

## **CONVENIO UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE OCCIDENTE – COOMEVA**

### **DIPLOMADO GERENCIA**

La sustentabilidad y competitividad de las organizaciones dependen en gran medida del alto nivel de compromiso y el liderazgo de sus gerentes en la dirección de los recursos y las relaciones humanas, y del desarrollo de herramientas gerenciales que les permitan alcanzar las metas y objetivos planteados por la empresa.

De ahí que sea fundamental generar instrumentos para que el nivel gerencial responda a estos requerimientos y potencialice el desarrollo organizacional hacia una alta competitividad.

Como respuesta a esta demanda y en el marco de sus objetivos mutuos de educación como pilar fundamental para el desarrollo integral de la persona, la Universidad Autónoma de Occidente y Coomeva presentan el Diplomado en Gerencia.

#### **Objetivo general**

Actualizar y fortalecer en los participantes las técnicas gerenciales modernas para que puedan impactar de manera positiva en la productividad y competitividad de sus roles gerenciales.

#### **Metodología**

El diplomado se desarrollará por módulos, que pueden ser realizados individualmente por los participantes, dependiendo de su interés particular, los cuales se realizarán con una metodología participativa de talleres, lecturas, análisis de casos y participación experiencial, con la conducción y facilitación de un experto en el tema.

#### **Acreditación**

La Universidad Autónoma de Occidente expedirá diploma en Gerencia a los participantes que realicen el 80% de la totalidad de las horas o expedirá diploma de Seminario Taller al participante que realice la totalidad de las horas de cada módulo.

## Estructura del Programa

### **MODULO ADMINISTRATIVO**

#### **SEMINARIO TALLER GESTIÓN PARA RESULTADOS EN LA GERENCIA DEL DÍA A DÍA**

El Gerenciamiento de la rutina diaria es la base del trabajo operacional de cualquier organización. Su objetivo es elevar la productividad y confiabilidad de los procesos a través del esfuerzo coordinado para mejorar y mantener los resultados, sobre la base que las personas de la organización comprendan y asuman sus responsabilidades.

#### Temas a Desarrollar

- Conceptos básicos de la Gerencia para Resultados
- Como gerenciar para mejorar resultados (ciclo PHVA) (Planear, Hacer, Verificar, Actuar) Método de gerenciamiento enfocado en resultados para planear, mantener y mejorar la calidad en los procesos.
- Como gerenciar para mantener resultados (ciclo EHVA) (Estandarizar, Hacer, Verificar, Actuar) Método de gerenciamiento enfocado en mantener (estandarizar) las mejoras derivadas del PHVA.

#### **Facilitador: HECTOR JAVIER RODRIGUEZ URIBE**

Actualmente Consultor Asociado del Instituto de Desarrollo Gerencial - INDG de Brasil en temas de Productividad y Gerencia para Resultados. Es profesor universitario en postgrados: Especialización en Administración Total de la Calidad y Productividad en la Universidad del Valle y División de Extensión - Universidad Autónoma de Occidente. Desempeño los cargos de Consultor Senior Líder del Centro Nacional de Productividad CNP, Gerente Corporativo de Planeación Estratégica y Procesos / Director de Capacitación y Desarrollo en Colombina, así como Director de Control Interno y Jefe Administrativo en CHIDRAL -EPSA

Tiene formación como: Magíster en Administración de Empresas y Especialista en Administración Total de la Calidad y Productividad– Univalle, Diplomado de Marketing Estratégico ICESI, Ingeniero Industrial-Universidad Autónoma de Occidente. Evaluador de Premio Colombiano a la Calidad de la Gestión, Auditor Líder ISO 9000 BVQI y Facilitador Certificado de Habilidades Gerencias Efectivas HAGE. Entrenamiento en consultoría de mejoramiento de productividad con experto Japonés de JICA en el CNP y entrenamiento en Gerencia por Resultados y Gerencia Matricial con INDG en Brasil y Colombia

No. Horas: 16

Valor Inversión:	Asociados/Colaboradores Coomeva Y sus familias	\$200.000.00
	No Asociados	\$250.000.00

### **SEMINARIO TALLER TOMA DE DECISIONES GERENCIALES**

En entornos competitivos con una alta presión de tiempo y de creciente complejidad técnica y tecnológica en que las opiniones de los expertos muchas veces están en conflicto y donde hay cada vez más incertidumbre, la habilidad de tomar decisiones sensatas es cada vez un desafío mayor.

