



esan GRADUATE
SCHOOL OF
BUSINESS

EXECUTIVE EDUCATION



2 PEE EMPRESARIAL 1 PEE SECTORIAL

Programa de Especialización para Ejecutivos

Del 27 de marzo al 28 de mayo de 2023

*¡Te acompañamos a construir
tu ruta de especialización!*

Formato:



Online en
tiempo real

Adicional al horario de días de semana por la noche, disfruta de nuestro horario especial:

— Weekend

— Matutino

esan.edu.pe





ÍNDICE

Ventajas diferenciales 03

Misión de ESAN 04

Palabras del Director 05

Certificado de Especialización 08



Área Académica de
ADMINISTRACIÓN 16



Área Académica de
FINANZAS 36



Área Académica de
MARKETING 61



Área Académica de
OPERACIONES Y LOGÍSTICA 82



Área Académica de
TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN 103



Área Académica de
SALUD 111



Área Académica de
B2B 118



Área Académica de
ENERGÍA 125



Área Académica de
MINERÍA 131

Información General 136



HAZ CLICK EN
CADA ÁREA

VENTAJAS DIFERENCIALES

LOS 4 PILARES

01

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.

02

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.

03

ACOMPañAMIENTO FLEXIBLE

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.

04

RECONOCIMIENTO AL ÉXITO

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

América
economía

RANKING 2022

Nº **1** EN PERÚ

TOP **5** LATAM

Nº **1** EN PERÚ

CCL CÁMARA DE COMERCIO LIMA

MEJOR ESCUELA DE POSTGRADO
XX ENCUESTA ANUAL DE EJECUTIVOS CCL 2022

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 DEL DIRECTOR

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.

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,

EDDY MORRIS ABARCA
Director
Executive Education



Pertencientes a la red:



¿SABÍAS QUÉ?

El curso del PEE comprende:



21

horas

o



28

horas
lectivas*

+



1

examen

* Cada sesión equivale a 90 minutos de clase.

AHORA EL PEE TRAE NUEVAS MODALIDADES Y HORARIOS

¡ELIGE LO QUE MÁS SE ACOMODE A TI!

FORMATOS



ONLINE

100% online en
tiempo real

MODALIDAD



WEEKENDS

Fines de semana



MATUTINO

días de semana y
fines de semana por
la mañana

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.





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 de primer nivel, 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 desde el 2022-3.

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 emiten 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
- Certificado de Especialización en Gestión Financiera en Empresas Mineras

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

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 de otra Especialidad del área

+

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 y Salud 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.

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.





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 asesora comercial 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.

CONSIDERACIONES PARA CURSOS ONLINE EN TIEMPO REAL



PLATAFORMA DE VIDEOCONFERENCIA E-LEARNING

Sistema *e-learning* colaborativo que permite tener clases síncronas (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).

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+

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.



ÁREA ACADÉMICA DE

ADMINISTRACIÓN

CERTIFICADO DE ESPECIALIZACIÓN EN:

ADMINISTRACIÓN

DIRECCIÓN DE PERSONAS



Certificado de Especialización en:

ADMINISTRACIÓN

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

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

BUSINESS AGILITY: MODELO DE TRANSFORMACIÓN PARA LA AGILIDAD ORGANIZACIONAL

Yolanda Valle | Gustavo Ortega
Miércoles de 7:00 a 10:15 p. m.

DESARROLLO DE COMPETENCIAS GERENCIALES

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

ESTRATEGIAS Y TÉCNICAS DE NEGOCIACIÓN

María Rosa Moran Macedo
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. *

TOMA DE DECISIONES Y GERENCIAR ORGANIZACIONES

Luis Ángel Piazzón Gallo
Martes de 7:00 a 10:15 p. m. *

VISUAL MANAGEMENT CON LOS PRINCIPIOS DEL DATA STORYTELLING

Gustavo Ortega Ubillús
Lunes de 7:00 a 10:15 p. m. *

NUEVO

HABILIDADES BLANDAS PARA UNA DIRECCIÓN DE PROYECTOS EFECTIVA

Manuel Ortiz de Zeballos
Lunes de 7:00 a 10:15 p. m. *

NUEVO

DIRECCIÓN DE PERSONAS

DERECHO LABORAL

Cesar Puntriano Rosas
Martes de 7:00 a 10:15 p. m.

ESTRATEGIAS DE FORMACIÓN DEL TALENTO HUMANO

Sylvana Pasquel Cook
Sábado de 8:30 a. m. a 1:30 p. m. *

FW

GESTIÓN DEL POTENCIAL HUMANO POR INDICADORES

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

GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO

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

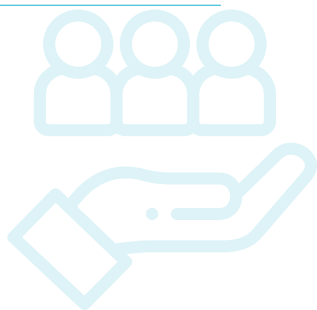
LIDERAZGO 4.0 CON HERRAMIENTAS DE COACHING

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

(*) Horario especial

FW

FORMATO
WEEKEND



Certificado de Especialización en:

DIRECCIÓN DE PERSONAS

RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN

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

SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO

Aldo Ccahuana Vásquez
Martes de 7:00 a 10:15 p. m.

(*) Horario especial

FW

FORMATO
WEEKEND



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 mediato 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.

* El Lunes 01 de mayo no hay clase por feriado.



SOLICITA
INFORMACIÓN



MATRICÚLATE
AHORA

BUSINESS AGILITY: MODELO DE TRANSFORMACIÓN PARA LA AGILIDAD ORGANIZACIONAL

Miércoles de 7:00 a 10:15 p. m.

OBJETIVO

Vivimos tiempos complejos y hoy, más que nunca, es indispensable que la organización de los flujos de trabajo en la empresa contribuya al logro de objetivos de manera ágil y sin perder la eficiencia operativa. ¿Cómo lograrlo? Migrando hacia una organización dual. Este binomio es la clave en la transformación organizacional: estructura tradicional como áreas de servicio y estructuras ágiles, que integradas funcionan como una organización líquida y colaborativa: Business Agility.

Para lograr un diseño organizacional bien diseñado y desplegado, es más que solo implementar metodologías y marcos ágiles. Se requiere de un proceso de transformación organizacional que esté a la altura de los desafíos de un entorno complejo e incierto con el fin que el nuevo diseño organizacional contribuya al logro de objetivos empresariales y les permita vivir en un cambio permanente sin perder la eficiencia operativa.

Todo proceso de transformación organizacional debe seguir un modelo de implementación iterativo e incremental. ¿Cuáles son las tendencias? ¿Cuáles son los elementos del diseño organizacional que se transformarán? ¿Qué habilidades necesitan los directivos para responder a estos retos? ¿Es posible "agilizar" mi empresa?

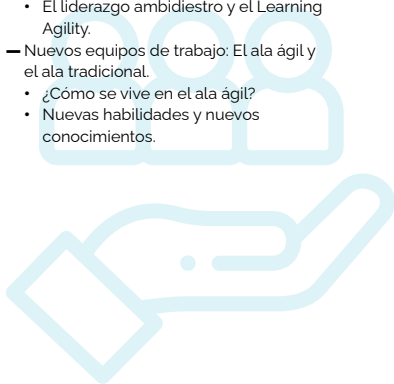
Al finalizar el curso, el estudiante será capaz de establecer las estrategias necesarias para iniciar el proceso de transformación del diseño organizacional, a través de la aplicación de un modelo de trabajo. Aprenderá a identificar los desafíos de la estrategia empresarial para definir la nueva lógica organizacional (el ala ágil y el ala de servicios o tradicional). Conocerá como se definen los nuevos equipos de trabajo, los nuevos roles y procesos de trabajo. En la última parte aprenderá a construir las estrategias de comunicación para apoyar el proceso de transformación.

Negarse a esta nueva realidad es negarse a aceptar los cambios que nos depara el futuro por ello el curso tienen un enfoque práctico y el aula es una zona de entrenamiento. El estudiante desarrolla,

desde el inicio del curso, un proyecto de transformación organizacional con enfoque ágil. Ponga en práctica lo que aprende.

TEMARIO

- La estrategia.
 - El Proceso de Administración estratégica en los modelos de negocio.
 - El Model CANVAS.
 - La disrupción que originan las tecnologías de la 4ta revolución industrial.
 - Gestión del cambio. Cómo se gestiona el cambio. De entorno VUCA a BANI.
 - Lean Change Management: people centric y feedback driven.
- La lógica de la nueva estructura.
 - Desde las organizaciones como "maquinas" a las organizaciones como "organismos".
 - De la gestión por funciones a la gestión por procesos.
 - Organizaciones líquidas: Cómo ganar flexibilidad y agilidad a través del diseño de una organización dual.
 - ¿Qué es una organización ágil? Las áreas de servicio y los equipos ágiles.
 - Los cinco rasgos distintivos de las organizaciones ágiles.
 - Los principios de la agilidad.
 - El liderazgo ambidiestro y el Learning Agility.
- Nuevos equipos de trabajo: El ala ágil y el ala tradicional.
 - ¿Cómo se vive en el ala ágil?
 - Nuevas habilidades y nuevos conocimientos.



- Elementos del diseño organizacional que se modifican.
 - Los órganos de un organigrama.
 - Las nuevas funciones, el MOF y el MOF ágil.
 - Los cambios en la gobernanza.
 - Nuevos procesos de trabajo.
- El diseño del plan de transformación.
 - El proceso transformador.
 - El plan de gestión del cambio.
 - El plan de comunicación.
 - El plan de despliegue.

PARTICIPANTES

El curso está dirigido a todos aquellos profesionales que están viviendo un proceso de transformación organizacional hacia diseños ágiles (Business Agility). A todos aquellos que deseen conocer la base de estos procesos para iniciar el cambio en sus organizaciones. A equipos de las áreas de Recursos Humanos que son una pieza clave en los procesos de transformación. O a todos aquellos profesionales que desean conocer las nuevas formas de trabajo ya sea que se queden en el ala tradicional o pasen a formar parte de los equipos ágiles y que deseen desarrollar nuevas competencias.

PROFESORES



YOLANDA VALLE RAMELLA

Actualmente se desempeña como Directora de la Maestría en Organización y Dirección de Personas de ESAN Graduate School of Business. Coordinadora e investigadora del equipo GEM Perú.

Ph. D. en negocios por la Universidad de Granada, España. MBA por ESAN, Perú con especialización en Finanzas. Scrum Master.



GUSTAVO ORTEGA UBILLÚS

Actualmente es gerente de proyectos de la consultora STIGOU. Tiene más de 17 años de experiencia como docente e instructor en entornos físicos y más de 8 años en entornos virtuales.

Consultor en procesos y estrategia. Trabaja con directivos para revisar modelos de negocios, elaborar planes estratégicos, mapas estratégicos y tableros de control; así como, para optimizar, redefinir y rediseñar procesos. Ha desarrollado más de 40 proyectos relacionados a la especialidad en Perú, Colombia y Portugal. Centra su investigación en las metodologías que las empresas utilizan para hacer frente a los eventos imprevistos en sus procesos, en la innovación de procesos y en la revisión de la estrategia empresarial para conseguir eficiencias operativas de manera ágil y eficiente. Ha diseñado un marco para implementar de manera ágil innovaciones en los procesos y ahora en los servicios. Magister por UPC. Posgrados en Gerencia de Sistemas y TI.



**SOLICITA
INFORMACIÓN**



**MATRICÚLATE
AHORA**

DERECHO LABORAL

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

OBJETIVO

El objetivo de la asignatura es brindar el conocimiento teórico-práctico a los participantes de los principales temas laborales de actualidad, dotándolos de herramientas para la toma de decisiones en materia laboral, teniendo claro las consecuencias de aquellas. Para ello se analizará cada uno de los temas no solo a partir de la normativa vigente, sino que se complementará el contenido con los recientes criterios judiciales y del Tribunal de Fiscalización Laboral.

TEMARIO

- Se abordarán temas de la mayor relevancia como:
 - La contratación laboral (indeterminada y a plazo fijo).
 - Intermediación laboral.
 - Tercerización, remuneraciones y beneficios sociales.
 - El poder de dirección empresarial (directivo, fiscalizador y sancionador).
 - Extinción del vínculo laboral, tributación laboral y fiscalización de SUNAFIL.

PARTICIPANTES

Abogados, bachilleres en derecho, ingenieros industriales, contadores, administradores, psicólogos, trabajadores sociales y en general, todo aquel que desee aproximarse a las principales instituciones del derecho laboral peruano, con una visión muy enfocada en nuestra realidad.



PROFESOR CÉSAR PUNTRIANO ROSAS

Abogado y Magister en Derecho del Trabajo por la Pontificia Universidad Católica del Perú. Docente en ESAN, en la Maestría en Derecho del Trabajo en la Universidad San Martín de Porres. Más de 20 años de experiencia en asesoría laboral a empresas locales y extranjeras.



SOLICITA
INFORMACIÓN



MATRICÚLATE
AHORA

DESARROLLO DE COMPETENCIAS GERENCIALES

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

OBJETIVO

Desarrollar y explorar un conjunto de habilidades humanas que lleven a los participantes a conjugar la competencia técnica con la excelencia interpersonal, complementando su formación técnica en gestión para hacer frente, con eficiencia y eficacia, al proceso de globalización que coloca a nuestras organizaciones en un entorno de intensa competencia. Proporcionar los conocimientos y las habilidades requeridas por el gestor de organizaciones para tener subordinados productivos y satisfechos, mejorar el trabajo en equipo, liderar eficazmente bajo distintas condiciones, identificar y emplear métodos adecuados de toma de decisiones y para resolver los conflictos interpersonales y grupales.

TEMARIO

- Competencias de manejo personal. relevancia como:
 - Medición de competencias básicas.
 - Competencias: negociación y manejo de conflicto. La teoría de juegos para análisis.
- Competencias de interacción.
 - Competencia: la motivación.
 - Competencia: el liderazgo.
- El contexto.
 - El contexto: la cultura organizacional. La realidad del país.
 - El contexto: capital humano y empleabilidad.

PARTICIPANTES

Dirigido a profesionales de todo nivel jerárquico de la organización privada o pública cuyo objetivo sea conocer y desarrollar sus competencias gerenciales. El curso les permitirá desarrollar un conjunto de habilidades que les servirá de complemento a sus conocimientos técnicos dentro de un modelo de excelencia personal.



PROFESORA LYDIA ARBAIZA FERMINI

Ha sido Directora de la Dirección de Programas Institucionales de ESAN. Se ha desempeñado en gerencias de recursos humanos, financiera y administrativa principalmente en el sector construcción. Consultora de empresas en los temas de planes estratégicos y responsabilidad social empresarial. Perteneció a la red MOC (Microeconomics of Competitiveness) de la Universidad de Harvard en su calidad de profesora de Estrategia. Ha sido Directora en el Fondo MiVivienda. Profesora Invitada de la Universidad Externado (Colombia) en la cátedra de Comportamiento Organizacional y de la Universidad San Francisco de Quito (Ecuador) en la cátedra de Gerencia Estratégica. Ph. D. en Economía con mención en Teoría Organizacional de Otto Beisheim Graduate School of Management de la Universidad WHU-Koblenz, Alemania. MBA de ESAN.

* El Jueves 6 de abril no hay clase por feriado.



**SOLICITA
INFORMACIÓN**



**MATRÍCULATE
AHORA**

ESTRATEGIAS DE FORMACIÓN DEL TALENTO HUMANO

Sábados de 8:30 a. m. a 1:30 p. m. *

OBJETIVO

El presente curso online tiene como objetivo dotar a los participantes de herramientas efectivas para el diseño, planificación, implementación, evaluación y seguimiento de la formación del talento humano en las organizaciones, adaptadas a los diferentes contextos en los que nos encontramos (Modalidad de formación presencial, híbrida, virtual: sincrónica, asincrónica, entre otros), teniendo en cuenta los principios básicos de la andragogía (el aprendizaje de los adultos), así como también los métodos para la formación de competencias (conocimientos, habilidades y actitudes), alineando los planes formativos a la estrategia de la organización.

TEMARIO

- La formación de personas como parte de la estrategia del negocio.
- Metodología de enseñanza de adultos (andragogía) aplicada y adaptada a la formación virtual y presencial.
- Diseño, planificación e implementación de planes y programas de formación y desarrollo de competencias virtual y presencial.
- Evaluación y seguimiento de la formación y desarrollo de competencias online y presencial.
- Técnicas y herramientas virtuales y presenciales para la formación y desarrollo de competencias en un contexto de teletrabajo, trabajo híbrido y presencial.
- Las Universidades Corporativas.
- Tendencias de beneficios de formación en las organizaciones.
- Formadores internos como estrategia de la formación y desarrollo del talento humano.
- Casos reales de empresas que implementaron con éxito la formación y el desarrollo de sus colaboradores, logrando un alto impacto para la organización.

FW **FORMATO WEEKEND**

PARTICIPANTES

Dirigido a profesionales de las áreas de Recursos Humanos, encargados de la Gestión del Talento Humano, Consultores de Capacitación y Desarrollo, Coaches de empresas, emprendedores, docentes, ejecutivos y líderes, interesados en aplicar planes y programas de formación y desarrollo para personas adultas, adaptados a un entorno de teletrabajo y/o presencial.



PROFESORA SILVANA PASQUEL COOK

Cuenta con más de 10 especializaciones en RRHH y más de 13 años de experiencia liderando áreas y procesos de Gestión del Talento Humano, en empresas nacionales e internacionales del sector Servicio, Entrenimiento, TI, Educación, Logística y Consultoría. Experta en Formación y Desarrollo de Competencias de líderes y colaboradores, Train the Trainers, Gestión del Desempeño, Gestión del Clima Laboral, Transformación Cultural, Gestión del Cambio, entre otros. Logró que dos empresas ingresaran al Ranking de las mejores empresas para trabajar del Perú por primera vez y una de ellas ocupó el 2do puesto a nivel de Perú y el puesto 22 de Latinoamérica. Logró la transformación de culturas organizacionales gracias a la formación y desarrollo de líderes. Magister en Organización y Dirección de Personas por ESAN y Magister en Psicopedagogía Socio-Laboral por la Universidad de Barcelona, España. Certificada como Coach Internacional por la ICC y como Scrum Máster Professional por CERTIPROF. Cuenta con estudios en Gestión Internacional de Recursos Humanos por ESADE, España e Indicadores de Gestión del Talento Humano por la Universidad de Externado, Colombia.

**El Sábado 08 de abril no hay clase por feriado de Semana Santa.*



**SOLICITA
INFORMACIÓN**



**MATRICÚLATE
AHORA**

ESTRATEGIAS Y TÉCNICAS DE NEGOCIACIÓN

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

OBJETIVO

No basta con haber nacido con habilidades, no basta con ser bueno negociando. Un negociador cultiva sus cualidades, estudia, revisa y se autoevalúa permanentemente ¡Se prepara para cada proceso de negociación!

El objetivo del curso es capacitar al participante en el oficio de la negociación en base a principios y conocimientos prácticos que refuercen la intuición o habilidad negociadora con la que en mayor o menor medida nacemos.

El curso proporcionará instrumentos prácticos que ayuden al participante a desarrollar negociaciones exitosas. Se ha previsto realizar y abordar temas teóricos para la comprensión de las situaciones de negociación, el proceso negociador y al mismo tiempo realizar simulaciones y juego de roles para mejorar su capacidad de análisis y creatividad al momento de enfrentar una negociación.

TEMARIO

- EL HR Business Partner.
- Marco conceptual, definiciones y alcances.
- Comprender la naturaleza de los paradigmas y culturas como fuentes potenciales de los conflictos.
- Visión estratégica de los conflictos, aprovechándolos para la generación de oportunidades y la maduración de las fortalezas organizacionales.
- Tipos de negociaciones, principales conceptos y herramientas de negociación.
- Preparación y planeamiento de la negociación.
- Conocer su propio estilo y perfil como negociador.
- Roles en la negociación en equipo.
- ¿Cómo mejorar mi poder de negociación? Estrategias y tácticas de la negociación.

PARTICIPANTES

Dirigido a empresarios, ejecutivos y profesionales con responsabilidades de liderar equipos de negociación. Profesionales tanto del sector privado como del sector público.



PROFESORA MARÍA ROSA MORÁN MACEDO

Actualmente es consultora para diversas instituciones y organismos multilaterales, como la Comisión de la Unión Europea y las Naciones Unidas. Ha sido asesora del Ministro de Industria y del Ministro de Comercio Exterior en diversas oportunidades. Jefa de la Mesa de Fortalecimiento de Capacidades Comerciales y Miembro del Equipo Negociador Peruano en la Negociación del Tratado de Libre Comercio con EE. UU. Conferencista internacional en diversos países como República Dominicana, Ecuador y Vietnam. MBA por ESAN. Máster en Administración de Negocios por ESADE Barcelona - España. Master en European Human Resources Management por École de Management, Lyon - Francia.

*El lunes 1 de mayo no hay clase por feriado.



SOLICITA
INFORMACIÓN



MATRÍCULATE
AHORA

GESTIÓN DEL POTENCIAL HUMANO POR INDICADORES

Miércoles 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

- Importancia de la gestión del potencial humano mediante indicadores.
- Procesos especializados de recursos humanos y su relación con los indicadores.
- Influencia de la teoría de restricciones en la gestión del potencial humano.
- Eol de las estrategias y actividades en la gestión del potencial humano mediante indicadores.
- Formulación de indicadores efectivos: atributos clave y procedencia de los indicadores
- Elementos de control y seguimiento de los indicadores.
- Relación entre el desempeño de los procesos especializados de recursos humanos y el desempeño de la organización.

PARTICIPANTES

Ejecutivos y funcionarios de organizaciones que requieran conocer y ampliar sus conocimientos en la formulación de indicadores claves de desempeño (KPI) en los diversos procesos especializados de recursos humanos.



PROFESOR RICARDO ALIAGA GASTELUMENDI

Actual CEO del laboratorio farmacéutico Phamaris 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.

Doctor en Administración (Ph.D.) 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, 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).



SOLICITA
INFORMACIÓN



MATRÍCULATE
AHORA

GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO

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

OBJETIVO

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

TEMARIO

- Las personas, la organización y la transformación digital.
- Cultura y clima organizacional.
- Transformación organizacional.
- Análisis y rediseño del trabajo.
- Reclutamiento y selección.
- Capacitación y desarrollo.
- Carrera y planes de sucesión.
- Gestión del desempeño.
- Bienestar del personal

PARTICIPANTES

Profesionales de talento humano del sector privado o público u organismo no gubernamental que estén involucrados en la gestión de personas en entornos presenciales, híbridos o virtuales.



PROFESORA KETY JAUREGUI

Ph. D. en Management de IESE, Universidad de Navarra. Maestría en Administración del ITESM, Monterrey. Ingeniera Industrial de la Universidad Nacional de Ingeniería. Post Doctoral en la Universidad de Victoria, Canadá. Coordinadora Académica del PAEs de Gestión de RRHH y Diplomados de RRHH, Responsabilidad Social y Relaciones Comunitarias. Ha sido Directora de la Maestría de O&DP, Directora del Doctorado ESADE-ESAN y Directora de Investigación. Ha sido profesora de planta ITESM, México. Es profesora invitada de la Universidad de Externado de Colombia. Consultora en gestión de recursos humanos, gestión de responsabilidad social, relaciones comunitarias y herramientas de gestión en empresas.

* El Lunes 1 de mayo no hay clase por feriado.



SOLICITA
INFORMACIÓN



MATRICÚLATE
AHORA

HABILIDADES BLANDAS PARA UNA DIRECCIÓN DE PROYECTOS EFECTIVA

NUEVO

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

OBJETIVO

Desarrollar en los participantes habilidades interpersonales útiles para trabajar con personas de diferentes perfiles y dirigir equipos multidisciplinarios en todo tipo de proyectos acompañando estas habilidades con buenas prácticas de gestión de proyectos.

