

ESCUELA DE NEGOCIOS

Programa

Objetivos

El objetivo general del Programa es contribuir a mejorar las capacidades de gestión económica y financiera de las PyMEs agroalimentarias participantes, para lo cual se apuntará al establecimiento de un Sistema de Medición aplicable a cada segmento de su proceso productivo y comercial.

Puntualmente se dotará a los participantes de herramientas y destrezas que apuntalen la sustentabilidad y la perdurabilidad de sus proyectos. A la intuición se asociarán modelos analíticos de pensamiento y planificación, de manera de ampliar la base de sustentación de argumentos e iniciativas que fundamenten la gestión diaria. La calidad de esa gestión es la que, en definitiva, termina por establecer los niveles de rendimiento y rentabilidad de una empresa.

En resumen, se trabajará para:

Establecer parámetros e indicadores de gestión a implementar en el momento de inicio de las Escuelas.

Implementar una metodología de interacción permanente entre docentes y participantes.

Integrar grupos heterogéneos y colaborativos de participantes.

Aplicar un enfoque eminentemente práctico y de implementación inmediata de los conocimientos transmitidos.

Metodología

Se desarrollará un Programa de Capacitación, denominado Escuela de Negocios que será complementado con un proceso de coaching personalizado a los participantes. El programa constará de siete módulos, cada uno de los cuales estará a cargo de un docente-experto. Las actividades serán dictadas en cada sede aproximadamente cada 21 días. Los módulos se dictarán en clases de 12 horas: durante el primer día serán cuatro horas por la mañana, una hora de receso y cuatro horas por la tarde; y finalmente cuatro horas de un segundo día de capacitación.

El enfoque metodológico que se implementará en cada una de las Escuelas será eminentemente práctico. A partir de planillas auto-ejecutables y ejercicios con acompañamiento personalizado, cada participante trabajará sobre los números y/o los asuntos reales de su empresa y desarrollará su propio tablero de control para procesos de cambio y/o reingeniería.

De manera complementaria al dictado de los módulos, se realizarán dos encuentros presenciales de coaching para poder trabajar con todos los participantes en el desarrollo de habilidades y destrezas individuales y grupales.

En paralelo, se implementará un proceso de coaching virtual mediante sesiones individuales que acordarán los participantes de manera personalizadas con los coaches. A los participantes se les asignará un coach en función de la necesidad específica que este manifieste.

Los docentes y coaches a cargo de la capacitación dotarán a los participantes del conocimiento herramental y práctico necesario para que, de manera inmediata, puedan tomar mejores decisiones estratégicas y operativas.

La puesta en práctica, de manera directa y concreta, es la razón de ser del enfoque pedagógico propuesto. El enfoque metodológico parte de la combinación de tres rasgos distintivos:

1. Docentes con conocimiento de frontera sobre su disciplina y, al mismo tiempo, experiencia práctica empresarial demostrable.
2. Una dinámica de interacción empática e inmersiva con los participantes y sus casos.
3. El intercambio colaborativo y el aprendizaje a partir de las experiencias de los demás.

Cada Escuela deberá contar con una participación máxima de 30 empresarios, número que permitirá alcanzar el nivel óptimo de profundidad individual y grupal con la que se busca desarrollar el Programa.

Plan de trabajo

Una vez convocados los participantes, se realizarán entrevistas en profundidad para conocer sus urgencias puntuales y sus preocupaciones específicas, de manera de poder personalizar/segmentar los contenidos y las tareas que serán abordados a lo largo de cada uno de los talleres.

En grupos de hasta 30 productores, se trabajarán las temáticas propuestas considerando tres ejes fundamentales:

- Cuantificación y análisis de la situación económico-financiera a través del desarrollo de indicadores específicos.
- Herramientas de gestión para la planificación y la mejora de resultados.
- Coaching personalizado para reducir la resistencia al cambio.

En simultáneo al dictado de clases, los participantes tendrán a disposición un campus virtual para la consulta de material de apoyo y/o el intercambio con los docentes de cada módulo.

Los módulos 1 y 2 del programa, en tanto continúe el Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio, se dictarán a través de una plataforma digital que cumpla con los requerimientos necesarios para el buen desarrollo de las clases. En tal caso, se ofrecerán versiones adaptadas de los contenidos previstos originalmente, de manera de garantizar la calidad del proceso como si sucediera en modo presencial.

En paralelo, se implementará un proceso de coaching virtual mediante sesiones individuales que acordarán los participantes de manera personalizadas con los coaches. A los participantes se les asignará un coach en función de la necesidad específica que este manifieste.