#### **Temas a Desarrollar**

- Definiciones
- Toma de decisiones
- Resultados
- Consecuencias
- Incertidumbre
- Preferencias
- Juicios

#### **Pensamiento y Recursos Intelectuales**

- Definición
- Funcionamiento de la Mente Humana
- Tipos de Pensamiento
- Resultados
- Consecuencias
- Incertidumbre

#### **Tipología de las Decisiones**

- Modelos en cuanto a Criterios
- Nivel de programabilidad
- Naturaleza y nivel de conocimiento

#### **Penetración e importancia en la Toma de Decisiones**

- Planeación
- Organización
- Dirección

- Control

## **Entornos en la Toma de Decisiones**

- Certeza
- Incertidumbre
- Riesgo

## **Indecisión en la Gerencia**

- Consecuencias e Impactos Principales
- Temor al error y al fracaso
- Técnicas y comportamientos para reducir el riesgo

## **Tipos de decisiones Gerenciales**

- Rutina
- Adaptativas
- Innovadoras
- Estratégicas

## **Decisiones Grupales y de Equipos**

- Racionalidad Vs. Proceso Creativo
- Barreras
- Cualidades Personales
- Grupos y Equipos

### **Facilitador: HERNÁN ARANA**

Psicólogo Universidad Javeriana Bogotá. Experto en Assessment, Proyectivas, Grafología y Especialista en Rorschach. Consultor de CONSULGEI, TRANSEARCH, PSEA LTDA, KORN/FERRY INTERNATIONAL y API. Participación en la valoración de Altos directivos tanto para selección como para desarrollo. Coaching con Directivos. Docente. Capacitador y promotor de desarrollo organizacional en Liderazgo, Creatividad, Clima, Trabajo en Equipo, Negociación, Solución Gerencial de Problemas y Decisiones entre otros.

No. Horas: 24

Valor Inversión:	Asociados/Colaboradores Coomeva Y sus familias	\$300.000.00
	No Asociados	\$350.000.00

## **SEMINARIO TALLER: GERENCIA INTEGRAL DEL RIESGO**

Para mantenerse viable y rentable, toda empresa debe capacitar a su personal: ejecutivo, administrativo, operativo y de servicios en la administración de los riesgos que directamente o indirectamente pueden afectar el normal desempeño de su actividad y desarrollar una cultura empresarial que la haga menos vulnerable a la actuación de sus grupos de interés (gobierno, mercado, clientes, proveedores, financiadores, accionistas, empleados y comunidad)

#### Temas a Desarrollar

- Fundamentación en Administración de Riesgos
- Alineamiento Estratégico de la Gestión de Riesgos
- Visión Integral del Negocio e identificación temprana de riesgos
- Sistemas de administración de riesgos: SARC, SARO, SARM, SARL, SARBOX, SARLAFT
- Modelos de gestión y control de riesgos
- Aplicaciones de modelos de gestión y control de riesgos
- Talleres de aplicación sobre casos y Modelos de la empresa.

#### **Facilitador: RODRIGO ESTEBAN SUAREZ HERANDEZ.**

Experto colombiano en Riesgos, Planeación y Finanzas. Profesional en Economía, especializado en Banca y Finanzas. Experiencia laboral de 25 años en Bancos e Instituciones Financieras, desempeñando cargos de Alta Dirección, Docente Universitario en programas de Maestría, Especialización, Formación Ejecutiva y Pregrado. Conferencista invitado por agremiaciones nacionales e internacionales. Asesor de Empresas en temas de Riesgos, Planeación y Finanzas.

No. Horas: 16

Valor Inversión:	Asociados/Colaboradores Coomeva Y sus familias	\$450.000.00
	No Asociados	\$500.000.00

#### **MODULO COMERCIAL**

##### **SEMINARIO TALLER: NEGOCIACIÓN ESTRATÉGICA. COMO NEGOCIAR EFICIENTEMENTE UTILIZANDO LAS HERRAMIENTAS DEL MODELO INTEGRATIVO, PNL, ESTILOS SOCIALES Y LAS TACTICAS KARRAS**

Saber comprar y vender, resolver conflictos internos y externos en las empresas, presentar exitosamente ideas y proyectos, poder llevar una vida personal integral y

balanceada se logra, en gran parte, por haber alcanzado un nivel superior en las competencias personales como negociador.

Saber negociar y conocer las tácticas y estrategias de negociación se ha convertido en una herramienta vital para nuestra supervivencia corporativa ya sea dentro de una gran multinacional o una nueva PYME.