TEMARIO

- Las técnicas fundamentales para la gestión de proyectos.
- Nuevas habilidades requeridas en la gestión de proyectos
- Identificación de riesgos y establecimiento de estrategias de mitigación.
- Diseño y planeamiento en base a restricciones y requerimientos.
- Gestión de Cambios y su impacto en el tiempo de los proyectos.
- Comunicaciones efectivas. Gestión de agendas e informes.
- Liderazgo efectivo en proyectos y Trabajo en Equipo. Gestión de grupos de interés mediante técnicas como el Networking.
- Gestión de Conflictos con técnicas de Coaching para equipos.

PARTICIPANTES

Gestores de proyectos con o sin experiencia que necesiten desarrollar habilidades blandas para acompañar con éxito la organización de proyectos trabajando con personas de diferentes áreas, Emprendedores, empresarios, proveedores y/o multi-disciplinas en la búsqueda de los objetivos esperados, liderando el desarrollo de proyectos desde su concepto, su planificación, monitoreo y control.



PROFESOR MANUEL ORTIZ DE ZEVALLOS

Ingeniero Electrónico, consultor en el sector privado y público, speaker internacional, profesor en Dirección de Proyectos, empresario. Autor del libro publicado en Amazon "Dirección de Proyectos desde la filosofía marcial". Amplia experiencia en sector educación, proyectos en minería y adaptación de telecomunicaciones en los negocios. Experto en networking profesional. Apasionado por los proyectos sociales, la gobernanza de instituciones de voluntariado social y profesional. Experiencia como presidente y directivo de diversas asociaciones sin fines de lucro y experiencia en decenas de países. Certificado por PMI® como Project Manager Professional (PMP).

**El día 24 de mayo no habrá clase, se recuperará el sábado 06 de mayo de 9:00 a 12:15 p.m. El día 1 de mayo no hay clase por feriado.*



SOLICITA
INFORMACIÓN



MATRICÚLATE
AHORA

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.
- 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.

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 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.

*El Jueves 06 de abril no habrá clase por feriado.



SOLICITA
INFORMACIÓN



MATRICÚLATE
AHORA

RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN

Miércoles de 7:00 a 10:15 p. m.

OBJETIVO

Brindar al participante recursos que le faciliten desarrollar competencias para mejorar la efectividad de los procesos de incorporación del personal en sus organizaciones.

TEMARIO

- Condiciones claves para incorporar talento a las organizaciones:
 - Outbound recruiting.
 - Planeación.
 - Implementación.
 - Retroalimentación.
 - Inbound recruiting & Employer employer branding.
- Adquiriendo talento: Seleccionar.
 - Proceso.
 - Fases.
 - Técnicas.
 - Assessment Centers.
 - Las claves de la entrevista.
 - Tipos y fases de la entrevista.
 - Diseño de las preguntas y de la observación.
 - Entrevistas por competencias: Método STAR.
 - Tendencias.
 - Candidate experience.
- Taller vivencial de entrevista virtual.
 - Rol play: Entrevistador y entrevistado.
 - Modalidad: Grupal y en horarios distintos a los de clase.
 - Participación: Voluntaria.

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 en gestión del talento humano, 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 en: Master Especializado en Gestión Europea de Recursos Humanos -ESC Clermont, Francia; Master en Educación y Tics-Universidad Oberta de Catanluya, España.



**SOLICITA
INFORMACIÓN**



**MATRICÚLATE
AHORA**

SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO

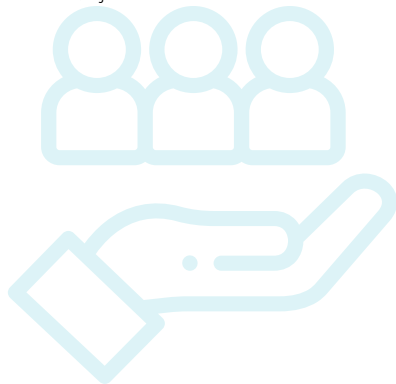
Martes de 7:00 a 10:15 p. m.

OBJETIVO

Al finalizar del curso, el participante conocerá y comprenderá los conceptos de Seguridad y Salud, la aplicación de los mismos en los diferentes sistemas de gestión, y las estrategias de implementación de actividades prevención en materia de seguridad y salud en el trabajo de acuerdo a los lineamientos legales vigentes y conocimientos técnicos correspondientes en las diferentes industrias.

TEMARIO

- Fundamentos de seguridad y salud en el trabajo
 - Historia de la seguridad y salud en el trabajo en Perú y el Mundo
 - Estadística de accidentes de trabajo y enfermedades ocupacionales en Perú y el mundo.
 - Conceptos: Seguridad en el trabajo, salud ocupacional, medicina ocupacional, higiene ocupacional, psicología laboral, Ergonomía.
 - Definición de enfermedad profesional y accidente de trabajo. Impacto en las organizaciones, costos directos e indirectos.
- Normativa en seguridad y salud en el trabajo y sus aplicaciones.
 - Ley de Seguridad y Salud en el Trabajo.
 - Reglamento de Seguridad y Salud en el Trabajo.
 - Normativa relacionada a Salud Ocupacional.
 - Normativa relacionada a Ergonomía.
 - Normativa relacionada a Gestantes.
 - Normativa relacionada a Discapacitados.
 - Normativa relacionada a Enfermedades profesionales.
 - Normativa relacionada a SARS-Cov2- Pandemia Covid-19.
- Desarrollo de Programas de Vigilancia Médica.
 - Peligros Físicos, Químicos, Biológicos, Ergonómicos, Psicosociales, Locativos, Peligros asociados a Energía, etc.
 - Peligros Biológicos: SARS- Cov-2. Pandemia Covid-19.
 - Anticipación, identificación, evaluación y control de los riesgos presentes en el trabajo.
 - Gestión de la exposición
- Higiene Ocupacional.
 - Conservación Auditivas.
 - Protección Respiratoria.
 - Protección a la Piel.
 - Protección a la gestante.
 - Ergonomía (Contexto de trabajo híbrido).
 - Salud Mental (Contexto de trabajo híbrido).
- Desarrollo de Programas de Promoción de la Salud.
 - Actividad física.
 - Alimentación Saludable.
 - Cuidado del Sueño – Higiene del sueño.
 - Hábitos de salud mental.
 - Vacunación.
 - Gestión de ausentismo laboral.
- Gestión de contingencias legales en seguridad y salud en el Trabajo.
 - Investigación de accidente de trabajo.
 - Causalidad de enfermedad profesional.
 - Importancia de la documentación de la gestión de seguridad y salud en el trabajo.



PARTICIPANTES

El curso está dirigido a profesionales de gestión humana, que independientemente del nivel jerárquico, deben de conocer los fundamentos del área de Seguridad y Salud en el Trabajo, que les permita generar impacto dentro de las organizaciones que gestionan permitiendo crear valor agregado con una adecuada gestión en materia de Seguridad y Salud en el trabajo.



PROFESOR ALDO CCAHUANA VÁSQUEZ

Con 19 años de experiencia en el área médica, 18 de ellos en el área de Salud ocupacional. Experiencia laboral en área clínica de Medicina del Trabajo (Brasil), en Centro Toxicológico (Brasil), en sector público y sector privado en el Perú.

Experiencia en Industria química, comunicaciones, minería, servicios, pesquera entre otros sectores económicos. Perito Médico Laboral en casos médicos legales enfermedades por exposición a químicos relacionadas al trabajo, nexos causales. Director Médico de Occupational Health Advisors Médico Ocupacional de BASF, FITESA Perú. Master Builders Solution Perú, MN Peru, Minesense Docente en Salud Ocupacional Posgrado ESAN, Universidad Peruana Cayetano Heredia, Universidad de Piura. Presidente de Sociedad Peruana de Salud Ocupacional. Miembro titular de la International Commission on Occupational Health (ICOH), Miembro de la Sociedad Brasileña de Toxicología.

Médico del Trabajo - Toxicólogo, Higienista Ocupacional. Magister en Gerencia de Servicios de Salud. Especialización realizada en Brasil, Alemania.



**SOLICITA
INFORMACIÓN**



**MATRICÚLATE
AHORA**

TOMA DE DECISIONES Y GERENCIAR ORGANIZACIONES

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

OBJETIVO

El participante será capaz de evaluar su proceso actual de toma de decisiones, se dará cuenta que existe modelos alternativos, aparte del racional, para un mejor entendimiento de las decisiones que se toman. Teniendo en cuenta la importancia de la creatividad, innovación y ciclo de vida de la empresa en el proceso de toma de decisiones gerenciales. Se establecerá qué considerar para tomar buenas decisiones. Se enfatizará además qué determina la calidad de una decisión en la organización y cuales son la fuentes de ventaja competitiva.

TEMARIO

- Neurociencia: cómo funciona nuestro cerebro y la toma de decisiones. Somos seres emocionales.
 - Sesgos cognitivos.
 - Racionalidad limitada.
 - Framing.
- Sesgos y procesos heurísticos.
- La toma de decisiones individual.
 - Problemas y decisiones.
 - Relaciones entre personas y acción directiva.
 - El proceso de toma de decisiones.
 - Decisiones intuitivas.
- Decisiones éticas.
- La toma de decisiones grupal.
- La innovación en la toma de decisiones.
- El gobierno de las organizaciones, qué determina la calidad de una organización, eficacia, atraktividad y unidad.
- Empresa, trabajo directivo y fuentes de ventaja competitiva.
- Análisis de situaciones reales con casos Harvard.

PARTICIPANTES

Profesionales vinculados a la formulación e implementación de estrategias en organizaciones públicas y privadas; con responsabilidad sobre recursos, personas y procesos, y que deseen marcar la diferencia en sus organizaciones.



PROFESOR LUIS PIAZZON GALLO

Socio de consultoría de PIAZZON, MENDIOLA AGUIRRE & ASOCIADOS. Miembro Principal - Educación y Finanzas de IneuroAV S.A.C. Profesor Emérito de la Universidad ESAN. Cuarenta años de experiencia local e internacional en la formación de líderes empresariales, además de participar en la dirección de organizaciones y en tareas que hacen la diferencia. Enfocado en ejercer como director independiente. Ph.D. in Business Administration por Pennsylvania State University. MBA por ESAN. Ingeniero Civil de la UNI.



SOLICITA
INFORMACIÓN



MATRICÚLATE
AHORA

VISUAL MANAGEMENT CON LOS PRINCIPIOS DEL DATA STORYTELLING

NUEVO

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

OBJETIVO

En los sistemas de gestión tradicional la comunicación se genera desde los niveles superiores de dirección hacia los niveles más operativos a través de paneles, correos electrónicos, tableros, entre otros. Sin embargo, pocas veces la parte operativa se comunica de forma efectiva con los niveles superiores.

Por ello, las organizaciones fomentan y potencian el Visual Management, o gestión visual (¿usted ya gestiona de forma visual?). La gestión visual o Visual Management es la capacidad que tiene un equipo de trabajo para comunicar información que permita a otros tomar mejores decisiones de forma visual.

El objetivo del Visual Management es conseguir que la información llegue a todo el mundo, desde la operación a la dirección y viceversa; de forma ágil y efectiva; de una manera que requiera poca o ninguna capacitación previa para interpretar la información.

Nuestro reto como profesionales está en cómo pasar de solo mostrar datos, de forma visual, a crear una historia con los datos para comunicar mejor. Una comunicación con comienzo, desarrollo y final. O, en otras palabras: presentación, conflicto y resolución. Reto que se resuelve cuando tus estrategias de comunicación cumplen las reglas del Data Storytelling.

Se trata de crear una historia alrededor de los datos para darle emoción a la comunicación, ya que nuestras decisiones tienen en cuenta la emoción. De esta forma aumentamos nuestra capacidad de persuadir y de generar mayor engagement (o la conexión emocional) en quien nos lee, nos visualiza o nos escucha; sobre todo cuando existe una nueva jerarquía de las comunicaciones: reuniones presenciales, reuniones virtuales y comunicaciones grabadas de forma más poderosa y convincente.

TEMARIO

- Introducción a la gestión visual: Visual Management.
- Cinco habilidades que todo profesional debe desarrollar.
- Los principios del Data Storytelling.
- Elementos clave: la visualización, la narrativa y la información.
- El secreto de la comunicación efectiva: [(+O) *UEM] *RD.
- La estructura narrativa y el orden de narración.
- Habilidades que debemos entrenar.
- Un modelo de trabajo adaptado a la nueva jerarquía de las comunicaciones.
- Estrategias de comunicación.
- La planificación, la creación y la ejecución: ¿Qué pasa en cada fase?
- Técnicas para el enganche, el desarrollo y el final.
- Nuevos roles que cumplir: Cierra el Power Point.
- Técnicas para escritura, ritmo, flow y coherencia.
- Distintas intenciones de la comunicación.
- Amabilidad, sonrisa y dinamismo.
- La configuración de nuestra zona de trabajo y principales herramientas.
- Practicar con proyectos: reuniones presenciales, reuniones virtuales, contenido grabado.

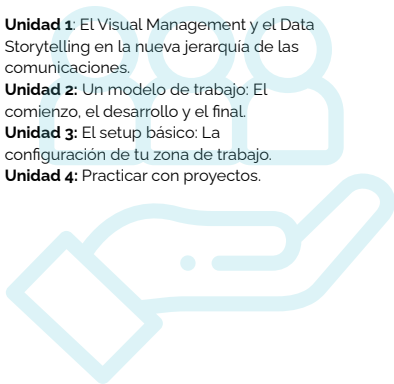
Nuestro curso tiene un formato de zona de entrenamiento. Desarrollaremos cuatro "unidades de aprendizaje":

Unidad 1: El Visual Management y el Data Storytelling en la nueva jerarquía de las comunicaciones.

Unidad 2: Un modelo de trabajo: El comienzo, el desarrollo y el final.

Unidad 3: El setup básico: La configuración de tu zona de trabajo.

Unidad 4: Practicar con proyectos.



Ya sea que trabaje en el ala ágil o en el ala tradicional, conviértase en un mejor comunicador. Son tiempos en el que la sobre oferta de contenidos acorta la capacidad de atención de nuestra audiencia en nuestras reuniones de trabajo. Potenciar nuestra forma de comunicar nos obliga a replantear nuestras estrategias comunicativas. Negarse a esta realidad es negarse a aceptar los cambios que nos depara el futuro.

PARTICIPANTES

El curso está dirigido a cualquier profesional que desee aprender técnicas de storytelling para potenciar su comunicación y persuasión en reuniones de trabajo, reuniones con el equipo, reuniones con el comité o con clientes. A empresas que deseen que sus equipos realicen presentaciones de alto impacto.



PROFESOR GUSTAVO ORTEGA UBILLÚS

Ha desarrollado más de 40 proyectos relacionados a la especialidad en Perú, Colombia y Portugal. Centra su investigación en las metodologías que las empresas utilizan para hacer frente a los eventos imprevistos en sus procesos, en la innovación de procesos y en la revisión de la estrategia empresarial para conseguir eficiencias operativas de manera ágil y eficiente. Como docente su objetivo es darles a los ejecutivos herramientas que les permitan analizar cualquier proceso o servicio y elegir aquellas formas de gestión que mejor se adapten a los requisitos específicos dentro de un determinado contexto. Ha diseñado un marco para implementar de manera ágil innovaciones en los procesos y ahora en los servicios. Actualmente es gerente de proyectos de la consultora STIGOU. Tiene más de 17 años de experiencia como docente e instructor en entornos físicos y más de 8 años en entornos virtuales.

Magister por UPC. Posgrados en Gerencia de Sistemas y TI. Consultor en procesos y estrategia. Trabaja con directivos para revisar modelos de negocios, elaborar planes estratégicos, mapas estratégicos y tableros de control; así como, para optimizar, redefinir y rediseñar procesos.

**El Lunes 01 de mayo no hay clase por ser feriado.*



**SOLICITA
INFORMACIÓN**



**MATRICÚLATE
AHORA**



ÁREA ACADÉMICA DE **FINANZAS**

CERTIFICADO DE ESPECIALIZACIÓN EN:

FINANZAS CORPORATIVAS

BANCA

PREPARACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS



Certificado de Especialización en:

FINANZAS CORPORATIVAS

ANÁLISIS, MODELAMIENTO FINANCIERO Y PROYECCIÓN DE ESTADOS FINANCIEROS A MEDIANO Y LARGO PLAZO	Carlos Aguirre Gamarra Miércoles de 7:00 a 10:15 p. m.
AUDITORÍA FINANCIERA BAJO NIIF Y SU APLICACIÓN PRÁCTICA	Mario Vergara Silva Miércoles de 7:00 a 10:15 p. m.
COMPLIANCE Y AUDITORÍA OPERATIVA Y FINANCIERA	Jorge Bohorquez de los Ríos Lunes de 7:00 a 10:15 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 Y PRESUPUESTOS	José Vicente Calle López Martes de 7:00 a 10:15 p. m.
DIRECCIÓN FINANCIERA DE CORTO PLAZO	Alfredo Mendiola Cabrera Jueves de 7:00 a 10:15 p. m. *
ESTRUCTURACIÓN FINANCIERA	Diego Campos Scattolon Sábados de 8:30 a. m. a 1:30 p. m. * FW
FINANZAS EN EMPRESAS B2B	Alfredo Mendiola Cabrera Carlos Aguirre Gamarra Martes de 7:00 a 10:15 p. m. *
GESTIÓN DE TESORERÍA	Arturo García Villacorta Lunes de 7:00 a 10:15 p. m. *
INDICADORES DE LA GESTIÓN FINANCIERA	Miguel García Villacorta Lunes de 7:00 a 10:15 p. m. *
OPTIMIZACIÓN DE LA GESTIÓN TRIBUTARIA EMPRESARIAL	Carlos Chirinos Jueves de 7:00 a 10:15 p. m. *
PLANEAMIENTO FINANCIERO	Manuel Acevedo Miércoles de 7:00 a 10:15 p. m.
VALORACIÓN DE EMPRESAS, FUSIONES Y ADQUISICIONES	Germán Boza Pro Miércoles de 7:00 a 10:15 p. m.

(*) Horario especial

MW **FORMATO WEEKEND**

Certificado de Especialización en:

BANCA

GESTIÓN DE RIESGOS BANCARIOS	Arturo García Villacorta Jueves de 7:00 a 10:15 p. m. *
GESTIÓN DE TESORERÍA	Arturo García Villacorta Lunes de 7:00 a 10:15 p. m. *
MERCADO DE CAPITALES	Juan Luis Valdiviezo Trelles Martes de 7:00 a 10:15 p. m.
ESTRUCTURACIÓN FINANCIERA	Diego Campos Scattolon Sábado de 8:30 a. m. a 1:30 p. m. *

FW

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. *
VALORACIÓN DE EMPRESAS, FUSIONES Y ADQUISICIONES	Germán Boza Pro Miércoles de 7:00 a 10:15 p. m.



(*) Horario especial

MW **FORMATO WEEKEND**

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

Miércoles 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

Actualmente asesor y consultor de empresas y director en empresas familiares. Más de 20 años de experiencia profesional en áreas financieras de empresas industriales y de servicios, y en asesorías en reestructuraciones empresariales, en determinación del lucro cesante y daño emergente, 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 y cuadros de mando (Balanced scorecard), entre otros.

Ph. D. en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad Complutense de Madrid. Magister en Finanzas por ESAN. Economista. Programas de especialización en Finanzas, en Regulación Económica de las Telecomunicaciones y en Administración Bancaria. Cursos para ejecutivos en Florida International University – FIU (Miami, 2012), Frankfurt Business School of Finance and Management (Frankfurt, 2013), ESADE Business and Law School (Barcelona, 2012 y 2019), EGADE – Tecnológico de Monterrey (Guadalajara, 2018) y en el Instituto de Empresa / IE Business School (Madrid, 2022). Estancia de investigación sobre finanzas en empresas familiares, EGADE – Tecnológico de Monterrey (Monterrey, 2019).



SOLICITA
INFORMACIÓN



MATRÍCULATE
AHORA

AUDITORÍA FINANCIERA BAJO NIIF Y SU APLICACIÓN PRÁCTICA

Miércoles de 7:00 a 10:15 p. m.

OBJETIVO

El participante será capaz de proponer efectivamente procedimientos de Auditoría a los estados financieros de una empresa real, de acuerdo con lo establecido en las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) vigentes, que permitirán a los Directivos y demás Usuarios, tomar decisiones de negocios acertadas.

TEMARIO

- Marco conceptual de las NIIF.
- Principios de contabilidad generalmente aceptados (IFRS del IASB/SFAS, ASC, ASU del FASB - USGGAP) / normas de auditoría (SAS de ASB- NIA del IFAC - AS del PCAOB).
- Fases de la auditoría financiera.
- Técnicas y pruebas de auditoría.
- Procedimientos y evidencia de auditoría.
- Riesgos de auditoría.
- Evaluación de los controles internos.
- Planeamiento de auditoría.
- Afirmaciones de los Estados Financieros y los conceptos de importancia relativa.
- Naturaleza de las partidas de efectivo y equivalentes de efectivo.
- Párrafos aplicables de NIC 1, NIC 7 y NIC 21 emitidos por el IASB y codificación ASC/ASU emitidos por FASB (USGAAP).
- Procedimientos de auditoría del efectivo y equivalentes de efectivo.
- Instrumentos financieros - Activos financieros bajo NIIF 9 - Naturaleza de las partidas de activos financieros.
- Costo amortizado, valor razonable con cambios en el ORI y en resultados.
- Párrafos aplicables de NIC 1, NIIF 7 y NIIF 9 emitidos por el IASB y codificación ASC/ASU emitidos por FASB (USGAAP).
- Procedimientos de validación de auditoría de las cuentas por cobrar comerciales.

- Naturaleza de las partidas de existencias.
- VNR - Valor Neto de Realización - Deterioro.
- Párrafos aplicables de NIC 2 emitidos por el IASB y codificación ASC/ASU emitidos por FASB (USGAAP).
- Procedimientos de auditoría de las existencias.
- Naturaleza de las partidas de PPE e intangibles.
- Pérdida por deterioro, valor en uso y revaluación.
- Párrafos aplicables de NIC 16, NIC 17, NIC 23, NIC 36, NIC 38, NIC 40 y NIIF 5 emitidos por el IASB y codificación ASC/ASU emitidos por FASB (USGAAP).
- Procedimientos de auditoría de propiedad, planta y equipo e intangibles.
- Naturaleza de las partidas.
- Pasivos financieros.
- Costo amortizado.
- Párrafos aplicables de NIC 1, NIC 18, NIIF 7, NIIF 9 y NIIF 15 emitidos por el IASB y codificación ASC/ASU emitidos por FASB (USGAAP).
- Procedimientos de auditoría de partidas de pasivos financieros - cuentas por pagar comerciales y patrimonio.

PARTICIPANTES

Ejecutivos pertenecientes a las áreas de Auditoría, Contabilidad, Finanzas, Administración, Auditores Internos y Externos, que necesiten ampliar sus conocimientos en cuanto a los nuevos procedimientos de Auditoría aplicables a EE. FF. de empresas peruanas, que coticen o no, en la BVL, preparados bajo lo establecido por las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF). Docentes en Auditoría, Formadores en NIIF y profesionales involucrados en la preparación, emisión y análisis de Estados Financieros.



PROFESOR
MARIO MIGUEL VERGARA SILVA

Maestría en Finanzas, Contador Público Colegiado, graduado en la Universidad Particular Ricardo Palma, inscrito en el Registro de Auditores Independientes del CCPL, con Diplomado y cursos de especialización en IFRS (NICs/NIIFs). Experto en adopción de IFRS.

Docente de Posgrado ESAN, Bolsa de Valores de Lima (BVL), protivity. Actual expositor de cursos sobre NICs, IFRSM, USGAAP, auditoría financiera y operative, COSO ERM, riesgos, gobiernos corporativos en el CCPL. Ha sido docente Universitario y autor de dos libros de auditoría. Colaborador de la revista oficial El Contador Público del CCPL. Ha sido miembro de la Junta Directiva del Comité de Auditoría del CCPL e integrante Staff del Informativo Caballero Bustamante. Participación en Conferencia de IFRS (NIIF), colaborador actual en Diario Gestión y en el bloque de Negocios de ESAN de canal ATV+.

