo.
 - Colocación de instrumentos de renta fija.
 - Bonos titulizados y estructurados.
- Derivados financieros.
 - Contratos forwards: tipología y valorización.
 - Contratos de futuros: funcionamiento y valorización.
 - Contratos de opciones: tipología y valorización.

PARTICIPANTES

Profesionales de diferentes especialidades que participen o tengan interés en áreas de inversiones, tesorería, riesgos, finanzas o afines; y que requieran tomar conocimiento de los fundamentos de los principales instrumentos del mercado de capitales.



PROFESOR JUAN LUIS VALDIVIEZO TRELLES

Actualmente tiene a su cargo la Gerencia de Inversiones de Protecta Security Compañía de Seguros, siendo además el Representante Bursátil de dicha Compañía. Posee amplia experiencia en el sector financiero, mercado inmobiliario y en el mercado de capitales. Ha gestionado diversos portafolios de inversión con operaciones en el mercado local y extranjero. MBA por ESAN con estudios de especialización en la Universidad de California (UCLA). Economista por la Universidad de Piura. Obtuvo la Certificación Internacional de Analista de Inversiones Europeo (CEFA - CIIA) otorgado por la Federación Europea de Asociaciones de Analistas Financieros (EFFAS).

PLANEAMIENTO FINANCIERO

Miércoles de 7:00 a 10:15 p. m.

OBJETIVO

Analizar la importancia del planeamiento financiero en la gestión de los negocios. El curso prepara a los participantes en la utilización de las herramientas financieras como: el Análisis de EE.FF., con cuyas conclusiones reorientar los resultados de la empresa; toma de decisiones financieras en base a cálculos financieros, sobre qué inversión seleccionar; como identificar el mejor financiamiento para un proyecto (deuda, patrimonio, un mix de ambos), entre otras, con el fin de dar valor a la empresa y mejorar el rendimiento de la inversión.

TEMARIO

- El planeamiento financiero como instrumento de la dirección.
- Gestión gerencial.
- Planeación financiera.
 - Análisis de EE.FF.
 - EE.FF. proyectados.
- Toma de decisiones financieras.
 - Valor del dinero a través del tiempo.
 - Técnicas de evaluación de proyectos (VAN, TIR).
- Valuación de activos financieros.
 - Costo de la deuda (bonos).
 - Costo del patrimonio (dividendos y acciones).
 - Riesgo.
- Tasas de rendimiento.
 - COK.
 - WACC.
- Rendimiento sobre la inversión.

PARTICIPANTES*

Está dirigido a gerentes generales, gerentes financieros, gerentes de planeamiento y desarrollo, a supervisores de presupuestos. De modo amplio, a ejecutivos interesados en desarrollar y fortalecer sus conocimientos acerca de planeamiento financiero, el análisis de los EE FF, la toma de decisiones financieras en base a tipos de activos financieros, riesgo, tasas de rendimiento y liquidez, en su organización.



PROFESOR MANUEL ACEVEDO RIQUELME

Director Financiero de Ecoandino S.A.C, Director de Laboratorios Neo Gen S.A.C. Director de LabDealers S.A.C. Director Ejecutivo de Brainstorming Marketing and Communications Corp y Director Gerente de Estudio Pacífico Consultores de Empresas. Ha sido Gerente de Consultoría de Price Waterhouse y Deloitte Haskins and Sells en Chile y Gerente de Consultoría en Arthur Young y Deloitte and Touche en Perú, así como Gerente Financiero de DHL Internacional S.R.L. del Perú. MBA por la Universidad del Pacífico.

* El jueves 8 de diciembre es feriado y no se programarán clases. Por ello se programará una clase adicional el martes 6 de diciembre en el mismo horario.

Requisito: Contar con conocimientos básicos de Contabilidad Gerencial y Matemática Financiera.

PRECIOS DE TRANSFERENCIA EN LATINOAMÉRICA

Martes de 7:00 a 10:15 p. m. *

OBJETIVO

Exponer las nociones necesarias de precios de transferencia en Latinoamérica y su impacto en las operaciones entre empresas vinculadas y grupos económicos, teniendo en consideración Los Lineamientos de Precios de Transferencia de la OCDE, en su versión de Enero del 2022.

El curso se desarrollará desde una doble perspectiva, una teórica que presentará los lineamientos conceptuales necesarios, y otra práctica basada en casos emblemáticos Latinoamericanos, y de otras partes del mundo, a fin de que el alumno se introduzca en distintas situaciones reales sobre la materia.

Se invitará a especialistas de diferentes países Latinoamericanos a fin de que comenten los problemas prácticos sobre el tema a los que se enfrentan en cada país.

Al final del curso el alumno estará en la capacidad de comprender el tratamiento tributario y financiero que implican las operaciones entre empresas vinculadas, así como sus repercusiones fiscales, de forma objetiva y práctica.

TEMARIO

- Introducción a los precios de transferencia. El principio de *arm's length*: concepto, origen y problemas en su aplicación. Precios de transferencia a nivel regional y mundial: casos representativos.
- Precios de transferencia en Latinoamérica: obligaciones formales y sustanciales. Reporte Local, Maestro, Reporte país por país, y Test de Beneficio
- Los métodos de comparación en precios de transferencia: Conceptos, racionalidad y limitaciones. Rangos intercuartiles, cálculo y ajustes. Criterios de comparabilidad, fuentes de información, ajustes y comparables secretos.
- Tópicos especiales en precios de transferencia: Intangibles, financiamiento back-to-back, servicios intragrupos (SSII), transacciones con territorios de baja o nula imposición y esquemas off-shore, valoración aduanera y precios de transferencia, precios de transferencia y reestructuración empresarial, *cost-sharing-agreements*, planificación de precios de transferencia a nivel corporativo, acuerdos anticipados de precios (APA's), Test de Beneficio y el llamado sexto método.
- Fiscalizaciones sobre Precios de Transferencia.
- Relación entre BEPS (Erosión de Base Imponible y Traslado de Beneficios) y Precios de Transferencia.
- Nuevos Lineamientos de Precios de Transferencia de la OCDE (Versión enero 2022).

PARTICIPANTES

Dirigido a ejecutivos y profesionales relacionados con el quehacer financiero, contable y tributario de la actividad empresarial, así como a funcionarios de la Administración Tributaria y Tribunales Fiscales.



PROFESOR ENRIQUE DÍAZ TONG

Socio de TP Consulting. Profesor de Post - Grado del curso de Precios de Transferencia en la Universidad ESAN (Perú - desde el año 2002). Ha sido profesor visitante del curso de Precios de Transferencia en la Universidad de Leiden (International Tax Center - Holanda). Coautor y coordinador de los libros: "Acción 13 del Plan BEPS y temas contenciosos de Precios de Transferencia - III Foro Internacional de Tributación y Contabilidad" (Thomson Reuters, 2019 - 2018); "Precios de Transferencia en Iberoamérica, EEUU y Reino Unido" (Thomson Reuters, 2016, 2017, 2018 y 2019). Estudiante del Ph. D. (Philosophy Doctor) / Doctorado en "Derecho, Gobierno y Políticas Públicas" de la Facultad de Derecho de la Universidad Autónoma de Madrid (España). MBA por la Universidad ESAN. Abogado por la Pontificia Universidad Católica de Perú, con estudios de especialización en Derecho Tributario en esta Universidad.

Nota: Se requiere contar con conocimiento básico de Excel.

** El martes 1 de noviembre es feriado y no se programarán clases. Por ello, se programará una clase adicional el 15 de diciembre.*

Área académica de **MARKETING**



Certificado de Especialización en:

- **MARKETING**
- **DIRECCIÓN DE VENTAS**
- **MARKETING DIGITAL**



MARKETING

DIRECCIÓN DE MARKETING ESTRATÉGICO

José Luis Wakabayashi Muroya
Lunes de 7:00 a 10:15 p. m.

DIRECCIÓN DE MARKETING Y VENTAS: BLENDED STRATEGY

José Luis Wakabayashi Muroya
Martes de 7:00 a 10:15 p. m. *

ESTRATEGIAS DE RETENCIÓN Y FIDELIZACIÓN DE CLIENTES

Christian Aste Muroya
Lunes de 7:00 a 10:15 p. m.

GESTIÓN COMERCIAL BAJO ENFOQUES ÁGILES

Carlos Guerrero | Jessica Alzamora
Jueves de 7:00 a 10:15 p. m. *

MARKETING ANALÍTICO 2 EN 1, ONLINE + OFFLINE: DECISIONES BASADAS EN DATOS

Walter Palomino Tamayo
Miércoles de 7:00 a 10:15 p. m.

TRENDAHUNTING: CAZANDO INSIGHTS & TENDENCIAS DE CAMBIO

Christina Saksanian
Martes de 7:00 a 10:15 p. m. *

DIRECCIÓN DE VENTAS

DIRECCIÓN DE MARKETING Y VENTAS: BLENDED STRATEGY

José Luis Wakabayashi Muroya
Martes de 7:00 a 10:15 p. m. *

ESTRATEGIAS DE VENTA CORPORATIVA (B2B)

Ana Belén Perdigones
Sábados de 9:00 a. m. a 12:15 p. m.

FINANZAS PARA EL MUNDO COMERCIAL

Carlos Aguirre Gamarra
Jueves 7:00 a 10:15 p. m. *

GESTIÓN COMERCIAL

Carlos Medardo Urbina Rivera
Miércoles de 7:00 a 10:15 p. m.

KEY ACCOUNT MANAGEMENT

Carlos Castillo Rodríguez-Novoa
Lunes de 7:00 a 10:15 p. m.

MARKETING DIGITAL

DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE CONTENIDO PARA MARKETING DIGITAL

Miguel Angel Palacios
Jueves de 7:00 a 10:15 p. m. *

E-COMMERCE

Daniel Chicoma Lúcar
Lunes de 7:00 a 10:15 p. m.

E-MARKETING

Sergio Cuervo Guzmán
Miércoles de 7:00 a 10:15 p. m.



(*) Horario especial

DIRECCIÓN DE MARKETING ESTRATÉGICO

Lunes de 7:00 a 10:15 p. m.

OBJETIVO

Presentar a los participantes una herramienta de gestión de análisis sistemático y permanente de las necesidades de mercado, las cuales van a permitir el desarrollo conceptual de productos rentables, que estén dirigidos a un grupo objetivo determinado, asegurando así una ventaja competitiva de largo plazo.

TEMARIO

- Tendencias de mercado y macrosegmentación.
- Medición del atractivo de mercado.
- Análisis de la competitividad de la empresa.
- Diseño de propuesta de valor: La elección de una estrategia de marketing.
- Política y estrategia de innovación de productos y servicios: Uso de metodologías ágiles.
- Las decisiones estratégicas de precio.
- Promoción omnidireccional.
- Distribución omnicanal.
- Marketing por internet
- El plan estratégico de marketing.

PARTICIPANTES

Dirigido a gerentes comerciales, de marketing, responsables del planeamiento estratégico de las empresas y personas interesadas en conocer y profundizar sobre el tema de marketing estratégico.



PROFESOR JOSÉ LUIS WAKABAYASHI MUROYA

Director Comercial de ESAN Graduate School of Business. Consultor en temas de marketing y ventas. Se ha desempeñado como director de proyectos de investigación en Peruano de Opinión Pública, ha sido Gerente de Producto, Gerente de Marketing y Comercial de importantes empresas nacionales e internacionales. Ph. D. en Ciencias de la Administración por ESADE. MBA por ESAN. Master en PNL por Richard Bandler. Asesor en comunicación no verbal. Coach por la ICC, ICI para ejecutivos.

DIRECCIÓN DE MARKETING Y VENTAS: BLENDED STRATEGY

Martes de 7:00 a 10:15 p. m. *

OBJETIVO

El curso permitirá a los participantes tener una visión de la gestión y dirección del área comercial de tal manera, que le permita un uso adecuado de los recursos: Producto, cliente y vendedor, para maximizar la eficiencia comercial de la empresa.

TEMARIO

- Objetivos, funciones y responsabilidades de la dirección comercial.
- Marketing Estratégico Vs Marketing operativo.
- Determinando una estrategia de valor.
- Definiendo una estrategia de producto *On* y *Off*.
- Desarrollando una estrategia de precios segmentada y dinámica.
- Determinando una estrategia Omnidireccional.
- Diseño de estrategia de comunicación 360°.
- Gestión del equipo comercial.
- ROI de vendedores, productos y clientes.

PARTICIPANTES

Responsables e integrantes del área comercial, supervisores que se encuentren en desarrollo y necesiten ampliar su visión respecto al manejo del área. Ejecutivos de ventas y KAM y personal del área de mercadeo: *product manager*, administración de ventas, que deseen fortalecer la operación del área comercial mediante la formulación de estrategias efectivas y adecuadas a la situación actual. Por las características del curso es ideal para empresas de consumo masivo, servicios e industria.



PROFESOR JOSÉ LUIS WAKABAYASHI MUROYA

Director Comercial de ESAN Graduate School of Business. Consultor en temas de marketing y ventas. Se ha desempeñado como director de proyectos de investigación en Peruano de Opinión Pública, ha sido Gerente de Producto, Gerente de Marketing y Comercial de importantes empresas nacionales e internacionales. Ph. D. en Ciencias de la Administración por ESADE. MBA por ESAN. Master en PNL por Richard Bandler. Asesor en comunicación no verbal. Coach por la ICC, ICI para ejecutivos.

* El martes 1 de noviembre es feriado y no se programarán clases.

DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE CONTENIDO PARA MARKETING DIGITAL

Jueves de 7:00 a 10:15 p. m. *

OBJETIVO

Al finalizar el curso, el alumno será capaz de diseñar un plan estratégico de contenidos para medios digitales de manera efectiva y coherente con las necesidades del público objetivo, los objetivos de marketing de la empresa y el análisis de la competencia.

TEMARIO

- Importancia de los contenidos en medios digitales.
- Investigación de las necesidades del consumidor y su comportamiento digital.
- Identificación de valores de marca.
- Análisis de la competencia.
- De los objetivos de negocio a los objetivos de marketing digital.
- Utilización de medios digitales propios, pagados y ganados.
- El usuario e *influencers* como medio.
- Integración con tácticas de marketing digital.
- Desarrollo de la matriz estratégica de contenidos.
- Identificación de formatos para medios digitales.
- Creatividad para el desarrollo de contenidos digitales.
- Psicología para el desarrollo de contenidos digitales.
- Analítica digital para la mejora de contenidos.

PARTICIPANTES

Gerentes de marca, responsables de estrategias de marketing digital, comunicadores de marca, planners de medios digitales, community managers, redactores creativos, profesionales en general que deseen aprender a atraer y fidelizar clientes utilizando estrategias de contenidos en medios digitales.



PROFESOR MIGUEL ANGEL PALACIOS

Gerente General de Ludik, agencia de marketing digital con doce años de experiencia en el mercado. Profesor de los cursos de Marketing Digital y Psicología del consumidor. Ex-jefe de investigación de marketing digital de Arellano Marketing. Maestro en Marketing por ESAN. Master en Marketing Science por ESIC. Diplomado de branding y comunicación digital por la Universidad de Barcelona, España.

* El día 8 de diciembre es feriado y no se programarán clases. La entrega del trabajo final será el 7 de diciembre.

E-MARKETING

Miércoles de 7:00 a 10:15 p. m.

OBJETIVO

Vivimos en un entorno de mucha incertidumbre. Por ejemplo, la pandemia, la crisis internacional, viene afectado el rendimiento empresarial. Esta preocupación ha hecho que las empresas comiencen a darle una mayor oportunidad al canal digital. Por estos motivos, el marketing digital tiene un rol más protagónico en las decisiones, no solo comerciales, sino también empresariales. Su rol estratégico, obliga a las empresas a desarrollar planes de alto impacto, con un retorno a la inversión esperado por la gerencia. Al finalizar este curso, los participantes conocerán los conceptos de marketing digital, además aprenderán a planear de manera integral, teniendo como base el modelo de negocio de la empresa. Además, será capaz de medir el retorno sobre la inversión.

TEMARIO

- De entornos VUCA a BANI.
- Comportamiento del consumidor digital.
- Desarrollo de un modelo de negocio online.
- Diseño web centrado en el usuario.
- Posicionamiento en buscadores (SEO y SEM)
- *Google Analytics 4*.
- *Mobile marketing* y *Mobile APPS*.
- *E-mailing* y perfeccionamiento de la base de datos.
- Publicidad programática.
- *eBranding* en el proceso de construcción de una marca.
- Redes sociales e influencers.
- Aspectos legales para el marketing digital.
- Manejo de crisis y reputación *online*.

PARTICIPANTES

Dirigido a profesionales y emprendedores interesados en ampliar sus conocimientos en el área de marketing digital. Que laboren en las áreas de comunicación, gestores de negocios, gestores de comunidades, responsables de la analítica web de la empresa, publicidad, comercial, sistemas de información, entre otros cargos afines.



PROFESOR SERGIO CUERVO GUZMÁN

Actualmente se desempeña como Jefe de Marketing de ESAN Graduate School of Business. Coordinador Académico del PADE Internacional en Dirección en Marketing Digital y Comercio Electrónico, del Diploma Internacional en Marketing Digital y Diploma Internacional en Comercio Electrónico. Profesor e investigador del área de Marketing de la Universidad ESAN, específicamente en marketing digital y comercio electrónico. Ph. D (c). por la Universidad La Salle Ramón Llul de Barcelona. MBA por ESAN con especialización en Sistemas y tecnologías de la información.

E-COMMERCE

Lunes de 7:00 a 10:15 p. m.

OBJETIVO

Este curso introductorio contribuye con los conocimientos necesarios para que el participante pueda desarrollar un proyecto de *e-commerce* y estar en la capacidad de poder decidir respecto a la plataforma, medio de pago, seguridad, distribución, gestión de la relación con clientes en medios sociales y canales online, así como consolidar la creación de valor de la marca online.

Los objetivos que destacamos son:

- Conocer y destacar las tendencias que influyen en la creación de nuevos negocios.
- Emplear el comercio social en Internet y las métricas asociadas.
- Conocer de: sistemas logísticos, pago en línea y restricciones legales.
- Aprender a trabajar objetivos y tácticas asociadas con el embudo de conversión.
- Diseñar un proyecto de *E-Commerce*.

TEMARIO

- Tendencias aplicables al consumo.
- Modelos de negocios para el *e-commerce*.
- Análisis del consumidor.
- Experiencia del cliente y la omnicanalidad.
- Información necesaria para el desarrollo de un *e-commerce*.
- Prototipado del *front-end*.
- Gestión de productos en tienda.
- Posicionamiento SEO en el contenido del negocio virtual.
- CMS y ERP para la gestión de tienda.
- Logística, operaciones de pago y aspectos legales en el comercio electrónico.
- Comercio social: Facebook & Instagram.
- Comercio social: Pinterest, YouTube & TikTok.
- Herramientas para la gestión de contenidos y el *social listening*.
- Estrategias *inbound*: objetivos y tácticas en el embudo de la conversión.

PARTICIPANTES

El curso está dirigido a ejecutivos, analistas, jefes, supervisores, responsables del diseño de proyectos de comercio electrónico, incluyendo emprendedores; que tienen la necesidad de vender productos en internet y coordinar campañas de marketing digital en empresas de todo nivel. Los conceptos tratados pueden emplearse en la actividad profesional como en negocios y proyectos personales.



PROFESOR

DANIEL CHICOMA LÚCAR

En la actualidad se desempeña como Lead Team Coach en un proyecto de capacitación (Intracen – ADEX) dirigido a pymes. Autor del libro "El comercio electrónico en Perú. Una guía para emprendedores" (2021). Es docente de postgrado en la escuela de negocios de la Universidad ESAN (Cursos: comercio electrónico, social media, marketing de contenidos, posicionamiento SEO). Ha trabajado como Business Coach en marketing digital y comercio electrónico (Intracen – ONU). Ex director de la agencia de comunicación digital Perú Content Lab. Ex director de la revista OFFSide. Máster en Marketing Online y Comercio Electrónico por la Universidad de Barcelona (España). Maestría en Publicidad por la USMP. Licenciado en Comunicación por la Universidad de Lima.

* El 18 de diciembre se programará la entrega del trabajo final.