Contenidos

1. Los agronegocios en la Argentina y en el mundo. Contexto, escenarios, coyuntura

Objetivo: Introducir a las PyMEs en las tendencias y aspectos actuales de los agronegocios a nivel local y global.

Contenidos:

- Análisis crítico sobre el entorno económico para evaluar cómo afecta a la actividad particular de los productores agroalimentarios.
- Interpretación de tendencias y búsqueda de información para analizar mercados.
- Diferenciación de productos y segmentación de mercados.
- Cambios y hábitos de los consumidores. Coordinación, mercados, contratos e integración vertical.

Profesores: Diego Fainburg / Manuel Oyhamburu

2. Repensar tu modelo de negocios HOY

Objetivo: Incorporar herramientas y destrezas prácticas para la construcción de diferenciales de oferta y demanda.

Contenidos:

- El Modelo de Negocio, sobre fundamentos firmes, pero en cambio permanente.
- El triple desafío: ¿Qué?, ¿Para quién?, ¿Cómo?
- Identificación de Palancas de Demanda: Personas, Procesos, Activos y Socios.
- Identificación de Palancas de Oferta: Atracción, Venta, Distribución e Integración.
- Construcción del futuro Modelo de Negocio de cada empresa a partir de las palancas actuales por medio de la aplicación de la Matriz de Ansoff.

Profesores: Manuel Sbdar / Christian Longarini

3. Cómo aumentar tus ventas

Objetivo: Incorporar capacidades de análisis de comportamientos de mercado en tiempo real, para la toma de decisión en velocidad en el diseño y ejecución de planes de venta.

Contenidos:

- Marketing, estrategias y tácticas.
- Canales tradicionales, canales “virtuales”.
- Análisis del entorno competitivo: la competencia frontal, la competencia lateral.
- Segmentación y micro-segmentación.
- La propuesta de valor, la política de precio.
- Indicadores clave de performance comercial.

Profesores: Andrea Robledo / Eduardo Sebriano

4. Negociación y procesos

Objetivo: Encarar el proceso de negociación individual y/o colectiva de manera más empática y eficiente, mejorando la performance de la gestión productiva a través de talentos y procesos.

Contenidos:

- Sesgos y creencias limitantes que afectan la productividad.
- La Matriz de la “Administración del Tiempo”.
- La cristalización de hábitos y el desperdicio de talento.
- Pensando en términos de procesos.
- Tareas, responsabilidades, objetivos, plazos, resultados, desvío, correcciones, logros.
- Asunción de liderazgos, asignación de roles y delegación de responsabilidades.
- La Matriz RACI.

Profesores: Christian Longarini / Natalia Bernardoni

5. Gestión eficiente de la empresa

Objetivo: Instrumentar el uso de información profunda y verificada para la construcción de modelos de negocio y planes de venta financieramente robustos y sostenibles.

Contenidos:

- Fuentes de financiamiento al inicio de la actividad, fuentes de financiamiento en ciclos de maduración, fuentes de financiamiento ante situaciones críticas.
- Necesidad de Capital de Trabajo (NCT), la foto y la película.
- Los riesgos de crecer sin equilibrio financiero (Modelo Zimmer).
- Áreas de contribución positiva, área de contribución negativa al rendimiento de la empresa (Modelo de Parés).
- Rentabilidad, la expectativa del accionista y los parámetros del mercado.

Profesores: Jonathan Indibo / Andrés Perez Rufa

6. Capital Humano

Objetivo: Liderar procesos y equipos a partir de iniciativas pensadas para maximizar el bienestar de las personas en sintonía con la productividad de la empresa.

Contenidos:

- Liderazgo, distintos perfiles y estilos.
- La diferencia entre comunicar y persuadir: ¿Por qué es importante entenderla y aplicarla?
- La empresa y el mercado entendidos como “una gran conversación”.
- Los costos ocultos de la falta de confianza y/o de empatía hacia el líder.

Profesores: Carolina Bellora / Lorena Orellana

7. Comercio electrónico

Objetivo: Manejar con solvencia herramientas y ejecutar con eficiencia rutinas digitales de última generación para la transformación de los negocios tradicionales y la generación de nuevos ingresos.

Contenidos:

- Contenidos digitales: seduciendo usuarios para conquistar clientes.
- Posicionamiento, reputación y contagio: las nuevas leyes de la atracción.
- Métricas e indicadores para trabajar/comunicar/vender online.
- Dos monstruos a los que perderles el miedo: softwares y redes.
- Fundamentos de Big Data e Inteligencia Artificial para emprendedores.

Profesores: Jorge Augé / Nahuel La Penna