Ha ocupado cargos como: Controller, miembro del comité de auditoría y auditor General de empresas nacionales y transnacionales. Auditor - superviso y auditor senior en sociedades de Auditoría con representación internacional Gran Thornton International (GTI) y Moores Rowland International (MRI). Es socio principal de Vergara Silva Asociados SCRL, firma miembro de Finexpertiza Global Network-Russiam inscrita en el RESAF de la Contraloría General de la República.



**SOLICITA
INFORMACIÓN**



**MATRICÚLATE
AHORA**

COMPLIANCE Y AUDITORÍA OPERATIVA Y FINANCIERA

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

OBJETIVO

Identificar, evaluar y gestionar riesgos con un enfoque financiero aplicando conceptos y herramientas vigentes en un ambiente volátil, incierto, complejo y ambiguo. Desarrollar habilidades y conocimiento que lo definan como un generador de valor para su entorno.

TEMARIO

- Aspectos generales de la gestión de riesgos.
- Regulaciones internacionales y locales.
- Creación de valor del compliance y la auditoría.
- Compliance y gobierno corporativo.
- Auditoría financiera y operativa.

PARTICIPANTES

Curso orientado a profesionales que laboren en las áreas de desarrollo de negocios, auditoría y riesgos que busquen complementar sus competencias en gestión de riesgos.



PROFESOR

JORGE BOHORQUEZ DE LOS RÍOS

Financial Officer de Unilever Latam iOPs (Integrated Operations) y miembro del directorio de Unilever en Perú, además es director en School of Rock Lima, vicepresidente de COPECOH y director de la Cámara de Comercio de Lima. Cuenta con experiencia en las áreas de Supply Chain, Recursos Humanos y Finanzas siendo esta última donde ha desarrollado la mayor parte de su carrera profesional tanto en geografías emergentes como en geografías desarrolladas.

Ingeniero Industrial por la Universidad Ricardo Palma, Magister por ESAN, cuenta con un Postgrado de Alta Dirección por el PAD de la Universidad de Piura.

**El Lunes 01 de mayo no hay clase por feriado.*



**SOLICITA
INFORMACIÓN**



**MATRICÚLATE
AHORA**

CONTABILIDAD FINANCIERA GERENCIAL

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

OBJETIVO

Basados en las decisiones gerenciales de operación, inversión y financiación de la empresa capacitar y desarrollar al participante en los fundamentos del registro contable como evidencia y argumento objetivo para la estructuración, interpretación y análisis de los estados financieros. Se incidirá en la contabilidad como el lenguaje de la información financiera, orientando el pensamiento crítico sobre la esencia del registro contable dentro del contexto de la realidad financiera 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 el uso de la contabilidad gerencial para cuantificar monetariamente la creación del valor económico añadido para los stakeholders dentro del 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 como Gerente General en sectores bancario financiero, industrial, comercial, minero y de petróleo. Ejecutivo de compañías multinacionales con sede en EE.UU. Actual Vicepresidente ejecutivo de Wintelltech Houston para Perú. Ha sido presidente de 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 de Excel.



**SOLICITA
INFORMACIÓN**



**MATRÍCULATE
AHORA**

COSTOS Y PRESUPUESTOS

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

OBJETIVO

El curso tiene como objetivo que el participante comprenda y maneje los fundamentos básicos de la contabilidad de costos, tomando en cuenta su utilidad en la gestión. El curso pretende cubrir temas como: la dinámica contable, la determinación del margen de contribución de la empresa, valorización de existencias y como estos elementos impactan en la toma de decisiones y en la evaluación de la gestión del negocio.

TEMARIO

- Fundamentos de la Contabilidad Financiera y de costos.
- Métodos de Costeo. Identificar el método más idóneo para entender los costos de la empresa.
- Concepto de depreciación y amortización y su impacto en los costos de los productos.
- Planificación financiera para el negocio.
- Concepto y objetivo de un presupuesto.
- Presupuesto fijo y Presupuesto flexible.
- Control de gestión a partir del presupuesto.
- Planificación, análisis y seguimiento financiero a los resultados del negocio.

PARTICIPANTES

El curso está dirigido a profesionales del rubro financiero, empresarios, nuevos emprendedores, ejecutivos o funcionarios de cualquier sector, interesados en potenciar sus competencias financieras para la gestión de negocios, contribuyendo a la generación de valor para el accionista. Los conceptos vertidos en el curso son de aplicabilidad en cualquier sector empresarial.



PROFESOR JOSÉ CALLE LÓPEZ

Actualmente trabaja como Contador y Consultor Financiero independiente de varias empresas en el mercado peruano del sector financiero, bebidas, inmobiliario, minería y diversión. Se desempeñó como Asesor Financiero de las áreas comerciales en Backus & Johnston S.A.A. (Subsidiaria de AB InBev). Ha sido Contador encargado de empresas filiales de la Corporación Backus y Contador de Proyectos en GyM SA empresa líder del sector construcción en el Perú. MBA por ESAN con mención en Marketing. Posgrado en Marketing Science otorgado por ESIC Marketing & Business School, Madrid, España. Diploma de alta especialización en Finanzas en Centrum Católica del Perú. Contador Público Colegiado por la Pontificia Universidad Católica del Perú.



**SOLICITA
INFORMACIÓN**



**MATRÍCULATE
AHORA**

CONTABILIDAD Y FINANZAS PARA NO ESPECIALISTAS

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

OBJETIVO

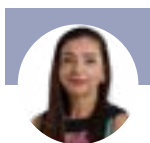
Ingresar a los conceptos de contabilidad y finanzas generalmente provoca tensión en aquellos profesionales que no pertenecen al área financiera. Sin embargo, la necesidad de formar parte de empresas de "clase mundial", nos obliga a conocer y evaluar el efecto financiero de nuestras decisiones. Con este 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

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. Directora General de Administración de la Universidad ESAN hasta julio 2022. MBA y Magister en Investigación. Se encuentra culminando estudios doctorales. Profesora Asociada del área de Finanzas de ESAN. MBA por ESAN.

Nota: Se requiere conocimientos básicos de Excel

**El Viernes 07 de abril no hay clase por feriado.*



**SOLICITA
INFORMACIÓN**



**MATRICÚLATE
AHORA**

DIRECCIÓN FINANCIERA DE CORTO PLAZO

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

OBJETIVO

Presentar al participante un conjunto de herramientas que le permitan mejorar la calidad de las decisiones financieras de corto plazo relacionadas con:

- Alternativas de financiamiento.
- Situación económica financiera de la empresa.
- Dinámica del capital de trabajo.
- Inversiones en activos de corto plazo.

TEMARIO

- Evaluación de alternativas de financiamiento.
 - Costo efectivo de la deuda.
 - Tasas de interés efectivas: compensatorias y moratorias.
 - Financiamiento con cuotas.
 - Comparación de alternativas de financiamiento.
- Dinámica del capital de trabajo.
 - Importancia del capital de trabajo.
 - Nivel apropiado de capital de trabajo.
 - Generación de efectivo.
- Proyección de estados financieros de corto plazo.
 - Flujo de caja proyectado.
 - Estado de resultados proyectado.
 - Estado de situación financiera.
- Evaluación de inversiones de corto plazo.
 - Crédito comercial y cuentas por cobrar.
 - Aprovisionamiento y existencias.

PARTICIPANTES

Dirigido a personas que cuenten con una experiencia mínima en el área contable financiera, que desean profundizar sus conocimientos en gestión financiera de corto plazo.



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.

**El Jueves 06 de abril no hay clase por feriado.*



**SOLICITA
INFORMACIÓN**



**MATRICÚLATE
AHORA**

ESTRUCTURACIÓN FINANCIERA

FW FORMATO WEEKEND

Sábados de 8:30 a. m. a 1:30 p. m. *

OBJETIVO

El curso de Estructuración Financiera tiene el propósito de desarrollar una base teórica-práctica sobre el proceso crediticio y los principales drivers que se siguen en la evaluación crediticia en el sistema financiero nacional, resaltando los Créditos Corporativos (Lending Corporativo), enfocado en los siguientes productos: Pagaré Comercial, Arrendamiento Financiero (Leasing), Retro-Arrendamiento Financiero (Leaseback), Retro-Arrendamiento Tributario (Leaseback Tributario).

Se enfatizará la importancia y relevancia del Lending Corporativo dentro de las alternativas de financiamiento de las empresas, así como los productos que se ofertan en el Sistema Financiero dentro de este rubro. Se identificarán los Ratios Financieros clave que sigue la banca local para la toma de decisiones crediticias. En una segunda parte del curso, se procederá a modelar (Modeling Bancario), desde la perspectiva bancaria, los principales sectores de economía peruana, finalizando con la aplicación en casos prácticos. A lo largo del curso se utilizarán casos reales que permitan a los alumnos entender a cabalidad la aplicación de los conceptos revisados en clase. Finalmente, en cada sesión se tocarán temas de coyuntura actual (programas de impulso económico, reformas, entre otros) y se analizará el impacto sobre el mercado bancario nacional.

Una vez concluido el curso, los participantes contarán con los conceptos técnicos y herramientas que les permitan estructurar operaciones de corto y mediano plazos, para ser solicitadas con éxito ante el Sistema Financiero.

TEMARIO

- Introducción al Lending Corporativo. Ventajas y desventajas con respecto al Mercado de Capitales. Ratios realmente relevantes para el sistema financiero.
- Capital de Trabajo: Relevancia en el análisis bancario. ¿Puede generarse una distorsión contable sobre el manejo financiero de mi empresa por la variación del tipo de cambio?
- Rotura del Ciclo de Efectivo: ¿Es posible que una empresa que genera rentabilidad en cada venta realizada quede en insolvencia (haga default)?
- Productos de Corto Plazo: Usos y Riesgos. ¿Cuál es el monto que necesito solicitar al banco por tipo de producto?
- Formatos solicitados y utilizados por la Banca para la evaluación crediticia
- Productos de Mediano Plazo: Usos de acuerdo con la necesidad de la empresa. ¿Cómo saber si tengo espacio para negociar la TEA ofrecida por el Banco?
- El Proceso crediticio: Estructura del Informe de Riesgos. ¿Qué información debo dar al banco para que mi solicitud tenga mayores probabilidades de éxito?
- Modeling bancario I: Introducción y taller de metodización desde la perspectiva bancaria
- Modeling bancario II: ¿Cuáles son los drivers que revisa el banco de acuerdo con el sector económico al cual pertenece mi empresa?



PARTICIPANTES

Dirigido a ejecutivos pertenecientes tanto a Empresas del sector real como Entidades financieras, que deseen desarrollarse en la Gerencia Financiera de una empresa o en las diversas áreas de un banco. Asimismo, a empresarios que deseen adquirir los conocimientos y herramientas necesarios para realizar una gestión satisfactoria en el proceso de solicitud de créditos de corto y mediano plazo a entidades bancarias.



PROFESOR DIEGO CAMPOS SCATTOLON

Director financiero corporativo, con una completa visión en finanzas, adquirida en el sector bancario y en empresas de diferentes sectores económicos. Cuenta con más de 12 años de experiencia evaluando Operaciones Crediticias desde las perspectivas bancarias de las Áreas de Riesgos, Comercial y Estructuración para empresas de sectores económicos primarios y no primarios; tanto para la obtención de créditos nuevos, reestructuración de pasivos, como para la creación desde su concepción hasta la reingeniería de la Gerencia Financiera. Magister en Finanzas graduado con honores por la Universidad ESAN, con especialización en Banca de Inversión y Estructuración Financiera.

** El Sábado 08 de abril no hay clase por feriado.*



**SOLICITA
INFORMACIÓN**



**MATRICÚLATE
AHORA**

FINANZAS EN EMPRESAS B2B

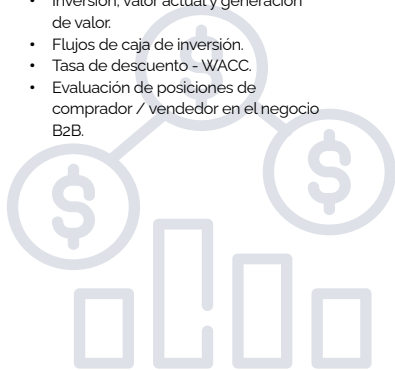
Martes de 7:00 a 10:15 p. m.*

OBJETIVO

Revisar con el participante la trascendencia financiera de las decisiones que se dan en un contexto de negocios B2B. Se espera desarrollar en el participante su capacidad para la toma de decisiones, teniendo en cuenta: (i) la información existente en estados financieros, (ii) el capital de trabajo y (iii) las decisiones de inversión de largo plazo.

TEMARIO

- Trascendencia financiera de los negocios B2B.
 - Principales características del negocio B2B.
 - Las características del negocio B2B y su impacto en el capital de trabajo, tanto del cliente como del proveedor.
 - Evaluación del financiamiento de clientes en el rendimiento financiero.
 - Costo de mantener un inventario para atender a los clientes.
 - Inversión de largo plazo y la importancia en la generación de caja.
 - Análisis del perfilamiento financiero en épocas de coyuntura (como las actuales)
 - Variables financieras a priorizar en el sector B2B en épocas de crisis (COVID 19).
- Valor del dinero en el tiempo.
 - Valor presente / valor futuro.
 - Anualidades.
 - Costo de la deuda.
 - Impacto del financiamiento del IGV.
 - Como controlar el riesgo cambiario.
- Comprensión de estados financieros.
 - Principales estados financieros.
 - Principios contables.
 - Características y diferencias en los estados financieros.
 - Limitaciones en la información de los EE.FF.
- Análisis de estados financieros.
 - Eficiencia operativa de la empresa: PPC / PPP / PPP.
 - Rentabilidad del negocio: ROA y ROE.
 - Liquidez del negocio: EBIT / EBITDA / FE operativo.
 - Liquidez del negocio - cadena de suministros.
 - Flujo de efectivo.
 - Endeudamiento: evolución.
 - Riesgo de tipo de cambio y diferencia en cambio.
- Análisis del capital de trabajo.
 - Qué es capital de trabajo.
 - Determinación de las necesidades de capital de trabajo.
 - Variables que determinan los cambios en el nivel de capital de trabajo.
 - Cambio en las necesidades de capital consecuencia de la ampliación de ventas.
 - Por qué es necesaria una buena gestión de capital de trabajo.
 - Impacto financiero de los inventarios.
 - Evaluación de posiciones de comprador / vendedor en el negocio B2B.
- Análisis de clientes e Inventarios.
 - Provisión de cuentas incobrables.
 - Evaluación del costo de un financiamiento de proveedor.
 - Análisis de cambios de política de crédito.
 - Análisis económico del riesgo de crédito.
 - Costo del financiamiento de incrementos en nivel de inventarios.
- Decisiones de inversión de largo plazo.
 - Decisiones de inversión / decisiones de financiamiento.
 - Inversión, valor actual y generación de valor.
 - Flujos de caja de inversión.
 - Tasa de descuento - WACC.
 - Evaluación de posiciones de comprador / vendedor en el negocio B2B.



PARTICIPANTES

Dirigido a personas que laboran en empresas involucradas en negocios B2B, tanto como clientes, así como proveedores, que desean examinar la trascendencia financiera de las decisiones que se toman en este tipo de actividades.

PROFESORES



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.



CARLOS AGUIRRE GAMARRA

Actualmente asesor y consultor de empresas y director en empresas familiares. Más de 20 años de experiencia profesional en áreas financieras de empresas industriales y de servicios y en asesorías en reestructuraciones empresariales, en determinación del lucro cesante y daño emergente, 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 y cuadros de mando (Balanced scorecard), entre otros.

Ph. D. en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad Complutense de Madrid. Magister en Finanzas por ESAN. Economista. Programas de especialización en Finanzas, en Regulación Económica de las Telecomunicaciones y en Administración Bancaria. Cursos para ejecutivos en Florida International University – FIU (Miami, 2012), Frankfurt Business School of Finance and Management (Frankfurt, 2013), ESADE Business and Law School (Barcelona, 2012 y 2019), EGADE – Tecnológico de Monterrey (Guadalajara, 2018) y en el Instituto de Empresa / IE Business School (Madrid, 2022). Estancia de investigación sobre finanzas en empresas familiares, EGADE – Tecnológico de Monterrey (Monterrey, 2019).

Nota: Se requiere contar con conocimientos básicos de Excel.

El día 02 de mayo no hay clase.



**SOLICITA
INFORMACIÓN**



**MATRICÚLATE
AHORA**

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

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.



**SOLICITA
INFORMACIÓN**



**MATRÍCULATE
AHORA**

GESTIÓN DE RIESGOS BANCARIOS

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

OBJETIVO

El objetivo del curso es brindar a los participantes los fundamentos de la gestión de riesgos bancarios considerando los aspectos señalados en Basilea I, II y III, así como la normatividad referida a la Gestión Integral de Riesgos emitida por la SBS, para un adecuado análisis de los principales riesgos financieros que asumen en la toma de decisiones y en el desarrollo de sus operaciones. Se verá la gestión del riesgo operacional, riesgo de crédito, riesgo de liquidez y riesgo de mercado.

TEMARIO

- Fundamentos para la gestión de riesgos bancarios.
- Estados financieros bancarios y ratios bancarios.
- Marco integrado de gestión de riesgos (COSO II).
- Gestión integral de riesgos y buen gobierno corporativo.
- Basilea I, II y III.
- Riesgo operacional.
- Gestión cualitativa de riesgo operacional: buenas prácticas, flujogramas de procesos, mapa de riesgo operacional, auto-evaluaciones.
- Gestión cuantitativa de riesgo operacional: enfoques top-down vs. bottom-up, métodos: indicador básico, estándar, estándar alternativo. Metodologías avanzadas: modelo de medición interna, modelo de distribución de pérdidas, cuadro de mando (balanced scorecard). Pruebas back-testing y stress-testing.
- Evaluación y clasificación del deudor, y exigencia de provisiones.
- Riesgo de crédito.
- Gestión de riesgo de crédito. Modelos: estándar, interno básico, interno avanzado. Parámetros de riesgo de crédito: probabilidad de incumplimiento (rating), exposición (operación), severidad (garantías).
- Herramientas de gestión de riesgo de crédito por la línea de negocio. Banca minorista: credit scoring, banca no minorista: rating.

- Riesgo cambiario crediticio.
- Riesgo de sobreendeudamiento.
- Riesgo de liquidez.
- Gestión de la liquidez de los activos y pasivos. Modelos de GAP de liquidez.
- Riesgos de mercado.
- Cobertura de riesgos de mercado con derivados financieros: futuros, forwards, swaps, opciones.

PARTICIPANTES

El curso está dirigido a todos los profesionales que laboren en bancos y entidades financieras, así como aquellos que por la función que desempeñan en su empresa, mantienen una estrecha relación con el sector financiero, y deseen tener una visión y análisis de los riesgos financieros que asumen en la toma de decisiones.





PROFESOR
ARTURO GARCÍA VILLACORTA

Consultor de empresas. Ha sido 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, Gerente de Tesorería y Gerente del Programa de Reactivación Industrial del Banco Industrial; Gerente de Inversiones, Gerente de Riesgos y Gerente de Finanzas de CPMP. Economista, Universidad San Marcos, MBA por la Université du Québec-Montreal y por ESAN. The Board of Directors Program, IESE Business School - University of Navarra, NY. Programa de Especialización para Directorios (PED) y Programa de Alta Dirección (PAD) de la Universidad de Piura.

** El lunes 06 de abril no hay clase por semana santa*



**SOLICITA
INFORMACIÓN**



**MATRICÚLATE
AHORA**

GESTIÓN DE TESORERÍA

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

OBJETIVO

Proporcionar al participante los conocimientos necesarios para la toma de decisiones de financiación e inversión de corto plazo, así como la administración eficiente del capital de trabajo, y la toma de decisiones de financiamiento de largo plazo, considerando el ambiente de riesgo e incertidumbre inherente a dichas decisiones, y la cobertura del riesgo financiero de las mismas a través de los instrumentos derivados existentes.

TEMARIO

- Fundamentos de la gestión de tesorería.
- Política y gestión del capital de trabajo.
- Administración del efectivo e inversiones temporales.
- Administración del crédito.
- Administración de los inventarios.
- Financiamiento a corto plazo.
- Productos financieros: factoring, factura negociable, pagarés, descuento de letras, warrants. Exportaciones: pre-embarque y post-embarque. Importaciones: cartas de crédito, advance account. Otros.
- Flujo de caja. Flujo de caja económico y flujo de caja financiero. Horizontes de tiempo.
- Reportes de tesorería.
- Presupuestos. Presupuesto maestro. Control presupuestal.
- Proyección de estados financieros.
- Negociación bancaria: solicitud de crédito, sustentación y negociación.
- Técnicas eficientes de gestión de tesorería.
- Gestión electrónica de tesorería, aplicación de las nuevas tecnologías. cash management. Cash pooling.
- Emisión de títulos de capital (acciones).
- Financiamiento por emisión de deuda (papeles comerciales y bonos).
- Leasing: operativo y financiero.
- Modelo ALM. Hedge funds (cobertura del riesgo financiero).
- Derivados financieros: forwards, futuros, swaps, opciones.

PARTICIPANTES

Dirigido a profesionales y ejecutivos de las áreas de finanzas, tesorería, presupuesto y planeamiento en cualquier tipo de organización, o empresarios que deseen adquirir los conocimientos y herramientas necesarios para realizar una administración eficiente de fondos dentro de un ambiente global y de incertidumbre.



PROFESOR ARTURO GARCÍA VILLACORTA

Consultor de empresas. Ha sido 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, Gerente de Tesorería y Gerente del Programa de Reactivación Industrial del Banco Industrial; Gerente de Inversiones, Gerente de Riesgos y Gerente de Finanzas de CPMP. Economista, Universidad San Marcos, MBA por la Université du Québec-Montreal y por ESAN. The Board of Directors Program, IESE Business School - University of Navarra, NY. Programa de Especialización para Directorios (PED) y Programa de Alta Dirección (PAD) de la Universidad de Piura.

**El Lunes 01 de mayo no hay clase por feriado.*



**SOLICITA
INFORMACIÓN**



**MATRÍCULATE
AHORA**

INDICADORES DE LA GESTIÓN FINANCIERA

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

OBJETIVO

Proporcionar a los participantes herramientas y técnicas de elaboración, aplicación e interpretación de indicadores clave de la gestión financiera para la optimización en la toma de decisiones estratégicas y tácticas en el área financiera

TEMARIO

- Visión general de la dirección estratégica y financiera.
- Gestión basada en indicadores.
- Key Performance Indicators.
- Indicadores de inversión.
- Indicadores de planeamiento y monitoreo.
- Indicadores de liquidez y de capital de trabajo.
- Indicadores de solvencia y apalancamiento.
- Indicadores de eficiencia y de gestión.
- Indicadores de eficacia y rentabilidad
- Indicadores de generación de valor.
- Indicadores de gestión de tesorería.
- Dashboard y cuadro de mando financiero.

PARTICIPANTES

Dirigido a profesionales del área financiera, especialmente a los vinculados a los temas de planeamiento y dirección financiera, que deseen adquirir los conocimientos que les permita una gestión financiera basada en indicadores.



PROFESOR MIGUEL GARCÍA VILLACORTA

Gerente General en Millennials Gym. Experiencia gerencial en empresas de los sectores de servicios, consumo masivo, farmacéutico, y textil. Experiencia en posiciones de gerente general, gerente de administración y finanzas, y gerente comercial. Master en Marketing por la UPC. Master en Administración por ESAN. Programa Avanzado de Especialización en Finanzas por ESAN. Especialización en Marketing por Kellogg Graduate School, Northwestern University. Diplomado en Dirección Estratégica de Marketing por la Universidad del Pacífico.

* El Lunes 01 de mayo no hay clase por feriado.