ESTRATEGIAS DE RETENCIÓN Y FIDELIZACIÓN DE CLIENTES

Lunes de 7:00 a 10:15 p. m.

OBJETIVO

Las empresas de hoy están enfocadas en la captación de clientes y en satisfacer las necesidades de sus clientes actuales. Sus programas de fidelización son en el fondo programas de incremento de frecuencia, más no sistemas integrales de lealtad. El curso tiene por objetivo desarrollar los conceptos y herramientas claves para comprender el proceso de construcción de fidelización. Busca brindar las herramientas necesarias para poner en marcha planes de retención en los clientes valiosos e implementar sistemas integrales de fidelización basados en horizontes de tiempo a largo plazo.

TEMARIO

- Claves del *Customer Experience Management* y Marketing relacional.
- Identificar las variables que afectan la calidad, la satisfacción y la confianza: comprendiendo el proceso de re-compra (*retail*) y el proceso de re-contratación (servicios).
- Identificación, interacción y priorización de clientes a ser retenidos y a fidelizar:
- Valor cliente (*Life time value*).
- Ingresos, costos e inversión asociada a carteras de clientes.
- Retención: proceso de crear y gestionar programas de retención de cliente y análisis del *switching costs*.
- Programas de fidelización: ¿Cómo dejar atrás los "programas de incremento de frecuencias" para dar paso a "sistemas integrales de fidelización"?

PARTICIPANTES

Dirigido a ejecutivos y gerentes comerciales y de marketing, product managers, brand managers, jefes de categoría, jefes de promociones, profesionales de trademaking, consultores, profesionales independientes y personas interesadas en conocer y profundizar sobre el tema de marketing estratégico, así como implementar estrategias de retención. Asimismo, a los ejecutivos de otras áreas que desean conocer de cerca la dinámica de lealtad y las acciones de mercadeo asociadas.



PROFESOR CHRISTIAN ASTE LEÓN

Actualmente es Strategy Manager en el grupo HAVAS Media. Ejecutivo senior especializado en la optimización de campañas de marketing online-offline y orientado a generar rentabilidad a la organización a través de data analytics. Ha liderado procesos de transformación de la experiencia-cliente hacia la omnicanalidad. Ha laborado para el BBVA Perú, Banco Pichincha, Diners Club, Carsa, Caja Ica, ESAN, entre otros. MBA por ESAN. Magister en Investigación con mención en comportamiento del consumidor. Posgrado en Marketing Intelligence por ESIC (España).

ESTRATEGIAS DE VENTA CORPORATIVA (B2B)

Sábado de 9:00 a. m. a 12:15 p. m.

OBJETIVO

Desarrollar habilidades de venta en el escenario Business to Business (B2B), en la cual el participante pueda identificar la estrategia de venta adecuada para cada contexto de negociación. Se analizará los diferentes pasos del proceso de venta corporativo, el análisis de los factores de éxito en cada fase de la venta y, finalmente, la identificación de las estrategias de venta, comunicación y negociación a llevar a cabo en cada situación.

TEMARIO

- El proceso de compra en la empresa: el *funnel* de compra.
- Estilos de comunicación y negociación en el B2B.
- Aumentando la eficacia: *Elevator Pitch*.
- Análisis de necesidades y roles en la toma de decisiones.
- Seguimiento y gestión de la cartera de clientes.
- Fidelización de clientes corporativos.
- Tendencias: el nuevo comercial y metodología de ventas en el contexto digital.

PARTICIPANTES

Ejecutivos de cuenta senior, Key Account Manager (KAM), responsables institucionales y relaciones externas en la empresa, jefes de marketing, jefes de trademaking/publicidad, responsables de compras y todos aquellos desempeñen acciones de negociación con los diferentes stakeholders de la empresa o deseen desarrollar sus habilidades de negociación.



PROFESORA ANA BELÉN PERDIGONES

Profesora y Directora de Máster en ESIC Business & Marketing School. Ha trabajado con importantes marcas internacionales y asesorado a diversas empresas y Start-ups de diferentes sectores. Ph. D. (c) en Economía de la empresa por la Universidad Autónoma de Madrid, España. Magíster en Marketing por ESAN. Ha sido Country Manager en Perú y Ecuador.

FINANZAS PARA EL MUNDO COMERCIAL

Jueves de 7:00 a 10:15 p. m. *

OBJETIVO

Al finalizar el curso, el participante es capaz entender, explicar y sustentar cómo impactan las decisiones y/o acciones comerciales sobre el resultado económico y financiero de la empresa y sobre las necesidades de capital de trabajo y la liquidez de la empresa. Asimismo, entenderá y aplicará la relevancia de los costos y los criterios utilizados para determinar los precios y a fin de maximizar los ingresos en una organización. Esto le permitirá mejorar sus decisiones sobre las diversas estrategias comerciales y de mercadeo con el objetivo de crear valor, relacionarse y comunicarse mejor con las áreas financieras y sustentar mejor sus propuestas considerando su impacto financiero.

TEMARIO

- El esfuerzo comercial y de ventas y los objetivos económicos-financieros de las organizaciones.
- Impacto de las políticas comerciales en el capital de trabajo.
- Los aspectos financieros como parte de la propuesta de valor para un cliente.
- Los costos relevantes en la toma de decisiones comerciales: el punto de equilibrio, costos fijos - variables y el apalancamiento operativo.
- El rol de los costos y aspectos financieros sobre las decisiones de fijación de precios (*pricing*).
- El área comercial y su rol en el presupuesto de la empresa: el plan y el presupuesto de ventas y el análisis de desviaciones.
- El rol del Retorno de la Inversión (ROI) y la evaluación financiera de proyectos en el análisis y esfuerzo comercial.

PARTICIPANTES

El curso está dirigido a ejecutivos, profesionales y asesores de las áreas comerciales y de marketing de empresas B2C y B2B interesados en entender las implicancias financieras de sus decisiones, comunicarse de manera más efectiva con los profesionales de finanzas, y sustentar mejor sus ideas y propuestas considerando los aspectos financieros de las mismas.



PROFESOR CARLOS AGUIRRE GAMARRA

Experiencia profesional en áreas financieras de empresas industriales y de servicios y en asesorías en reestructuraciones empresariales, en evaluación de proyectos, en valorización de empresas, en asesoría en el proceso de compra - venta de empresas y en implementación de sistemas de planeamiento y control de gestión. Ha asesorado en el proceso de la compra-venta de empresas y ha liderado implementaciones de Sistemas de Planeamiento y Control de Gestión y/o de Tableros de Control Estratégico (BSC). Ph. D. del programa de Administración y Dirección de Empresas de la Universidad Complutense de Madrid. Magister en Finanzas por ESAN. Especialización en Finanzas, en Regulación Económica de las Telecomunicaciones y en Administración Bancaria.

GESTIÓN COMERCIAL

Miércoles de 7:00 a 10:15 p. m.

OBJETIVO

Al finalizar el curso, el participante será capaz de diseñar eficazmente modelos de negocio comerciales innovadores para diferenciarse de los competidores generando valor a su mercado objetivo.

TEMARIO

- Segmentación de mercado.
- Identificación de necesidades – *Empathy Map*.
- Dimensionamiento de mercado – Euromonitor.
- Dimensionamiento de mercado – Casos.
- Dimensionamiento de mercado – Veritrade.
- Dimensionamiento de mercado – Casos.
- *Customer Journey Map*.
- Propuesta de valor.
- Modelo de negocio – LEAN CANVAS.
- Estrategias comerciales.
- Promoción de ventas.
- Canales de distribución.
- OKR comerciales.
- Planeamiento comercial – SOSTAC.

PARTICIPANTES

El curso está dirigido a todo nivel de colaboradores de áreas comerciales encargados de implementar, gestionar y evaluar las estrategias comerciales en sus empresas que puedan ser del rubro de consumo masivo y/o servicios. Los conceptos tratados pueden emplearse en la actividad profesional como en negocios y proyectos personales.



PROFESOR CARLOS MEDARDO URBINA RIVERA

Consultor de Empresas especializado en comercialización y planificación estratégica. Experiencia profesional en empresas nacionales y transnacionales ocupando cargos gerenciales en áreas comerciales, administrativas y de proyectos. Amplia experiencia en ventas, desarrollo de productos, planeamiento estratégico, manejo de cuentas claves y desarrollo de planes de marketing de servicios y consumo masivo. Ha laborado en empresas de Perú y México del Grupo AJE, Telefónica del Perú, Embotelladora Rivera (PEPSI), Gloria, Embotelladora Latinoamericana S.A. (Coca-Cola), entre otras. Autor de publicaciones de casos de gestión comercial en ESIC Editorial de España y del libro "Manual de herramientas de creatividad e innovación" – Fondo editorial Universidad de Lima. Doctorando de Educación en USIL. MBA por la Universidad del Pacífico. Ingeniero Industrial por la Universidad de Lima. Diplomado en Marketing Estratégico por el TEC de Monterrey. Certificado en SCRUM MÁSTER.

Nota: Se requiere conocimientos básicos de Excel.

* El día 8 de diciembre es feriado y no se programarán clases.

GESTIÓN COMERCIAL BAJO ENFOQUES ÁGILES

Jueves de 7:00 a 10:15 p. m. *

OBJETIVO

En un contexto cargado de incertidumbre como consecuencia de las disrupciones tecnológicas, las presiones competitivas y los consumidores hiper empoderados, se hace necesario incorporar a los procesos comerciales tradicionales como la gestión de producto, la experiencia de cliente, comunicación y canales de entrega de valor, enfoques más dinámicos que permitan responder de forma efectiva y ágil a las demandas del mercado para lograr la permanencia y sostenibilidad de las empresas.

Este curso busca proporcionar esa mirada diferente a la gestión de comercial tomando como eje la aplicación de marcos de trabajo que permitan la adaptabilidad y respuesta rápida de los equipos, además de herramientas que promuevan la co-creación, experimentación y colaboración centrada en el cliente. Todo ello bajo una metodología de aprendizaje activo en donde el participante será capaz de aplicar de manera práctica estos elementos a su experiencia en el área.

TEMARIO

- *Agile management.*
- Cómo y cuándo usar agile en la gestión comercial.
- Gestión del cambio: transformación del área comercial hacia equipos autónomos.
- Gestión de iniciativas con equipos ágiles.
- Desarrollo de iniciativas innovadoras en el área comercial con enfoques iterativos e incrementales.
- Herramientas para la toma de decisiones de marketing centradas en el cliente.
 - Identificación de espacios no explorados en la industria: matriz de atractividad y competitividad.
 - Redefiniendo la propuesta de valor y generando diferenciación: Curva de valor y modelo KANO
 - Descubrimiento de *insights*, problemas raíz y dolores
 - Planeación y diseño de prototipos (*sketching, mockups; storyboards*).
 - Desarrollo de experimentos para la validación: hipótesis, OKRs.
 - Validación y co-creación de valor.

PARTICIPANTES

El curso está dirigido a ejecutivos o miembros de las áreas de marketing, comercial y de otras unidades interesadas en adquirir una visión actual sobre la planificación, desarrollo y gestión de iniciativas en el área comercial.



PROFESORES CARLOS GUERRERO

Cuenta con más de diez años de experiencia como consultor en las áreas de investigación de mercados y diagnóstico empresarial, modelos y planes de negocio, inteligencia comercial y marketing estratégico para empresas locales e internacionales. Es coordinador e investigador de los equipos GEM Perú y GUESSS Perú. Es miembro del grupo de investigación Marketing y Sociedad de la Universidad de Granada. Ha publicado diversos artículos en revistas académicas de primer nivel. Actualmente se desempeña como profesor de planta e investigador del área de Marketing de la Universidad ESAN. Ph. D. en Negocios con especialidad en Marketing por la Universidad de Granada, España. Máster en Marketing Intelligence por ESIC Business & Marketing School, España. MBA con especialización en Marketing Internacional por ESAN.



JESSICA ALZAMORA

Actualmente se desempeña como profesora del área académica de Administración en ESAN Graduate School of Business. Cuenta con experiencia en gestión de unidades de negocio y desarrollo e implementación de proyectos. Se ha desempeñado como consultora en diagnóstico empresarial, desarrollo de planes de negocios, planes estratégicos, planes de marketing y desarrollo e implementación de proyectos ágiles. Ha sido docente en temas de emprendimiento, innovación, metodologías ágiles y planeamiento estratégico. Es coordinadora e investigadora del equipo GEM Perú. Sus intereses de investigación se enfocan en los ámbitos de emprendimiento, innovación, pymes y comportamiento del consumidor social. Ph. D. en negocios por la Universidad de Granada, España. MBA por Universidad ESAN con especialización en Finanzas. Economista de profesión.

* El jueves 8 de diciembre es feriado y no se programarán clases.

KEY ACCOUNT MANAGEMENT

Lunes de 7:00 a 10:15 p. m.

OBJETIVO

Brindar a los participantes los fundamentos y conceptos del *Strategic Account Manager*, a fin de identificar y gestionar en los diferentes canales de ventas de la empresa, a los principales clientes, aquellos que están alineados a nuestros objetivos estratégicos y en cuales la empresa invertirá recursos para desarrollarlos.

Desarrollar los criterios necesarios para planificar la implementación de este enfoque en su empresa, conocer las habilidades y perfil que deben reunir las personas que manejen esta función, así como las herramientas y recursos que harán falta para ello.

TEMARIO

- El cliente clave: La importancia de un adecuado proceso de análisis y clasificación, para su posterior definición como clientes estratégicos. Criterios a utilizar para definir a un cliente clave. Evaluación de los aspectos vinculantes con las cuentas clave.
- Gestión de clientes claves: ¿Está preparada la organización para gestionar cuentas claves? El KAM. Evolución, responsabilidades y funciones de los encargados de manejar las cuentas estratégicas.
- EL Plan Económico del cliente como herramienta de evaluación de la eficiencia de la gestión de recursos.
- Relación y diferencias entre el *key account management* y el *trade marketing*, como un proceso integrado en la estructura comercial.
- Estrategia de valor y estrategia de las relaciones.
- Estrategias funcionales, el marketing operativo y el marketing estratégico, cuáles son sus diferencias y como se complementan, cuáles son los roles de las personas en estas áreas, en función a los requerimientos de la cuenta clave.

PARTICIPANTES

Dirigido a Gerentes Comerciales, de Ventas, de Marketing, KAM y ejecutivos que deseen tener mayor conocimiento respecto de esta nueva posición.



PROFESOR CARLOS CASTILLO RODRÍGUEZ- NOVOA

Actualmente es Gerente Comercial en Unión Ychicawa. Profesor contratado de ESAN. Profesional con más de veinte años de experiencia comercial, trabajando en empresas líderes del mercado de consumo masivo. Experiencia internacional en el diagnóstico de mercado y lanzamiento de productos. En BACKUS lideró diferentes áreas comerciales. En PROTISA lideró Gerencias de Ventas B2B, Gerencia de Canal Moderno y Gerencia de Marketing. Se desempeñó como Gerente de Comercial del Grupo Perú Cola. Gerencia de Unidad de Negocio Absorbentes en PANAS. MBA por la Universidad de Piura. Bachiller en Ingeniería Industrial por la Universidad de Lima. Estudios de especialización en el PADE Internacional de Marketing por ESAN y por la Universidad de Los Andes en Colombia.



MARKETING ANALÍTICO 2 EN 1, ONLINE + OFFLINE: DECISIONES BASADAS EN DATOS

Miércoles de 7:00 a 10:15 p. m.

OBJETIVO

Este curso tiene por objetivo que los participantes puedan comprender el marketing analítico, formular estrategias de marketing, ventas y comerciales, y medir el impacto en los resultados. La ciencia del marketing es un campo que ha evolucionado en los últimos 10 años y busca que los gerentes tomen decisiones a través de métodos científicos, en lugar de a través de herramientas y técnicas comunes con la investigación tradicional o simplemente intuición. Las empresas que utilizan métodos analíticos en la toma de decisiones pueden lograr de 8% a 20% mayores rendimientos que quienes no lo hacen.

Por otro lado, se suele separar la realidad virtual de la realidad física como si fueran dos universos paralelos y se tienen extremos de utilizar métodos analíticos on-line para evaluar estrategias off-line, o realizar estrategias on-line para modificar comportamiento off-line, con resultados sub-óptimos, porque para los clientes y consumidores es una sola realidad y no los separa. En este curso se dará énfasis a la integración de los universos on-line y off-line, así como la formulación y medición de estrategias integradas. Así mismo, El marketing analítico no se trata solamente de software o análisis vía web, es un análisis que requiere modelos específicos para las decisiones que toma cada empresa, por lo cual rara vez se puede realizar de manera óptima con un software automatizado. Los objetivos específicos del curso serán: Primero, conocer el comportamiento directo del consumidor y cliente. Segundo, medir el impacto de las decisiones de marketing y optimizar los resultados. Tercero, probar, aprender y adaptar las estrategias. Cuarto, fortalecer las relaciones con clientes y traducirlo en resultados reales para el negocio.

TEMARIO

- Marketing analítico, definición, universo digital vs. universo físico y el rol del "big data" en decisiones.
- La ciencia del marketing. ¿Cuánto hemos avanzado en los últimos 10 años?
- Efectos de Largo plazo y corto plazo. Métricas de performance y generación de valor. Cadena de productividad del marketing de Rust et al. (2008).

Módulo de Modelo Analítico de Conocimiento del Consumidor

- La estrategia de marketing/ventas y la estrategia con datos.
- *Insight* del consumidor y análisis de sentimientos *online*.
- Modelo de *Engagement*. Rol del WOM (*offline*) y el e-WOM (*online*). Relación con ventas.
- Caso práctico de análisis de sentimientos.

Módulo de Modelos Analíticos de Marca (Brand Asset)

- Activo de Marca (*Brand Asset*). Métodos de Valoración.
- Arquitectura de marca. Evaluación de la propuesta valor como condición.
- Métodos de valoración, seguimiento del valor y medición del impacto de las acciones de marketing/ventas.
- Caso práctico de valoración de marcas y el impacto de la estrategia.

Módulo de Modelos Analíticos de Cliente (Customer Asset)

- Activo de cliente. (*Customer Asset*). Introducción y estrategias para fidelizar clientes.
- Cálculo del Valor de por vida del cliente (*Customer Lifetime Value-CLV*).
- CLV Contractual y no Contractual.
- Estrategias B2C y B2B. Diferencias.
- Asignación de recursos de marketing mediante CLV.
- Análisis del comportamiento de un grupo de clientes, clasificación y segmentación.
- Implementación de estrategias para fidelizar clientes para toda la vida.
- Efectividad de los programas de Lealtad ¿Funcionan?
- Administración de Base datos de clientes.
- Caso práctico de cálculo de CLV.

Modelos Analíticos de Experimentos del Marketing Mix

- Conceptos e importancia de la innovación y mercados de prueba.
- Diseño de experimentos básicos.
- Principios de los experimentos aleatorios.
- Grupos de control y *matching* demográfico (Efecto placebo)
- Resultados: *Lift* de ventas, contribución y proyecciones.
- Casos en publicidad, precio y productos.
- Casos experimentos *online*.

PARTICIPANTES

Gerentes de Marketing, ventas y comerciales, jefes de venta y marketing, funcionarios del área comercial, ejecutivos de venta, KAM, product-managers en proceso de desarrollo gerencial, que deseen ampliar sus conocimientos y visión sobre los nuevos modelos analíticos. Recomendable para emprendedores que busquen ampliar sus mercados a otros países. En general a interesados en formular estrategias y proyectos para vender internacionalmente.



PROFESOR

WALTER PALOMINO TAMAYO

Experiencia profesional en Gerencias Comercial, de Ventas, y marketing por más de 25 años en importantes empresas internacionales. Sus áreas de experiencia más importantes, Estrategia corporativa, Marketing internacional, Procesos comerciales, Métricas de creación de valor y Analítica de base de datos. Ph. D. en Ciencias de la Administración por ESAN. MBA por el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey, México. Máster en Investigación en Ciencias de la Administración.