Temas a Desarrollar:

- Que es la negociación
- Se necesitan dos para negociar?
- El budismo y la negociación
- Es la negociación un litigio?
- Taller: Áreas de dominio del negociador eficaz
- El juego de la negociación
- Caso: Negociando por usted mismo
- El arte de la guerra en la negociación
- Como comienza el juego de la negociación?
- Modelo distributivo vs. Modelo integrativo
- Primera regla del juego: tratamos con seres humanos, no con maquinas racionales

**Facilitador: Juan Fernando García Avilán**

**Master of Science.** Rensselaer Polytechnic Institute. **Industrial and Management Engineering.**

**Master of Management.** Rensselaer Polytechnic Institute.

**Bachelor of Science. Industrial Engineering & Operations Research.** Syracuse University

**Bachelor of Arts. Economics.** Syracuse University

**PDD Diplomado de alta gerencia.** Universidad de la Sabana.

Director Distribuidora TAT de México, Director Distribuidora TAT de Venezuela, Gerente General Quila Venezuela, Gerente Nacional de ventas Quila Colombia, Gerente Materiales Colgate Palmolive, Gerente Nacional de Calidad Grupo Corona, Gerente de proyectos Dow Química de Colombia. Asesor en el montaje de proyectos de distribución Tienda a Tienda y franquicias de venta a paso de Nestle Venezuela, Nestle México, Ingenio Incauca, Marchand, Jhonson & Jhonson Brasil, Distribuidora Kayros México. Asesor de Láminas y Cortes S.A. Produbanco Ecuador, Productos Yupi S.A.

Profesor de post-grado en negociación Universidad Javeriana, Universidad libre, y profesor invitado en la cátedra de marketing de la universidad Metropolitana de Caracas. Facilitador de PMK internacional, Practica Ltda., Universidad ICESI y Universidad Autónoma de Occidente.

No. Horas: 24

Valor Inversión:	Asociados/Colaboradores Coomeva Y sus familias	\$350.000.00
	No Asociados	\$400.000.00

**SEMINARIO TALLER: REINVENTE SUS RELACIONES CON LOS CLIENTES: EL CRM COMO ARMA COMPETITIVA EN TIEMPOS DE CRISIS**

Hoy en día las empresas están alineando sus estrategias de mercadeo con sus sistemas de recolección de información de clientes llamada "inteligencia de clientes". Entonces, la pregunta es, ¿Cómo del contenido de este seminario ejecutar una táctica de mercadeo en todos los puntos de contacto con el cliente? Este seminario cubre las principales herramientas utilizadas por las empresas líderes en mercadeo y ventas que le ayudarán a reinventar su relación con sus clientes para poder así asegurar el cumplimiento de sus metas comerciales para el 2009.

Temas a Desarrollar:

- Cómo desarrollar dentro de un Proceso Gerencial una estrategia CRM
- Desarrollo de un plan comercial en cascada
- Metas anuales, trimestrales y mensuales
- Seguimiento y retroalimentación
- Evaluación de 360 grados
- Cómo desarrollar una ventaja competitiva CRM
- Desarrollo de las descripciones de cargo
- Diseño y aplicación de los indicadores de gestión CRM
- El factor X de una fuerza de venta exitosa
- Selección de candidatos para la fuerza de ventas
- Las 7 prácticas de una estrategia CRM
- Análisis costo/beneficio
- Tratamiento personalizado de clientes
- Ciclo de Vida de la relación Cliente – Compañía
- Mapa de Clientes y matriz de segmentación
- Canales de distribución tradicionales
- Distribución horizontal: modelos innovadores
- Sistematización de captura de información de clientes
- Desarrollo de indicadores comerciales sobre la calificación de clientes

**Trade Marketing para lograr mayor visibilidad con los clientes**

- Desarrollo innovador de material P.O.P.

- Campañas de fidelización de clientes
- Técnicas y tácticas para lograr mayor visibilidad
- Comunicación Mercadeo-Ventas-Clientes
- Diseño de mejores catálogos y herramientas de venta/CRM

### **Las negociaciones efectivas como arma competitiva CRM**

- Capacitación para mejorar las competencias negociadoras
- La negociación integrativa y los procesos CRM
- Técnicas y tácticas de negociación
- Proceso de la negociación efectiva y exitosa

### **Capacitación en Estilos Sociales**

- Cómo convertir nuestros vendedores en negociadores versátiles
- Manejo de la emotividad y la asertividad
- Cómo identificar el Estilo Social de sus vendedores y de sus clientes para definir incompatibilidades

### **Entrenamiento en el manejo de roles**

- Talleres prácticos de roles en casos de atención de clientes
- Clínicas aplicadas a las técnicas de atención de clientes