**SOLICITA
INFORMACIÓN**



**MATRÍCULATE
AHORA**

MERCADO DE CAPITALES

Martes de 7:00 a. m. 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

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). Posee amplia experiencia en el mercado de capitales, sector financiero y mercado inmobiliario. Ha gestionado diversos portafolios de inversión con operaciones en el mercado local y extranjero. Actualmente tiene a su cargo la Gerencia de Inversiones de Protecta Security Compañía de Seguros, siendo además el Representante Bursátil de dicha Compañía.



SOLICITA
INFORMACIÓN



MATRÍCULATE
AHORA

OPTIMIZACIÓN DE LA GESTIÓN TRIBUTARIA EMPRESARIAL

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

OBJETIVO

El programa tiene la finalidad de proporcionar a los participantes las herramientas necesarias para identificar los principales conceptos para el correcto entendimiento de los aspectos tributarios más relevantes en el ámbito financiero y su impacto en la toma de decisiones gerenciales.

TEMARIO

- Cuestiones fundamentales en la toma de decisiones gerenciales.
- Alcance y definiciones relevantes del Impuesto a la Renta e Impuesto General a las Ventas en la gestión empresarial.
- Devengado tributario: casuística para financiamientos y otras operaciones de importancia en la gestión empresarial.
- Casuística en el Impuesto General a las Ventas y conceptos fundamentales útiles para la gerencia (crédito fiscal, operaciones gravadas, ajustes al crédito y débito fiscal, servicios y ventas de bienes, operaciones gratuitas y el IGV, entre otras)
- Impacto de límite del EBITDA en el costo efectivo del financiamiento y su impacto en el Impuesto General a las Ventas.
- Casuística tributaria relevante en financiamientos locales e internacionales (SUNAT, Tribunal Fiscal y Poder Judicial).
- Gastos deducibles de mayor impacto para la gerencia: gastos a favor de trabajadores, depreciación de activos fijo, amortización de intangibles, valor de mercado de remuneraciones, donaciones, mermas y desmedros, entre otros. Criterios de fehaciencia y sustento de gastos.
- Cuestiones tributarias del tipo de cambio para diferentes esquemas de financiamiento.
- Reglas aplicables para diversas operaciones entre empresas relacionadas a nivel local e internacional (precios de transferencia).
- Casuística tributaria aplicable al sector inmobiliario y construcción (reconocimiento de ingresos, gastos preoperativos e IGV en la industria inmobiliaria).
- Gestión tributaria de negocios conjuntos: Asociación en Participación y Consorcios con y sin contabilidad independiente. Casuística relevante y tratamiento tributario aplicable a partir de 2023.
- Estructuras de financiamiento complejas: fideicomisos y fondos de inversión.
- Análisis de instrumentos financieros: leasing financiero, factoring y derivados.
- Aspectos tributarios en reorganizaciones societarias, compras y ventas de empresas: goodwill y derecho de llave, normas antielusivas y su tratamiento en el marco del Impuesto General a las Ventas.
- Riesgos en contratos con empresas del exterior: tasas de retención, momento de efectuar la retención, multas. Operaciones especiales: Servicios Digitales, Asistencia Técnica y Regalías.
- Planeamiento tributario y optimización de costos: Casuística sobre la Norma Antielusiva General (Norma XVI), elusión y calificación de contratos por la gerencia.



PARTICIPANTES

El curso está dirigido a emprendedores, inversionistas, accionistas, gerentes, administradores, financistas y público en general interesado en conocer y/o profundizar en los aspectos sustanciales de la gestión tributaria empresarial. No requiere conocimientos previos de finanzas ni tributación. Los conceptos tratados pueden emplearse tanto en la actividad empresarial, como en negocios y proyectos personales.



PROFESOR CARLOS CHIRINOS

Actualmente se desempeña como Asociado Senior de CMS Grau, cuenta con amplia experiencia asesorando diversos grupos económicos desde la perspectiva de la tributación internacional y precios de transferencia, planeamiento tributario, procedimientos de fiscalización ante SUNAT y procedimientos contenciosos tributarios. Ha trabajado en diversas firmas legales y de auditoría tributaria. Asociado activo del Instituto Peruano de Derecho Tributario (IPDT) y de la Asociación Fiscal Internacional (IFA Perú). Magister en Tributación Internacional por Vienna University of Economics and Business Administration. Maestro en Finanzas y Derecho Corporativo por ESAN con mención en Tributación Empresarial. Estudios en Precios de Transferencia en la International Bureau of Fiscal Documentation, Holanda y en WU Transfer Pricing Center, Austria.

**El Jueves 06 de abril no hay clase por feriado.*



**SOLICITA
INFORMACIÓN**



**MATRICÚLATE
AHORA**



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.

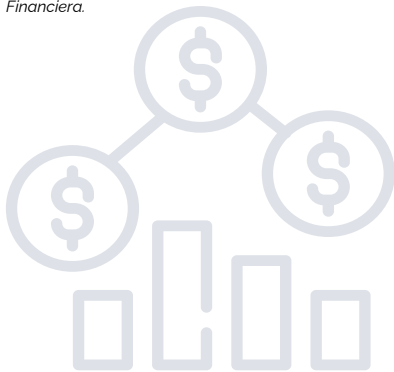


PROFESOR MANUEL ACEVEDO RIQUELME

Director Financiero de Ecoandino S.A.C., Director de LabDealers Médica S.A.C. Director Ejecutivo de Brainstorming Marketing and Communications Corp y Director Gerente de Estudio Pacifico Consultores de Empresas. Ha sido Gerente de Consultoría de Price Waterhouse y Deloitte en Chile y Gerente de Consultoría en Arthur Young y Deloitte en Perú, así como Gerente Financiero de DHL Internacional S.R.L. del Perú. Ph. D. en Ciencias Contables y Financieras USMP, MBA por la Universidad del Pacífico y Contador Público Universidad de Santiago.

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

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



SOLICITA
INFORMACIÓN



MATRÍCULATE
AHORA

VALORACIÓN DE EMPRESAS, FUSIONES Y ADQUISICIONES

Miércoles de 7:00 p.m. a 10:15 p.m.

OBJETIVO

Al finalizar el curso el participante tendrá una visión global de cómo funcionan y operan las fusiones y adquisiciones en el mercado de capitales internacional y peruano. Tendrá la capacidad para negociar cualquier posición (vendedora o compradora) en un proceso de expansión o desinversión de una empresa nacional o extranjera y habrá desarrollado las habilidades de un experto valorador de empresas.

TEMARIO

- Valoración de Empresas.
 - Valoración de Empresas por Descuento de Flujos de Fondos. Valoración por Múltiplos.
- Costo de Capital:
 - Costo Ponderado de Capital (WACC) y Rentabilidad Exigida (ke). Modelo CAPM.
 - Tasa Libre de Riesgo, al Prima de Riesgo de Mercado, el Beta de la Empresa y la Prima por Riesgo País.
- Flujos de Caja Relevantes:
 - Flujos de Caja Libre (FCL) y Flujo de Caja Disponible para el Accionista (FCDA).
 - Presupuesto de Capital y Proyecciones de FCL. Modelos de Ingresos Modelo de Costos, Modelo de Gastos, Valor Continuo.
- Fusiones y Adquisiciones.
 - Introducción a las F&A. Proceso de F&A.
- Creación de Valor para el Accionista. Posición Compradora
 - Valoración por Descuento de Flujo de Fondos. Valoración por Múltiplos.
- Creación de Valor para el Accionista. Posición Vendedora
 - Valoración por Descuento de Flujo de Fondos. Valoración por Múltiplos.

PARTICIPANTES

Dirigido a:

- Propietarios de Empresa
- Directores de Empresa
- Gerentes Generales
- Gerentes Financieros
- Jefes funcionales
- Analistas Financieros

- Asesores Financieros
- Consultores Empresariales.
- Profesores de Finanzas
- Profesores de Negocios



PROFESOR GERMÁN BOZA PRO

Actualmente, es Colaborador Científico del IESE y Head Partner de Value Partners, boutique de Banca de Inversión.

Ha sido Director de Administración y Finanzas del Grupo Santillana en el Perú, Director de Finanzas y Control del Santander Investment Andean Division - Perú y Ejecutivo del Comité Olímpico Internacional en España, además de Director Académico de la Pacífico Business School. Es Profesor de Finanzas de Pacífico Business School, ESAN Graduate School of Business y la Escuela de Postgrado de la UPC. Ha desarrollado su actividad profesional como Asesor Financiero en Banca de Inversión, Auditoría, Finanzas Corporativas y Competitividad en los sectores Industrial (Avícola, Textil, Confecciones, Automotriz), Minero y de Servicios (Salud, Inmobiliario, Seguros, Banca, Sistemas, Editorial y Publicidad).

Doctor en Ciencias Administrativas, con mención en Finanzas por la UNMSM. Master en Economía y Dirección de Empresas (MBA) por el IESE Business School de Barcelona, Universidad de Navarra, España. Licenciado en Administración y Licenciado en Contabilidad por la Universidad del Pacífico.



SOLICITA
INFORMACIÓN



MATRICÚLATE
AHORA



ÁREA ACADÉMICA DE **MARKETING**

CERTIFICADO DE ESPECIALIZACIÓN EN:

MARKETING

DIRECCIÓN DE VENTAS

MARKETING DIGITAL



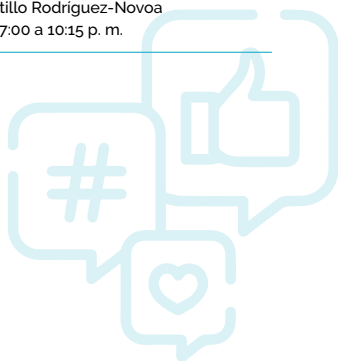
Certificado de Especialización en:

MARKETING

CUSTOMER CENTRIC MANAGEMENT	Otto Regalado Jueves de 7:00 a 10:15 p. m. *
DIRECCIÓN DE MARKETING Y VENTAS: BLENDED STRATEGY	José Wakabayashi Lunes de 7:00 a 10:15 p. m. *
ESTRATEGIAS DE MARKETING B2B	Juan Guardia Jueves de 7:00 a 10:15 p. m. *
GROWTH MARKETING	Carlos Guerrero Jessica Alzamora Martes de 7:00 a 10:15 p. m.
MARKETING ANALÍTICO 2 EN 1, ONLINE + OFFLINE: DECISIONES BASADAS EN DATOS	Walter Palomino Martes 7:00 a 10:15 p. m.
MARKETING EN SALUD	Rafael Rivera Viernes de 7:00 a 10:15 p. m. *

DIRECCIÓN DE VENTAS

DIRECCIÓN DE MARKETING Y VENTAS: BLENDED STRATEGY	José Wakabayashi Lunes de 7:00 a 10:15 p. m. *	
ESTRATEGIAS DE VENTA CORPORATIVA (B2B)	Ana Belen Perdigones Sábados de 8:30 a 1:30 p. m. *	FW
GESTIÓN COMERCIAL	Carlos Urbina Miércoles de 7:00 a 10:15 p. m.	
KEY ACCOUNT MANAGEMENT	Carlos Castillo Rodriguez-Novoa Martes de 7:00 a 10:15 p. m.	



(*) Horario especial

FW

**FORMATO
WEEKEND**

Certificado de Especialización en:

MARKETING DIGITAL

**BRANDING EN SOCIAL MEDIA -
SIMULACIÓN EN REDES SOCIALES**

Shona Ureña
Miércoles de 7:00 a 10:15 p. m.

ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL

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

**MAXIMIZANDO LAS VENTAS A TRAVÉS
DEL CANAL DIGITAL**

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

MOBILE MARKETING

Juan Mauricio Chau
Martes de 7:00 a 10:15 p. m.



(*) Horario especial

FW

FORMATO
WEEKEND

BRANDING EN SOCIAL MEDIA – SIMULACIÓN EN REDES SOCIALES

Miércoles de 7:00 a 10:15 p. m.

OBJETIVO

Al finalizar el curso los participantes habrán aprendido a ejecutar exitosamente un Plan de Redes Sociales, a crear un Cronograma de Contenidos, a negociar exitosamente con Influenciadores, a analizar y retroalimentar el plan con analítica web. Esto será posible a través de la participación activa del alumno en una simulación de redes online, en la que creará un plan de contenidos, lo ejecutará cada semana y obtendrá resultados que retroalimentarán la creación de contenidos de la siguiente semana.

TEMARIO

- Impacto de la RRSS en el modelo tradicional de marketing.
- Creación del Plan de Redes Sociales.
- Creación del calendario de contenidos.
- Marketing con Facebook, Instagram, Twitter, Snapchat, Pinterest, LinkedIn y YouTube.
- Análisis de principales KPIs digitales.
- Negociación y tipos de campana con influenciadores.

PARTICIPANTES

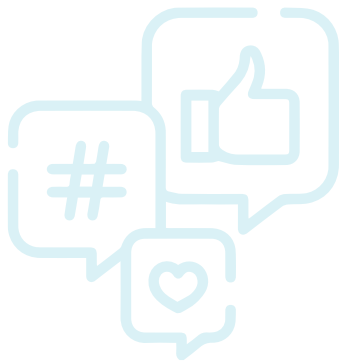
Dirigido a profesionales de Marketing y emprendedores interesados en administrar las Redes Sociales de sus marcas, desde la empresa, la agencia o marca propia. Aquellos interesados en adquirir práctica en la creación de contenido en redes sociales.



PROFESORA SHONA UREÑA DE ZWEIF

Miembro del Account Planning Group APG Perú. Experiencia en Publicidad y Marketing. Especialista en Planeamiento Estratégico para Comunicaciones. Se desempeñó como directora de Brand Planning en Leo Burnett Chicago. En el Perú trabajó en Pragma, Causa y en otras agencias importantes desarrollando publicidad para clientes como P&G, Alicorp, Interbank, Movistar entre otros. Magister en Marketing por ESAN. PADE en Marketing por ESAN. Master en Marketing Science por ESIC, Madrid, España.

Nota: La plataforma de simulación del curso, Social Mimic de Stukent, requiere que los participantes redacten las publicaciones en inglés, por lo que se requiere tener conocimiento básico del idioma inglés. El curso será dictado en Castellano.



SOLICITA
INFORMACIÓN



MATRÍCULATE
AHORA

CUSTOMER CENTRIC MANAGEMENT

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

OBJETIVO

A través de la definición de conceptos clave y solución de casos aplicados, lograr que los participantes interioricen la estrategia de diferenciación y la propuesta de valor centrada en el cliente. Del mismo modo, motivar a los participantes a convertirse en agentes activos en la transformación cultural y digital de sus empresas para generar valor en ellas y competir en entornos adversos.

TEMARIO

- Propuesta de valor centrada en el cliente
- Gestión de la experiencia del cliente.
- Relación CX y EX.
- Implementación estratégica del CRM.
- Programas de captación, retención y fidelización de clientes.
- Indicadores: medición de la experiencia del cliente.
- Customer Journey Map.
- Agile Marketing.
- Digital experience y UX.
- CEM y su relación con la transformación digital.

PARTICIPANTES

Dirigido a ejecutivos, gestores de negocios, gestores comerciales y líderes de producto o servicio que tengan como responsabilidad gestionar la experiencia del cliente como estrategia de diferenciación en sus empresas. Así como, a ejecutivos que trabajan en el área de postventa y calidad de servicio en sus organizaciones, y que deseen conocer y profundizar sobre la estrategia de Customer Centric como propuesta de valor diferenciada.



PROFESOR OTTO REGALADO

Experiencia internacional como consultor de empresas en marketing y estrategia. Especializado en Marketing de servicios y Customer Experience Management. Ha sido director comercial de ESAN GSB. Actualmente, es Profesor Principal en ESAN GSB y profesor visitante en la South Champagne Business School y en el IAE de Nice, Francia. Doctor en Ciencias de gestión por el IAE de la Université Côte d'Azur, Niza. Master en Marketing cuantitativo por el IAE de la Université Pierre Mendès France, Grenoble. MBA por ESAN Graduate School of Business. Licenciado en Administración por la Universidad de Lima.

*El Jueves 06 de abril no hay clase por feriado de Semana Santa.



SOLICITA
INFORMACIÓN



MATRICÚLATE
AHORA

DIRECCIÓN DE MARKETING Y VENTAS: BLENDED STRATEGY

Lunes de 7:00 a. m. 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.

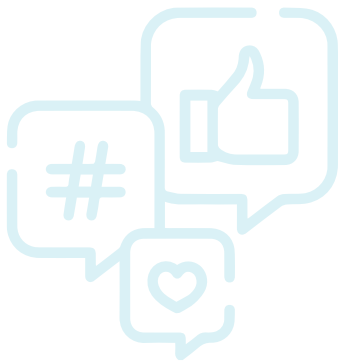
**El Lunes 01 de mayo no hay clase por feriado.*



SOLICITA
INFORMACIÓN



MATRICÚLATE
AHORA



ESTRATEGIAS DE MARKETING B2B

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

OBJETIVO

El participante será capaz de elaborar acuciosamente el Plan de Marketing B2B, haciendo uso de herramientas que permitan aplicar estrategias orientadas a incrementar las ventas y la rentabilidad de la organización, soportada en el customer experience, el gerenciamiento de las relaciones con los clientes, una propuesta de valor única, poderosa y contundente que genere un encaje entre el perfil del cliente con el mapa de valor y que este conectada con las estrategias de pricing, dentro del entorno digital.

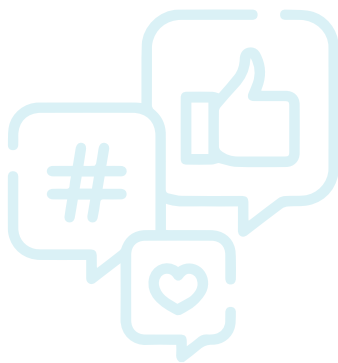
TEMARIO

- Comprensión de la Filosofía y Práctica del Marketing B2B y Diferencias con el Marketing B2C.
 - El Marketing Mix y su Evolución.
 - De la Transacción a la Relación.
 - De la Creación de Valor a la Generación de Lealtad. Fedelidad vs Lealtad.
 - De la Gestión de la Relación, al Customer Experience y a la Lealtad del cliente.
 - Efecto WOW y Love Brand.
- Comprensión de las Estrategias de Valor y el Enfoque Colaborativo
 - Venta Consultiva vs. Venta Tradicional.
 - Fijación de Objetivos y Embudo de Ventas. Prospección de Venta.
 - Estrategias Genéricas de Porter, Estrategia de Crecimiento – Ansoff y Estrategias de Posición.
 - Administración y Gerenciamiento de las Relaciones con los Clientes
 - La red de Valor.
 - Propuesta de Valor única y Poderosa
 - Canales de Venta y Estrategias de Pricing – Rentabilidad.

- Administración y Gerenciamiento de las Relaciones con los Clientes y el Enfoque Colaborativo
 - Key Account Manager – KAM.
 - Customer Relationship Management – CRM.
 - La Transformación Digital en el Marketing B2B y su Impacto en la Creación de Vínculos y Relaciones con el Consumidor.
 - Generación de Valor en el nuevo Entorno, Entendiendo al Consumidor Digital y las Tendencias Actuales.

PARTICIPANTES

- Dirigido a profesionales de las áreas de Marketing y Ventas, con cargos gerenciales, jefaturas, supervisión, key account manager, vendedores B2B y B2C, analistas y profesionales de otras áreas que estén en proceso o deseen desarrollar un área de carrera en las áreas de Marketing, Marketing Digital, Ventas, Pricing, e-commerce y/o transformación digital.





PROFESOR JUAN GUARDIA GALLEGOS

Actualmente es Gerente Comercial del Grupo Ortega, Director General de Welding Center y Profesor de la Escuela ESAN. 29 años de experiencia, con conocimiento de los mercados de Perú, Chile, Colombia, Argentina, Ecuador, Costa Rica, Guatemala, Bolivia y El Salvador. Ha sido Jefe de Línea de la empresa Fontargen Latinoamericana, Jefe del Departamento Técnico de EXSA, Jefe del área de Automatización y Maquinas de Soldar, Jefe de Exportaciones, Gerente de Producto y Sub-Gerente Comercial en la empresa Soldexa, Director Comercial en ESAB Chile, Gerente de Ventas de Indura Perú y Gerente de Ventas Metalmecánico de Air Products Perú. Gran Experiencia y conocimiento de los mercados minero, energía, agroindustrial, metalmecánico e industrial de Perú, Chile y la región latinoamericana. Ha sido director de empresas en Perú, Chile y Colombia. Ingeniero de Soldaduras por CESOL de España. Magister en Marketing de ESAN especializado en Marketing B2B. Master en Business Intelligence en ESIC de España.

'El Jueves 06 de abril no hay clase por feriado.



**SOLICITA
INFORMACIÓN**



**MATRICÚLATE
AHORA**

ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL

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

OBJETIVO

Lograr que los alumnos estén en la capacidad de trabajar planes y estrategias de marketing considerando el contexto actual del mercado, estrategias aplicables por canal, liderazgo de equipos, el comportamiento del consumidor, análisis de data y optimización de KPI's digitales.

TEMARIO

- Segmentación y comportamiento del consumidor.
- Marco de trabajo STP.
- Online Customer Journey.
- Data Analysis.
- Embudo de conversion.
- Marketing Offsite.
- Marketing Onsite.
- Tendencias de mercado.

PARTICIPANTES

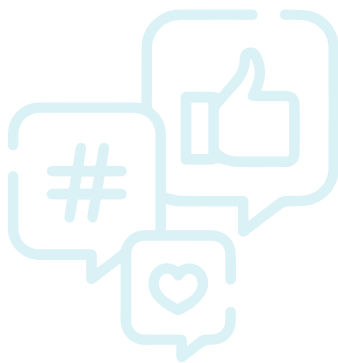
Gerentes generales, gerentes de marketing, comerciales y de áreas afines o quienes se propongan llevar estos cargos o dirigir de la mejor manera las estrategias digitales de su empresa.



PROFESOR REMY SOTOMAYOR

Magister en Marketing de ESAN y Master en Marketing Sciences & Business Intelligence de ESIC, España. Gerente Regional de App & Partnerships de Falabella.com. Con experiencia previa en Marketing Digital, E-Commerce y Comunicaciones en Telefónica, CrediScotia, Scotiabank, Alicorp, Revlon y AVON.

**El Jueves 06 de abril no hay clase por feriado de Semana Santa.*



**SOLICITA
INFORMACIÓN**



**MATRÍCULATE
AHORA**

ESTRATEGIAS DE VENTA CORPORATIVA (B2B)

Sábados de 8:30 a. m. a 1:30 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

FW **FORMATO WEEKEND**

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

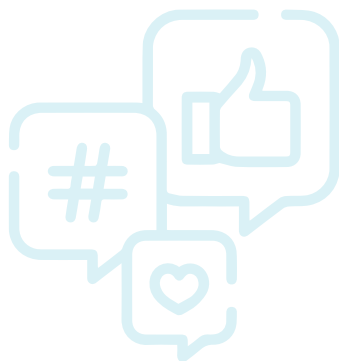
* El Sábado 08 de abril no hay clase por feriado de Semana Santa.



**SOLICITA
INFORMACIÓN**



**MATRICÚLATE
AHORA**



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.
- Comportamiento del consumidor.
- Dimensionamiento de mercado – Euromonitor.
- Dimensionamiento de mercado – Casos.
- Dimensionamiento de mercado – Veritrade.
- Dimensionamiento de mercado – Casos.
- Customer Journey Map.
- Propuesta de valor.
- Proceso comercial.
- Estrategias comerciales.
- Promoción de ventas.
- Canales de distribución.
- OKR comerciales.
- Planeamiento comercial – SOSTAC.

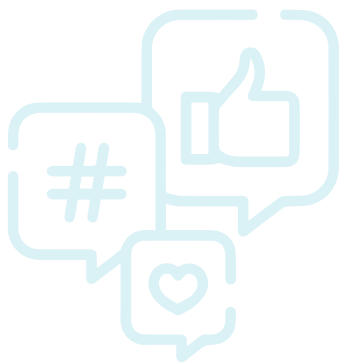
PARTICIPANTES

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.