TRENTHUNTING: CAZANDO INSIGHTS & TENDENCIAS DE CAMBIOS

Martes de 7:00 a 10:15 p. m. *

OBJETIVO

Capacitar a los participantes en el uso de las principales técnicas y herramientas utilizadas para identificar los patrones del comportamiento de compra y consumo de los consumidores y, así mismo, de qué manera los estímulos de marketing influyen en dichos comportamientos en todas sus etapas, pre compra – compra – post compra.

Al final del curso los participantes serán capaces de utilizar el conocimiento adquirido para ofrecer una mejor experiencia al consumidor y con eso, construir fidelidad y lealtad. Estarán aptos a: identificar las oportunidades que generan un “shopper journey” más eficiente, elaborar planes específicos para todas sus etapas y ampliar los niveles de retención y fidelización de sus clientes.

TEMARIO

- Definición y caracterización del consumidor y su diferencia con los demás actores participantes en un proceso de decisión de compra y consumo.
- Identificación y análisis de necesidades del consumidor.
- Perfilamiento y segmentación.
- Proceso de decisión de compras.
- Criterios de elección de la categoría y de la marca.
- Customer journey map y árbol de decisions.
- Impacto de los estímulos internos y externos en el comportamiento del consumidor.
- Identificación de *insights* del consumidor.
- El “nuevo” consumidor hiperconectado.

PARTICIPANTES

El curso está dirigido a ejecutivos y gerentes que deseen profundizar en el conocimiento del consumidor y las respuestas hacia los estímulos de marketing en cuanto a sus comportamientos de compra y consumo. Fundamental para profesionales de marketing y del retail que buscan diseñar estrategias específicas para construir un link efectivo y duradero con sus consumidores, identificando y satisfaciendo sus necesidades a través de una experiencia de compra y consumo superior.



PROFESORA CHRISTINA SAKSANIAN

Docente en el área de marketing de la escuela de negocios de ESAN. Investiga temas relacionados a comportamientos de compra, de consumo, eco-amigables y colaborativos. Ha publicado artículos en revistas indexadas y capítulos en libros de Economía Colaborativa y de Marketing Aplicado. Cuenta con más de veinte años de experiencia en dirección de negocios en Procter & Gamble, FASA do Brasil, Dow Chemical y Nestlé, en Brasil, Perú, México, Venezuela, Argentina, Colombia y Chile. Doctora en Ciencias de la Administración por ESAN. Magister en Investigación en Ciencias de la Administración por ESAN. Máster en Marketing y en Matemática Financiera por FGV (Fundação Getulio Vargas - Brasil), y en Publicidad por ESPM (Escola Superior de Propaganda e Marketing - Brasil).

* El martes 1 de noviembre es feriado y no se programarán clases.

* El 15 de diciembre se programará el examen final.

Área académica de **OPERACIONES Y LOGÍSTICA**



Certificado de Especialización en:

- **OPERACIONES Y LOGÍSTICA**
- **GESTIÓN DE PROCESOS**
- **GERENCIA DE PROYECTOS**



OPERACIONES Y LOGÍSTICA

ADMINISTRACIÓN LOGÍSTICA Y CONTROL DE INVENTARIOS

David Gallardo Yaya
Sábado de 9:00 a. m. a 12:15 p. m.

ANÁLISIS CUANTITATIVO PARA LA TOMA DE DECISIONES

Tomás Minauro Latorre
Miércoles de 7:00 a 10:15 p. m.

GERENCIA DE COMPRAS Y ABASTECIMIENTO

Víctor Tateishi Saito
Martes de 7:00 a 10:15 p. m. *

GERENCIA DE OPERACIONES

Aldo Bresani Torres
Miércoles de 7:00 a 10:15 p. m.

GERENCIA INDUSTRIAL LEAN

Fernando Maradiegue Tuesta
Jueves de 7:00 a 10:15 p. m. *

GESTIÓN DE LA CALIDAD CON SIX SIGMA

Freddy Alvarado Vargas
Lunes de 7:00 a 10:15 p. m.

GESTIÓN Y SEGURIDAD EN EL TRANSPORTE

Jorge Cornejo Zavaleta
Sábado de 9:00 a. m. a 12:15 p. m.

LEAN MANUFACTURING

Luis Bedoya
Jueves de 7:00 a 10:15 p. m. *

LOGÍSTICA ADUANERA

Carlos Figueredo
Viernes de 7:00 a 10:15 p. m. *

OPERACIONES Y LOGÍSTICA EN EL SECTOR B2B

Jorge Castillo | Aldo de la Cruz González
Jueves de 7:00 a 10:15 p. m. *

PLANEAMIENTO Y CONTROL DE LA PRODUCCIÓN

Aldo de la Cruz González
Martes de 7:00 a 10:15 p. m. *

SUPPLY CHAIN MANAGEMENT

Germán Velásquez Salazar
Viernes de 7:00 a 10:15 p. m. *

GESTIÓN DE PROCESOS

ANÁLISIS CUANTITATIVO PARA LA TOMA DE DECISIONES

Tomás Minauro Latorre
Miércoles de 7:00 a 10:15 p. m.

BUSINESS PROCESS MANAGEMENT (BPM)

Eddy Morris Abarca
Lunes de 7:00 a 10:15 p. m.

HERRAMIENTAS DE BPMN PARA EL MODELAMIENTO Y SIMULACIÓN DE PROCESOS

José Díaz León
Domingo de 9:00 a. m. a 12:15 p. m.

INDICADORES (KPI'S) Y OKR'S PARA LA GESTIÓN DE PROCESOS

Luis Fernández Aguilar
Miércoles de 7:00 a 10:15 p. m.

GERENCIA DE PROYECTOS

GESTIÓN DE PROYECTOS

Peter Yamakawa Tsuja
Miércoles de 7:00 a 10:15 p. m. *

PLANIFICACIÓN, CONTROL Y COMUNICACIÓN DE PROYECTOS CON EL MS PROJECT

Juancarlos Landaure Olavarría
Jueves de 7:00 a 10:15 p. m. *



(*) Horario especial

ADMINISTRACIÓN LOGÍSTICA Y CONTROL DE INVENTARIOS

Sábado de 9:00 a. m. a 12:15 p. m.

OBJETIVO

Proporcionar a los participantes una visión integral de los nuevos modelos de gestión logística que contribuyen a generar valor en diferentes modelos de negocio de las organizaciones: Entregando un alto nivel de servicio, una eficiente gestión de costos y un adecuado nivel de cobertura de inventarios.

TEMARIO

- Modelo de negocio y modelo operacional logístico.
- Megatendencias logísticas: dentro de gestión de la cadena de suministro global.
- Gestión de inventarios: rotación, cobertura, disponibilidad y porcentaje de quiebre, impacto en la decisión de compras y abastecimiento.
- Principales funciones del nuevo modelo de gestión logística.
- Uso de modelos de referencia: La matriz de Lambert aplicada a un caso real.
- Planificación logística: gestión de capacidades estáticas y dinámicas, *throughput* y su relación con el dimensionamiento de recursos de distribución.
- Gestión de almacenamiento, métricas de desempeño: UCA (Utilización de la capacidad de almacenamiento), CWP (Demanda de almacenamiento futura) y DA (Densidad de Almacenamiento).

PARTICIPANTES

Gerentes de logística, gerentes de operaciones, jefes de logística, jefes de compras, jefes de almacenes, jefes de control de inventarios y todo profesional que desee especializarse en logística y sus procesos.



PROFESOR DAVID GALLARDO YAYA

Gerente de Logística en CuidaCo. – Grupo Breca. Experiencia de más de veinte años liderando operaciones en la cadena de suministro, gestionando Centros de Distribución y implementando proyectos de automatización y robotización. Ha sido Gerente de Proyectos Logísticos y Excelencia Operacional en Falabella Perú, Gerente de Operaciones y Gerente de Proyectos de Supply Chain en Inkafarma, Gerente de Unidad de Negocio Almacenes y Distribución en AUSA, y roles de liderazgo en TALMA, DINET y WARNER LAMBERT. Magister en Supply Chain Management por ESAN. Master en Supply Chain Management & Technology por la Universidad LA SALLE, España; especialización en Supply Chain OHIO STATE UNIVERSITY; Warehouse Operations por GEORGIA TECH. Consultor y Speaker internacional.

ANÁLISIS CUANTITATIVO PARA LA TOMA DE DECISIONES

Miércoles de 7:00 a 10:15 p. m.

OBJETIVO

"No se puede gestionar lo que no se mide. Si usted no puede medirlo, no puede controlarlo. Si no puede controlarlo, no puede gestionarlo. Si no puede gestionarlo, no puede mejorarlo. La falta sistemática o ausencia estructural de estadísticas en las organizaciones impide una administración científica de las mismas. Hoy un ejecutivo de empresa, para gestionar procesos, para corregir problemas de calidad, para aumentar la productividad, para fijar precios, para mejorar el mantenimiento, para mejorar la cobranza de los créditos, para negociar, para tomar decisiones requiere sí o sí contar con datos estadísticos suficientes y fiables". Con este propósito, el curso está especialmente diseñado para involucrarlos en forma progresiva en el campo del análisis de datos, aplicando herramientas cuantitativas básicas y centrando la atención en aquellos conceptos necesarios para la gestión y toma de decisiones.

TEMARIO

- Introducción a la estadística, sus campos de aplicación en la empresa.
- Revisión de conceptos básicos.
- Estadística descriptiva: presentaciones gráficas, tabulares y medidas numéricas.
- Introducción a la probabilidad y principales distribuciones de probabilidad.
- Muestreo y distribuciones de muestreo.
- Inferencia estadística: procesos de estimación y de prueba de hipótesis.
- Análisis de regresión lineal y pronóstico.
- Aplicaciones al marketing y a la gestión de personal.
- Aplicaciones a la producción y a las finanzas.
- Uso del MS Excel para todos los cálculos y análisis realizados.

PARTICIPANTES

Dirigido a profesionales de todas las áreas, quienes requieren para su desarrollo profesional conocimientos básicos del análisis científico de datos para tomar decisiones.



PROFESOR TOMÁS MINAURO LA TORRE

Jefe del área Académica de Operaciones y Tecnologías de Información de la Universidad ESAN, Perú. Se ha desempeñado como consultor en la USAID, en el Banco Interamericano de Desarrollo y en la Organización Panamericana de Salud, al igual que como asesor de empresas. Ph. D. (c) in Management Science por ESAN. Master's degree in Research in Management Sciences por ESAN. MSc in Business Logistics por Pennsylvania State University. MBA por ESAN.

Nota: Requiere de tener Excel instalado.

BUSINESS PROCESS MANAGEMENT (BPM)

Lunes de 7:00 a 10:15 p. m.

OBJETIVO

La gestión por procesos es fundamental para transformar las organizaciones, incorporando nuevos paradigmas con el fin de obtener mejoras fundamentales en la forma de trabajo y, de ese modo, ser más competitivos. El curso presenta conceptos, estrategias y prácticas para el rediseño de procesos y de la organización con las técnicas usadas en *Business Process Management (BPM)*. El programa es práctico y de aplicación inmediata en las organizaciones. Se proporcionan, además, las metodologías y ejemplos que permitirán desarrollar talleres con casos reales aplicables a las organizaciones de los participantes.

TEMARIO

- *Business Process Management*.
- Los procesos en la organización. Identificación de procesos.
- Elaboración del mapa de procesos de la organización.
- La calidad total, innovación y reingeniería de procesos.
- Las tecnologías de la información en los procesos.
- El *benchmarking* y la búsqueda de las mejores prácticas.
- Metodologías para *Business Process Management*.
- El manejo de indicadores para BPM.
- Herramientas para la gestión de los procesos.
- Los procesos en el *balanced scorecard*.
- La organización orientada a procesos.
- Transformación digital y componentes
- La gestión de procesos en la transformación digital
- Automatización Robótica de Procesos (RPA).
- La gestión del conocimiento en los procesos.
- Liderazgo y trabajo en equipo en los procesos empresariales.
- La cultura organizacional y los procesos.

PARTICIPANTES

Gerentes y ejecutivos de las diferentes áreas de la empresa involucrados en la gestión de los procesos de su organización. Profesionales que desean prepararse en los nuevos enfoques de procesos o que lideren proyectos de cambio organizacional. Personal de informática y responsables de los procesos en la organización.



PROFESOR EDDY MORRIS ABARCA

Director del MBA y de la Maestrías en Dirección de Tecnologías de Información y Project Management de ESAN. Jefe del área académica de Operaciones y Tecnologías de Información de ESAN. Consultor internacional de empresas y organismos internacionales. Ha asesorado a empresas e instituciones. Ph. D. en TIC y su Gestión y Magister de TIC por La Salle - Universitat Ramon Llull, Barcelona. Posgrado en Gestión de Tecnologías de Información por La Salle - Universitat Ramon Llull, Barcelona. Programa Avanzado en Finanzas de ESAN. Especialización en Brasil, Estados Unidos, México y España.

GERENCIA DE COMPRAS Y ABASTECIMIENTO

Martes de 7:00 a 10:15 p. m. *

OBJETIVO

Preparar a los participantes para el manejo gerencial del área de compras utilizando técnicas avanzadas de gestión dentro del marco de la alta competencia y globalización de los mercados.

TEMARIO

- La administración logística y la importancia de las compras en el marco de la logística integrada en un mercado competitivo. El real entendimiento de una buena compra técnica y la calidad del producto desde la perspectiva de las compras.
- Las compras como elemento generador de gastos. Los costos logísticos. La gerencia de compras y su responsabilidad en la generación de utilidades.
- Investigación de mercados para compras. La administración de proveedores. La relación proveedor-comprador. Paradigmas.
- La negociación efectiva. Fundamentos y preparación para negociar con los proveedores. Taller de negociación.
- Las compras del sector público y de las empresas del Estado. Las compras internacionales.
- Estrategia de compras y abastecimiento. Estrategias en la planificación de las compras. Su importancia en la previsión de los requerimientos, para el apoyo a la estrategia empresarial y para hacer frente a los cambios del entorno.

PARTICIPANTES

Está orientado a los profesionales dedicados al área logística, especialmente compras.



PROFESOR VICTOR TATEISHI SAITO

Asesor y consultor independiente de empresas públicas y privadas. Vasta experiencia en el área logística en importantes empresas. Vasta experiencia en el área logística en empresas e instituciones como Toyota Motor Corporation - Japón, Toyota del Perú, Lada, Pastitalia - Chile, IPSS, BCTS, Municipalidad de La Molina, entre otros. Posgrado en Planificación y Organización de Empresas por la Universidad de Kobe, Japón.

* El martes 1 de noviembre es feriado y no se programarán clases.

GERENCIA DE OPERACIONES

Miércoles de 7:00 a 10:15 p. m.

OBJETIVO

Proporcionar herramientas prácticas aplicados a la estrategia, los bienes y servicios, procesos y planta, de la empresa, considerando que el 75% de la inversión, el 80% del personal y el 85% de los costos están relacionados y gestionados por operaciones. Comprender la gestión por procesos, diagnosticándolos cuantitativamente con índices de capacidad, performance, nivel de operación en sigmas, Kpi's entre otros. Analizar las herramientas de la calidad total, six sigma, QFD, y matriz AMFE. Disminuir inventarios con demanda independiente, mediante la logística de respuesta rápida y optimizar los inventarios con demanda dependiente con el MRP II y el Just in TIME. Comprender los fundamentos del Supply Chain Management. Todas estas técnicas aseguran la rentabilidad y el ser competitivos en el mercado.

TEMARIO

- Las operaciones como principal fuente de ventaja competitiva y su impacto en el ROI.
- Estrategias de operaciones.
- Diseño del producto, bien físico o servicio.
- Diseño y gestión de procesos para mejorar la productividad. Teoría de restricciones.
- Diseño de planta y capacidad
- Planeamiento agregado de operaciones y S&OP.
- Aplicaciones prácticas de calidad total y filosofía *six sigma*.
- Diagnóstico de capacidad y performance de procesos.
- Costos de la calidad.
- Operaciones de servicio.
- Control y mejora de procesos en base a conceptos lean.
- Gestión de inventarios, demanda independiente y dependiente.
- Fundamentos de *supply chain management*.

PARTICIPANTES

Dirigido a ejecutivos y profesionales que se están desempeñando en el área de operaciones, logística y supply chain management de la empresa, así como ejecutivos que tienen relación indirecta con esta área, considerando que el área de operaciones es la que insume la mayor cantidad de recursos y el producto es la única recordación que tiene cliente de la empresa y que la calidad está relacionada con dar el producto en la cantidad exacta, con las especificaciones correctas, a un costo más competitivo y la entrega en el tiempo prometido. Estos cuatro pilares están íntimamente relacionados con la gestión de operaciones.



PROFESOR ALDO BRESANI TORRES

Empresario, Ph. D. en Ciencias Administrativas por ESADE, Barcelona. Magister en Administración en ESAN. Master of Science en Ingeniería Eléctrica, Master of Science en Ingeniería de Sistemas por U. S NPS California, Bachiller en Ciencias Marítimo Navales. Director de la Maestría en Supply Chain Management y Director Ejecutivo del Centro de Desarrollo Emprendedor de ESAN. Director de B3 FD SAC, Jefe de Operaciones, Aeropuertos y Telecomunicaciones en Prolnversion, Director del MBA, Director de Programas Institucionales y Regiones en Esan, Gerente Ejecutivo de la Red Científica Peruana, Gerente de Gestión y Control en Infoductos y Telecomunicaciones, Gerente General en Geotel Comunicaciones, consultor en Calidad, Logística, Supply Chain, Estadística, Asociaciones Público Privadas y Valorización de Empresas.

GERENCIA INDUSTRIAL LEAN

Jueves de 7:00 a 10:15 p. m. *

OBJETIVO

- Desarrollar conocimientos, competencias y habilidades que permitan a través de metodología y herramientas incrementar la velocidad y reducir el desperdicio de la planta propia o tercerizada.
- Conducir el sistema de administración de manufactura y sus componentes a través de la gestión de pilares de mejora.
- Incrementar la competitividad para garantizar la productividad, calidad, costo y seguridad, para generar "EFICIENCIA" en nuestras operaciones, a través del desarrollo de la mejora continua, de cara a las nuevas exigencias del mercado internacional.

TEMARIO

- Introducción a la gestión de pilares de mejora continua, su relación e impacto en la gestión operativa de la planta.
- HK, Alineamiento de objetivos y el Tablero de gestión lean, un modo eficaz de tener el control.
- Gerenciamiento diario y 4 tipos de problemas Parte 1; Problemas creados y respuestas reactivas (Contención y Desviación estándar).
- Gerenciamiento diario y 4 tipos de problemas Parte 2; Problemas causados y respuestas proactivas (Condición objetivo e Innovación).
- Pilar de mejora enfocada parte 1, Método y Herramientas: IPA, Árbol de pérdidas.
- Pilar mejora enfocada parte 2, Método y Herramientas: Go, See, Think, Do.
- Obeya, Cuarto de Guerra y Tableros de gestión operacional de planta.

PARTICIPANTES

Profesionales de los sectores de manufactura y servicios que necesiten incrementar sus competencias específicas; A través de la metodología Lean & TPM. El objetivo es capacitarlos en descubrir oportunidades de gestión y optimización a lo largo del proceso productivo orientado al cliente; Apoyados en tableros de mando.



PROFESOR FERNANDO MARADIEGUE TUESTA

Actualmente es gerente general de Lean Perú consultora especialista en capacitaciones Lean Six Sigma, la misma viene capacitando a empresas nacionales e internacionales. Experto en innovación. Ejecutor de cadenas de suministro dinámicas (Lean Innovation) en las industrias: Alimentaria, Farmacéutica y Productos personales. Veinticinco años de experiencia gerencial en empresas internacionales: San Fernando, Nestlé, Procter & Gamble Internacional, Grunenthal Peruana, Eurofarma, Bristol Myers Squibb. Más de 10 años capacitando ejecutivos en operaciones y logística. Capacidad analítica y habilidad para promover y gerenciar el cambio, orientado a la gestión por resultados. Magister en Dirección Logística y Distribución Comercial en ESIC Madrid España. Postgrado en Marketing y Maestría en SCM en ESAN.

* El jueves 8 de diciembre es feriado y no se programarán clases.

GESTIÓN DE LA CALIDAD CON SIX SIGMA

Lunes de 7:00 a 10:15 p. m.