SOLICITA
INFORMACIÓN



MATRÍCULATE
AHORA

GROWTH MARKETING

Martes 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, las empresas deben poner en el centro de la estrategia a los clientes. Esto implica alcanzar una visión integral de su ciclo de vida para ser capaces de proponer y validar potenciales drivers que aseguren la generación de interés por nuestros productos, incrementen la rentabilidad, el nivel de satisfacción y el porcentaje de referidos.

Este curso ha sido desarrollado para hacer frente a esta situación. A través de él se busca proporcionar herramientas de growth marketing enfocadas en diseñar e implementar estrategias de innovadoras, flexibles y de rápida escalabilidad con base en la experimentación, buscando el crecimiento continuo y sostenible del negocio dentro de un horizonte de corto y mediano plazo.

TEMARIO

- Del Marketing tradicional al Growth Marketing
- Planteamiento de objetivos y metas: NNM y OMTM
- Perfilamiento de clientes
- Identificación de problemas críticos y desarrollo de hipótesis
- Validación de soluciones a través de la experimentación
- Desarrollo de soluciones enfocadas en la adquisición
- Desarrollo de soluciones enfocadas en la activación y retención
- Desarrollo métricas para el análisis de y optimización.

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 el diseño de estrategias de alto valor a través de la experimentación.

PROFESORES



CARLOS GUERRERO

Actualmente se desempeña como Director de la Maestría en Marketing de ESAN Graduate School of Business.

Cuenta con más de diez años de experiencia en el desarrollo de investigaciones de mercado enfocadas en el comportamiento del consumidor. Se ha desempeñado como consultor en 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 GUESS 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.

Ph. D. en Negocios con especialidad en Marketing por la Universidad de Granada (España). Master en Marketing Intelligence por ESIC Business & Marketing School (España) y MBA con especialización en Marketing Internacional por ESAN (Perú). Scrum Master.





JESSICA ALZAMORA

Actualmente se desempeña como Directora de la Maestría en Organización y Dirección de Personas de ESAN Graduate School of Business. Cuenta con experiencia en el desarrollo de nuevos productos educativos, la gestión de unidades de negocio y la gestión 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 iniciativas ágiles. Es docente en temas de gestión del cambio, agilidad, innovación, design thinking, lean startup, emprendimiento 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 la Universidad ESAN con especialización en Finanzas. Scrum Master.



**SOLICITA
INFORMACIÓN**



**MATRICÚLATE
AHORA**

KEY ACCOUNT MANAGEMENT

Martes 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.

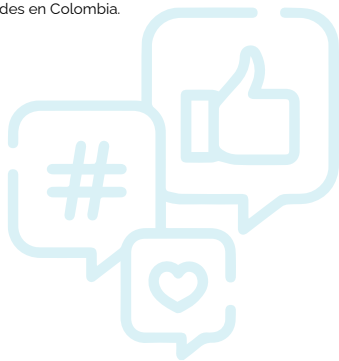
PARTICIPANTES

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 S.A. Profesional con más de veinticinco 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 PANASA. MBA por la Universidad de Piura. Estudios de especialización en el PADE Internacional de Marketing por ESAN y por la Universidad de Los Andes en Colombia.



SOLICITA
INFORMACIÓN



MATRÍCULATE
AHORA

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

Martes 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

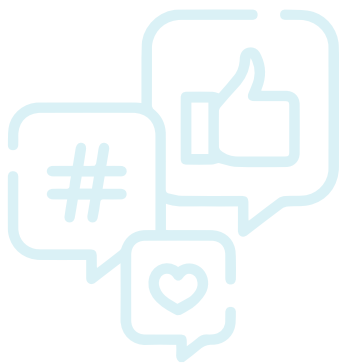
- Marketing analítico, definición, universo digital vs. universo físico y el rol del "big data" en decisiones.
- La ciencia del marketing. ¿Cuánto hemos avanzado en los últimos 10 años?
- Efectos de Largo plazo y corto plazo. Métricas de performance y generación de valor. Cadena de productividad del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

PARTICIPANTES

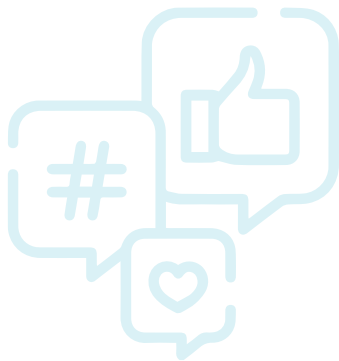
Gerentes de Marketing, ventas y comerciales, jefes de venta y marketing, funcionarios del área comercial, ejecutivos de venta, KAM, product-managers en proceso de desarrollo gerencial, que deseen ampliar sus conocimientos y visión sobre los nuevos modelos analíticos. Recomendable para emprendedores que 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.



**SOLICITA
INFORMACIÓN**



**MATRÍCULATE
AHORA**

MARKETING EN SALUD

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

OBJETIVO

Diseñar un plan de marketing, considerando los conceptos relacionados al desarrollo de servicios o productos en el sector salud, con el conocimiento adecuado de la perspectiva de los stakeholders.

TEMARIO

Definir a través de la revisión de casos, cual es la definición más apropiada de marketing y su aplicación en salud.

- Establecer el rol del marketing dentro del desarrollo de un negocio de salud.
- Definición de Marketing Mix y sus componentes.
- Revisar componentes dependientes e independientes en el desarrollo de un negocio de salud.
- Relación entre el plan estratégico organizacional y el plan de marketing.
- Plaza, Producto, Precio y Promoción.
- Integración de los componentes en la creación de un negocio de salud.
- Conocer los diferentes tipos de consumidores en los servicios de salud, B2C, B2B.
- Identificar las diferentes modalidades de estudio de mercado.
- Definir los diferentes mecanismos de comunicación en Marketing en salud.
- La importancia de la era digital en los servicios de salud.
- Definir Branding y las características del concepto en salud.
- Conceptos relacionados: posicionamiento, prestigio.
- Construcción de marca en salud.
- Definición de Marketing Personal.
- Importancia del Marketing personal.
- Definición de Marketing Personal
- Importancia de Marketing Personal.
- Marketing personal en personal en salud.

- Definición de Pricing.
- Establecer mecanismos de ajuste de precios.
- Fijación de precios por segmento.
- Aplicación a los diferentes rubros del área de salud.
- Establecer estrategias para lograr marketing sustentable en salud.
- Responsabilidad social ética y marketing.
- Marketing y salud

PARTICIPANTES

El presente curso va dirigido a profesionales relacionados al área de salud, interesados en desarrollar estrategias de mercado orientadas a desarrollar nuevos negocios o mejorar los servicios de salud brindados, utilizando para ello las herramientas del marketing.



PROFESOR RAFAEL RIVERA PIEDRA

Veinte años de experiencia en administración en salud. Gerente de Operaciones y Marketing en PRO MUJER, ONG de alcance internacional. Miembro de Directorio de Innova Salud, Bolivia. Project Manager Asociación Civil Impacta. Gerente Médico en diferentes instituciones privadas en Lima. MBA por ESAN con Mención en Marketing. Posgrado de Gerencia en Servicios de Salud de ESAN. Liderazgo e Innovación Universidad ESADE - Barcelona. Evaluación del Sistema de Salud Colombiano de Universidad de los Andes de Colombia.

**El Viernes 07 de abril no hay clase por feriado de Semana Santa.*



**SOLICITA
INFORMACIÓN**



**MATRICÚLATE
AHORA**

MAXIMIZANDO LAS VENTAS A TRAVÉS DEL CANAL DIGITAL

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

OBJETIVO

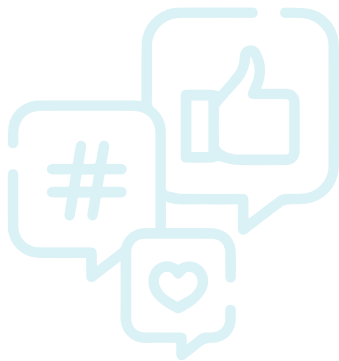
El comercio electrónico en el Perú, creció 50% en ventas el año 2021. El pronóstico de crecimiento sigue siendo muy optimista. Muchas empresas han visto en el canal digital una oportunidad para poder ofrecer sus productos y servicios. Por eso es muy importante comenzar a gestionar el canal digital para poder conseguir el retorno económico esperado en el corto y mediano plazo. Es por esto que el objetivo del curso es desarrollar un ambiente digital que permita gestionar adecuadamente las estrategias de productos y/o servicios, precios, operaciones y logística, y marketing. Además, se enseñará a construir una experiencia memorable para el cliente.

TEMARIO

- Modelo de negocios digitales.
- El Coroconsumidor.
- Estrategia de productos y/o servicios, y precios para el canal digital.
- Construcción de una página web First Mobile.
- Cyber seguridad y medios de pago.
- Marketing digital a través de redes sociales, buscadores, WhatsApp.
- Comercio electrónico a través de los dispositivos móviles.
- Analítica web para la toma de decisiones.
- Comercio electrónico B2B.
- Gestionando la última milla.
- Análisis del presupuesto y retorno de la inversión.
- Preparación de reportes gerenciales.

PARTICIPANTES

Nuevos emprendedores, creadores de Startups, profesionales en comercio electrónico y marketing digital. Ejecutivos, profesionales, consultores y público en general que ven en el canal digital una oportunidad para hacer negocios.





PROFESOR
SERGIO CUERVO GUZMÁN

Jefe de marketing de ESAN. Coordinador Académico del PADE Internacional en Dirección en Marketing Digital y Comercio Electrónico, y del Diploma Internacional en Marketing Digital. Investigador del área de Marketing de la Universidad ESAN, específicamente en marketing digital, comercio electrónico y eCRM.

Ph. D. (c) por la Universidad La Salle Ramón Llul de Barcelona. MBA por ESAN con especialización en Sistemas y tecnologías de la información.

'El Jueves 06 de abril no habrá clase por feriado de Semana Santa.



**SOLICITA
INFORMACIÓN**



**MATRICULATE
AHORA**

MOBILE MARKETING

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

OBJETIVO

El objetivo del curso está diseñado para que el alumno desarrolle los conocimientos y habilidades necesarias en la función de los celulares en marketing, desde su concepción, conocer estrategias, herramientas y tener una mejor visión para los negocios y emprendimientos hoy en día. Conocer los modelos de negocios digitales que se adapten en distintos giros de negocios. Se realizará un trabajo de investigación grupal, y se presentarán los avances constantes del proyecto de negocio electrónico al igual que las tareas asignadas.

TEMARIO

S1 y S2: - Fundamentos e Introducción

- 1.1 La tecnología móvil y su entorno
- 1.2 Posibilidades del medio móvil
- 1.3 Tecnología para la empresa
- 2.1 Los sistemas operativos
- 2.2 Seguridad y transparencia
- 2.3 La web móvil: mobile first
- 2.4 Briefing de un APP

S3 y S4 - Aplicaciones móviles

- 3.1. Tipos de aplicaciones
- 3.2. Características de una buena app
- 3.3. Proceso de creación de una app
- 4.1 Posicionamiento de una app en las tiendas de aplicaciones
- 4.2. Herramientas

S5 y S6 - El consumidor en el escenario móvil / Comunicación en el medio móvil

- 5.1 Tendencias del consumo móvil
- 5.2. El consumidor actual: nativos digitales y prosumidores
- 5.3. La hiperconectividad
- 5.4. Customer journey
- 6.1. El modelo Utility-based experience
- 6.2 El usuario multitarea
- 6.3 Gamificación
- 6.4 Integración entre medios tradicionales y redes sociales

S7 y S8 - Mobile marketing

- 7.1 Retargeting
- 7.2 Video marketing
- 7.3 Geotargeting
- 8.1 La importancia de los micromomentos
- 8.2 Automatización del mobile marketing (MMA)

S9 y S10 - Publicidad en dispositivos móviles

- 9.1 Formatos display
- 9.2 Anuncios de video
- 10.1 Publicidad in-app
- 10.2 Mensajería
- 10.3 Advergaming

S11 y S12 - Mobile business

- 11.1 Tipos de actores empresariales en móviles
- 11.2 El enfoque del negocio
- 11.3 E-commerce en móviles
- 11.4 Cupones Importancia
- 12.1 Mobile shopping
- 12.2 Compra y pagos a través del móvil
- 12.3 Monetización de una app

S13 y S14 - Nuevas tecnologías y tendencias

- 13.1 Internet en el todo
- 13.2 Inteligencia artificial, voice search y biometría
- 13.3 La tecnología blockchain Seguridad
- 13.4 Realidad aumentada y realidad virtual aplicadas al móvil
- 14.1 NFC technology
- 14.2 Beacons 8.7. Wearables y life tracking
- 14.3 Smart homes & smart cities

S15 Exposición/presentación Final de Trabajos



PARTICIPANTES

Está dirigido a emprendedores, gerentes, gerentes marketing, jefes de marketing y otras líneas del negocio. De modo amplio, a ejecutivos, diseñadores gráficos y personas involucradas en marketing digital, interesados en desarrollar y fortalecer sus conocimientos acerca del Marketing a través de dispositivos móviles como los celulares.



PROFESOR JUAN MAURICIO CHAU

Commercial Leader, Business Developer, MBA-IT, Diplomado en Marketing Digital, con experiencia en negocios B2B/B2C en giros de negocio como Telecomunicaciones, Banca, Alimentos, Salesforce, Retail, Gestión y Proyectos Soluciones de Negocio Digitales. Con enfoque en el área Comercial y Marketing para desarrollo de estrategias comerciales; Docente en la Escuela de Negocios de ESAN.



**SOLICITA
INFORMACIÓN**



**MATRICÚLATE
AHORA**



ÁREA ACADÉMICA DE **OPERACIONES Y LOGÍSTICA**

CERTIFICADO DE ESPECIALIZACIÓN EN:

OPERACIONES Y LOGÍSTICA

GESTIÓN DE PROCESOS

GERENCIA DE PROYECTOS



Certificado de Especialización en:

OPERACIONES Y LOGÍSTICA

ADMINISTRACIÓN DE LA DEMANDA Y PLAN DE COMPRAS	Max Vargas Sánchez Miércoles de 7:00 a 10:15 p. m.
ADMINISTRACIÓN LOGÍSTICA Y CONTROL DE INVENTARIOS	David Gallardo Yaya Lunes de 7:00 a 10:15 p. m. *
EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO LOGÍSTICO: USO DE INDICADORES	Armando Valdés Garrido Lecca Martes de 7:00 a 10:15 p. m.
GERENCIA DE COMPRAS Y ABASTECIMIENTO AVANZADA	Victor Tateishi Saito Martes de 7:00 a 10:15 p. m.
GERENCIA DE OPERACIONES	Germán Velásquez Miércoles de 7:00 a 10:15 p. m.
GESTIÓN DE LA CALIDAD CON SIX SIGMA	Freddy Alvarado Lunes de 7:00 a 10:15 p. m. *
LOGÍSTICA DE DEPÓSITOS ESPECIALIZADOS	Carlos Figueredo Jueves de 7:00 a 10:15 p. m. *
PLANEAMIENTO Y CONTROL DE PRODUCCIÓN	Aldo de la Cruz González Viernes de 7:00 a 10:15 p. m. *
SUPPLY CHAIN MANAGEMENT	Germán Velásquez Salazar Lunes de 7:00 a 10:15 p. m. *

GESTIÓN DE PROCESOS

ANÁLISIS DE DATOS PARA EL CONTROL DE PROCESOS	Tomás Minauro La Torre Miércoles de 7:00 a 10:15 p. m.	
BUSINESS AGILITY: MODELO DE TRANSFORMACIÓN PARA LA AGILIDAD ORGANIZACIONAL	Yolanda Valle Gustavo Ortega Miércoles de 7:00 a 10:15 p. m.	
BUSINESS PROCESS MANAGEMENT (BPM)	Eddy Morris Abarca Sábado de 8:30 a. m. a 1:30 p. m. *	FW
GESTIÓN DE LA MEJORA CONTINUA	Luis Bedoya Jueves de 7:00 a 10:15 p. m. *	

Certificado de Especialización en:

GERENCIA DE PROYECTOS

**INTEGRANDO OKR, BSC, KPIS Y SCRUM
PARA EL DESPLIEGUE ESTRATÉGICO**

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

**PLANIFICACIÓN, CONTROL Y
COMUNICACIÓN DE PROYECTOS
CON EL MS PROJECT**

Juancarlos Landaure Olavarria
Lunes de 7:00 a 10:15 p. m. *

**HABILIDADES BLANDAS PARA UNA
DIRECCIÓN DE PROYECTOS EFECTIVA**

Manuel Ortiz de Zeballos
Lunes de 7:00 a 10:15 p. m. *



(*) Horario especial

FW

**FORMATO
WEEKEND**

ADMINISTRACIÓN DE LA DEMANDA Y PLAN DE COMPRAS

Miércoles de 7:00 a 10:15 p. m.

OBJETIVO

- Comprender el rol de la ADMINISTRACIÓN DE LA DEMANDA como base para la elaboración del PLAN DE SUMINISTRO, con la finalidad de obtener eficiencias sostenibles en el tiempo.
- Identificar cuáles son las formas de aprovisionamiento, teniendo en cuenta el tipo de producto y giro del negocio, y el total de INVENTARIO existente en la empresa, identificando los tipos de inventario de las empresas: UTILIZADO, VENDIDO y CONSUMIDO.
- Desarrollo del Modelo de aprovisionamiento para INVENTARIOS VENDIDOS [Retail, Consumo Masivo]: Modelos de Forecasting and Demand Planning y cálculo del margen de error.
- Desarrollo del Modelo de aprovisionamiento para INVENTARIOS CONSUMIDOS [Manufactura, Producción, Planta]: Modelo de Plan de Requerimiento de Materiales [MRP], Plan Agregado de la Producción [PCPI], Programa Maestro de la Producción [MPS], Explosión de Materiales [BOM].
- Desarrollo del Modelo De Aprovisionamiento para INVENTARIOS UTILIZADOS [manufactura, Producción, Mantenimiento y Reparaciones]: Modelo de Mínimos y Máximos [Min/Max], Mantto Correctivo/Preventivo/Predictivo, Análisis de Fallas [AMEF], Indicadores de Gestión [MTBF, MTTR, Disponibilidad, Confiabilidad], Plan de Mantenimiento de Equipos.
- Desarrollo del plan de compras para todos los modelos de Inventario: UTILIZADO, VENDIDO y CONSUMIDO.

TEMARIO

- La gestión de la cadena de suministro y el sistema logístico empresarial. Planificación integrada [SALES & OPERATION PLANNING].

- Planificación de los inventarios. Importancia y uso en las empresas.
- INVENTARIO VENDIDO. Desarrollo de modelos de planificación de la demanda [FORECASTING AND DEMAND PLANNING]
- INVENTARIO CONSUMIDO. Planeamiento agregado de la producción. Programa maestro de la producción. BOM. MRP
- INVENTARIO UTILIZADO. Plan de mantenimiento. AMEF. Modelo de mínimos y máximos.
- Planificación de compras. Presupuesto de compras. Rol del comprador.
- Comakership y lean buying.
- Desarrollo de modelos de negociación. Tipos de negociador y tipos de negociación.

PARTICIPANTES

El curso está dirigido a los ejecutivos y funcionarios de las áreas de operaciones y logística que necesiten mejorar temas tales como: reducir la venta perdida por problemas de planeamiento; sincronizar los niveles de inventario y servicio al cliente; equilibrar los intereses de las distintas áreas en función de las restricciones actuales y futuras; producir el equilibrio entre la oferta y la demanda; y aprender a través de casos gerenciales, para replicarlos en sus operaciones de planificación en la cadena de suministros.



PROFESOR MAX VARGAS SÁNCHEZ

Gerente General en GEMKA PROCUREMENT SOLUTIONS S.A.C. Experiencia en empresas nacionales y transnacionales, asumiendo posiciones gerenciales en Administración, Operaciones, Logística, Producción, Supply Chain y Mantenimiento Industrial en Minería, Seguridad Industrial, Alimentos, Telecomunicaciones, Servicios, Retail y Educativo. Posgrado en E-Logistics por la Universitat Ramon Llull, Barcelona, España.



SOLICITA
INFORMACIÓN



MATRICÚLATE
AHORA

ADMINISTRACIÓN LOGÍSTICA Y CONTROL DE INVENTARIO

Lunes de 7:00 a 10:15 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 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.

* El 1 de mayo no hay clase por feriado.



SOLICITA
INFORMACIÓN



MATRÍCULATE
AHORA

ANÁLISIS DE DATOS PARA EL CONTROL DE PROCESOS

Miércoles de 7:00 a 10:15 p. m.

OBJETIVO

Cuando un proceso tiene variabilidad, surge la necesidad de medirla, describirla, analizarla, interpretarla y modelarla. El análisis estadístico de datos nos ayuda a tener un mayor entendimiento de su naturaleza, extensión y causas, con lo que se puede resolver e incluso prevenir problemas resultantes de dicha variabilidad. El análisis de datos para el control de procesos centra su atención en la recolección y análisis de información sobre dicho proceso, a fin de que puedan tomarse medidas para perfeccionar el mismo.

Con este propósito, el curso está especialmente diseñado para involucrarlos en forma progresiva en el campo del análisis de datos, aplicando herramientas estadísticas básicas y centrandó la atención en aquellos conceptos necesarios para la gestión y control de los procesos.

TEMARIO

- Introducción a la estadística, sus campos de aplicación en la empresa.
- Revisión de conceptos básicos.
- Estadística descriptiva: gráficos, tablas y medidas numéricas de resumen.
- Principales distribuciones de probabilidad.
- Simulación Monte Carlo: aplicación de probabilidades.
- Muestreo de datos y distribuciones de muestreo.
- Inferencia estadística: intervalo de estimación y pruebas de hipótesis.
- Análisis de regresión.
- Uso del MS Excel para todos los cálculos y análisis realizados.

PARTICIPANTES

Está dirigido a profesionales de todas las áreas, quienes requieren para su desarrollo laboral utilizar el análisis cuantitativo como herramienta de mejora de los procesos tanto productivos como de servicios en general.



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.



SOLICITA
INFORMACIÓN



MATRICÚLATE
AHORA

BUSINESS AGILITY: MODELO DE TRANSFORMACIÓN PARA LA AGILIDAD ORGANIZACIONAL

Miércoles de 7:00 a 10:15 p. m.

OBJETIVO

Vivimos tiempos complejos y hoy, más que nunca, es indispensable que la organización de los flujos de trabajo en la empresa contribuya al logro de objetivos de manera ágil y sin perder la eficiencia operativa. ¿Cómo lograrlo? Migrando hacia una organización dual. Este binomio es la clave en la transformación organizacional: estructura tradicional como áreas de servicio y estructuras ágiles, que integradas funcionan como una organización líquida y colaborativa: Business Agility.

Para lograr un diseño organizacional bien diseñado y desplegado, es más que solo implementar metodologías y marcos ágiles. Se requiere de un proceso de transformación organizacional que esté a la altura de los desafíos de un entorno complejo e incierto con el fin que el nuevo diseño organizacional contribuya al logro de objetivos empresariales y les permita vivir en un cambio permanente sin perder la eficiencia operativa.

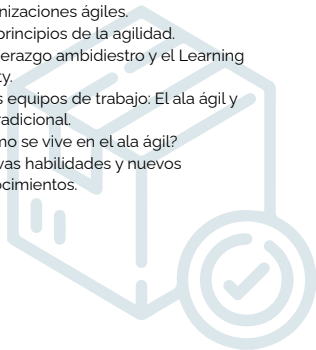
Todo proceso de transformación organizacional debe seguir un modelo de implementación iterativo e incremental. ¿Cuáles son las tendencias? ¿Cuáles son los elementos del diseño organizacional que se transformaran? ¿Qué habilidades necesitan los directivos para responder a estos retos? ¿Es posible "agilizar" mi empresa?

Al finalizar el curso, el estudiante será capaz de establecer las estrategias necesarias para iniciar el proceso de transformación del diseño organizacional, a través de la aplicación de un modelo de trabajo. Aprenderá a identificar los desafíos de la estrategia empresarial para definir la nueva lógica organizacional (el ala ágil y el ala de servicios o tradicional). Conocerá como se definen los nuevos equipos de trabajo, los nuevos roles y procesos de trabajo. En la última parte aprenderá a construir las estrategias de comunicación para apoyar el proceso de transformación.

Negarse a esta nueva realidad es negarse a aceptar los cambios que nos depara el futuro por ello el curso tienen un enfoque práctico y el aula es una zona de entrenamiento. El estudiante desarrolla, desde el inicio del curso, un proyecto de transformación organizacional con enfoque ágil. Ponga en práctica lo que aprende.

TEMARIO

- La estrategia.
 - El Proceso de Administración estratégica en los modelos de negocio.
 - El Model CANVAS.
 - La Disrupción que originan las tecnologías de la 4ta revolución industrial.
 - Gestión del Cambio. Cómo se gestiona el cambio. De entorno VUCA a BANI.
 - Lean Change Management: people centric y feedback driven.
- La Lógica de la nueva estructura.
 - Desde las organizaciones como "maquinas" a las organizaciones como "organismos".
 - De la gestión por funciones a la gestión por procesos.
 - Organizaciones líquidas: Cómo ganar flexibilidad y agilidad a través del diseño de una organización dual.
 - ¿Qué es una Organizaciones ágil? Las áreas de servicio y los equipos ágiles.
 - Los cinco rasgos distintivos de las organizaciones ágiles.
 - Los principios de la agilidad.
 - El liderazgo ambidiestro y el Learning Agility.
- Nuevos equipos de trabajo: El ala ágil y el ala tradicional.
 - ¿Cómo se vive en el ala ágil?
 - Nuevas habilidades y nuevos conocimientos.



- Elementos del diseño organizacional que se modifican
 - Los órganos de un organigrama.
 - Las nuevas funciones, el MOF y el MOF ágil.
 - Los cambios en la gobernanza.
 - Nuevos procesos de trabajo.
- El diseño del plan de transformación
 - El proceso transformador.
 - El plan de gestión del cambio.
 - El plan de comunicación.
 - El plan de despliegue.

PARTICIPANTES

El curso está dirigido a todos aquellos profesionales que están viviendo un proceso de transformación organizacional hacia diseños ágiles (Business Agility). A todos aquellos que deseen conocer la base de estos procesos para iniciar el cambio en sus organizaciones. A equipos de las áreas de Recursos Humanos que son una pieza clave en los procesos de transformación. O a todos aquellos profesionales que desean conocer las nuevas formas de trabajo ya sea que se queden en el ala tradicional o pasen a formar parte de los equipos ágiles y que deseen desarrollar nuevas competencias.

PROFESORES



YOLANDA VALLE RAMELLA

Actualmente se desempeña como Directora de la Maestría en Organización y Dirección de Personas de ESAN Graduate School of Business. Coordinadora e investigadora del equipo GEM Perú.

Ph. D. en negocios por la Universidad de Granada, España. MBA por ESAN, Perú con especialización en Finanzas. Scrum Master.



GUSTAVO ORTEGA UBILLÚS

Actualmente es gerente de proyectos de la consultora STIGOU. Tiene más de 17 años de experiencia como docente e instructor en entornos físicos y más de 8 años en entornos virtuales.

Consultor en procesos y estrategia. Trabaja con directivos para revisar modelos de negocios, elaborar planes estratégicos, mapas estratégicos y tableros de control; así como, para optimizar, redefinir y rediseñar procesos. Ha desarrollado más de 40 proyectos relacionados a la especialidad en Perú, Colombia y Portugal. Centra su investigación en las metodologías que las empresas utilizan para hacer frente a los eventos imprevistos en sus procesos, en la innovación de procesos y en la revisión de la estrategia empresarial para conseguir eficiencias operativas de manera ágil y eficiente. Ha diseñado un marco para implementar de manera ágil innovaciones en los procesos y ahora en los servicios. Magister por UPC. Posgrados en Gerencia de Sistemas y TI.



**SOLICITA
INFORMACIÓN**



**MATRICÚLATE
AHORA**

BUSINESS PROCESS MANAGEMENT (BPM)

Sábados de 8:30 a. m. a 1:30 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.

FW **FORMATO WEEKEND**

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

Actualmente es Director en la Dirección de Programas de Desarrollo Gerencial y de la Maestrías en Dirección de Tecnologías de Información y Project Management de ESAN. Ha sido director del MBA y 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 Sábado 8 de abril no hay clase por feriado.*



**SOLICITA
INFORMACIÓN**



**MATRÍCULATE
AHORA**

EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO LOGÍSTICO: USO DE INDICADORES

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

OBJETIVO

El curso ha sido diseñado con el objeto de permitir a los participantes la evaluación oportuna y adecuada del área Logística de la empresa, mediante el empleo de una serie de herramientas, que permitan conocer cómo marchan aspectos como el nivel de servicio, la velocidad de respuesta, la productividad y los aspectos financieros que permitan elevar el desempeño de las operaciones logísticas, a través de la aplicación de los "Indicadores de Gestión". Por otro lado, se busca promover el diseño e implementación de un modelo de gestión basado en la medición de las actividades propias de la planeación de inventarios, compras, almacenes, transportes y servicio al cliente, buscando la generación de valor económico para la empresa y para el cliente final.

TEMARIO

- Introducción al curso.
- Gestión logística y su inclusión en la cadena de suministros (SC).
- Perfiles de análisis de la actividad logística, referidos a los clientes, inventarios, suministro, transportes y almacenamiento.
- Herramientas de medición del desempeño y esquema de implantación.
- Indicadores de productividad en logística, proyecciones de requerimiento de infraestructura.
- Ciclos de tiempo en logística, tiempos de entrada y procesamiento de pedidos, tiempos de respuesta.
- El benchmarking, como herramienta para el desempeño de la logística.
- Justificación de proyectos en logística, justificación vía ahorros operacionales a lo largo del SCM, desagregación de costos.
- Ejercicios y casos prácticos.

PARTICIPANTES

El curso está orientado a los ejecutivos y funcionarios del área de operaciones y logística que necesiten identificar oportunidades de mejora, mediante el empleo de indicadores de gestión y desempeño logístico.



PROFESOR ARMANDO VALDÉS GARRIDO LECCA

Inspector general de la Universidad de San Martín de Porres. Doctor en Educación por la Universidad de San Martín de Porres. MBA por ESAN. Máster en Logística Integral por Universidad Pontificia Comillas de Madrid y Especialista en Logística Integral por Pontificia Universidad Javeriana de Cali, Colombia.



SOLICITA
INFORMACIÓN



MATRICÚLATE
AHORA

GERENCIA DE COMPRAS Y ABASTECIMIENTO AVANZADA

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

OBJETIVO

Proporcionar técnicas, herramientas y casuísticas para una correcta administración de los procesos de compras y abastecimientos con énfasis en las relaciones proveedor - cliente en todas sus etapas. Asimismo, se ampliarán y complementarán los conocimientos sobre las negociaciones, especialmente en las comerciales e institucionales, donde prime el concepto "ganador - ganador".

Al finalizar el curso, los participantes estarán en capacidad de realizar una adecuada selección, evaluación y administración de proveedores, con la utilización de herramientas y técnicas modernas de la gestión logística.

TEMARIO

- Aseguramiento de la calidad en las compras y en el abastecimiento.
- Selección y evaluación de proveedores. Potencial desarrollo de proveedores y los conceptos de homologación de proveedores y alianzas estratégicas.
- La relación cliente - proveedor en la cadena de suministro.
- Las negociaciones y la ética en las compras. Nuevas variables y modelos de negociación. Negociaciones especiales. Cómo convertir la negociación en una capacidad de la empresa. Talleres de negociación.
- El futuro de las compras. Las tendencias a las nuevas formas de comprar: Key account manager. Logística inversa y ambiental. Compras electrónicas.

PARTICIPANTES

Dirigido a todo ejecutivo interesado en las relaciones cliente-proveedor, especialmente los profesionales del área logística.



PROFESOR VICTOR TATEISHI SAITO

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



**SOLICITA
INFORMACIÓN**



**MATRÍCULATE
AHORA**

GERENCIA DE OPERACIONES

Miércoles de 7:00 a 10:15 p. m.

El área de Operaciones es la razón de ser de una empresa, por ser el área responsable del producto o servicio que vende la empresa. Cada día el cliente es más exigente y la competencia es mayor, por lo que, Operaciones debe entregar el producto en la cantidad exacta, con las características ofrecidas, a un precio más competitivo y en el tiempo justo. Operaciones maneja el 75% de la inversión, el 80% del personal y el 85% de los costos, que usados en forma productiva hará que la empresa sea más competitiva y con un alto nivel de servicio al cliente.

Se tienen que identificar los procesos que le dan valor al producto, puesto que, los procesos se gestionan integralmente con indicadores objetivos, lo cual, nos asegurará una gerencia de excelencia.

OBJETIVO

- Ofrecer a los participantes los conceptos y técnicas prácticas que permitan el desarrollo de habilidades para analizar, diseñar, mejorar y controlar los procesos operativos que producen los bienes y dan los servicios al cliente externo.
- Mejorar productos, procesos y plantas, con herramientas cuantitativas para elevar los rendimientos y la productividad de los procesos y sus diagnósticos como el índice de capacidad, índice de performance, el nivel de operación en sigmas de los procesos, y otros en forma objetiva y medible.
- Optimizar los niveles de inventarios para reducirlos sin afectar el nivel de servicio al cliente y mejorar el flujo de caja
- Incrementar en el participante su capacidad de análisis, síntesis, redacción de informes ejecutivos, dominio de escenarios para exposiciones exitosas

TEMARIO

- Estrategias y políticas de operaciones.
- Diseño de producto, proceso, planta y capacidad. Tipo de procesos operativos.
- Presupuesto para producir la demanda

proyectada.

- Calidad total. Herramientas Deming.
- Diagnóstico de procesos. Indicadores de capacidad, performance y nivel de operación en sigmas.
- Filosofía Six Sigma.
- Costos de la calidad.
- Gestión de inventarios con demanda independiente y dependiente. MRP II y JIT.

PARTICIPANTES

Profesionales y ejecutivos que deseen mejorar su performance profesional en las áreas de operaciones, logística, supply chain management, en temas de optimización de productos, procesos, calidad total, diagnóstico de procesos, manejo de inventarios y técnicas modernas de gestión, como Reingeniería, Outsourcing, Benchmarking etc., y que eleven la productividad en sus áreas de una manera totalmente radical.



PROFESOR GERMÁN VELASQUEZ

MBA por ESAN. Magister en Investigación. Ph. D. (c) en Administración de Empresas. Diplomado en Executive Logistics Management por el Tecnológico de Monterrey. Profesor Asociado de la PUCP. 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. Conferencista y panelista en seminarios internacionales de energía, supply chain y contrataciones. En su actividad profesional se ha desempeñado como Presidente de Directorio y Gerente General de PETROPERU SA; Director de Empresa Administradora de la Infraestructura Eléctrica ADINELSA; Gerente de Administración y Finanzas de ELECTROPERU SA; Director de la OAAE en el Ministerio de Educación; Gerente Administrativo Financiero de EMAPE.



SOLICITA
INFORMACIÓN



MATRÍCULATE
AHORA

GESTIÓN DE LA MEJORA CONTINUA

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

OBJETIVO

Mejorar las competencias de los participantes de forma tal que puedan planificar, implementar, controlar y mejorar los procesos de una organización. Así mismo se busca que puedan gestionar proyectos de mejora de procesos e implementar en forma efectiva Sistemas de Gestión de Calidad según estándares internacionales.

TEMARIO

- Introducción a la mejora continua y sus campos de aplicación en la empresa.
- Liderazgo y gestión del cambio para una adecuada implementación de herramientas.
- Mecanismos de medición que permiten identificar las oportunidades de mejora: Hoshin Kanri - Balance Scorecard.
- Herramientas para la optimización de los procesos: AMFE (Análisis del Modo de fallos y efectos Potencial) - QFD (Despliegue de la función calidad) - Metodología de Solución de problemas - 5S - SMED (Cambios rápidos y puesta a punto) - Kanban - Mantenimiento Productivo Total - Teoría de restricciones.
- Certificación de Sistemas de Gestión de Calidad: ISO 9001 versión 2015.
- Modelos de excelencia para la gestión empresarial: Malcolm Baldrige - EFQM - Modelo Iberoamericano de Excelencia en la Gestión.
- Herramientas y métodos de mejora estadísticos: gráficas de control - Cp y Cpk - Six Sigma.

PARTICIPANTES

Está dirigido a ejecutivos y profesionales interesados en desarrollar sus competencias en el ámbito de la gestión y la mejora de procesos de una organización.



PROFESOR LUIS BEDOYA

Actualmente es Gerente General de A1 Business Solutions. Cuenta con más de 25 años de experiencia en empresas líderes en el sector industrial y servicios. Anteriormente trabajó como Gerente de Mejora Continua en Corporación Lindley, así como en Corporación Aceros Arequipa, Tecsur y Solgas Artefactos. MBA por ESAN. Ingeniero Industrial por la Universidad de Lima. Black Belt en Six Sigma. Especialidad en Gestión de Calidad y Operaciones.

**El Jueves 06 de abril y jueves 11 mayo no habrá clases. El Domingo 28 mayo se enviará el trabajo final.*



**SOLICITA
INFORMACIÓN**



**MATRICÚLATE
AHORA**

GESTIÓN DE 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.

*El 1 de mayo no hay clase por feriado.



SOLICITA
INFORMACIÓN



MATRÍCULATE
AHORA

HABILIDADES BLANDAS PARA UNA DIRECCIÓN DE PROYECTOS EFECTIVA

NUEVO

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

OBJETIVO

Desarrollar en los participantes habilidades interpersonales útiles para trabajar con personas de diferentes perfiles y dirigir equipos multidisciplinarios en todo tipo de proyectos acompañando estas habilidades con buenas prácticas de gestión de proyectos.

TEMARIO

- Las técnicas fundamentales para la gestión de proyectos.
- Nuevas habilidades requeridas en la gestión de proyectos
- Identificación de riesgos y establecimiento de estrategias de mitigación.
- Diseño y planeamiento en base a restricciones y requerimientos.
- Gestión de Cambios y su impacto en el tiempo de los proyectos.
- Comunicaciones efectivas. Gestión de agendas e informes.
- Liderazgo efectivo en proyectos y Trabajo en Equipo. Gestión de grupos de interés mediante técnicas como el Networking.
- Gestión de Conflictos con técnicas de Coaching para equipos.

PARTICIPANTES

Gestores de proyectos con o sin experiencia que necesiten desarrollar habilidades blandas para acompañar con éxito la organización de proyectos trabajando con personas de diferentes áreas, Emprendedores, empresarios, proveedores y/o multi-disciplinas en la búsqueda de los objetivos esperados, liderando el desarrollo de proyectos desde su concepto, su planificación, monitoreo y control.



PROFESOR MANUEL ORTIZ DE ZEVALLOS

Ingeniero Electrónico, consultor en el sector privado y público, speaker internacional, profesor en Dirección de Proyectos, empresario, Autor del libro publicado en Amazon "Dirección de Proyectos desde la filosofía marcial". Amplia experiencia en sector educación, proyectos en minería y adaptación de telecomunicaciones en los negocios. Experto en networking profesional. Apasionado por los proyectos sociales, la gobernanza de instituciones de voluntariado social y profesional. Experiencia como presidente y directivo de diversas asociaciones sin fines de lucro y experiencia en decenas de países. Certificado por PMI® como Project Manager Professional (PMP).

**El día 24/04 no habrá clase, se recuperará el sábado 06/05 de 9:00 a 12:15 p.m. El día 01/05 no hay clase por feriado.*



SOLICITA
INFORMACIÓN



MATRÍCULATE
AHORA

INTEGRANDO OKR'S, KPI'S, BSC Y SCRUM PARA EL DESPLIEGUE ESTRATÉGICO

Miércoles de 7:00 a 10:15 p.m.

OBJETIVO

Usualmente planificar es simple y entretenido. Ejecutar puede ser difícil y hasta frustrante. Ello aplica a diversos tipos de planes, estratégicos u operacionales. A esta dificultad para implementar los planes, se le denomina "brecha de ejecución", la cual se viene agudizando debido al actual escenario mundial de alta velocidad de cambios en el entorno.

Según el Strategic Agility Project del MIT, es necesario aplicar metodologías ágiles para resolver esta falta de capacidad de implementación. Sin embargo, no existen muchos Frameworks ni Toolkits para facilitar la aplicación de este enfoque a nivel de la empresa como un todo. El "escalamiento" de Scrum u otros enfoques ágiles no basta.

Este curso tiene como propósito desarrollar competencias para desplegar y monitorear planes de cambio estratégico empleando una integración de herramientas metodológicas modernas con otras de mayor madurez. El resultado es un circuito metodológico simple que se viene aplicando en diversas organizaciones, con y sin fines de lucro.

TEMARIO

- **Matriz de Alineamiento y Despliegue Estratégico (MDAE).** Elaborar planes a nivel de unidades de negocio, áreas de servicio u otros grupos temáticos, aplicando un método de alineamiento que clarifica los tres tipos de vinculación con él, o los, planes de nivel superior. Impulsar la implementación mediante el despliegue y el refinamiento
- **Matriz de objetivos BSC y diagnósticos FODA (MODI).** Identificar aspectos en el ámbito interno, y en los entornos inmediato y general, que resulten más relevantes respecto al alineamiento requerido con los objetivos de mayor nivel. Diseñar objetivos que mitiguen o aprovechen los aspectos negativos o positivos, según corresponda.
- **Matriz de objetivos BSC y diagnósticos**

FODA (MODI). Diseñar o identificar los KPI's que mejor puedan representar el avance de cada objetivo crucialmente importante. Elegir él, o los, KPI considerando su viabilidad y la conveniencia de fijarles metas o resultados clave. Romper la creencia de que los OKR están distanciados de los KPI.

- **Ficha de Iniciativa (FINI).** Diseñar los elementos mínimos necesarios de una herramienta de gestión de proyectos para control de resultados clave en forma de metas físicas. Impulsar el logro de los objetivos estableciendo los sprints que entregaran valor frecuente mediante dichos productos y así recibir feedback anticipado.
- **Fichas de Indicador (FIND).** Diseñar los elementos asociados a las metas numéricas (OKR's vs KPI's) para construir una herramienta de planificación y monitoreo. Adicionalmente esta servirá para documentación del conocimiento relativo a cada KPI. Diferenciar la lógica para indicadores crecientes, decrecientes y acotados.
- **Control de Avance Extendido (CAE).** Definir los medios de control o monitoreo de los OKR's para el trimestre inmediato, tomando del plan de mediano o largo plazo, el bloque de OKR's más cercano, y adaptándolo a los eventuales cambios externos o internos. Definir como adaptar la herramienta para disponer de un tablero de gestión de procesos
- **Herramientas complementarias:** Canvas de Orientación Estratégica (COES); Matriz de Ansoff con los 3 Horizontes de Crecimiento de McKinsey (AN3H); Check List de Gestión Estratégica Trimestral (CGET).

PARTICIPANTES

Dirigido a interesados en implementar un modelo de control gestión para impulsar el cumplimiento de planes estratégicos u operacionales. También encontrarán valor los responsables de modelos de gestión y especialistas en temas afines que requieran actualizar su caja de herramientas metodológicas y sus bases conceptuales, aprendiendo de las mejores prácticas a nivel mundial.



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 (Bunge & Born), Romero, Credicorp. 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.



**SOLICITA
INFORMACIÓN**



**MATRICÚLATE
AHORA**

LOGÍSTICA DE DEPÓSITOS ESPECIALIZADOS

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

OBJETIVO

Al culminar el curso, los participantes estarán en capacidad de realizar de manera eficiente y eficaz la gestión del almacenaje de sus mercaderías, cuando estas pasen por los diferentes "depósitos especializados" que existen en el campo de la logística moderna. Actualmente los negocios se han diversificado por tipos de materias primas, insumos y productos terminados. Por lo que se hace necesario contar con profesionales que entiendan la problemática del "almacenaje especializado" y su importancia dentro de la cadena de abastecimientos local e internacional (SCM).

TEMARIO

- Gestión de depósitos.
- Ciclo del depósito.
- Costos & KPI.
- Tecnologías WMS.
- Centros de distribución.
- Equipamiento especial.
- Almacenaje en contenedores.
- Depósitos navieros.
- Operaciones aduaneras.
- Depósitos aduaneros.
- Depósitos de perecibles.
- Depósitos de peligrosos.
- Terminal de contenedores.
- Seguros de depósitos.

PARTICIPANTES

Dirigido a todas aquellas personas, que deseen capacitarse en la "Logística de Depósitos Especializados", que necesiten ampliar sus conocimientos y técnicas de administración de la cadena de abastecimientos. Así mismo a empresas comercializadoras, distribuidoras, operadoras de almacenes, centros de distribución, depósitos y retails, interesadas en mejorar el nivel de servicio a sus clientes.



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 Jueves 06 de abril no hay clase por feriado de Semana Santa.*



**SOLICITA
INFORMACIÓN**



**MATRÍCULATE
AHORA**

PLANIFICACIÓN, CONTROL Y COMUNICACIÓN DE PROYECTOS CON EL MS PROJECT

Lunes 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 JUANCARLOS 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. * El martes 1 de noviembre es feriado y no se programarán clases. Nota: Requiere de tener el programa instalado en versión 2013 o superior.

**El Lunes 1 de mayo no hay clase por feriado.*



**SOLICITA
INFORMACIÓN**



**MATRÍCULATE
AHORA**

PLANEAMIENTO Y CONTROL DE LA PRODUCCIÓN

Viernes 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

Director de la Maestría en Supply Chain Management en ESAN. 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 Viernes 07 de abril no hay clase por feriado de Semana Santa.*



**SOLICITA
INFORMACIÓN**



**MATRÍCULATE
AHORA**

SUPPLY CHAIN MANAGEMENT

Lunes 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 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

Consultor y asesor externo de instituciones y empresas del sector público y privado. Conferencista y panelista en seminarios internacionales de energía, supply chain y contrataciones.

MBA por ESAN. Magister en Investigación. Ph. D. (c) en Administración de Empresas. Diplomado en Executive Logistics Management por el Tecnológico de Monterrey.

**El Lunes 01 de mayo no hay clase por feriado.*



**SOLICITA
INFORMACIÓN**



**MATRICÚLATE
AHORA**



ÁREA ACADÉMICA DE

TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN

CERTIFICADO DE ESPECIALIZACIÓN EN:

GESTIÓN DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN



Certificado de Especialización en:

GESTIÓN DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN

BIG DATA & INTERNET OF THING (IOT) EN SUPPLY CHAIN.

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

DATA SCIENCE: LA CIENCIA DE LOS DATOS

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

GESTIÓN DE LA CIBERSEGURIDAD

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

TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN LA ORGANIZACIONES

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

VISUAL MANAGEMENT CON LOS PRINCIPIOS DEL DATA STORYTELLING

Gustavo Ortega Ubillus
Lunes de 7:00 a 10:15 p. m. *

NUEVO



BIG DATA & INTERNET OF THINGS (IOT) EN SUPPLY CHAIN

Miércoles de 7:00 a 10:15 p. m.

OBJETIVO

Los procesos a lo largo de la cadena de suministro son cada vez más complejos. La información sobre movimiento de materiales, ubicación, transformación, cadenas de frío, control de flujos, distribución, etc., varía cada vez con mayor frecuencia porque hay que cumplir con la demanda de los clientes, pero no con cualquier cliente, sino con aquellos que generan mayor rentabilidad para el negocio. Los participantes que se matriculen en este curso descubrirán cómo la información generada, manual o automáticamente, a lo largo de la cadena de suministro, no solo permitirá la visibilidad y trazabilidad de los eventos críticos sino, además, esa información podrá ser almacenada, procesada y analizada, a partir de IoT y Big Data Analytics. IoT permite esta captura instantánea de datos, pero no el análisis integral. Allí es donde entra Big Data Analytics. La gran cantidad y variedad de datos (Big Data) capturada a través de IoT podrá ser analizada, cada vez con mayor frecuencia y profundidad, para que las decisiones críticas en toda la cadena de suministro puedan ser tomadas de manera óptima y oportuna.