OBJETIVO

- Identificar oportunidades de mejora de la calidad de bienes y servicios mediante la aplicación de la metodología Six Sigma.
- Asimismo, se espera que los participantes sean capaces de: Identificar oportunidades de ahorro de costos, mediante la eliminación de defectos de calidad e incrementar la productividad de los procesos de bienes y/o servicios.
- Desarrollar competencias para la administración de proyectos Six Sigma y sus fases DMAIC: definir, medir, analizar, mejorar y controlar.

TEMARIO

- Definición del proyecto - PDF. Gerenciamiento de proyecto. La voz del cliente y los CTQs. Análisis Kano. La casa de la calidad.
- ¿Qué y dónde medir? Métodos de recolección y análisis de datos. Medición de capacidad de proceso, defectos DPMO, Nivel Sigma, Yield (unidades libres de error), etc.
- Análisis cualitativo de procesos: Mapeo y diagramación de procesos, análisis causa efecto, valor agregado, cuellos de botella, etc.
- Análisis cuantitativo de procesos: gráficas de tendencia, histograma, pareto, correlación de variables, gráficas de control, tiempos de ciclo, etc.
- Validación de hipótesis para la determinación de causas raíz (fuentes de variabilidad).
- Evaluación de alternativas de mejora o innovación de procesos. Diseño de proceso mejorado. Análisis costo beneficio. Análisis de riesgos AMFE. Implementación de proyecto.
- Fase de control y monitoreo de resultados.

PARTICIPANTES

Gerentes y ejecutivos de todas las áreas de la organización que deseen desarrollar sus competencias profesionales en el campo de la mejora de la calidad y la optimización e innovación de procesos core y de apoyo. Se hará un especial énfasis en la obtención de mejoras en el rendimiento financiero y valor público a partir de la satisfacción del cliente interno y externo.



PROFESOR FREDDY ALVARADO VARGAS

Jefe de la oficina de proyectos del MBA en ESAN. Experto en dirección de proyectos de mejoramiento e innovación de procesos, gestión de calidad y tecnologías de la información. Ingeniero Industrial de la Universidad de Lima, MBA por ESAN. Certificación Internacional Black Belt Six Sigma por Wyrick-ESAN. Certificación en Ciberseguridad por William J. Perry Center (USA), Certificado en Transformación Digital del MIT (USA). Ha sido Gerente de Operaciones y Tecnologías de la Información en entidades del sector industrial, retail, servicios, telecomunicaciones y público.

GESTIÓN DE PROYECTOS

Miércoles de 7:00 a 10:15 p. m. *

OBJETIVO

El curso proporciona los conceptos fundamentales y las metodologías de la Gerencia de Proyectos mediante el conocimiento, habilidades, herramientas y técnicas aplicados en casos prácticos según el PMBOK, incluyendo la nueva versión del estándar para la Gestión de Proyectos (PMBOK Séptima Edición) publicado por Project Management Institute (PMI). La principal novedad que incluye el nuevo estándar es el enfoque en principios -no en procesos- que ayudarán a cualquiera que dirija un proyecto independientemente de la metodología aplicada para ello.

TEMARIO

- Fundamentos y principios de la gerencia de proyectos.
- ¿Qué debo considerar para que mi proyecto pueda ser exitoso?
- ¿Por qué fracasan los proyectos?
- ¿Qué debo considerar para iniciar, planificar, ejecutar, controlar y cerrar un proyecto?
- Los doce principios de la gestión de proyectos y ocho dominios de desempeño del proyecto según la 7ª Edición PMBOK.
- Las 10 áreas de conocimientos de la gestión de proyectos.
- Las herramientas y mejores prácticas de la gerencia de proyectos.
- Análisis y discusión de casos prácticos y reales de gerencia de proyectos internacionales y nacionales provenientes de la Universidad de Harvard y de ESAN.

PARTICIPANTES

Dirigido a profesionales de todas las áreas que estén desarrollando proyectos y deseen convertirse en líderes de su empresa.



PROFESOR PETER YAMAKAWA TSUJA

Decano de la Escuela de Negocios de ESAN. Amplia experiencia en la dirección y manejo de proyectos de telecomunicaciones en empresas de prestigio. Ha sido asesor del presidente del Poder Judicial y de prestigiosas empresas públicas y privadas. Ph. D. y MSc en Ingeniería de Telecomunicaciones por la Universidad de Osaka. MBA por ESAN. PMP. Ha obtenido las certificaciones profesionales PgMP, PMP y RMP del Project Management Institute (PMI).

* La evaluación final será el miércoles 14 de diciembre a las 19:00 horas.

GESTIÓN Y SEGURIDAD EN EL TRANSPORTE

Sábado de 9:00 a. m. a 12:15 p. m.

OBJETIVO

Desarrollar en forma acuciosa estrategias que garanticen a los clientes que sus mercaderías lleguen al destino final en perfectas condiciones, en el tiempo pactado, minimizando contratiempos de acuerdo a los principios de calidad en el servicio del transporte. Encontrar minuciosamente el mejor medio de uso para el transporte de la carga, cumpliendo de manera segura del traslado de la misma, de acuerdo al requerimiento de los clientes. Elaborar minuciosamente un Sistema de Gestión de Control y Seguridad para el mejoramiento continuo de acuerdo a los estándares de seguridad en el transporte.

TEMARIO

- Gestión de transporte y sus tipos.
- El transporte y la importancia en la cadena de suministro.
- Cómo hacer eficiente la tercerización de transporte de carga.
- Como realizar análisis de riesgo y asegurar que la carga llegue a su destino final sin contratiempos evitando robos de mercaderías.
- Los equipos, tecnologías como soporte en el transporte.
- Quienes son los actores en la gestión del transporte de mercancías.
- Indicadores de la gestión del transporte.
- Los diferentes tipos de carga, uso de contenedores
- La realidad del transporte multimodal en nuestro país
- Los puertos peruanos como herramientas importantes para el transporte internacional.

PARTICIPANTES

El curso está dirigido a todos los ejecutivos y profesionales de todo tipo de empresa que laboran en el área de Operaciones y Logística que deseen ampliar sus conocimientos en el mejor uso del factor más importante de la cadena logística que es el transporte.



PROFESOR JORGE CORNEJO ZAVALA

Actualmente se desempeña como docente de ESAN Graduate School of Business en los cursos de postgrado y de la Maestría de SCM en cursos relacionados a transporte. Ejecutivo senior con una amplia y exitosa experiencia en Logística y Transporte. Ha prestado servicios en empresas de primer orden a nivel nacional e internacional como Gerente General de la Empresa Corporación de Transportes Portuarios, Gerente en la Empresa Logística Integral Callao (Grupo LICSA- Ahora MEDLOG Perú), entre otros. Formado en la Marina de Guerra del Perú y graduado con la calificación más alta de la Maestría en Administración de Empresas de la Universidad del Pacífico y con cursos de Postgrado en Centrum Católica Graduate Business School (de la Pontificia Universidad Católica del Perú) en Programa Avanzado de Administración.



HERRAMIENTAS DE BPMN PARA EL MODELAMIENTO Y SIMULACIÓN DE PROCESOS

Domingo de 9:00 a. m. a 12:15 p. m.

OBJETIVO

- Mostrar y aplicar las herramientas software para realizar un apropiado modelamiento y simulación de los procesos basado en estándares de aplicación global.
- Conocer la importancia del software BPMN en el modelamiento de procesos y su documentación en las organizaciones públicas y privadas.
- Diagramar modelos de procesos en formatos AS IS y TO BE para simulaciones comparativas previos a su implementación en herramienta BPMN 2.0.
- Utilizar los flujos de procesos para detectar los puntos de control y gestión de indicadores que permitirán a las empresas tener un mejor control de sus resultados.

TEMARIO

- Organizaciones orientadas a procesos.
 - Organizaciones funcionales vs. organizaciones orientadas a procesos.
 - La innovación en los procesos mejorados.
 - Uso intensivo de las TICs en la reingeniería de procesos.
 - Etapas del BPM: modelamiento, simulación y automatización.
 - ¿Por qué BPM es la mejor manera de implementar la transformación digital?
- Herramientas BPM.
 - ¿Qué es una herramienta BPM y cuál es el beneficio en una organización?
 - Para qué se usa y la utilidad de las herramientas BPM.
 - Ciclo de vida de un BPM y nomenclatura BPMN 2.0.
 - Elementos BPMN extendidos: subprocesos, representación de for each y do while, tipos de tareas, tipos de eventos de inicio, intermedios y de fin. Representación de orquestación y coreografía.
 - Ciclo de implementación de un software BPM.
- Taller práctico de modelamiento en la gestión por procesos.
 - Talleres de BPMN con BPM *modeler*: casos prácticos.
 - Modelado de procesos de negocio usando BPMN.
 - Elementos BPMN básicos: objetos de flujo, datos, conectores, poles, lanes y artefactos.
 - Documentación del proceso con Bizagi: roles, atributos de las actividades.
 - *Gateways* (pasarelas): OR versus AND versus XOR basado en datos versus XOR basado en eventos. Flujos de excepción.
 - Taller de *design thinking* para detección de problemas, propuestas de mejora y preparación de prototipos.
 - Modelamiento del AS IS casos reales. Establecimiento de puntos de control. Gestión de indicadores.
 - Modelamiento del TO BE. Propuesta de proyectos de mejora de procesos.
 - Taller práctico de simulación de procesos. Fundamentos de simulación de procesos: objetivos y beneficios de la simulación. Estándar BP Sim y los niveles de simulación.

- Taller práctico de simulación de procesos.
 - Fundamentos de simulación de procesos: objetivos y beneficios de la simulación. Estándar BP Sim y los niveles de simulación.
 - Validación del proceso. Definición de variables a medir. Ejercicios prácticos.
 - Análisis de tiempo. Ejercicios prácticos.
 - Análisis de recursos. Ejercicios prácticos.
 - Análisis de calendarios. Ejercicios prácticos. Parámetros BPSim: tiempo, recursos, costo, prioridad.
 - Análisis *what if*. Comparación de escenarios. Casos Integrales.

PARTICIPANTES

- Profesionales del sector público o privado con responsabilidades directas en la gestión de procesos operativos y/o administrativos.
- Directores y jefes de proyectos, consultores y profesionales encargados del gestionar procesos dentro de la organización.
- Funcionarios involucrados en mejora de procesos que se desarrollan en las instituciones gubernamentales.
- Profesionales vinculados con mejoras de procesos y Transformación Digital.



PROFESOR JOSÉ DÍAZ LEÓN

Experto en gestión de Procesos y Gerenciamiento de Proyectos. Más de veinte años de experiencia en Mejora de Procesos y Gestión de Proyectos de TI en el sector público. Asesor Internacional para Mejoramiento de procesos e Implementación de soluciones organizacionales bajo BPMN para el Ministerio de Hacienda de República Dominicana. Ph. D (c) en Ingeniería Informática por la Universidad del País Vasco, España. Maestría en Gestión de Tecnologías de la Información de doble grado por la Universidad ESAN y la Universitat Ramon Llull, España. Maestría en Administración de Empresas por la Universidad de Deusto, España.

INDICADORES (KPI'S) Y OKR'S PARA LA GESTIÓN DE PROCESOS

Miércoles de 7:00 a 10:15 p. m.

OBJETIVO

Nunca antes hemos experimentado el actual grado de hipercompetencia con sus impactos a nivel empresarial y profesional. Mejorar el desempeño estratégico y operacional se vuelve urgente, no solo importante.

Para ello, es conveniente integrar las actividades de innovación, rediseño, transformación y mejora continua, a la vez que se adopta una cultura Kaizen por la cual "todos mejoran, todo, todo el tiempo". El modelo de gestión resultante necesariamente requiere fijar metas, numéricas y físicas, con el fin de priorizar y enfocar las acciones e impulsar el alineamiento con los objetivos empresariales.

Este curso tiene como propósito desarrollar competencias para implementar modelos de gestión que incluyen el análisis, diagnóstico e innovación de procesos, empleando una integración de los OKR's (*Objectives and Key Results*), con los KPI's (*Key Performance Indicators*). Los OKR's impulsan la transformación, mientras que los KPI's simplifican el monitoreo y la mejora continua. Se incluyen también elementos de Scrum, la metodología ágil de mayor difusión por su eficacia para implementar cambios mayores o menores en una empresa.

Se proporciona un *framework* y *toolkits* que consolidan conocimiento obtenido en múltiples experiencias prácticas, investigación aplicada, e innovación. El temario a continuación está organizado en base a herramientas metodológicas de aplicación práctica inmediata.

TEMARIO

- **Matriz de Indicadores por Objetivo (MIXO).** Establecer Objetivos de desempeño y definir los KPI's que mejor representen el avance en el logro de dichas intenciones. Luego, fijar valores para las metas de desempeño, en forma de rangos, para actividades operacionales, o en forma de resultados clave (OKR's) para actividades transformacionales.
- **Ficha de Proceso Básica (FPRB).** Caracterizar un proceso en sus aspectos clave, con énfasis en sus objetivos y los resultados que debe proporcionar a sus clientes. Para precisar el desempeño esperado, fijar los KPI's y las metas asociadas a los mismos.
- **Mapa de Causalidad (MCAU).** Identificar los impedimentos de mayor relevancia para cumplir con las metas (resultados) transformacionales de un proceso. A partir de ello, definir las acciones de innovación o mejora respectivas, las cuales convendrá luego gestionarlas como proyectos o iniciativas.
- **Ficha de Iniciativa (FINI).** Diseñar los elementos asociados a las metas físicas, incluyendo los sprints y los productos para construir una herramienta de planificación. Usar el enfoque ágil para desarrollar de manera frecuente resultados de valor para los clientes del proceso.
- **Ficha de Indicador (FIND).** Diseñar los elementos asociados a las metas numéricas (OKR's y KPI's) para construir una herramienta de planificación y monitoreo. Adicionalmente esta servirá para documentación del conocimiento relativo a cada KPI.
- **Tablero de Gestión de Transformación (TGTR).** Integrar las herramientas de monitoreo en un *dashboard* o cuadro de mando que facilite la institucionalización de la gestión por procesos para fines de innovación o cambio disruptivo.

PARTICIPANTES

Dirigido a ejecutivos y funcionarios interesados en adquirir bases conceptuales esclarecedoras y plantillas de utilidad inmediata para la transformación y mantenimiento de procesos. Responsables y miembros de equipos, comités o proyectos relacionados con funciones afines a: innovación y mejora de procesos, calidad, planeamiento, diseño organizativo, gestión de personas, gestión del cambio y control de gestión.



PROFESOR LUIS FERNÁNDEZ AGUILAR

Fundador de Metodologías + Soluciones (M+S). MBA, U. del Pacífico, Posgrado en el Programa de Alta Dirección de la U. de Piura, Ingeniero de Sistemas, UNI. Laboró en los grupos empresariales:

Banco Continental, La Fabril, Romero (Ordenadores S.A. y Pacífico Seguros). Como consultor de negocios ha implementado más de 300 sistemas de gestión y ejecución, a nivel estratégico y operacional, para organizaciones de primer nivel. Conferencista y consultor internacional, en tendencias tecnológicas y metodológicas. En los últimos tiempos viene implementando sistemas de gestión que integran OKR's, KPI's, Scrum y BSC.

LEAN MANUFACTURING

Jueves de 7:00 a 10:15 p. m. *

OBJETIVO

Los participantes podrán conocer a profundidad la filosofía, así como los objetivos y fundamentos del *lean manufacturing*. Por otro lado, estudiarán el manejo y aplicación de sus principales técnicas y herramientas.

Los participantes serán capaces de identificar las áreas de oportunidad en sus procesos, plantear iniciativas de mejora y gestionar proyectos de *lean manufacturing* enfocados a la reducción o eliminación de mermas y desperdicios utilizando las herramientas desarrolladas en clase, adaptadas a sus organizaciones.

TEMARIO

- Los principios del pensamiento esbelto.
- Los 7 desperdicios (Mudas).
- El ciclo de mejora PDCA.
- El método de las 5Ss.
- Kaizen.
- Herramienta AMEF - Análisis del modo y efecto de la falla potencial.
- Herramienta TPM - Mantenimiento Productivo Total.
- Sistemas Poka - Yoke.
- Herramienta SMED - Cambios rápido de formato.
- Kanban - Justo a Tiempo.

PARTICIPANTES

Esta asignatura está dirigida a dueños de proceso de manufactura, producción, abastecimiento, logística, calidad, ingeniería y personal en general que sea responsable o esté interesado en buscar la mejora continua de los procesos que desarrolla.



PROFESOR LUIS BEDOYA

Director de Operaciones de K-Globalis Consulting. Cuenta con más de veinte años de experiencia en empresas líderes en el sector industrial y servicios. Se ha desempeñado como Gerente de Mejora Continua en Corporación Lindley, así como en Corporación de Aceros Arequipa, Tecsur y Solgas artefactos. MBA por ESAN. Black Belt en Six Sigma. Especialidad en Gestión de Calidad y Operaciones.

* El jueves 8 de diciembre es feriado y no se programarán clases.

LOGÍSTICA ADUANERA

Viernes de 7:00 a 10:15 p. m. *

OBJETIVO

Al culminar el presente curso, los participantes podrán realizar eficientemente los "despachos aduaneros" (planificación, organización, ejecución y control) de su empresa, tanto de exportación como de importación, completando el ciclo integral de la logística internacional. Para lo cual estudiaremos la nueva legislación aduanera (vigente a partir del año 2021, que cambió el 80% de las normas), técnica aduanera (clasificación, tributación, liquidación) y su operatividad (regímenes aduaneros). Así mismo capacitar en el nuevo "despacho aduanero digital", recién implementado.

TEMARIO

- Glosario aduanero.
- Legislación aduanera.
- Aduana del Perú.
- Agencias de aduana.
- Documentos aduaneros.
- Depósito aduanero.
- Regímenes de exportación.
- Regímenes de importación.
- Clasificación aduanera.
- Valoración aduanera.
- Valoración aduanera.
- Tributación aduanera.
- Importación para el consumo.
- Costos aduaneros.

PARTICIPANTES

Dirigido a todas aquellas personas que deseen especializarse en el área de logística de su empresa y que necesiten desarrollar su capacidad en la gestión del despacho aduanero de exportación e importación. Así mismo a empresas tales como agencias de aduana, depósitos temporales, agencias de carga, exportadores e importadores, interesadas en mejorar el nivel de servicio a su portafolio de clientes y socios.



PROFESOR CARLOS FIGUEREDO

Maestría en relaciones internacionales (UPCV); Agente de aduanas (SUNAT); Especialista en Almacenes y CD (ESAN); Administrador de empresas (ULIMA); Experto en comercio exterior (ADEX); Oficial de marina mercante (ESNA); CEO de "Forwarders Group" agentes de aduana & carga; con más de 8,000 horas como "coaching" de empresas de negocios globales y 20 años como catedrático en la universidad ESAN.

* El viernes 9 de diciembre es feriado y no se programarán clases.

OPERACIONES Y LOGÍSTICA EN EL SECTOR B2B

Jueves de 7:00 a 10:15 p. m. *

OBJETIVO

El curso desarrolla conceptos y herramientas fundamentales para la administración adecuada de una logística y Operaciones B2B, relevando la importancia de la colaboración para el logro de resultados y para un adecuado alineamiento de con la estrategia organizacional para el cumplimiento de la propuesta de valor.

Desarrollará los principales procesos logísticos considerando las particularidades del B2B, con un enfoque en las nuevas tendencias de mercado, la coyuntura de entornos VUCA y en especial el potencial de desarrollo de la tecnología en este sector.

TEMARIO

- Introducción: logística B2B, características y diferencias B2B / B2C.
- El cliente B2B y sus expectativas logísticas / clasificación de clientes B2B.
- Estrategia, propuesta de valor y alineamiento de la logística.
- El problema de la variabilidad: la colaboración como base.
- Estrategias logísticas B2B.
 - Planeamiento y compras B2B.
 - Almacenes, transporte, distribución y logística inversa en B2B.
- Tecnología y sistemas en operaciones B2B.
- Ecommerce B2B.
- Del B2B al B2C.
- Casos de logística B2B.