TEMARIO

- Revolución Industrial 5.0
- Modelos inteligentes basados en IoT y en procesos cognitivos
- Logística lineal vs logística circular
- Cadena logística orientada al cliente
- Logística personalizada con soporte de robots colaborativos
- La transformación digital y su impacto en la cadena de suministro
- Integración ERP-CRM-SCM.
- Analítica y visualización de información desde los procesos operacionales (Business Intelligence).
- Diseño de un Dashboard logístico/operacional
- Procesos de toma de decisiones en contextos empresariales de alta

volatilidad.

- Frecuencia e importancia estratégica de los procesos de toma de decisiones a partir de IoT.
- Analítica avanzada de datos (Big Data Analytics) en la cadena de suministro
- Talleres grupales
- Análisis de casos aplicativos tomados de Harvard Business Publishing

PARTICIPANTES

Este curso está dirigido a ejecutivos y analistas de sectores logísticos y operacionales de la organización, con visión táctica y estratégica para la toma de decisiones en entornos altamente cambiantes.



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.



SOLICITA
INFORMACIÓN



MATRICÚLATE
AHORA

DATA SCIENCE: LA CIENCIA DE LOS DATOS

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

OBJETIVO

Este curso teórico práctico online está diseñado para todos los profesionales que tengan poca o no tengan mucha familiaridad con el tema y tiene como principal objetivo proporcionar a los participantes una introducción que provea familiaridad y entendimiento claro de la evolución del nuevo campo del análisis de los datos, el proceso de la ciencia de los datos y el uso de herramientas necesarias, las disciplinas básicas de codificación y estadística necesarias, cubriremos la evolución de la analítica, big data, Inteligencia Artificial, machine learning y deep learning. Al final del curso habrá un taller donde los alumnos deberán analizar casuística relacionada y demostrar su entendimiento y aplicabilidad de los conceptos cubiertos.

TEMARIO

- Introducción a la ciencia de la data.
- Procesos de la ciencia de la data.
- Tópicos de la ciencia de la data y algoritmos.
- Fuentes y tipos de data.
- Ciencia de la data: habilidades requeridas.
- Sistemas de información y herramientas para el procesamiento de la data.
- Motores de la generación de la data: Mobile, IoT y cloud.
- Big data y hadoop.
- Machine learning, neural networks and deep learning, machine, deep learning.
- Intelligence Artificial (IA).
- Data science, pasado, presente y futuro.
- Taller.

PARTICIPANTES

El curso está dirigido a ejecutivos, funcionarios de diferentes especialidades (administradores, economista, ingenieros, abogados, entre otros) encargados de implementar, gestionar, utilizar data para la gestión de sus organizaciones. También supervisores, operadores, concesionarios, contratistas, participantes incluyendo a

entidades financieras, logística, retail y salud. Los conceptos tratados pueden emplearse en la actividad profesional como en negocios y proyectos personales.



PROFESOR FERNANDO CASAFRANCA

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. MBA y Gestión de Tecnologías por la University of Phoenix, USA. Estudios de posgrado especialización en Telecomunicaciones y Redes por Portland State University y Oregon State University.

*El Lunes 1 de mayo no hay clase por feriado.



SOLICITA
INFORMACIÓN



MATRÍCULATE
AHORA

GESTIÓN DE LA CIBERSEGURIDAD

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

OBJETIVO

El programa tiene como objetivo general el desarrollar los conocimientos necesarios para un adecuado resguardo de la Información, datos personales y activos críticos en el ciberespacio, todo ello a partir de la descripción de conceptos y el análisis y gestión de las principales consideraciones técnicas y de gestión que los riesgos y amenazas en el ciberespacio suponen a la seguridad de los activos críticos de información datos personales e infraestructuras críticas. Así mismo, se realizan el estudio y realización de talleres de implementación de los distintos frameworks de ciberseguridad, seguridad de la información y privacidad de datos personales.

TEMARIO

- Fundamentos de ciberseguridad.
- Diseño de una unidad de ciberseguridad y sizing de la fuerza laboral.
- NICE Cybersecurity Workforce Framework.
- Gestión de la ciberseguridad en la cadena de suministros.
- Gestión de riesgos de ciberseguridad.
- Principios de Arquitectura de ciberseguridad.
- Data Security Governance.
- Cybersecurity Framework del NIST.
- Privacy Framework del NIST.
- Cybersecurity Assessment Tool - FFIEC.
- Ciberseguridad en el contexto de la transformación digital.

PARTICIPANTES

Gerentes de ciberseguridad, gerentes de seguridad de la información, oficiales de seguridad de la información (CISO) del sector público y privado, ingenieros que administran sistemas informáticos, consultores de seguridad de la información y ciberseguridad, oficiales de privacidad de datos personales, miembros de las fuerzas armadas y policiales interesados en obtener una certificación para fortalecer

sus conocimientos de ciberseguridad y ser capaces de proteger sus instalaciones de amenazas de ciberataques o intrusión o interna y/o externa.



PROFESOR GIANNCARLO GÓMEZ MORALES

Head Of Cybersecurity Audit en el Banco Interamericano de Finanzas y Docente Adjunto del curso Cyber Policy Development en la National Defense University en Washington D.C. Se desempeñó como Oficial de Seguridad de la Información y Protección de Datos Personales en el OSIPTEL y Gerente Adjunto de Arquitectura de Seguridad en el Banco de Crédito del Perú. Además, es auditor y entrenador de norma ISO/IEC 27001. Magister en Administración y Dirección de TI por la Universidad Nacional de Trujillo. Posgrado en Seguridad de la Información por ESAN. Cuenta con especialización en la UNE ISO/IEC 27001 por el INTECO-CERT de España, Lead Auditor en ISO/IEC 27001, Protección de Datos Personales por la Agencia Española de Protección de Datos, Ciberseguridad por la Universidad Rey Juan Carlos y en Desarrollo de Políticas de Ciberseguridad por la Universidad Nacional de Defensa de EE. UU. - Washington D.C.

**El Jueves 06 de abril no hay clase por feriado de Semana Santa.*



**SOLICITA
INFORMACIÓN**



**MATRÍCULATE
AHORA**

TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN LAS ORGANIZACIONES

Martes de 7:00 a 10:15 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.
- scorecard para la gestión de las TI.
 - ¿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

Actualmente es Director en la Dirección de Programas de Desarrollo Gerencial y de la Maestrías en Dirección de Tecnologías de Información y Project Management de ESAN. Ha sido director del MBA y 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.



**SOLICITA
INFORMACIÓN**



**MATRICÚLATE
AHORA**

VISUAL MANAGEMENT CON LOS PRINCIPIOS DEL DATA STORYTELLING

NUEVO

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

OBJETIVO

En los sistemas de gestión tradicional la comunicación se genera desde los niveles superiores de dirección hacia los niveles más operativos a través de paneles, correos electrónicos, tableros, entre otros. Sin embargo, pocas veces la parte operativa se comunica de forma efectiva con los niveles superiores.

Por ello, las organizaciones fomentan y potencian el Visual Management, o gestión visual (¿usted ya gestiona de forma visual?). La gestión visual o Visual Management es la capacidad que tiene un equipo de trabajo para comunicar información que permita a otros tomar mejores decisiones de forma visual.

El objetivo del Visual Management es conseguir que la información llegue a todo el mundo, desde la operación a la dirección y viceversa; de forma ágil y efectiva; de una manera que requiera poca o ninguna capacitación previa para interpretar la información.

Nuestro reto como profesionales está en cómo pasar de solo mostrar datos, de forma visual, a crear una historia con los datos para comunicar mejor. Una comunicación con comienzo, desarrollo y final. O, en otras palabras: presentación, conflicto y resolución. Reto que se resuelve cuando tus estrategias de comunicación cumplen las reglas del Data Storytelling.

Se trata de crear una historia alrededor de los datos para darle emoción a la comunicación, ya que nuestras decisiones tienen en cuenta la emoción. De esta forma aumentamos nuestra capacidad de persuadir y de generar mayor engagement (o la conexión emocional) en quien nos lee, nos visualiza o nos escucha; sobre todo cuando existe una nueva jerarquía de las comunicaciones: reuniones presenciales, reuniones virtuales y comunicaciones grabadas.

Al finalizar el curso, el estudiante es capaz de construir presentaciones de alto impacto, con nuevas estrategias, una narrativa en torno a un conjunto de datos

e información para comunicarse de forma más poderosa y convincente.

TEMARIO

- Introducción a la gestión visual: Visual Management.
- Cinco habilidades que todo profesional debe desarrollar.
- Los principios del Data Storytelling.
- Elementos clave: la visualización, la narrativa y la información.
- El secreto de la comunicación efectiva: [(I+O) * UEM] * RD.
- La estructura narrativa y el orden de narración.
- Habilidades que debemos entrenar.
- Un modelo de trabajo adaptado a la nueva jerarquía de las comunicaciones.
- Estrategias de comunicación.
- La planificación, la creación y la ejecución: ¿Qué pasa en cada fase?
- Técnicas para el enganche, el desarrollo y el final.
- Nuevos roles que cumplir: Cierra el Power Point.
- Técnicas para escritura, ritmo, flow y coherencia.
- Distintas intenciones de la comunicación.
- Amabilidad, sonrisa y dinamismo.
- La configuración de nuestra zona de trabajo y principales herramientas.
- Practicar con proyectos: reuniones presenciales, reuniones virtuales, contenido grabado.

Nuestro curso tiene un formato de zona de entrenamiento. Desarrollaremos cuatro "unidades de aprendizaje":

Unidad 1: El Visual Management y el Data Storytelling en la nueva jerarquía de las comunicaciones.

Unidad 2: Un modelo de trabajo: El comienzo, el desarrollo y el final.

Unidad 3: El setup básico: La configuración de tu zona de trabajo.

Unidad 4: Practicar con proyectos.

Ya sea que trabaje en el ala ágil o en el ala tradicional, conviértase en un mejor comunicador. Son tiempos en el que la sobre oferta de contenidos acorta la capacidad de atención de nuestra audiencia en nuestras reuniones de trabajo. Potenciar nuestra forma de comunicar nos obliga a replantear nuestras estrategias comunicativas. Negarse a esta realidad es negarse a aceptar los cambios que nos depara el futuro.

PARTICIPANTES

El curso está dirigido a cualquier profesional que desee aprender técnicas de storytelling para potenciar su comunicación y persuasión en reuniones de trabajo, reuniones con el equipo, reuniones con el comité o con clientes. A empresas que deseen que sus equipos realicen presentaciones de alto impacto.



PROFESOR GUSTAVO ORTEGA UBILLÚS

Ha desarrollado más de 40 proyectos relacionados a la especialidad en Perú, Colombia y Portugal. Centra su investigación en las metodologías que las empresas utilizan para hacer frente a los eventos imprevistos en sus procesos, en la innovación de procesos y en la revisión de la estrategia empresarial para conseguir eficiencias operativas de manera ágil y eficiente. Como docente su objetivo es darles a los ejecutivos herramientas que les permitan analizar cualquier proceso o servicio y elegir aquellas formas de gestión que mejor se adapten a los requisitos específicos dentro de un determinado contexto. Ha diseñado un marco para implementar de manera ágil innovaciones en los procesos y ahora en los servicios. Actualmente es gerente de proyectos de la consultora STIGOU. Tiene más de 17 años de experiencia como docente e instructor en entornos físicos y más de 8 años en entornos virtuales.

Magister por UPC. Posgrados en Gerencia de Sistemas y TI. Consultor en procesos y estrategia. Trabaja con directivos para revisar

modelos de negocios, elaborar planes estratégicos, mapas estratégicos y tableros de control; así como, para optimizar, redefinir y rediseñar procesos.

'El Lunes 01 de mayo no hay clase por ser feriado.



**SOLICITA
INFORMACIÓN**



**MATRICÚLATE
AHORA**



ÁREA ACADÉMICA DE **SALUD**

CERTIFICADO DE ESPECIALIZACIÓN EN:

GESTIÓN DE LA SALUD



Certificado de Especialización en:

GESTIÓN DE LA SALUD

GESTIÓN DE LA INCLUSIÓN LABORAL DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD

Jorge Cordero | Erika Giraldo
Martes de 7:00 a 10:15 p. m. *

LEAN HEALTHCARE: MEJORA DE PROCESOS EN LA PRESTACIÓN Y GESTIÓN DE SERVICIOS DE SALUD

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

MARKETING EN SALUD

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



GESTIÓN DE LA INCLUSIÓN LABORAL DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD

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

OBJETIVO

Fortalecer las competencias de los participantes, analizando los factores relacionados a la inclusión laboral y la discapacidad, utilizando herramientas técnicas; así como, metodologías cuantitativas y cualitativas, que le permitan entender las características de la población, las normas que regulan los derechos a nivel nacional e internacional, las normas y dispositivos que establecen los servicios públicos; así como, las obligaciones del sector empresarial en materia de inclusión laboral de personas con discapacidad.

Identificar las barreras en el proceso de contratación de personas con discapacidad y proponer acciones para modificar las desigualdades y exclusión, en cumplimiento de la normativa vigente.

TEMARIO

- La Discapacidad en el Perú.
- Normativa nacional e internacional en materia de discapacidad y trabajo.
- Derechos de las personas con discapacidad en el Perú.
- Inclusión Laboral de Personas con Discapacidad en el Perú.
- Barreras en la contratación de personas con discapacidad.

PARTICIPANTES

Dirigido a profesionales de la salud, profesionales de ciencias sociales, empresarios y funcionarios que deseen conocer a profundidad la situación legal y los procedimientos a realizar para entender y gestionar la inclusión laboral de personas con discapacidad, enfatizando en una visión integral e integrada desde la perspectiva de la persona, hasta la mirada empresarial.

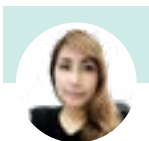
PROFESORES



JORGE ALFREDO CORDERO VALERA

Médico Cirujano, Maestría y Especialización en Economía y Gestión de Salud en la Universidad Politécnica de Valencia y la Universidad Nacional Federico Villarreal. Miembro de la Sociedad Peruana de Auditoría Médica. Líder en Auditoría Médica, Auditoría Gubernamental, Sistema de Gestión de la Calidad en Salud, Organización de Servicios de Salud, perito en Sistemas de Gestión de la Calidad ISO 9001, Consultor y Docente en Auditoría Médica, Sistema Nacional de Control, Sistemas de Gestión de la Calidad. Ha sido Director Ejecutivo en el Órgano de Control Institucional del Ministerio de Salud, Director Médico del Programa de Atención Médica del FEBAN, Sub Gerente de Gestión de la Calidad en Salud, y después Jefe de la Oficina de Control Institucional de la Contraloría General de la República adscrita al Seguro Integral de Salud; Gerente de Planeamiento y Desarrollo de los hospitales APP de EsSalud Alberto Leopoldo Barton Thompson y Guillermo Kaelin de la Fuente. Actualmente Gerente de la Persona con Discapacidad de EsSalud.





PROFESORA
ERIKA GIRALDO VIZCARRA

Médico Cirujano, con especialidad en Medicina de Rehabilitación por la Universidad Nacional Mayor de San Marcos - sede Hospital Edgardo Rebagliato Martins, estudios de Maestría en Gerencia de Servicios de Salud en la Universidad San Martín de Porres; Diplomado en Salud Ocupacional por la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Certificación en Gestión Pública para la Inclusión de las personas con discapacidad desde una perspectiva de Derechos por ENAP. Es Subgerente de Rehabilitación Social y Laboral de EsSalud, Médico asistente especialista en Rehabilitación del Hospital Geriátrico San Isidro Labrador, miembro de Comités de Trabajo del programa de Asistencia Técnica en ESSALUD y MINSALUD, miembro del Comité Nacional de Rehabilitación, miembro del Consejo Directivo del CONADIS. Ha sido: Jefe de Oficina de la Gerencia Central de Prestaciones Económicas y Sociales de ESSALUD, Subgerente de Rehabilitación de EsSalud (e), Médico asistente del Hospital E. Rebagliati de EsSalud, Docente de la Universidad San Martín de Porres - Tutora de Postgrado y Presidente de Comisión de Titulación por competencias, Presidente de Comités de Auditoría Médica y miembro de Comisión de certificación de invalidez en EsSalud. Ha publicado el Manual de escuela de Familias y Discapacidad - Versión Familiar, ha formulado e implementado múltiples programas y servicios de rehabilitación profesional y social. Producción científica: ISSN 2519-0652 CASUS.2017;2(3):179-184

**El curso iniciará a partir del Martes 04 de abril.*



**SOLICITA
INFORMACIÓN**



**MATRICÚLATE
AHORA**

LEAN HEALTHCARE: MEJORA DE PROCESOS EN LA PRESTACIÓN Y GESTIÓN DE SERVICIOS DE SALUD

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

OBJETIVO

Brindar a los participantes conceptos, técnicas, herramientas y ejemplos prácticos de la aplicación de la metodología lean al entorno salud, que les permitan desarrollar intervenciones de mejora en los procesos de sus organizaciones.

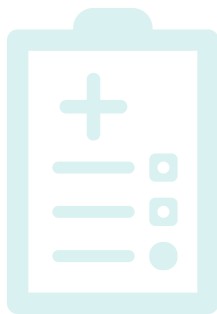
TEMARIO

- Enfoque de gestión por procesos en el entorno salud.
- Importancia de los procesos para la gerencia de servicios de salud.
- Etapas de la gestión por procesos en el entorno salud - I.
 - Definir los objetivos.
 - Definir el procedimiento de trabajo.
 - Definir el equipo de trabajo.
 - Elaborar el mapa de procesos.
- Etapas de la gestión por procesos en el entorno salud - II.
 - Análisis de los procesos clave.
 - Elaboración de la documentación.
 - Revisión de los procesos.
- Teoría de las restricciones (TOC) en salud.
 - Principios de la TOC.
 - Pasos de la TOC.
- Metodología lean en el entorno salud, conceptos y beneficios de su aplicación en la prestación y gestión de servicios de salud.
- Identificación de métricas base: caracterizando la demanda y conociendo el flujo de valor del proceso.
 - Tiempo takt (TT).
 - Actividades de valor.
 - Value stream map (VSM).
- Análisis del flujo del proceso:
 - Análisis I: siguiendo al paciente / producto.
 - Análisis II: siguiendo al personal de salud / operador.
 - Análisis III: siguiendo a la información del proceso.
 - Análisis III: cambios en el flujo del proceso.

- Fundamentos LEAN: herramientas y técnicas para el análisis del flujo de procesos.
 - 5 'S'.
 - Value Stream.
 - Formato A3.
 - Kanbam.
 - Andon.
- El Sistema Operativo LEAN: la casa de los 5 pisos.
 - Los 5 niveles.
 - Los 3 pilares.
 - Los 3 conceptos críticos.

PARTICIPANTES

Dirigido a ejecutivos y profesionales de las áreas de calidad, operaciones, servicio al cliente y jefaturas asistenciales o administrativas, encargadas de la mejora de los procesos de gestión y prestación de servicios de salud.





PROFESOR
GUILLERMO ALVA BURGA

Actualmente Subdirector Médico de la Clínica El Golf-Sanna y miembro del Comité Médico de la SBS. Veinte años de experiencia. Participación en la elaboración de proyectos y en las decisiones administrativas de empresas de Salud. Ex Gerente General de MEDICASA-ENFECASA. Ex Gerente del Comité Médico de las AFP-COMAFP. Ex Director Ejecutivo de INFOSALUD y de Servicio de Atención Móvil de Urgencias. Ex Subgerente de PADOMI. Consultor Senior de instituciones de salud públicas y privadas en temas planeamiento estratégico, mejora de procesos, optimización de recursos, mejora de rentabilidad, etc. MBA por ESAN. Mención en Finanzas. Postgrado de Gerencia en Servicios de Salud por ESAN. LEAN Healthcare en Instituto Armstrong-JOHN HOPKINS. The Innovative Health Care Leader: From Design Thinking to Personal Leadership en STANFORD BUSINESS Graduate School of Executive Education. Médico Cirujano titulado por la Universidad Peruana Cayetano Heredia. Médico Auditor.

'El Jueves 06 de abril no hay clase por feriado de Semana Santa.



**SOLICITA
INFORMACIÓN**



**MATRICÚLATE
AHORA**

MARKETING EN SALUD

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

OBJETIVO

Diseñar un plan de marketing, considerando los conceptos relacionados al desarrollo de servicios o productos en el sector salud, con el conocimiento adecuado de la perspectiva de los stakeholders.

TEMARIO

Definir a través de la revisión de casos, cual es la definición más apropiada de marketing y su aplicación en salud.

- Establecer el rol del marketing dentro del desarrollo de un negocio de salud.
- Definición de Marketing Mix y sus componentes.
- Revisar componentes dependientes e independientes en el desarrollo de un negocio de salud.
- Relación entre el plan estratégico organizacional y el plan de marketing.
- Plaza, Producto, Precio y Promoción.
- Integración de los componentes en la creación de un negocio de salud.
- Conocer los diferentes tipos de consumidores en los servicios de salud, B2C, B2B.
- Identificar las diferentes modalidades de estudio de mercado.
- Definir los diferentes mecanismos de comunicación en Marketing en salud.
- La importancia de la era digital en los servicios de salud.
- Definir Branding y las características del concepto en salud.
- Conceptos relacionados: posicionamiento, prestigio.
- Construcción de marca en salud.
- Definición de Marketing Personal.
- Importancia del Marketing personal.
- Definición de Marketing Personal.
- Importancia de Marketing Personal.
- Marketing personal en personal en salud.
- Definición de Pricing.
- Establecer mecanismos de ajuste de precios.
- Fijación de precios por segmento.
- Aplicación a los diferentes rubros del área de salud.

- Establecer estrategias para lograr marketing sustentable en salud.
- Responsabilidad social ética y marketing.
- Marketing y salud.

PARTICIPANTES

El presente curso va dirigido a profesionales relacionados al área de salud, interesados en desarrollar estrategias de mercado orientadas a desarrollar nuevos negocios o mejorar los servicios de salud brindados, utilizando para ello las herramientas del marketing.



PROFESOR RAFAEL RIVERA PIEDRA

Veinte años de experiencia en administración en salud. Gerente de Operaciones y Marketing en PRO MUJER, ONG de alcance internacional. Miembro de Directorio de Innova Salud, Bolivia. Project Manager Asociación Civil Impacta. Gerente Médico en diferentes instituciones privadas en Lima. MBA por ESAN con Mención en Marketing. Posgrado de Gerencia en Servicios de Salud de ESAN. Liderazgo e Innovación Universidad ESADE - Barcelona. Evaluación del Sistema de Salud Colombiano de Universidad de los Andes de Colombia.