PARTICIPANTES

El curso está dirigido a ejecutivos y profesionales responsables de actividades logísticas, de operaciones, de procesos, Auditores, administradores, gerentes, entre otros, que busquen entender las particularidades de las operaciones y logística en relaciones B2B, así como proponer acciones orientadas a gestionarlas adecuadamente en base al entorno y tendencias.



PROFESORES JORGE CASTILLO

Actualmente es el Gerente de Operaciones de Supply Chain en Farmauna.com (Grupo AUNA). Veinte años de experiencia en gestión de cadenas de valor. Ha liderado proyectos de reestructuración de cadenas de suministro de empresas en etapas de fusión y expansión en 5 países de Latino América. Experiencia en la industria de retail, e-commerce, consumo masivo, industrial, minería, oil&gas, entre otros.

Ha sido Gerente & Consultor en IBM, Director de Proyectos en LogFire (Oracle), Supply Chain Manager en NGR (Grupo InterCorp), Gerente de Supply Chain en Cassinelli (Grupo Celima-Trebol), Sub-Gerente de Operaciones Logísticas en Falabella Perú. Es profesor de ESAN en materias de Supply Chain Management desde el 2011. Ingeniero Industrial con Maestría en Supply Chain Management por ESAN y LaSalle.



ALDO DE LA CRUZ GONZÁLEZ

Especialista y consultor en Auditoría y Operaciones, profesor en Posgrado y Maestrías en ESAN. Es asociado educativo para LATAM de Inchainge y trainer certificado en "the fresh connection", simulador holandés de SCM. Ha sido Auditor en Yura y en el Grupo Gloria, Gerente General de Los Andes servicios Corporativos, Sub-Gerente de Servicios y logística en Luz del Sur, Gerente de Obras y Jefe de Almacenes y Control de Stocks en Tecsur. Magister en Administración de Empresas por ESAN. Ingeniero Industrial por PUCP con posgrado y especialización en Logística, especialización en gestión de Proyectos PMBOK, control patrimonial y auditoría. Candidato a Doctor en Educación.

* El jueves 8 de diciembre es feriado y no se programarán clases.

PLANEAMIENTO Y CONTROL DE LA PRODUCCIÓN

Martes de 7:00 a 10:15 p. m. *

OBJETIVO

- Proporcionar a los participantes los conocimientos teórico-prácticos, relacionados con la importancia en la realización de un adecuado planeamiento y control de la producción.
- Entender la relación existente entre el plan de compras, el plan de producción y el plan de ventas, identificando las mejoras existentes en ambos procesos.
- Optimizar el programa maestro de la producción, considerando las variables capacidad de planta vs. tercerización.
- Maximizar la capacidad de producción en planta, tomando en cuenta las premisas de eficiencia vs. eficacia.
- Introducir al participante en conceptos de lean *manufacturing*, su importancia y aplicabilidad práctica.
- Conocer la importancia de la conservación y mantenimiento Industrial y las nuevas tecnologías y su relación e impacto con el planeamiento y control de la producción.

TEMARIO

- La cadena de suministros y el papel del área de producción.
- *Forecasting* de demanda y plan de ventas.
- *Sales and operation planning* (S&OP) y planeamiento agregado.
- Capacidad: TOC, *Lean manufacturing & TPM* y su impacto en la capacidad de producción.
- Plan de compras y abastecimiento. Modelos de reposición. Logística de entrada.
- Plan de producción, programa maestro de la producción (MPS) y producción de corto plazo.
- Gestión de inventarios de insumos, productos en proceso y productos terminados.
- Planificación del requerimiento de materiales. MRP vs JIT y DDMRP.
- Control de la producción en indicadores.
- Industria 4.0 y su impacto en los procesos de planificación y control de la producción.

PARTICIPANTES

Dirigido a los ejecutivos de todo tipo de empresa, tales como gerentes, gerentes de manufactura, gerentes de producción, gerentes de logística, gerentes de supply chain, jefes de producción, jefes de almacén y personal que tenga responsabilidad en operaciones y producción.



PROFESOR ALDO DE LA CRUZ GONZÁLEZ

Especialista y consultor en Auditoría y Operaciones, profesor en Posgrado y Maestrías en ESAN. Es asociado educativo para LATAM de Inchainge y trainer certificado en "the fresh connection", simulador holandés de SCM. Ha sido Auditor en Yura y en el Grupo Gloria, Gerente General de Los Andes servicios Corporativos, Sub-Gerente de Servicios y logística en Luz del Sur, Gerente de Obras y Jefe de Almacenes y Control de Stocks en Tecsur. Magister en Administración de Empresas por ESAN. Ingeniero Industrial por PUCP con posgrado y especialización en Logística, especialización en gestión de Proyectos PMBOK, control patrimonial y auditoría. Candidato a Doctor en Educación.

PLANIFICACIÓN, CONTROL Y COMUNICACIÓN DE PROYECTOS CON EL MS PROJECT

Jueves de 7:00 a 10:15 p. m. *

OBJETIVO

Aplicar herramientas de automatización a la planificación, control y comunicación de proyectos bajo el enfoque del Project Management usando el Microsoft Office Project.

TEMARIO

- Gestión de proyectos e introducción al MS-Project.
- Gestión del alcance: construcción del WBS.
- Gestión del cronograma: diagramas de Gantt, diagramas de redes, elaboración del cronograma.
- Gestión de los costos: planificación de costos. Curvas "S". Preparación del presupuesto.
- Gestión de la integración y ajuste del proyecto: Recorte del cronograma, reducción de costos, nivelación de recursos.
- Seguimiento y control del proyecto. Gestión del valor ganado.
- Gestión de la comunicación: Presentación de reportes.
- Gestión de los riesgos: análisis cualitativo y cuantitativo.
- Introducción a la gerencia de portafolios y programas.

PARTICIPANTES

Gerentes de portafolios, programas y de proyectos, ejecutivos de instituciones privadas o públicas que participan en la gestión de proyectos y que necesitan de herramientas informáticas para la automatización de sus actividades y alcanzar la gestión integral y exitosa de los mismos.



PROFESOR JUAN CARLOS LANDAURE OLAVARRÍA

Ejecutivo con experiencia en gestión y desarrollo urbano e inmobiliario y de construcción. MBA por ESAN. Magister en Urban Management & Development por IHS - Erasmus University Rotterdam. Magister en Matemáticas Aplicadas de la Economía por la Pontificia Universidad Católica del Perú. Project Management Professional (PMP). Arquitecto por la Universidad Ricardo Palma.

Nota: Requiere de tener el programa instalado en versión 2013 o superior.

** El jueves 8 de diciembre es feriado y no se programarán clases. Por ello, se programará una clase adicional el miércoles 7 de diciembre en el mismo horario.*

* El martes 1 de noviembre es feriado y no se programarán clases.

SUPPLY CHAIN MANAGEMENT

Viernes de 7:00 a 10:15 p. m. *

OBJETIVO

Proporcionar a los participantes los conceptos fundamentales, teoría e instrumentos para una correcta gestión de la cadena de abastecimientos. Las demandas permanentes de todas las áreas de la organización obligan al especialista en la cadena de abastecimiento a lidiar con proyecciones financieras, manejo del capital humano, definición de herramientas y suministros, explotar sus mayores capacidades de negociación y generar eficiencias con el mejor costo posible.

TEMARIO

- El *supply chain management*. Actores, elementos y procesos.
- Paradigmas y generalizaciones en el SCM.
- Planeamiento de la cadena de abastecimiento.
- Gestión y seguimiento del pedido.
- Gestión del SCM en ambiente de incertidumbre.
- Toma de decisiones en el *supply chain management*. Factores e impactos.
- Interrelación del SCM con las áreas de la empresa.

PARTICIPANTES

Dirigido a profesionales y ejecutivos con responsabilidades en las áreas de planeamiento corporativo, logístico, comercial, distribución y operaciones.



PROFESOR GERMÁN VELÁSQUEZ SALAZAR

Conferencista y panelista en seminarios internacionales de energía, gestión y contratación pública. Profesor en el área de logística y operaciones. Se ha desempeñado como Presidente de Directorio y Gerente General de PETROPERU S.A.; Director de Empresa Administradora de la Infraestructura Eléctrica ADINELSA; Gerente de Administración y Finanzas de ELECTROPERU S.A.; Director de la OAAE en el Ministerio de Educación. Profesor en el MBA de ESAN en las asignaturas de Supply Chain Management, Forecasting and Demand Planning, Gerencia de Operaciones y Logística. Consultor y asesor externo de instituciones y empresas del sector público y privado. MBA por ESAN. Maestría en Investigación en Ciencias de la Administración por ESAN. Candidato Doctoral. Diplomado en Executive Logistics Management por el Tecnológico de Monterrey.

* El viernes 9 de diciembre es feriado y no se programarán clases. Por ello, se programará una fecha adicional de recuperación el 5 de diciembre.



Área académica de
**TECNOLOGÍAS DE
LA INFORMACIÓN**



Certificado de Especialización en:

— **GESTIÓN DE TECNOLOGÍAS DE
LA INFORMACIÓN**



GESTIÓN DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN

AGILE MANAGEMENT: APLICANDO SCRUM EN EQUIPOS Y OTROS MÉTODOS DE AGILIDAD ORGANIZACIONAL

Arturo Valencia Castro
Jueves de 7:00 a 10:15 p. m. *

ANÁLITICA DE DATOS CON MACHINE LEARNING

Richard Moarri Nohra
Miércoles de 7:00 a 10:15 p. m.

BIG DATA ANALYTICS

Fernando Casafranca
Lunes de 7:00 a 10:15 p. m.

CREACIÓN DE PRODUCTOS DIGITALES CON DESIGN THINKING

Fabián Bueno Méndez
Martes de 7:00 a 10:15 p. m. *

GESTIÓN ESTRATÉGICA Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL B2B

César Cam Gensollen
Lunes de 7:00 a 10:15 p. m. *

TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN LAS ORGANIZACIONES

Eddy Morris Abarca
Domingos de 9:00 a. m. a 12:15 p. m.



(*) Horario especial

AGILE MANAGEMENT: APLICANDO SCRUM EN EQUIPOS Y OTROS MÉTODOS DE AGILIDAD ORGANIZACIONAL

Jueves de 7:00 a 10:15 p. m. *

OBJETIVO

Proporcionar a los participantes una guía sólida hacia los métodos y marcos de trabajo de la agilidad como Scrum y SAFe, incluyendo principios y aspectos prácticos de implementación. Se pondrán a prueba desafíos de exploración y puesta en marcha de productos usando la agilidad desde el nivel de equipos hasta marcos de escalamiento para procesos de transformación empresarial. Se revisarán a detalle los roles, procesos, artefactos y métricas de la agilidad, en combinación con capacidades técnicas que permiten acelerar el *time to market*, mejorar la experiencia del cliente y contribuir con la mejora en innovación, impulsando además una cultura ágil con adopción organizacional.

TEMARIO

- Revolución Industrial 4.0 y tecnologías exponenciales.
- Nuevas demandas, nuevos clientes, nuevas tendencias.
- Enfoque predictivo vs. enfoque adaptativo.
- Agilidad: evolución, fundamentos y valores.
- Principios, métodos, roles y marcos de trabajo ágil.
- Aplicando scrum, incluyendo roles, artefactos y ceremonias.
- Diferenciando en la práctica *design thinking*, *lean startup* y *scrum*.
- Gobierno bimodal para equipos, programas y portafolios.
- Dominios de la agilidad empresarial y escalamiento.
- Aporte de la transformación ágil a la transformación digital.
- Hoja de ruta de la transformación ágil organizacional.
- Desarrollo del talento ágil.
- Gestión del cambio y liderazgo ágil.

PARTICIPANTES

Directivos, ejecutivos, colaboradores y emprendedores relacionados con la transformación ágil de sus organizaciones, de sus procesos, productos y servicios, emprendimientos de nuevas iniciativas y negocios.



PROFESOR ARTURO VALENCIA CASTRO

Senior Manager en NTT DATA (antes everis) con responsabilidades de gestión de negocios, dirección de portafolios de proyectos y gestión de servicios. Ha gestionado prácticas de consultoría, unidades de producto y venta consultiva, liderando equipos funcionales y técnicos a nivel regional. MBA por CENTRUM con honores "Cum Laude" y miembro del Beta Gamma Sigma. Certified SAFe 4 Agilist, Management 3.0, Professional Scrum Master, Project Management Professional PMP®, DevOps, COBIT e ITIL Certified.

ANALÍTICA DE DATOS CON MACHINE LEARNING

Miércoles de 7:00 a 10:15 p. m.

OBJETIVO

Este curso proporciona a los participantes los conceptos fundamentales de *machine learning* y cómo el uso de sus diferentes tipologías puede contribuir de manera significativa en los procesos de toma de decisiones de las organizaciones. Cada día se reducen más los periodos en que el procesamiento de datos, las capacidades de almacenamiento y la velocidad de transmisión de datos, aumentan exponencialmente, de tal manera que hoy es posible procesar no solo datos estructurados (bases de datos convencionales), sino también datos no estructurados, como los provenientes de las redes sociales, o semiestructurados, como aquellos generados a través de Internet de las Cosas. Por tal motivo, *Big Data Analytics* y *Machine Learning* son hoy dos tendencias claves en el mundo empresarial que ya no caminan por separado.

TEMARIO

- Variables relevantes para la analítica de datos.
- Conceptos de *machine learning*, estadística e inteligencia artificial.
- Sistemas de gestión de datos.
- Los pilares de *machine learning*.
- Internet de las cosas y procesos de automatización en la cadena de suministro.
- *Big Data Analytics*.
- Datos dimensionales y datos multidimensionales.
- Visualización de datos multidimensionales.
- Método ACP: Análisis de Componentes Principales.
- Evaluación de modelos de regresión lineal.
- Modelos analíticos de clasificación.
- Redes neuronales simples y redes neuronales complejas.
- Toma de decisiones en un contexto volátil.
- Aplicaciones para la toma de decisiones.
- Inferencia causal: relación causa/efecto.
- Talleres grupales: modelamiento analítico.

PARTICIPANTES

Este curso está dirigido a ejecutivos y analistas de negocio, con visión táctica y estratégica para la toma de decisiones, en un contexto altamente volátil de generación y procesamiento de información.



PROFESOR RICHARD MOARRI NOHRA

Ha participado en diversas corporaciones multinacionales como consultor y líder tecnológico en proyectos de racionalización e integración de procesos, y de modelamiento estratégico para la toma de decisiones. MBA por ESAN. Estudios de especialización en Chile y Estados Unidos en áreas de planeamiento estratégico y analítica de negocios. Certificación "MIT Professional Education Certificate of Completion" en Machine Learning.

* El jueves 8 de diciembre es feriado y no se programarán clases.

BIG DATA ANALYTICS

Lunes de 7:00 a 10:15 p. m.

OBJETIVO

Proporcionar a los participantes un sólido entendimiento de la evolución de *BI (Business Intelligence)*, *BA (Business Analytics)* y *AI (Inteligencia Artificial)*, capitalizando en la nueva tendencia de *BIG DATA ANALYTICS*, con herramientas como Hadoop y SPARK. Las empresas hoy en todo el mundo están recopilando grandes volúmenes de datos sobre sus clientes, operaciones y rendimiento, pero los datos por sí solos no ofrecerán una ventaja competitiva. Es el uso de *BIG DATA ANALYTICS* que explora las oportunidades estratégicas presentadas por la explosión de datos y le permite aprovechar el poder de *BIG DATA* para transformar las empresas y mejorar la toma de decisiones y gestión de riesgo en el mundo empresarial con miras a la mejora de la competitividad en la próxima década de post pandemia en la "nueva normal" (2020-2030).

TEMARIO

- Entender los alcances y ventajas de BI & BA.
- Arquitectura e infraestructura requeridas para su utilización.
- Evolución y alcance de *business analytics*.
- Entender los requisitos de Data para BA & BI.
- Modelos de decisión en BA (logística, *retail*, banca, *healthcare*)
- Solución de problemas y toma de decisiones en *retail*.
- Soluciones de BA para la gestión de *supply chain*.
- Soluciones de *BIG DATA* con *HADOOP* y *SPARK*.

PARTICIPANTES

El curso está dirigido a ejecutivos, funcionarios de diferentes especialidades (analistas de negocios en Finanzas, Marketing, Ventas, Operaciones y TI,) encargados de implementar, gestionar, analizar y administrar los recursos claves de una empresa. También supervisores, operadores, entidades públicas y organismos reguladores. Los conceptos tratados pueden emplearse en la actividad profesional en áreas de Gestión estratégica.



PROFESOR FERNANDO CASAFRANCA

Experiencia gerencial de ingeniería y desarrollo en el sector de Tecnologías de Información, Telecomunicaciones y desarrollo de la WEB en los EE. UU. Consultor de empresas locales e internacionales en implementación de Soluciones Empresariales basadas en Tecnologías wireless, RFID, ZigBee, Bluetooth, NFC y soluciones de tecnologías móviles para diversas industrias. Ha gestionado e implementado diversas Soluciones Empresariales de diversas firmas globales de Tecnologías de Información en Norte América, Asia y Europa. Fue comisionado de la IOFE (firma Digital) en INDECOPI. Profesor de tecnologías WEB, BI y Analítica en varias Universidades de EE. UU. Magíster en Administración de Negocios y gestión de Tecnologías por la University of Phoenix, AZ, USA. Ingeniero Electrónico con especialización en Telecomunicaciones por la UNI. Estudios de postgrado especialización en Telecomunicaciones y Redes de Portland State University y Oregon State University.



CREACIÓN DE PRODUCTOS DIGITALES CON DESIGN THINKING

Martes de 7:00 a 10:15 p. m. *

OBJETIVO

El objetivo del curso es que el estudiante diseñe y valide productos digitales que se conviertan en oportunidades comerciales en el mercado o de mejora interna para problemas existentes dentro de cualquier tipo de organización; a través de la utilización de diversas herramientas de investigación, diseño, creación y desarrollo, comunicando efectivamente las ventajas de un proyecto digital, y enfocando las propuestas de productos digitales dentro de un lineamiento estratégico y ejecutivo del entorno empresarial.

El curso termina con la elaboración de un prototipo de un producto digital. Cada tema se tratará con la metodología de aprendizaje basado en proyectos, el uso del caso de estudio y ejemplos provenientes de diversos autores y escuelas que participan del ecosistema de innovación mundial.

TEMARIO

- La curva de innovación y las metodologías de innovación.
- El proceso de *design thinking* versus lean startup.
- Técnicas de investigación: herramientas no tradicionales.
- Identificando historias de usuarios.
- Técnicas de descubrimiento de *insights*.
- Definiendo el viaje del cliente (*Customer Journey Map*).
- Herramientas para la construcción de soluciones.
- Cuantificar impacto de los beneficios en el usuario.
- Aterrizaje y desarrollo de la propuesta de valor (Osterwalder).
- Priorización y evaluación de funcionalidades.
- Prototipos digitales: *Mockups & Wireframes*.
- Herramientas digitales: *Figma*.
- Prueba, experimentación y validación del prototipo.
- Herramientas para construir Productos Mínimos Viables: *No Code*.
- Presentaciones de impacto: Pitch de un producto digital.

PARTICIPANTES

Ejecutivos de las diferentes áreas de la empresa involucrados en programas de innovación, responsables de adopción de tecnologías innovadoras y dueños de productos digitales. Profesionales que desean prepararse en los nuevos enfoques de aplicación de técnicas de innovación y desarrollo de productos digitales. Personal responsable de nuevas estrategias tecnológicas en la organización y líderes de transformación digital.



PROFESOR FABIÁN BUENO MÉNDEZ

Actualmente es director de la consultora QUELOCO. Ha realizado consultorías y talleres en más de 15 industrias, trabajando con empresas como el Banco de Crédito, PriceWaterHouse, Fadesa (Grupo Vilaseca de Ecuador), L'oreal, CBC (Pepsi), Crosland, Organización Internacional del Trabajo (Agencia ONU), Federación de Cajas Municipales, Caja Ica, Caja Piura, Laboratorios Janssen, Cámara de Comercio de Lima, Cooperativa La Rehabilitadora, Grupo Educativo Avantgard entre otros. Ha ocupado la alta dirección de empresas como Incasur y MSI Intl, ha trabajado proyectos para Industrias Vencedor, Lexmark y el Grupo Deltron. Magister en Gestión Comercial y Marketing por ESIC, España. Egresado de Ingeniería Industrial por la Universidad de Lima. Más de quince años de experiencia en marketing y ventas en empresas globales y locales en los sectores de Tecnología y Consumo masivo; con premios de innovación en el sector de alimentos.

* El martes 1 de noviembre es feriado y no se programarán clases. Por ello, se programará una fecha adicional de recuperación el 14 de diciembre.

GESTIÓN ESTRATÉGICA Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL B2B

Lunes de 7:00 a 10:15 p. m.

OBJETIVO

Al finalizar este curso, los participantes serán capaces de elaborar eficazmente un proceso de Transformación Digital en el sector B2B, de acuerdo con los conceptos, modelos y tecnologías digitales necesarias que contribuyan a un mejor desempeño empresarial y desarrollar y/o mejorar la experiencia digital del cliente.

TEMARIO

- Qué es la transformación digital. Implicancias en la gestión estratégica.
- Liderazgo digital y gestión del cambio.
- Innovación disruptiva y *jobs to be done*.
- Tendencias en Industria 4.0.
- Transformación digital B2B basada en datos.
- Aplicaciones de la ciencia de datos en la transformación digital B2B.
- Economía de plataformas.

PARTICIPANTES

Ejecutivos y profesionales del sector B2B que deseen desarrollar proyectos de Transformación Digital en sus empresas.



PROFESOR CÉSAR CAM GENSOLLEN

Socio fundador y CEO de C4C Business Solutions, empresa de consultoría especializada en Transformación Digital y Big Data. Cuenta con más de veinte años de experiencia en empresas líderes del mercado B2B. Doctorando en Ciencias de la Administración por ESAN. Máster(c) en Big Data Engineer por la Universidad de Barcelona. Magister en Investigación de las Ciencias Administrativas por ESAN. MBA por la UPC. Especialización en dirección comercial y liderazgo por el PAD de la Universidad de Piura.

TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN LAS ORGANIZACIONES

Domingo de 9:00 a. m. a 12:15 p. m. *

OBJETIVO

Proporcionar a los participantes los nuevos conceptos, prácticas y estrategias sobre el proceso de digitalización, cómo afecta a sus compañías y qué aspectos deben tenerse en cuenta para definir su estrategia digital y lograr la transformación digital de sus organizaciones. Se revisarán las nuevas características del gobierno y de la estrategia digital, la experiencia del cliente, innovación de los modelos de negocios, desarrollo del talento digital y bimodal IT, así como las tecnologías y modelos disruptivos.

TEMARIO

- Transformación digital en las organizaciones.
- Componentes de la Transformación digital.
- Nuevas tendencias tecnológicas: *IoT, mobile, cloud*, analítica, *bigdata*, redes sociales.
- Gobierno y estrategia digital.
- Innovación del modelo de negocio.
- Innovación de la experiencia del cliente.
- *Design thinking* para facilitar el diseño de procesos y experiencias.
- Modelos de negocios disruptivos.
- Comercio digital y nuevos canales digitales.
- Organización ágil.
- Proyectos ágiles para la transformación digital.
- Desarrollo del talento digital. - Bimodal IT.
 - ¿Cómo lograr la transformación digital? - Hoja de ruta de transformación digital.
 - Gestión de la cultura organizacional para la transformación digital.
 - Factores críticos de éxito y fracaso para lograr la transformación digital.

PARTICIPANTES

Directivos, ejecutivos, y emprendedores relacionados con la transformación digital de sus organizaciones, de sus procesos, productos y servicios, emprendimientos de nuevas iniciativas y negocios.



PROFESOR EDDY MORRIS ABARCA

Director del MBA y de la Maestrías en Dirección de Tecnologías de Información y Project Management de ESAN. Jefe del área académica de Operaciones y Tecnologías de Información de ESAN. Consultor internacional de empresas y organismos internacionales. Ha asesorado a empresas e instituciones. Ph. D. en TIC y su Gestión y Magister de TIC por La Salle - Universitat Ramon Llull, Barcelona. Posgrado en Gestión de Tecnologías de Información por La Salle - Universitat Ramon Llull, Barcelona. Programa Avanzado en Finanzas de ESAN. Especialización en Brasil, Estados Unidos, México y España.

* El curso iniciará el 5 de noviembre.

Área académica de **SALUD**



Certificado de Especialización en:

— **GESTIÓN DE LA SALUD**



GESTIÓN DE LA SALUD

ACREDITACIÓN DE LA CALIDAD EN CLÍNICAS Y HOSPITALES

Paul Cuellar Villanueva
Lunes de 7:00 a 10:15 p. m.

IPRESS PRIVADAS: NEGOCIACIÓN CON IAFAS

Eduardo Ocampo Ludeña
Viernes de 7:00 a 10:15 p. m. *

PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA EN LAS INSTITUCIONES DE SALUD

César Neves Catter
Jueves de 7:00 a 10:15 p. m. *



(*) Horario especial

ACREDITACIÓN DE LA CALIDAD EN CLÍNICAS Y HOSPITALES

Lunes de 7:00 a 10:15 p. m.

OBJETIVO

Proporcionar al participante los conocimientos básicos sobre acreditación de la calidad en salud con enfoque internacional, brindando herramientas de gestión que le permitan liderar el proceso, identificar los problemas que limitan la implementación en su organización y proponer medidas efectivas que aseguren el proceso.

TEMARIO

- Acreditación en salud. Beneficios para la organización.
- Modelos de gestión de calidad: Internos y Externos. Criterios de elección. Acreditación internacional.
- Normativas nacionales y referencias internacionales aplicables.
- Requisitos para acreditarse.
- La oficina de la dirección de la calidad. Cambios necesarios.
- Enfoque de los estándares internacionales de acreditación. Metodología, autoevaluación y supervisión. La intención y los elementos medibles. Fuentes de buenas prácticas.
- Brechas hacia el cumplimiento de estándares en UPSS de atención directa y de atención de soporte.
- Brechas de cumplimiento en estándares transversales: Seguridad de las instalaciones, prevención y control de infecciones, etc.
- Aplicación de la metodología del marco lógico – árbol de problemas y de objetivos para el cierre de las brechas de cumplimiento de estándares.
- Planeamiento táctico y operativo.

PARTICIPANTES

Directores médicos, jefes de servicio y responsables del área de calidad de Hospitales, Clínicas y servicios médicos de apoyo interesados en la mejora continua, la reducción de eventos adversos y la mejorara en el desempeño de sus servicios con enfoque en la seguridad del paciente.



PROFESOR PAUL CUELLAR VILLANUEVA

Interés especial en planeamiento estratégico, costeo estándar, optimización de recursos, gestión clínica, gestión de operaciones y acreditación de la calidad. Docente en maestrías en gerencia de servicios de servicios de salud en universidades de prestigio.

MBA por Universidad ESAN con mención en Dirección General. Médico Cirujano de la UNMSM. Gerente de operaciones (e) de la Clínica Anglo Americana.

IPRESS PRIVADAS: NEGOCIACIÓN CON IAFAS

Viernes de 7:00 a 10:15 p. m. *

OBJETIVO

El alumno podrá entender las relaciones con los stakeholders y gestionar variables involucradas en el proceso de negociación de las IPRESS privadas con las IAFAS a nivel nacional.

TEMARIO

- Sistema de salud peruano.
 - Tendencias globales en salud.
 - Actores del sistema de salud en el Perú.
 - Modelo del sistema de salud peruano.
- Aspectos legales del sistema de salud en el Perú.
 - Aseguramiento universal en salud y PEAS.
 - Proceso de reforma de la salud En el Perú.
 - Normativa en relación a telemedicina.
 - Actualización del PEAS.
- IAFAS privadas y planes de salud.
 - Distribución del mercado financiador peruano.
 - Operaciones básicas de una IAFAS.
 - Cartera de productos de la IAFASS: planes de salud.
- Oferta prestacional privada: IPRESS.
 - Distribución del mercado prestador peruano.
 - Operaciones básicas de una IPRESS.
 - Estructura de la cartera de servicios de la IPRESS.
- Referentes de tarifas del mercado.
 - SEGUS, Nomenclador de CMP y Kairos.
 - Mecanismos de facturación más frecuentes:
 - o Pago por servicio.
 - o Costo Paciente mes/cápitas.
 - o Pago global prospectivo.
- Dinámica de negociación macro.
 - Poder de negociación de las IPRESS.
 - Precio vs. volumen.
 - Negociación individual y grupal.
- Dinámica de negociación micro.
 - Negociación de nuevas prestaciones.
 - Auditoría médica y conciliaciones.
 - Ciclo de Facturación y plazos.
- Formalización de acuerdos.
 - Modelos de convenios.
 - SUSALUD y cláusulas mínimas.
 - Cláusulas complementarias y anexos.

PARTICIPANTES

Dirigido a gerentes, administradores, gestores comerciales y gestores de salud en general de IPRESS privadas que tengan la expectativa de mejorar el relacionamiento con IAFAS públicas y privadas en el Perú.



PROFESOR EDUARDO OCAMPO LUDEÑA

Médico cirujano, con amplia experiencia en gestión de convenios y relaciones entre prestadores de servicios de salud y financiadores nacionales e internacionales. Estudios de postgrado en Gerencia de Servicios de Salud, TI en salud y gestión de la calidad de clínicas y hospitales. Experiencia en administración de redes prestacionales, implantación de Sistemas de Gestión Hospitalaria (HIS) e implementación de procesos administrativos de clínicas privadas.

* El viernes 9 de diciembre es feriado y no se programarán clases.

PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA EN LAS INSTITUCIONES DE SALUD

Jueves de 7:00 a 10:15 p. m. *

OBJETIVO

Al finalizar la asignatura el participante será capaz de elaborar acuciosamente un plan estratégico empresarial a partir un diagnóstico de las fuentes de viabilidad que permitirán a la organización sobrevivir, enfrentar el reto al que se enfrentan y trazar un rumbo para lograr el futuro deseado.

TEMARIO

- Marco conceptual de la estrategia.
 - Definición de estrategia.
 - El proceso de formulación estratégica
- Definición del negocio / rol de la organización.
 - Requisitos de viabilidad de las organizaciones.
 - La importancia de la generación de valor.
 - El modelo de negocio: Identificación de clientes, propuesta de valor y cadena de valor.
 - La organización y el ecosistema de salud.
- Diagnóstico de la situación actual.
 - El análisis externo: sectorial, nacional e internacional.
 - El análisis interno: análisis de sostenibilidad.
 - Definición del reto estratégico.
- Formulación de la estrategia.
 - La visión, misión y valores.
 - La lógica de la estrategia a largo plazo.
 - La estrategia corporativa.
 - La estrategia de negocios.
 - La estrategia funcional.
- El *balanced scorecard*.
 - ¿Qué es y para qué sirve?
 - Metodología.
 - Ejemplos.

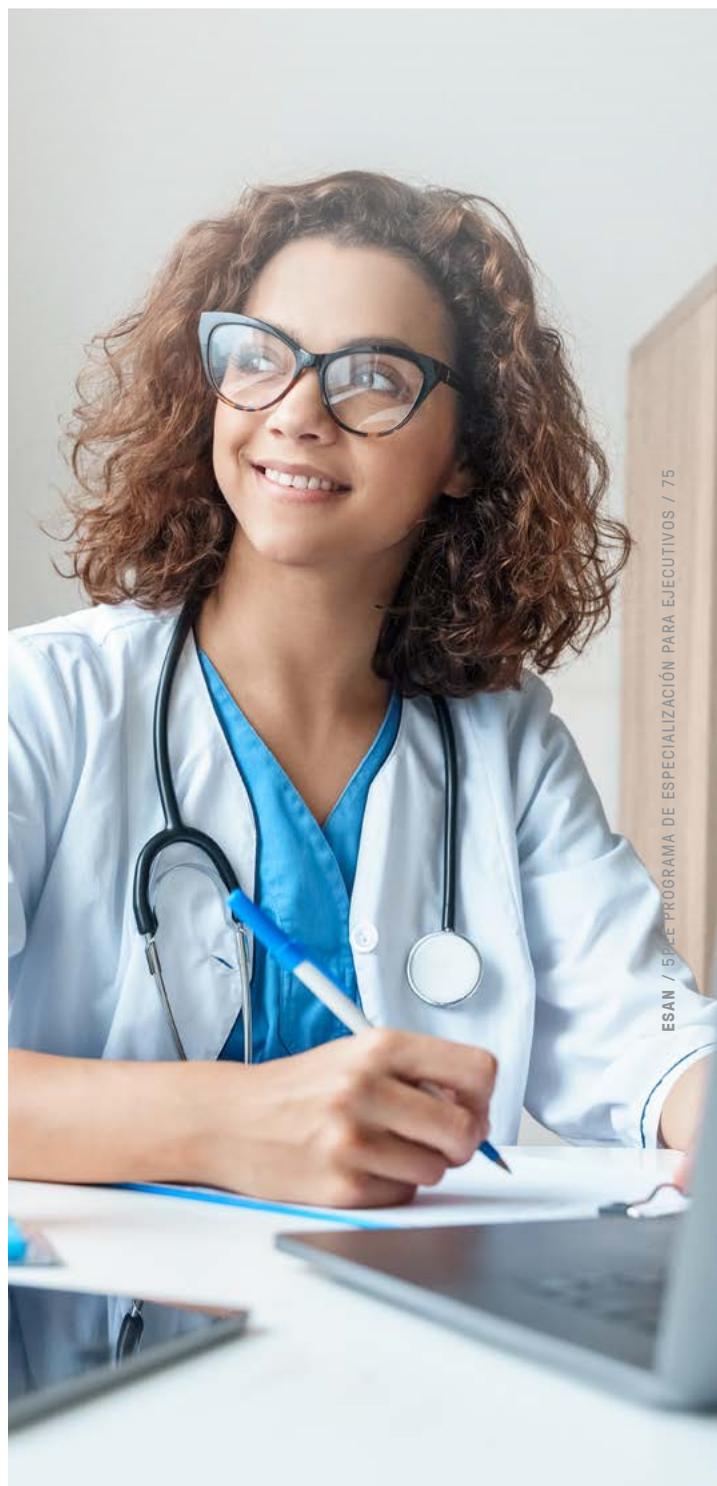
PARTICIPANTES

El curso está dirigido a profesionales de la salud, administradores y profesionales en general, que independientemente del nivel jerárquico o área profesional de actuación, deseen desarrollar capacidades gerenciales de alto nivel que le permitan liderar organizaciones hacia el éxito.



PROFESOR CÉSAR NEVES CATTER

Director de la Maestría en Gerencia de Servicios de Salud de ESAN. Profesor afiliado del Área de Administración. Gerente General de CN Soluciones S.A.C. Director independiente de empresas. Consultor de empresas. Más de veinticinco años de experiencia en puestos ejecutivos. Especializado en temas relacionados a la estrategia y competitividad empresarial. El conocimiento en ambos temas se ha desarrollado a través de combinar una experiencia tanto en el ámbito académico como en el empresarial (consultor, ejecutivo y empresario). Estudios doctorales en Programa ESADE - ESAN. MBA po ESAN. Maestría en Administración de Tecnologías de Información por el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey - ITESM. Economista por la Universidad de Lima.



* El jueves 8 de diciembre es feriado y no se programarán clases.

Área académica de **B2B**



Certificado de Especialización en:

- **GESTIÓN ESTRATÉGICA Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL B2B**
- **DIRECCIÓN COMERCIAL EN B2B**

A large, semi-circular graphic on the right side of the page. It features several interlocking gears of various sizes. Inside some gears are icons: a bar chart with an upward arrow, a line graph with an upward arrow, and a group of three people. The text 'B2B' is prominently displayed in the center of the largest gear. In the background, there are faint images of a hand pointing at a screen and various business-related icons like a target, a dollar sign, and a lightbulb.

B2B

GESTIÓN ESTRATÉGICA Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL B2B

GESTIÓN ESTRATÉGICA Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL B2B

César Cam Gensollen
Lunes de 7:00 a 10:15 p. m.

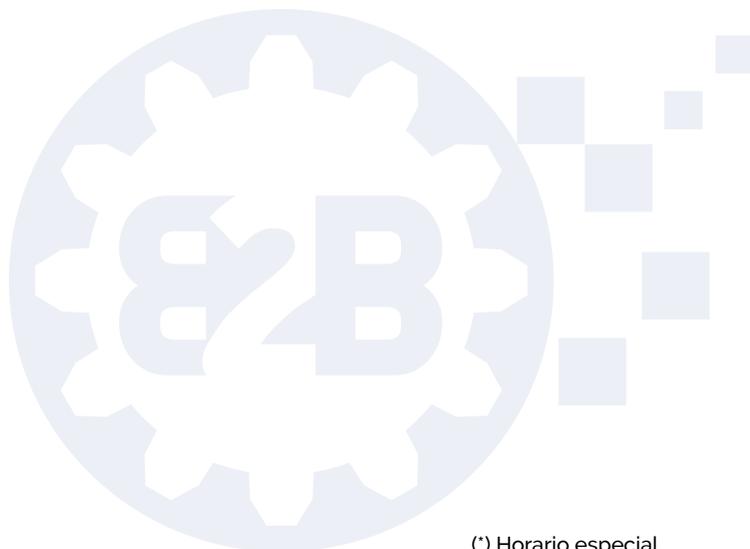
OPERACIONES Y LOGÍSTICA EN EL SECTOR B2B

Jorge Castillo | Aldo de la Cruz González
Jueves de 7:00 a 10:15 p. m.

DIRECCIÓN COMERCIAL EN B2B

ESTRATEGIAS DE VENTA CORPORATIVA (B2B)

Ana Belén Perdigones
Sábado de 9:00 a. m. a 12:15 p. m.



(*) Horario especial

ESTRATEGIAS DE VENTA CORPORATIVA (B2B)

Sábado de 9:00 a. m. a 12:15 p. m.

OBJETIVO

Desarrollar habilidades de venta en el escenario Business to Business (B2B), en la cual el participante pueda identificar la estrategia de venta adecuada para cada contexto de negociación. Se analizará los diferentes pasos del proceso de venta corporativo, el análisis de los factores de éxito en cada fase de la venta y, finalmente, la identificación de las estrategias de venta, comunicación y negociación a llevar a cabo en cada situación.

TEMARIO

- El proceso de compra en la empresa: el *funnel* de compra.
- Estilos de comunicación y negociación en el B2B.
- Aumentando la eficacia: *Elevator Pitch*.
- Análisis de necesidades y roles en la toma de decisiones.
- Seguimiento y gestión de la cartera de clientes.
- Fidelización de clientes corporativos.
- Tendencias: el nuevo comercial y metodología de ventas en el contexto digital.

PARTICIPANTES

Ejecutivos de cuenta senior, Key Account Manager (KAM), responsables institucionales y relaciones externas en la empresa, jefes de marketing, jefes de trademarketing/publicidad, responsables de compras y todos aquellos desempeñen acciones de negociación con los diferentes stakeholders de la empresa o deseen desarrollar sus habilidades de negociación.



PROFESORA ANA BELÉN PERDIGONES

Profesora y Directora de Máster en ESIC Business & Marketing School. Ha trabajado con importantes marcas internacionales y asesorado a diversas empresas y Start-ups de diferentes sectores. Ph. D. (c) en Economía de la empresa por la Universidad Autónoma de Madrid, España. Magíster en Marketing por ESAN. Ha sido Country Manager en Perú y Ecuador.

GESTIÓN ESTRATÉGICA Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL B2B

Lunes de 7:00 a 10:15 p. m.

OBJETIVO

Al finalizar este curso, los participantes serán capaces de elaborar eficazmente un proceso de Transformación Digital en el sector B2B, de acuerdo con los conceptos, modelos y tecnologías digitales necesarias que contribuyan a un mejor desempeño empresarial y desarrollar y/o mejorar la experiencia digital del cliente.

TEMARIO

- Qué es la transformación digital. Implicancias en la gestión estratégica.
- Liderazgo digital y gestión del cambio.
- Innovación disruptiva y *jobs to be done*.
- Tendencias en Industria 4.0.
- Transformación digital B2B basada en datos.
- Aplicaciones de la ciencia de datos en la transformación digital B2B.
- Economía de plataformas.