**El Viernes 07 de abril no hay clase por feriado de Semana Santa.*



**SOLICITA
INFORMACIÓN**



**MATRÍCULATE
AHORA**



ÁREA ACADÉMICA DE

B2B

CERTIFICADO DE ESPECIALIZACIÓN EN:

GESTIÓN ESTRATÉGICA Y
TRANSFORMACIÓN DIGITAL B2B

DIRECCIÓN COMERCIAL EN B2B



Certificado de Especialización en:

GESTIÓN ESTRATÉGICA Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL B2B

FINANZAS EN EMPRESAS B2B

Alfredo Mendiola | Carlos Aguirre
Martes de 7:00 a 10:15 p. m.*

DIRECCIÓN COMERCIAL EN B2B

ESTRATEGIAS DE MARKETING B2B

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

ESTRATEGIAS DE VENTA CORPORATIVA (B2B)

Ana Belen Perdignes
Sábados de 8:30 a. m. a 1:30 p. m.*

FW



(*) Horario especial

FW

FORMATO
WEEKEND

FINANZAS EN EMPRESAS B2B

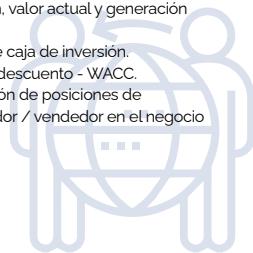
Martes de 7:00 a 10:15 p. m. *

OBJETIVO

Revisar con el participante la trascendencia financiera de las decisiones que se dan en un contexto de negocios B2B. Se espera desarrollar en el participante su capacidad para la toma de decisiones, teniendo en cuenta: (i) la información existente en estados financieros, (ii) el capital de trabajo y (iii) las decisiones de inversión de largo plazo.

TEMARIO

- Trascendencia financiera de los negocios B2B.
 - Principales características del negocio B2B.
 - Las características del negocio B2B y su impacto en el capital de trabajo, tanto del cliente como del proveedor.
 - Evaluación del financiamiento de clientes en el rendimiento financiero.
 - Costo de mantener un inventario para atender a los clientes.
 - Inversión de largo plazo y la importancia en la generación de caja.
 - Análisis del reperfilamiento financiero en épocas de coyuntura (como las actuales)
 - Variables financieras a priorizar en el sector B2B en épocas de crisis (COVID 19).
- Valor del dinero en el tiempo.
 - Valor presente / valor futuro.
 - Anualidades.
 - Costo de la deuda.
 - Impacto del financiamiento del IG.V.
 - Como controlar el riesgo cambiario.
- Comprensión de estados financieros.
 - Principales estados financieros.
 - Principios contables.
 - Características y diferencias en los estados financieros.
 - Limitaciones en la información de los EE.FF.
- Comprensión de estados financieros.
 - Principales estados financieros.
 - Principios contables.
 - Características y diferencias en los estados financieros.
 - Limitaciones en la información de los EE.FF.
- Análisis de estados financieros.
 - Eficiencia operativa de la empresa: PPC / PPP / PPP.
 - Rentabilidad del negocio: ROA y ROE.
 - Liquidez del negocio: EBIT / EBITDA / FE operativo.
 - Liquidez del negocio - cadena de suministros.
 - Flujo de efectivo.
 - Endeudamiento: evolución.
 - Riesgo de tipo de cambio y diferencia en cambio.
- Análisis del capital de trabajo.
 - Qué es capital de trabajo.
 - Determinación de las necesidades de capital de trabajo.
 - Variables que determinan los cambios en el nivel de capital de trabajo.
 - Cambio en las necesidades de capital consecuencia de la ampliación de ventas.
 - Por qué es necesaria una buena gestión de capital de trabajo.
 - Impacto financiero de los inventarios.
 - Evaluación de posiciones de comprador / vendedor en el negocio B2B
- Análisis de clientes e Inventarios.
 - Provisión de cuentas incobrables.
 - Evaluación del costo de un financiamiento de proveedor.
 - Análisis de cambios de política de crédito.
 - Análisis económico del riesgo de crédito.
 - Costo del financiamiento de incrementos en nivel de inventarios.
- Decisiones de inversión de largo plazo
 - Decisiones de inversión / decisiones de financiamiento.
 - Inversión, valor actual y generación de valor.
 - Flujos de caja de inversión.
 - Tasa de descuento - WACC.
 - Evaluación de posiciones de comprador / vendedor en el negocio B2B.



PARTICIPANTES

Dirigido a personas que laboran en empresas involucradas en negocios B2B, tanto como clientes, así como proveedores, que desean examinar la trascendencia financiera de las decisiones que se toman en este tipo de actividades.

PROFESORES



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.



CARLOS AGUIRRE GAMARRA

Actualmente asesor y consultor de empresas y director en empresas familiares. Más de 20 años de experiencia profesional en áreas financieras de empresas industriales y de servicios y en asesorías en reestructuraciones empresariales, en determinación del lucro cesante y daño emergente, 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 y cuadros de mando (Balanced scorecard), entre otros.

Ph. D. en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad Complutense de Madrid. Magister en Finanzas por ESAN. Economista. Programas de especialización en Finanzas, en Regulación Económica de las Telecomunicaciones y en Administración Bancaria. Cursos para ejecutivos en Florida International University – FIU (Miami, 2012), Frankfurt Business School of Finance and Management (Frankfurt, 2013), ESADE Business and Law School (Barcelona, 2012 y 2019), EGADE – Tecnológico de Monterrey (Guadalajara, 2018) y en el Instituto de Empresa / IE Business School (Madrid, 2022). Estancia de investigación sobre finanzas en empresas familiares, EGADE – Tecnológico de Monterrey (Monterrey, 2019).

Nota: Se requiere contar con conocimientos básicos de Excel.

*El día 02 de mayo no hay clase.



**SOLICITA
INFORMACIÓN**



**MATRICÚLATE
AHORA**

ESTRATEGIAS DE MARKETING B2B

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

OBJETIVO

El participante será capaz de elaborar acuciosamente el Plan de Marketing B2B, haciendo uso de herramientas que permitan aplicar estrategias orientadas a incrementar las ventas y la rentabilidad de la organización, soportada en el customer experience, el gerenciamiento de las relaciones con los clientes, una propuesta de valor única, poderosa y contundente que genere un encaje entre el perfil del cliente con el mapa de valor y que este conectada con las estrategias de pricing, dentro del entorno digital.

TEMARIO

- Comprensión de la Filosofía y Práctica del Marketing B2B y Diferencias con el Marketing B2C.
 - El Marketing Mix y su Evolución.
 - De la Transacción a la Relación.
 - De la Creación de Valor a la Generación de Lealtad. Fedelidad vs Lealtad.
 - De la Gestión de la Relación, al Customer Experience y a la Lealtad del cliente.
 - Efecto WOW y Love Brand.
- Comprensión de las Estrategias de Valor y el Enfoque Colaborativo
 - Venta Consultiva vs. Venta Tradicional.
 - Fijación de Objetivos y Embudo de Ventas. Prospección de Venta.
 - Estrategias Genéricas de Porter, Estrategia de Crecimiento – Ansoff y Estrategias de Posición.
 - Administración y Gerenciamiento de las Relaciones con los Clientes
 - La red de Valor.
 - Propuesta de Valor única y Poderosa
 - Canales de Venta y Estrategias de Pricing – Rentabilidad.
- Administración y Gerenciamiento de las Relaciones con los Clientes
 - Key Account Manager – KAM.
 - Customer Relationship Management – CRM.
 - La Transformación Digital en el Marketing B2B y su Impacto en la

Creación de Vínculos y Relaciones con el Consumidor.

- Generación de Valor en el nuevo Entorno, Entendiendo al Consumidor Digital y las Tendencias Actuales.

PARTICIPANTES

Dirigido a profesionales de las áreas de Marketing y Ventas, con cargos gerenciales, jefaturas, supervisión, key account manager, vendedores B2B y B2C, analistas y profesionales de otras áreas que estén en proceso o deseen desarrollar un área de carrera en las áreas de Marketing, Marketing Digital, Ventas, Pricing, e-commerce y/o transformación digital.





PROFESOR JUAN GUARDIA GALLEGOS

Actualmente es Gerente Comercial del Grupo Ortega, Director General de Welding Center y Profesor de la Escuela ESAN. 29 años de experiencia, con conocimiento de los mercados de Perú, Chile, Colombia, Argentina, Ecuador, Costa Rica, Guatemala, Bolivia y El Salvador. Ha sido Jefe de Línea de la empresa Fontargen Latinoamericana, Jefe del Departamento Técnico de EXSA, Jefe del área de Automatización y Maquinas de Soldar, Jefe de Exportaciones, Gerente de Producto y Sub-Gerente Comercial en la empresa Soldexa, Director Comercial en ESAB Chile, Gerente de Ventas de Indura Perú y Gerente de Ventas Metalmecánico de Air Products Perú. Gran Experiencia y conocimiento de los mercados minero, energía, agroindustrial, metalmecánico e industrial de Perú, Chile y la región latinoamericana. Ha sido director de empresas en Perú, Chile y Colombia. Ingeniero de Soldaduras por CESOL de España. Magister en Marketing de ESAN especializado en Marketing B2B. Master en Business Intelligence en ESIC de España.

**El Jueves 06 de abril no hay clase por feriado.*



**SOLICITA
INFORMACIÓN**



**MATRICULATE
AHORA**

ESTRATEGIAS DE VENTA CORPORATIVA (B2B)

Sábados de 8:30 a. m. a 1:30 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.

FW **FORMATO WEEKEND**



PROFESORA ANA BELÉN PERDIGONES

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

* El Sábado 08 de abril no hay clase por feriado de Semana Santa.



**SOLICITA
INFORMACIÓN**



**MATRICÚLATE
AHORA**



ÁREA ACADÉMICA DE
ENERGÍA

CERTIFICADO DE ESPECIALIZACIÓN EN:

GESTIÓN DE LA ENERGÍA



Certificado de Especialización en:

GESTIÓN DE LA ENERGÍA

**FUNDAMENTOS DE GESTIÓN
DE LA ENERGÍA**

Alfredo Dammert
Lunes de 7:00 a 10:15 p. m.*

DERECHO DE LA ENERGÍA

Beatriz De la Vega
Martes de 7:00 a 10:15 p. m.

TRANSICIÓN ENERGÉTICA

Edwin Quintanilla | Leonidas Sayas
Miércoles de 7:00 a 10:15 p. m.



DERECHO DE LA ENERGÍA

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

El curso abordará el tratamiento legal y regulatoria a las actividades relacionadas a la industria energética en el país, específicamente la industria eléctrica y sus distintas actividades, y la industria de los hidrocarburos, tales como el gas y petróleo.

OBJETIVO

El objetivo de la asignatura es que los estudiantes adquieran una comprensión general de la razonabilidad y lógica de la regulación de las industrias energéticas, a fin de poder tener un entendimiento del funcionamiento de estos mercados.

TEMARIO

- Agentes del sector energía
- Modelos regulatorios.
- Agentes del sector energía
- Regulación del gas natural
- Regulación de upstream (gas natural).
- Modalidades contractuales según Ley Orgánica de Hidrocarburos.
- Regulación midstream: Concepto del transporte y tipos de transporte
- Concesión de transporte y tarifas del sistema de transporte.
- Estructuración del mercado eléctrico (generación, transmisión y distribución).
- El mercado mayorista de la electricidad.
- Mercado de contratos. Estructuración de las tarifas eléctricas.
- Fuentes renovables.
- Subastas de energía renovable.
- Integración a la red y comercialización

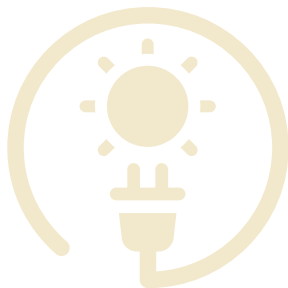
PARTICIPANTES

Profesionales del sector energía que deseen actualizar conocimientos del marco normativo y regulatorio de las principales actividades del sector.



PROFESORA BEATRIZ DE LA VEGA

Cuenta con más de 20 de años de experiencia en asesoría y gestión de proyectos de planeamientos tributarios nacionales e internacionales para empresas de minería, asesoría legal y auditorías internas para empresas del sector energía, y asesoría legal con énfasis en tributación para empresas de hidrocarburos. Maestría en Legislación de Hidrocarburos por la Universidad de Aberdeen (Escocia). Maestría en Administración y Finanzas por la Universidad Adolfo Ibáñez (Chile). Maestría en Energía, Medio Ambiente y Recursos Naturales por la Universidad de Houston (USA). Abogada de la Pontificia Universidad Católica del Perú. Actualmente es Socia del área Tax & Legal en KPMG Perú.



SOLICITA
INFORMACIÓN



MATRICÚLATE
AHORA

FUNDAMENTOS DE GESTIÓN DE LA ENERGÍA

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

OBJETIVO

El curso busca desarrollar los principales conceptos asociados a la energía desde el punto de vista técnico, legal y económico. En particular se busca explicar las características de cada uno de los mercados y los fundamentos económicos que expliquen su utilización, así como los modelos regulatorios que los sustenten acompañado del marco legal aplicable en el Perú para cada energético, principalmente el petróleo, el gas natural y la electricidad como principales insumos que se utilizan en el mercado peruano en un contexto de competitividad.

TEMARIO

- Evolución del sector energía en el Perú.
- Principales subsectores: Electricidad, hidrocarburos.
- La matriz energética.
- Tipos de fuentes de energía.
- Usos de la energía.
- Evolución de las fuentes de energía.
- Situación actual del acceso a la energía.
- Indicadores del consumo de energía.
- Crecimiento del consumo de energía.
- Factores en el consumo de energía.
- Cambio en el consumo total de energía.
- Energías renovables.

PARTICIPANTES

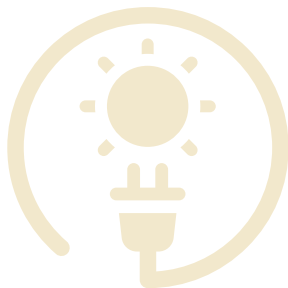
Profesionales que desempeñan diferentes roles en el sector energético. Profesionales de actividades conexas al sector energía que desean comprender el funcionamiento del mercado desde el aspecto técnico, económico y legal.



PROFESOR ALFREDO DAMMERT

Profesional de reconocida trayectoria en el sector energético y minero. Ha sido presidente de Osinerg y Osinergmin. En el ámbito internacional se ha desempeñado como consultor para el Banco Mundial. Es autor de diversas publicaciones académicas sobre temas de Energía y Minería. Ingeniero Industrial. Máster en Ingeniería Química. Ph. D. en Economía (Universidad de Texas en Austin).

* El lunes 1 de mayo no habrá clases por feriado.



SOLICITA
INFORMACIÓN



MATRICÚLATE
AHORA

TRANSICIÓN ENERGÉTICA

Miércoles de 7:00 a 10:15 p. m.

OBJETIVO

Desarrollar capacidades en materias de la mayor transformación de los sistemas energéticas por el que transcurrirá el sector como parte de las metas y requerimientos de descarbonización que hoy se impone en el planeta como consecuencia del cambio climático y sus efectos en las economías globales

TEMARIO

- La necesaria transformación del sistema energético global.
- Tecnologías para la transición energética global.
- Evolución de la política de energías renovables y distribución geográfica.
- compromisos globales de los países y Subastas de renovables.
- Renovar la organización de la vivienda y el transporte.
- Los sistemas renovables para acelerar la transición energética.
- Necesidades de inversión y financiamiento para la transición energética.
- Marco integral de políticas para la transición energética.
- Casos de aplicación.

PARTICIPANTES

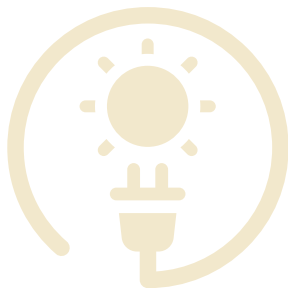
Profesionales de sector energía y minería que desean actualizar conocimientos sobre la evolución de los patrones de consumo de energía como consecuencia del cambio climático, la tecnología y los compromisos globales que impulsan cada vez más a la reducción de combustibles fósiles.

PROFESORES



EDWIN QUINTANILLA

Gerente de supervisión de Energía en Organismo Supervisor de la Inversión en Energía y Minería - OSINERGMIN. Director de la Maestría en Gestión de la Energía. Se ha desempeñado como Gerente General en OSINERGMIN. Vice Ministro de Energía desde 2012 hasta 2015. Asesor de la Presidencia del OSINERGMIN hasta julio del 2017 y Gerente de Supervisión Minera. PhD in Management Sciences en la Escuela Superior de Administración y Dirección de Empresas. ESADE (España); MBA, ESAN e Ingeniero Electricista, UNCP.





LEONIDAS SAYAS

Especialista en sistemas eléctricos, cuenta con más de 30 años de experiencia en Diseño, OyM, consultoría técnica especializada y supervisión de sistemas eléctricos de potencia. Se ha desempeñado en diversos cargos en concesionarias eléctricas. Ha sido Gerente de Operaciones en Osinergmin donde actualmente se desempeña como Gerente de Supervisión Eléctrica. Es docente en diversos programas de maestría. Autor y coautor de numerosos papers técnicos especializados expuestos en diversos congresos internacionales en Latinoamérica, Europa y Asia.

Ingeniero Eléctrico, Universidad Nacional del Centro del Perú, Maestría en Sistemas de Potencia en la Universidad Nacional de Ingeniería, Maestría en Regulación en la Universidad de Ciencias Aplicadas. Entrenamiento técnico en Resource Based Economic Development en Korea International Cooperation Agency-KOICA-Corea, MBA Internacional en la Universidad Politécnica de Cataluña-España.



**SOLICITA
INFORMACIÓN**



**MATRICÚLATE
AHORA**



ÁREA ACADÉMICA DE

MINERÍA

CERTIFICADO DE ESPECIALIZACIÓN EN:

GESTIÓN DE LA MINERÍA

GESTIÓN FINANCIERA EN EMPRESAS MINERAS



Certificado de Especialización en:

GESTIÓN DE LA MINERÍA

**CANVAS DE LA GESTIÓN SOCIAL
CORPORATIVA PARA EL DESARROLLO
TERRITORIAL**

César Sáenz Acosta
Miércoles de 7:00 a 10:15 p. m.

LOGÍSTICA MINERA

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

GESTIÓN FINANCIERA EN EMPRESAS MINERAS

**PLANEAMIENTO FINANCIERO DE EMPRESAS
MINERAS**

Alejandra Soto
Martes de 7:00 a 10:15 p. m.



CANVAS DE LA GESTIÓN SOCIAL CORPORATIVA PARA EL DESARROLLO TERRITORIAL

Miércoles 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 consultoras 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

Doctor en Administración de Empresas, con especialización en Responsabilidad Social por ESADE España. Magister en Administración de Empresas por ESAN (hoy Universidad 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. 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.



SOLICITA
INFORMACIÓN



MATRICÚLATE
AHORA

LOGÍSTICA MINERA

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

OBJETIVO

El curso proporcionará a los participantes las herramientas y conocimientos que le permitan desarrollar sus competencias de logística enfocados a la minería.

Al finalizar el curso, los participantes estarán en capacidad de tener una visión completa de los procesos logísticos, Inventarios, compras, contratos, almacenamiento y transporte de materiales utilizados en la minería y la tendencia futura de la logística en el sector minero.

TEMARIO

- Logística minera: características y su importancia en la organización.
- Planeamiento de Inventarios: clasificación de insumos, materiales críticos y repuestos.
- Principales insumos y materiales utilizados en la minería.
- Gestión de almacenes y transporte de materiales.
- Las negociaciones y la ética en la gestión logística.
- Selección, evaluación y desarrollo de proveedores.
- Compras de bienes y servicios
- Acuerdos de Precios y contratos de servicios.
- Compras estratégicas, compras corporativas.
- Reparación de componentes de maquinaria minera
- Principales indicadores (KPIs) de la gestión logística.
- Tendencias futuras en logística minera

PARTICIPANTES

Dirigido a profesionales y ejecutivos con responsabilidades en las áreas de logística y cadena de abastecimiento de empresas mineras, proveedores, contratistas mineros y profesionales de otros sectores que deseen incursionar en el sector minero, interesados en profundizar o ampliar sus conocimientos técnicos para un mejor desempeño profesional.



PROFESOR JORGE LUIS MARTINEZ

Ejecutivo con más de treinta años de experiencia en Logística, compras, contratos y administración de materiales. Amplio conocimiento del sector logístico minero nacional y global. Ha ocupado cargos ejecutivos y gerencia en empresas de la gran minería, trabaja actualmente en Compañía Minera Antamina. MBA por ESAN, Master en Project Management por la Universidad Ramon Llull, La Salle, Barcelona, España y por ESAN. Experto en comercio exterior por ADEX. Ingeniero Mecánico por la UNI.

**El Jueves 6 de abril no hay clase por feriado de Semana Santa.*



**SOLICITA
INFORMACIÓN**



**MATRÍCULATE
AHORA**

PLANEAMIENTO FINANCIERO DE EMPRESAS MINERAS

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

OBJETIVO

El curso prepara a los participantes en la utilización de las herramientas financieras como: el Análisis de estados financieros que permite entender los resultados de la empresa que desarrollan actividades en el sector minero, conociendo aquellos conceptos y consideraciones específicos del sector y que tienen un impacto en la toma de decisiones, como recursos y reservas, leyes, entre otros. Todo esto con la finalidad de una priorización de inversiones en base al retorno de proyectos mineros o financiamientos necesarios.

Se revisará también la metodología de desvíos contra el presupuesto, identificando aquellos puntos clave a considerar cuando se realiza un análisis contra el presupuesto y orientar los esfuerzos en una optimización de recursos y control de costos de producción, así como la identificación de iniciativas de ahorro, logrando generar mayor valor accionista.

TEMARIO

- Conceptos económicos aplicados a la actividad minera: Reservas y Recursos, leyes y recuperación, mineral tratado, valor pagable, entre otros.
- Herramientas utilizadas en gestión gerencial: Reportes, Dashboard Financieros.
- Planeación financiera: Herramientas utilizadas para la presentación de resultados a la gerencia, uso de modelos financieros para la proyección, Control de costos y gastos, control de capex, entre otros. Uso de ratios financieros y benchmarks.
- Análisis de EE.FF. históricos: Herramientas de Análisis (Vertical, Horizontal, otros)
- Gestión de Capital de Trabajo: Análisis de cuentas, estrategias de mejora de Capital de Trabajo, herramientas de control.

- EE.FF. proyectados: Consideraciones utilizadas para una buena proyección de estados financieros.
- Técnicas de evaluación de proyectos (VAN, TIR).

PARTICIPANTES

Dirigido a ejecutivos y profesionales vinculados en la gestión financiera de empresas del sector minero que buscan mejorar sus procesos de control y toma de decisiones financiera y estratégicas de las empresas a través de herramientas de planeamiento financiero.



PROFESORA ALEJANDRA SOTO

Magister en Finanzas por ESAN Graduate School of Business y Bachiller en Economía (UP). Ejecutiva con más de 12 de años de experiencia en cargos gerenciales en importantes empresas del sector minero. Ha sido líder de Compliance y Planeamiento Financiero en Nexa Resources y Gerente Financiero (CFO) en Minera Alpayana. Actualmente es Gerente de Control de Gestión en Repsol.

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



SOLICITA
INFORMACIÓN



MATRICÚLATE
AHORA

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)

Nota: La modalidad de pago financiada, puede ser solicitada por su empresa, previa autorización, con una carta de compromiso, en este caso las letras electrónicas deben ser aceptadas por el participante. Las personas naturales que soliciten financiamiento directo con Universidad ESAN, deberán aceptar letras electrónicas por el saldo.

En ambos casos, 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.

Descuento por Matrícula Anticipada al Contado

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

Descuento válido hasta el 3 de marzo 2023



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

*Los montos considerados están basados en el precio de S/. 1,780 por curso.

Sólo para los casos de descuentos por excelencia académica, se considerará adicionalmente al descuento correspondiente.

Los descuentos no son acumulables.

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

** 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 3 de marzo 2023

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 opta por la opción de pago financiada (cuotas), deberá aceptar letras de cambio electrónicas.

Nota 2: 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 3: 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 2023*

CURSO: _____

Curso Individual

Certificado de Especialización

ÁREA:

Administración Marketing Energía

Finanzas Tecnologías de Información B2B

Operaciones y Logística Salud Minería

DATOS PERSONALES:

DNI o 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.

ESAN PRESENTES EN LOS RANKINGS MÁS PRESTIGIOSOS



Nº 1 EN PERÚ
TOP 5 LATAM



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





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

 conexionesan.com

 [@esanperu](https://twitter.com/esanperu)

 [esaneducacionejecutiva](https://facebook.com/esaneducacionejecutiva)



INSIDE