PARTICIPANTES

Ejecutivos y profesionales del sector B2B que deseen desarrollar proyectos de Transformación Digital en sus empresas.



PROFESOR CÉSAR CAM GENSOLEN

Socio fundador y CEO de C4C Business Solutions, empresa de consultoría especializada en Transformación Digital y Big Data. Cuenta con más de veinte años de experiencia en empresas líderes del mercado B2B. Doctorando en Ciencias de la Administración por ESAN. Máster(c) en Big Data Engineer por la Universidad de Barcelona. Magíster en Investigación de las Ciencias Administrativas por ESAN. MBA por la UPC. Especialización en dirección comercial y liderazgo por el PAD de la Universidad de Piura.

OPERACIONES Y LOGÍSTICA EN EL SECTOR B2B

Jueves de 7:00 a 10:15 p. m. *

OBJETIVO

El curso desarrolla conceptos y herramientas fundamentales para la administración adecuada de una logística y Operaciones B2B, relevando la importancia de la colaboración para el logro de resultados y para un adecuado alineamiento de con la estrategia organizacional para el cumplimiento de la propuesta de valor.

Desarrollará los principales procesos logísticos considerando las particularidades del B2B, con un enfoque en las nuevas tendencias de mercado, la coyuntura de entornos VUCA y en especial el potencial de desarrollo de la tecnología en este sector.

TEMARIO

- Introducción: logística B2B, características y diferencias B2B / B2C.
- El cliente B2B y sus expectativas logísticas / clasificación de clientes B2B.
- Estrategia, propuesta de valor y alineamiento de la logística.
- El problema de la variabilidad: la colaboración como base.
- Estrategias logísticas B2B.
 - Planeamiento y compras B2B.
 - Almacenes, transporte, distribución y logística inversa en B2B.
- Tecnología y sistemas en operaciones B2B.
- Ecommerce B2B.
- Del B2B al B2C.
- Casos de logística B2B.

PARTICIPANTES

El curso está dirigido a ejecutivos y profesionales responsables de actividades logísticas, de operaciones, de procesos, Auditores, administradores, gerentes, entre otros, que busquen entender las particularidades de las operaciones y logística en relaciones B2B, así como proponer acciones orientadas a gestionarlas adecuadamente en base al entorno y tendencias.



PROFESORES JORGE CASTILLO

Actualmente es el Gerente de Operaciones de Supply Chain en Farmauna.com (Grupo AUNA). Veinte años de experiencia en gestión de cadenas de valor. Ha liderado proyectos de reestructuración de cadenas de suministro de empresas en etapas de fusión y expansión en 5 países de Latino América. Experiencia en la industria de retail, e-commerce, consumo masivo, industrial, minería, oil&gas, entre otros.

Ha sido Gerente & Consultor en IBM, Director de Proyectos en LogFire (Oracle), Supply Chain Manager en NGR (Grupo Intercorp), Gerente de Supply Chain en Cassinelli (Grupo Celima-Trebol), Sub-Gerente de Operaciones Logísticas en Falabella Perú. Es profesor de ESAN en materias de Supply Chain Management desde el 2011. Ingeniero Industrial con Maestría en Supply Chain Management por ESAN y LaSalle.



ALDO DE LA CRUZ GONZÁLEZ

Especialista y consultor en Auditoría y Operaciones, profesor en Posgrado y Maestrías en ESAN. Es asociado educativo para LATAM de Inchainge y trainer certificado en "the fresh connection", simulador holandés de SCM. Ha sido Auditor en Yura y en el Grupo Gloria, Gerente General de Los Andes servicios Corporativos, Sub-Gerente de Servicios y logística en Luz del Sur, Gerente de Obras y Jefe de Almacenes y Control de Stocks en Tecsur. Magíster en Administración de Empresas por ESAN. Ingeniero Industrial por PUCP con posgrado y especialización en Logística, especialización en gestión de Proyectos PMBOK, control patrimonial y auditoría. Candidato a Doctor en Educación.

* El jueves 8 de diciembre es feriado y no se programarán clases.

Área académica de **ENERGÍA**



Certificado de Especialización en:

— **GESTIÓN DE LA ENERGÍA**



Certificado de
Especialización en:

GESTIÓN DE LA ENERGÍA

DESARROLLO DE LA MOVILIDAD ELÉCTRICA: ESTRATEGIAS PARA SU IMPLEMENTACIÓN

Rosendo Ramírez

Miércoles de 7:00 a 10:15 p. m.

REGULACIÓN AMBIENTAL EN EL SECTOR ENERGÍA

Cecilia Azerrad | Vivian Paredes Aponte

Martes de 7:00 a 10:15 p. m. *



(*) Horario especial

DESARROLLO DE LA MOVILIDAD ELÉCTRICA: ESTRATEGIAS PARA SU IMPLEMENTACIÓN

Miércoles de 7:00 a 10:15 p. m.

La nueva masificación del siglo XXI se encuentra en la consolidación de la nueva movilidad eléctrica libre de emisiones que permita la transición a una forma responsable de transporte en la sociedad que cambiará los paradigmas actuales. Se analizarán los aspectos clave para su desarrollo en experiencias internacionales recientes y se aproximarán soluciones eficientes para el caso peruano.

OBJETIVO

A través del curso, el participante podrá obtener las herramientas para formular una propuesta de implementación de la electromovilidad al caso peruano. Para ello se revisarán las lecciones aprendidas sobre la implementación de la electromovilidad en diversos países que utilizaron los incentivos en un contexto de mercado. La formulación de una propuesta de implementación de la electromovilidad se realizará desde la perspectiva normativa multisectorial que asegure el concurso de normas, regulaciones, procedimientos del MNEM, MINAM, MTC, MVCS; y de los gobiernos subnacionales (GORE y las Municipalidades).

TEMARIO

- Beneficios de la electromovilidad.
- Electrificación del transporte en la política pública.
- Electrificación del transporte y las Contribuciones Nacionales determinadas.
- Estrategia nacional de electromovilidad de países en la región latinoamericana.
- Estrategia nacional de electromovilidad de países en la región europea y asiática.
- Diseño de la movilidad eléctrica – aplicaciones para el caso peruano.
- Planificación de un sistema de buses eléctricos.
- sistemas de recarga de vehículos eléctricos.
- Normas peruanas sobre electromovilidad.
- Plan Nacional de Electromovilidad.

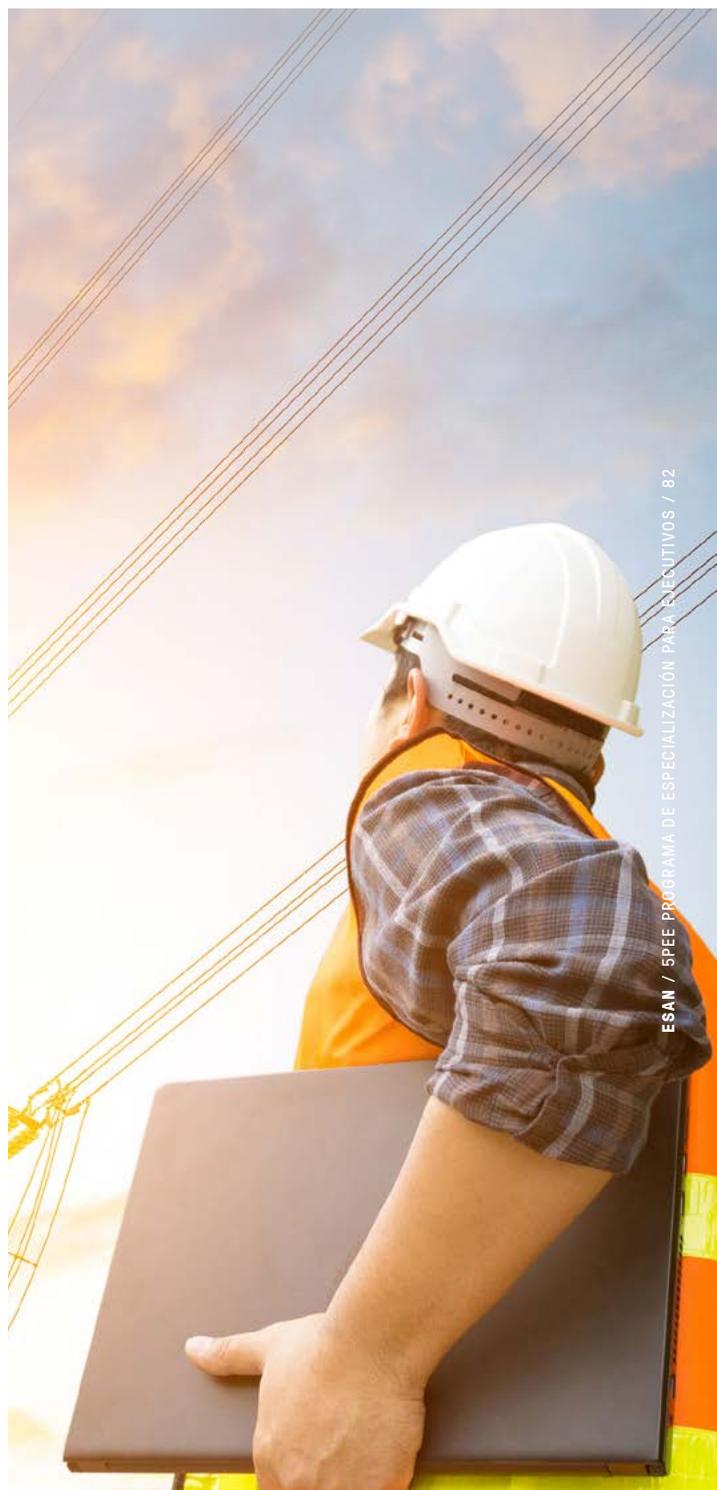
PARTICIPANTES

Profesionales involucrados en proyectos de sostenibilidad ambiental en los sectores transporte, energía. Profesionales que desean conocer las posibilidades y oportunidades de la electromovilidad en los diversos sectores como transporte masivo, industrial y doméstico.



PROFESOR ROSENDO RAMÍREZ

Director de Investigaciones en Negocios Globales Inteligentes. Ha sido Jefe de Gabinete del Ministerio Energía y Minas y Director General de Eficiencia Energética del Ministerio Energía y Minas. Gerente General de MR Consulting Services de 2006 a 2018. Gerente General de Negocios Globales Inteligentes de 2011 a 2018. Ph. D. in Economics por la Fordham University NY, USA. Doctor en Gobierno y Política Pública por la USMP. Ingeniero Electricista por la UNI.



REGULACIÓN AMBIENTAL EN EL SECTOR ENERGÍA

Martes de 7:00 a 10:15 p. m. *

OBJETIVO

A través del curso los participantes podrán comprender la lógica, aplicación y exigibilidad de las obligaciones ambientales que recaen sobre las distintas actividades energéticas. Además, podrán identificar claramente cada una de las autoridades involucradas en el proceso de evaluación y aprobación de la certificación ambiental; así como en el proceso de fiscalización del cumplimiento de las obligaciones ambientales que surgen tanto de los instrumentos de gestión ambiental aplicables a las distintas actividades energéticas, como de la legislación ambiental pertinente.

TEMARIO

- Principios que sustentan la evaluación de impacto ambiental.
- Institucionalidad ambiental en el sector energético.
- Evaluación de impacto ambiental – régimen transectorial.
- Régimen legal ambiental sub-sectorial para las actividades eléctricas.
- Régimen legal ambiental del sub-sector hidrocarburos.
- Otras obligaciones ambientales aplicable al sector energético.
- Fiscalización ambiental en el sector energético.
- Participación ciudadana y consulta previa.

PARTICIPANTES

El curso está orientado a profesionales relacionados con la gestión de operaciones en el sector energía. Proveedores, consultores y profesionales que deseen profundizar sus conocimientos del sector.



PROFESORES CECILIA AZERRAD

Actualmente, es socia de Kahatt Abogados. Es autora de diversos artículos relacionados al análisis de diversos aspectos de la legislación de los sectores energía y minería. Abogada por la Pontificia Universidad Católica del Perú. Máster en Derecho por The University of Texas School of Law. Máster en Derecho Ambiental y de la Sostenibilidad por la Universidad de Alicante, España. Asimismo, cuenta con el Título de Segunda Especialidad en Derecho Ambiental y de los Recursos Naturales otorgado por la Pontificia Universidad Católica del Perú y la Sociedad Peruana de Derecho Ambiental.



VIVIAN PAREDES APONTE

Experiencia de más de 13 años en el sector público y privado, liderando la elaboración e implementación de proyectos y políticas públicas en materia ambiental y manejo de recursos naturales, ejecutando la gestión estratégica de proyectos de gran envergadura en distintos sectores productivos desde el enfoque de desarrollo sostenible, procedimientos administrativos ambientales y; liderando equipos multidisciplinarios en la negociación e implementación de acuerdos internacionales vinculados a la conservación ambiental. Adicionalmente docente y presentadora de espacios informativos ambientales. Titulada en Derecho con honores por la PUCP. Maestría por la Universidad de Sidney- Australia. Posgrado en Gestión Pública y Gobernabilidad por la PUCP en conjunto con la Universidad de George Washington- EE.UU.; certificada en Cambio Climático por la Universidad de Makerere- Uganda; y en Política Internacional por la Universidad de Harvard- EEUU. Máster en Derecho Ambiental.

* El martes 1 de noviembre es feriado y no se programarán clases.

Área académica de **MINERÍA**



Certificado de Especialización en:

GESTIÓN DE LA MINERÍA



GESTIÓN DE LA MINERÍA

CANVAS DE LA GESTIÓN SOCIAL CORPORATIVA PARA EL DESARROLLO TERRITORIAL

César Sáenz Acosta

Viernes de 7:00 a 10:15 p. m. *

GESTIÓN DE PROYECTOS COMPLEJOS

Jorge Luis Carranza Escalante

Miércoles de 7:00 a 10:15 p. m.

GESTIÓN DEL RETORNO SOCIAL DE LA INVERSIÓN DE LOS PROYECTOS SOCIALES EN MINERÍA

César Sáenz Acosta

Martes de 7:00 a 10:15 p. m. *

GESTIÓN SOCIO AMBIENTAL EN MINERÍA

Luis Egocheaga Young

Jueves de 7:00 a 10:15 p. m. *



(*) Horario especial

CANVAS DE LA GESTIÓN SOCIAL CORPORATIVA PARA EL DESARROLLO TERRITORIAL

Viernes de 7:00 a 10:15 p. m. *

Las empresas mineras y otras actividades extractivas por la naturaleza de sus operaciones deben convivir con las comunidades. Lograr que esta convivencia se desarrolle dentro de un ambiente de confianza y de beneficio mutuo en el largo plazo es definitivamente un objetivo estratégico.

OBJETIVO

Presentar la herramienta Canvas de la gestión social la cual permite el diseño de las estrategias sociales para gestionar con de manera positiva la aceptación de la comunidad donde se desarrollan los proyectos. Al finalizar el curso el participante contará con las herramientas para diseñar la propuesta social con el enfoque territorial, para lograr el desarrollo de las comunidades; podrá identificar las oportunidades de transformar los conflictos sociales, dentro y más allá del área de influencia. Finalmente contará con los recursos metodológicos para conocer el nivel de respuesta de la gestión social de la empresa minera.

TEMARIO

- Introducción al Canvas de la gestión social.
- Propuesta de valor social. (Estrategias y proyectos incorporando enfoque de desarrollo: Modelo multi-actor y modelo paternalista)
- Definiendo las comunidades (dentro del área de influencia, cercanas al área de influencia y el Territorio)
- Recursos sociales claves. Recursos internos de la empresa. Recursos externos (Políticas e inversión pública para reducción brechas del territorio: obras por impuestos, inversión pública).
- Actividades sociales claves. Actividades fallidas y correctivas, actividades preventivas y actividades proactivas.
- Socios claves del desarrollo. (El sector privado y la sociedad civil como protagonistas).
- Estructura de costos sociales.

PARTICIPANTES

Profesionales de las empresas del sector minero involucrados en la gestión de proyectos sociales, gestión de relaciones con *stakeholders*. Profesionales que laboran en empresas consultores y asesoras en el sector minero. Responsables de la imagen institucional y comunicacional de las empresas. Gerencias de Planeamiento Estratégico, Relaciones Comunitarias, Responsabilidad Social y/o del Medio Ambiente. Profesionales de organizaciones sin fines de lucro.



PROFESOR CÉSAR SÁENZ ACOSTA

Es Autor de la metodología SROIM o Gestión del Retorno Social de la Inversión, con resultados exitosos de su aplicación a empresas del sector público y privado. Profesor contratado de la Universidad ESAN en los cursos de Responsabilidad Social y el SROIM. Doctor en Administración de Empresas, con especialización en Responsabilidad Social por ESADE España. Magister en Administración de Empresas por ESAN con intercambio en Erasmus Rotterdam University de Holanda. Asimismo, es capacitado en el GRI Certified Training Program - Peru on GRI Sustainability Reporting Process. Ingeniero por la Universidad Nacional de Ingeniería.

* El viernes 9 de diciembre es feriado y no se programarán clases.

GESTIÓN DE PROYECTOS COMPLEJOS

Miércoles de 7:00 a 10:15 p. m.

OBJETIVO

Este curso está diseñado para fortalecer el entendimiento de los marcos de referencia, las herramientas y las estrategias que pueden ayudar a dirigir proyectos complejos de manera más exitosa, con una comprensión más profunda de la planificación de proyectos y su ejecución, que a menudo viene acompañada de desafíos y contratiempos, especialmente en el sector minero. Las empresas del sector minero en la actualidad comprenden que la gestión exitosa de proyectos es crucial para el crecimiento de sus negocios. Y aunque muchas están buscando activamente metodologías para mejorar sus capacidades de gestión para asumir proyectos más complejos, innovadores y disruptivos, pocas han sido capaces de alinear con éxito sus objetivos estratégicos con los objetivos del proyecto. Completar los proyectos en el tiempo establecido, dentro del presupuesto y según el alcance, es fundamental para el éxito del negocio. Los proyectos son nuestro medio para ejecutar las estrategias y reaccionar frente a los cambios en el panorama competitivo, así que la capacidad de llevar a cabo una gestión eficaz de proyectos se ha vuelto esencial.

TEMARIO

- Alineamiento de los objetivos estratégicos de alto nivel de la organización en objetivos de proyecto.
- Proyectos complejos y proyectos tradicionales: características clave.
- Herramientas, marcos y estrategias para gestionar proyectos tradicionales y complejos.
- Complejidades estructurales para responder los desafíos de los proyectos complejos.
- Asignación de tiempos y recursos en los proyectos complejos.
- Análisis de incertidumbre en el proyecto.
- Marco de gestión de las estructuras de gobierno con medidas de responsabilidad.
- Prácticas eficaces en la gestión de las relaciones y el ejercicio de la influencia.
- Evaluación y supervisión en proyectos complejos para alcanzar los objetivos del negocio.
- Implementar la planificación estratégica de proyectos y las metodologías de gestión de riesgos para lidiar con la incertidumbre y el cambio.
- Liderazgo adaptativo en proyectos complejos para darle impulso a la innovación.
- Métodos de intercambio de conocimientos y herramientas de aprendizaje.
- Dirigir proyectos complejos.
- Trabajo integrador adaptado a las necesidades reales de su organizacional que será realizado de manera grupal.

PARTICIPANTES

Gerentes senior que lideran proyectos estratégicos de su organización, directores de proyectos y programas tanto de proyectos CAPEX como OPEX que están buscando conocer nuevas herramientas. Gerentes de tecnología del sector minero, que les permita enfrentar proyectos complejos como consecuencia de la disrupción digital. Gerentes de proyectos de empresas consultoras, proveedoras.



PROFESOR JORGE LUIS CARRANZA ESCALANTE

Actualmente es Gerente de Planificación Estratégica y Desarrollo de Proyectos de la Vicepresidencia de Proyectos de Compañía Minera Chinalco Perú S.A. Profesional con más de 25 años de experiencia en empresas de Ingeniería, Construcción y empresas de la gran minería del Perú. Ha desempeñado diversos cargos ejecutivos y gestión de proyectos en importantes empresas del sector minero.

Maestría en Ciencias de la Administración por ESAN. Ingeniero Electrónico por la Universidad Privada Antenor Orrego. PMP y CSV (Value engineering).

GESTIÓN DEL RETORNO SOCIAL DE LA INVERSIÓN DE LOS PROYECTOS SOCIALES EN MINERÍA

Martes de 7:00 a 10:15 p. m. *

Las empresas desean mantener una buena relación con las comunidades y obtener su "licencia social para operar" dentro de un ambiente de confianza y de beneficio mutuo en el largo plazo; es por ello que desarrollan proyectos conjuntos con la comunidad a fin de mejorar su imagen. Sin embargo, no siempre resulta fácil comunicar los beneficios generados por estos proyectos y esto genera problemas en las operaciones de las empresas.

El SROIM (*Social Return on Investment Management*) o Gestión del Retorno Social de la Inversión, es un modelo para comunicar mejor el valor generado de sus proyectos de responsabilidad social, así como obtener los siguientes beneficios adicionales: Demostrar que los proyectos son gana – gana, mejorar la percepción de la comunidad sobre los beneficios recibidos por la empresa, justificar la inversión ante accionistas, comunidad y gobierno, entre otros.

OBJETIVO

Los participantes podrán visualizar mayores impactos sociales y ambientales de sus proyectos y programas. Tendrán competencias para calcular el efecto multiplicador de la inversión como indicador que justificará la inversión realizada y que le ayudará a comunicar mejor los impactos sociales y ambientales generados.

TEMARIO

- Introducción a la metodología SROIM.
 - Problema de la medición actual.
 - Antecedentes del SROIM.
 - Objetivos.
- Gestión del SROIM.
 - Desarrollo de herramientas: redes sociales, indicadores de sostenibilidad, ciclo de vida.
 - Matriz indicadores vs. *stakeholders*.
- Implementación del SROIM.
 - Recolección de información.
 - Aislamiento de la intervención.
 - Valorización de los impactos.
 - Flujo de caja social.
 - Cálculo del SROIM.

PARTICIPANTES

Profesionales de las empresas del sector minero interesados en conocer los impactos sociales de sus operaciones y/o proyectos. Responsables de la imagen institucional y comunicacional de las empresas. Gerencias de Planeamiento Estratégico, Relaciones Comunitarias, Responsabilidad Social y/o del Medio Ambiente. Profesionales de organizaciones sin fines de lucro y del sector público.



PROFESOR CÉSAR SÁENZ ACOSTA

Es Autor de la metodología SROIM o Gestión del Retorno Social de la Inversión, con resultados exitosos de su aplicación a empresas del sector público y privado. Profesor contratado de la Universidad ESAN en los cursos de Responsabilidad Social y el SROIM. Doctor en Administración de Empresas, con especialización en Responsabilidad Social por ESADE España. Magister en Administración de Empresas por ESAN con intercambio en Erasmus Rotterdam University de Holanda. Asimismo, es capacitado en el GRI Certified Training Program – Peru on GRI Sustainability Reporting Process. Ingeniero por la Universidad Nacional de Ingeniería.

* El martes 1 de noviembre es feriado y no se programarán clases.

GESTIÓN SOCIO AMBIENTAL EN MINERÍA

Jueves de 7:00 a 10:15 p. m. *

OBJETIVO

Fortalecer competencias en gestión socioambiental a través de diversos recursos de aprendizaje aplicados al contexto nacional, especialmente en el sector minero. Con ello se busca mejorar los procesos de toma de decisiones en términos tangibles e intangibles (confianza, respeto, capital social, ambiente saludable, sostenibilidad, gobernabilidad).

Se expondrán temas críticos en la gestión socioambiental de las operaciones mineras, desde una perspectiva integradora; se presentará la sostenibilidad como principio clave para la gestión socioambiental estratégica en la minería moderna, y la conciliación de los enfoques de sostenibilidad, responsabilidad social y ética, como bases para mejorar la gestión estructural -no coyuntural- en la minería y otras actividades estratégicas para el país.

TEMARIO

- Conceptos legales ambientales.
- Antecedentes y prácticas en la minería, desde la perspectiva ambiental y social: minería y conflictos sociales.
- Gestión ambiental: enfoques, marco regulatorio y normativo ambiental, ECA e instrumentos de gestión ambiental (IGA).
- Sistemas de gestión ambiental (SGA): introducción a los SGA, ISO 14001.
- Indicadores de gestión ambiental mundial.
- Pasivos ambientales: normas y herramientas de remediación.
- Condiciones para que un proyecto de inversión cree valor.
- Relacionamiento con comunidades y grupos de interés: mitos y realidades.
- Gestión de servicios ecosistémicos.
- Claves para la viabilidad y sostenibilidad de la minería.
- Los motores del desarrollo sostenible.
- Sostenibilidad, responsabilidad social - ¿empresarial? - y ética.
- Desarrollo sostenible y responsabilidad social: cómo se entienden y practican en minería, pesca, gestión ambiental y acuicultura.
- Responsabilidad social del Estado en minería: AMSAC (Activos Mineros).
- Mecanismos de inversión pública en entornos mineros: canon y Oxi.
- Mapeo de actores y escenarios de intervención.

PARTICIPANTES

Este curso está dirigido a ejecutivos y decisores de entidades públicas y privadas, con o sin fines de lucro, vinculadas al sector minero y que tienen como principal responsabilidad la gestión de las relaciones con los grupos de interés externos -gobiernos regionales y locales, comunidades y poblaciones. Profesionales vinculados al sector minero con interés en la gestión social y ambiental.



PROFESOR LUIS EGOCHEAGA YOUNG

Profesional con amplia experiencia en construcción y gestión de gobernabilidad en contextos complejos, comprometiendo al Gobierno, la Sociedad Civil y al sector Privado en la generación de valor económico, social y ambiental. Ha diseñado y gerenciado soluciones innovadoras en minería, hidrocarburos, energía, diversas industrias, acuicultura, pesca, salud, agua, saneamiento, manejo forestal y comercio en 22 regiones de Perú y otros 14 países de ALC, gerenciado el área socioambiental de proyectos y operaciones mineras en Glencore, Cerro La Mina, Lumina Copper, Sociedad Minera El Brocal y Activos Mineros. Magister en Administración de Empresas (ESAN). Ingeniero Pesquero (UNALM).

* El jueves 8 de diciembre es feriado y no se programarán clases.

INFORMACIÓN GENERAL



INVERSIÓN

Cursos	Inversión
Cursos de 14 sesiones + sesión de evaluación:	S/ 1,780

PAGO ONLINE

— Pago *online* con multiplataforma



En el siguiente link:



FINANCIAMIENTO SIN INTERESES

Alternativa	En 2 partes	En 3 partes	En 4 partes
Cuota Inicial	S/ 890	S/ 594	S/ 445
Cuotas	S/ 890 (1 cuota)	S/ 593 (2 cuotas)	S/ 445 (3 cuotas)

Esta opción supone una carta de compromiso de la empresa si es el caso. Las letras correspondientes deberán ser aceptadas por el participante.

TEA: 12.69% - Cuotas mensuales.

El monto indicado en "interés incluido" está ya considerado dentro de las cuotas en cada caso.

Nota 1: El alumno que se matricula de manera financiada (cuotas) debe de firmar un pagaré.

Nota 2: El financiamiento directo que ESAN ofrece, requiere que los alumnos suscriban letras y/o pagarés. Estos títulos valores podrán ser enviados en calidad de descuento o cobranza a las entidades financieras locales. El alumno será notificado del cambio. Los descuentos no son acumulables.

Nota 3: Todo financiamiento debe estar respaldado de una Declaración Jurada aceptada por el alumno.

Descuento por Matrícula Anticipada al Contado

Descuento	S/ 90
-----------	-------

Descuento válido hasta el 23 de Setiembre de 2022.

RECONOCIMIENTO A LA EXCELENCIA

ESAN, en su afán de estimular el buen desempeño profesional, otorga un reconocimiento especial a quienes ocupan el primer puesto. Este estímulo es aplicable por una sola vez en el siguiente curso del PEE, tanto para los matriculados en cursos individuales como para los matriculados en alguno de los certificados, mientras esté vigente esta política. Si usted obtuvo el reconocimiento en el último curso de un certificado, podrá hacer efectivo el descuento en un curso adicional. De otro modo, perderá el beneficio.

1er. Puesto en el orden de mérito PEE **10% de descuento**

Plazo máximo para aplicar el beneficio: 12 meses contados desde la entrega de su certificado



RECONOCIMIENTO A LA PREFERENCIA

Para ESAN, tanto las empresas como los participantes individuales gozan de nuestra mayor consideración. Su preferencia nos estimula a mejorar y seguir otorgándole facilidades que premien su asiduidad.

Descuento Personal para Alumnos y Exalumnos*
ESAN premiará su fidelidad con bonos personales.

Descuento

10% de descuento

Descuento Corporativo y Empresarial**

ESAN ofrece a las instituciones o empresas un porcentaje de descuento corporativo basado en el número de participantes matriculados dentro de una misma convocatoria.

También ofrece un descuento a los trabajadores de una empresa o grupo empresarial, que cumplan con los requisitos de matrícula. La empresa presenta a sus trabajadores mediante una carta indicando nombre completo, puesto/cargo, teléfono correo electrónico.

Participantes en el grupo

De 3 a más

Descuento

10% de descuento

*Los montos considerados están basados en el precio de S/ 1780 por curso.

Sólo para los casos de descuentos por excelencia académica, se considerará adicionalmente al descuento correspondiente. Los descuentos no son acumulables.

**Descuento válido dentro de la misma convocatoria. No acumulable en el tiempo. Los descuentos no son acumulables.

Descuento por Certificado de Especialización***

Los interesados en inscribirse al Certificado de Especialización gozarán de un descuento especial.

Opción 1: Pago por Matrícula Anticipada por Certificado de Especialización al Contado

Valor Regular	Valor con descuento
S/ 7 195	S/ 6 695*

*Descuento de Matrícula anticipada al contado por Certificados de Especialización: S/ 500

*Descuento válido hasta el 23 de Setiembre de 2022.

Opción 2: Financiamiento a 15 cuotas sin intereses

Paquetes de 5 cursos	Contado	Financiamiento	
		Cuota Inicial	15 cuotas
	S/ 7195	S/ 520	S/ 445

Nota 1: El alumno que se matricula de manera financiada (cuotas) debe de firmar un pagaré.

Nota 2: Mientras define su necesidad del tipo de comprobante de pago a emitir es posible solicitar un provisional. El tiempo máximo para definir el cambio de provisional a boleta o factura es de 15 días como máximo y dentro del mismo mes.

Nota 3: En caso de retiros, previo aviso del participante o empresa auspiciadora, ESAN procederá de acuerdo con los términos establecidos, el cual se le hará entrega el día de inicio de clases.

«De conformidad con el segundo párrafo del artículo 19° del Texto Único Ordenado de la Ley del Impuesto General a las Ventas e Impuesto Selectivo al Consumo, aprobado por el Decreto Supremo N° 055-99-EF y, el numeral 7, artículo 9° del Reglamento del referido TUO, aprobado por el Decreto Supremo N° 136-96-EF, sólo cuando en el comprobante de pago se hubiere omitido consignar separadamente el monto del impuesto, estando obligado a ello o, en su caso, se hubiere consignado por un monto equivocado, procederá la anulación del comprobante de pago original y la emisión de uno nuevo. En consecuencia, salvo los casos antes mencionados, una vez emitido y entregado el comprobante de pago, no se admitirá ningún cambio ni anulación del comprobante de pago.»

Nota 4: Todo financiamiento debe estar respaldado de una Declaración Jurada aceptada por el alumno.



METODOLOGÍA

Está diseñada para desarrollar en el participante las destrezas, habilidades y el talento gerencial necesario para desenvolverse en el campo empresarial. Se privilegia el uso de métodos prácticos como el análisis de casos, el trabajo en equipo, la discusión de lecturas, la investigación de campo, la resolución de ejercicios aplicativos, entre otros. El profesor además de dominar el tema tiene una vasta experiencia, enriquece la clase con conceptos, aportes novedosos y guía el proceso de aprendizaje con su intervención o interactuando con los participantes. El participante antes de cada sesión debe leer y analizar el material asignado y, resolver en equipo los casos o trabajos. El desempeño del alumno es evaluado permanentemente a través de su participación en clase, exposición de casos, controles de lectura, trabajos especiales y examen final. Esta metodología contribuye a desarrollar en el participante las destrezas, habilidades y el talento gerencial necesario para desenvolverse en el campo empresarial.

REQUISITOS DE ADMISIÓN

Generales:

Ser ejecutivo con experiencia o tener grado de bachiller universitario.

Específicos:

Algunos cursos requieren que el participante tenga conocimientos previos. En estos casos, se especificará claramente cuáles son y la obligatoriedad de observarlos para el mejor aprovechamiento del curso.

PERFIL DEL PARTICIPANTE

Por la diversidad de temas y niveles de cursos, pueden ser participantes del PEE aquellos que se ajusten a las siguientes descripciones:

- Ser un profesional que desea iniciar su carrera gerencial de acuerdo con sus necesidades inmediatas o proyectándose en un escenario especializado o generalista. Dependiendo de sus intereses, contará con cursos básicos.
- Ser un profesional y ejecutivo que, estando inmerso en la carrera gerencial, requiere afianzar o complementar sus conocimientos. Dependiendo de sus intereses contará con cursos intermedios.
- Ser un profesional y ejecutivo senior que requiere ampliar su visión y conocimientos. Para ello, contará con cursos avanzados y cursos nuevos que le permitirán acceder a la frontera del conocimiento y por ende estar actualizado.

DOCUMENTOS DE ADMISIÓN

- Solicitud de inscripción completa.
- Copia de grado bachiller o constancia de egresado universitario. En caso no contase con el requisito remitir el CV para evaluación.

Formas de inscripción ex alumnos PEE

Si es ex alumno del PEE o está matriculado en uno de los Certificados de Especialización deberá formalizar su matrícula en:

<http://www.esan.edu.pe/pee/solicitud-de-exalumnos.pdf>

Cuenta Corriente:

193-1764415-0-72, Banco de Crédito.

Nota: Si el depósito es realizado en el banco, el participante deberá presentar la boleta de depósito para poder sustentar el pago realizado al momento de la inscripción.



RECURSOS OFRECIDOS AL PARTICIPANTE DEL PEE

— ESAN/DATA

Acceso a la red del Campus (laboratorios y red inalámbrica).

— Acceso a ESAN/Cendoc, Biblioteca y Centro de Información

Durante el programa y al término de sus estudios, el participante tiene a su disposición la mejor biblioteca textual y digital especializada en ciencias administrativas, económicas y disciplinas conexas. ESAN/Cendoc cuenta con colecciones actualizadas, registra sus contenidos en bases de datos automatizadas y su catálogo en línea es accesible las 24 horas del día en Internet.

- La calidad de sus servicios de información ha sido reconocida internacionalmente por organismos como Cepal, Cladea, entre otros.

Además de textos, cuenta con accesos a bases de datos, investigaciones de mercados, tales, como:

- Topline VIP
- VERITRADE
- Perú en Números
- Passport Euromonitor
- IPSOS
- JP Morgan

FICHA DE INSCRIPCIÓN 2022*

CURSO: _____

Curso Individual

Certificado de Especialización

ÁREA:

Administración Dirección de Personas Marketing Salud B2B

Finanzas Operaciones y Logística Tecnologías de Información Energía Minería

DATOS PERSONALES:

DNI CE: _____

Apellidos y nombres (como figura en su DNI): _____

RUC: _____

Fecha de nacimiento: _____ Nacionalidad: _____

Estado civil: _____ Sexo: F M

Domicilio actual: _____

Distrito: _____ Celular: _____ Teléfono fijo: _____

E-mail de la empresa: _____

E-mail personal: _____

EXPERIENCIA LABORAL:

Actual: _____ Última: _____

Nombre de la empresa: _____

Dirección de la empresa: _____

Teléfono: _____ Fax: _____ RUC: _____

Actividad de la empresa: _____

Cargo: _____

Desde: _____ Hasta: _____

Nombre del jefe inmediato superior: _____

Cargo del jefe inmediato superior: _____

Nombre del gerente general: _____

*Datos necesarios para la entrega del diploma del certificado durante la clausura del curso.

Nota: La factura será emitida de acuerdo a los datos colocados en esta ficha.

FICHA DE INSCRIPCIÓN 2022*

INFORMACIÓN ACADÉMICA:

	Institución	Nº de ciclos aprobados	Especialidad	Fecha de término
Estudios universitarios no concluidos	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Estudios universitarios (estudios concluidos sin grado)	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Universidad completa (titulado o bachiller) (marque la que corresponde)	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Posgrado (1 año o más)	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Otros resultados superiores (no universitarios) (no menor de 3 años)	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

FORMAS DE PAGO:

- Contado N° de cuotas _____
- Financiado

COMPROBANTE DE PAGO:

- Boleta Factura A nombre personal
- A empresa

Razón Social: _____

RUC: _____

Dirección _____

INDIQUE CÓMO SE ENTERÓ DEL CURSO:

- Por aviso periodístico Por correo electrónico Por redes sociales
- Por oficina de RR.HH. de su empresa Por página web de ESAN Por referencia de exalumno
- Otros (especifique) _____

¿HA ESTUDIADO ANTES EN ESAN?

- Sí Fecha: _____ No
- Firma _____ Fecha: _____

ESAN PRESENTES EN LOS RANKINGS MÁS PRESTIGIOSOS DEL MUNDO

Nº 1 EN PERÚ
RANKING 2022

América
economía

Nº 1 EN PERÚ
RANKING 2021

QS WORLD
UNIVERSITY
RANKINGS

MEMBRESÍAS DE EDUCACIÓN EJECUTIVA

Consortium For University-Based Executive Education

Es la red más grande e importante en Educación Ejecutiva a nivel global. ESAN es la primera escuela de Perú miembro de este Consorcio que tiene como miembros a las mejores escuelas del mundo: Harvard, Stanford, MIT, Kellogg, Wharton, London Business School, Oxford, Cambridge, INSEAD, HEC, IMD, IE, IESE, ESADE.

European Foundation for Management Development (EFMD)

Red de más de 800 miembros de organizaciones dedicadas a la administración de negocios en áreas como la enseñanza, el comercio, el servicio público y la consultoría.

Network of International Business and Economic Schools (NIBES)

Red académica y educativa internacional integrada por instituciones especializadas en la enseñanza de administración y negocios.

Consejo Latinoamericano de Escuelas de Administración (CLADEA)

Organismo que agrupa a las principales escuelas de negocios de Latinoamérica. ESAN es miembro fundador y actual sede de su dirección ejecutiva.

Partnership in International Management (PIM)

Programa de cooperación para el intercambio internacional de estudiantes de posgrado en Administración. Solo una escuela o universidad es aceptada anualmente como miembro. Estas escuelas son las mejor rankeadas dentro de su región.

Principles for Responsible Management Education (PRME)

La cooperación entre la ONU y las 60 escuelas de negocios del mundo para integrar la responsabilidad social dentro de los currículos y las investigaciones académicas.

Membresías





**CRUZA TODAS
LAS FRONTERAS**

INFORMES E INSCRIPCIONES:

 **WhatsApp:** 942 891 541 T/ 317 7226
E/ informes@esan.edu.pe
Alonso de Molina 1652, Monterrico, Surco

ENCUENTRA A UNA ASESORA EN TU CIUDAD

Arequipa:

Glendy Torreblanca
C/ 966 955 350 / 974 203 113 / 990 077 911
E/ gtorreblanca@esan.edu.pe

Chiclayo:

Clara Leandres
C/ 944 942 044 / 981 148 055
E/ cleandres@esan.edu.pe

Piura:

Margaret Leandres
C/ 990 077 915 / 969 724 422
E/ mleandres@esan.edu.pe

Trujillo:

Nícida Méndez
C/ 990 077 897 / 975 360 044 / 948 312 846
E/ nmendez@esan.edu.pe

esan.edu.pe

 conexionsan.com  @esanperu  esaneducacionejecutiva