**Facilitador: Juan Fernando García Avilán**

**Master of Science.** Rensselaer Polytechnic Institute. **Industrial and Management Engineering.**

**Master of Management.** Rensselaer Polytechnic Institute.

**Bachelor of Science. Industrial Engineering & Operations Research.** Syracuse University

**Bachelor of Arts. Economics.** Syracuse University

**PDD Diplomado de alta gerencia.** Universidad de la Sabana.

Director Distribuidora TAT de México, Director Distribuidora TAT de Venezuela, Gerente General Quila Venezuela, Gerente Nacional de ventas Quila Colombia, Gerente Materiales Colgate Palmolive, Gerente Nacional de Calidad Grupo Corona, Gerente de proyectos Dow Química de Colombia. Asesor en el montaje de proyectos de distribución Tienda a Tienda de Nestle Venezuela, Nestle México, Ingenio Incauca, Marchand, Jhonson & Jhonson Brasil, Distribuidora Kayros México, Produbanco Ecuador.

Profesor de post-grado en negociación Universidad Javeriana, Universidad libre, profesor invitado en la cátedra de marketing de la universidad Metropolitana de



Caracas. Asesor certificado Practica Ltda. PMK psicomarketing, Universidad ICESI, Universidad Autónoma de Occidente.

No. Horas: 20

Valor Inversión:	Asociados/Colaboradores Coomeva Y sus familias	\$300.000.00
	No Asociados	\$350.000.00

### **PROGRAMA DE FORMACIÓN EXPERIENCIAL**

### **MERCADEO DE ALTO RENDIMIENTO PARA EMPRESAS DE SERVICIOS**

Las organizaciones dedicadas a la producción de servicios cuentan en la actualidad con un importante protagonismo en el desarrollo económico de los países y resultan ser complemento fundamental para las empresas dedicadas a otras actividades económicas. Sin embargo un servicio con características especiales y un buen precio, ya no son suficiente ventaja competitiva, ahora los usuarios valoran las organizaciones que no se limitan a prestar un servicio, sino a aquellas que presentan soluciones a necesidades y exigencias específicas; aprecian la eficiencia de las nuevas tecnologías, pero todavía confían en la calidez del aspecto humano, volviéndose inmunes a las técnicas de mercadeo tradicionales; adicionalmente los cambios tecnológicos, la automatización, la globalización de los mercados, los cambios regulatorios, entre otros factores que han fomentado la competitividad de las organizaciones dedicadas a la prestación de servicios.

Temas a Desarrollar:

#### **Sensibilización para el alto rendimiento**

- Pilares fundamentales para una gestión de excelencia
- Escenarios trascendentales del éxito
- Planeación estratégica personal y corporativa
- Organizandose para el cambio de dirección y liderazgo en el servicio

#### **Introducción a la producción de servicios**

- Nuevas perspectivas en la economía de servicios
- Comportamiento del consumidor en los servicios
- Desarrollo del concepto de servicios
- Elementos principales y complementarios de la producción de servicios

## **Construyendo organizaciones de alto rendimiento en mercadeo**

- Objetivo común
- Cooperación y compañerismo
- Compromiso apasionado
- Comunicación asertiva

## **Actualización en Mercadeo**

- Alineación de conceptos y actualización en mercadeo
- Segmentación: El punto de partida
- SIIM (Sistema de Información e Inteligencia de Mercados)
- Estrategias promocionales de ventas
- El mercadeo de servicios
- Mezcla de marketing
- Mezcla de servicio

## **Una nueva concepción del éxito corporativo en empresas de servicios a partir de las herramientas estratégicas de mercadeo**

- Conceptos básicos del mercadeo de servicios
- Mezcla de mercadeo de servicios
- Conceptos de la calidad en los servicios
- La estrategia en el mercadeo de servicios
- La cultura y los procesos en el mercadeo de servicios
- Distribución de servicios. Canales físicos y electrónicos
- Segmentación y posicionamiento en las empresas de servicios
- Los ciclos del servicio: diseñando y manejando los procesos de servicio
- La demanda y la capacidad del cliente

## **Mercadeo Relacional**

- Fundamentos de mercadeo relacional
- Marketing de transacciones vs. Marketing de relaciones
- De servicio al cliente a gerenciamiento de clientes
- Database marketing y CRM

## **Visión estratégica del servicio al cliente como segundo momento de mercadeo**

- Redescubriendo el servicio al cliente
- Características y técnicas exitosas de la atención y el servicio al cliente
- El manejo con el cliente y la lealtad

- Los momentos de verdad y la retroalimentación
- Cómo evaluar y mejorar la calidad y productividad de los servicios
- Cómo construir una Cultura Corporativa de Excelencia en el SAC

### **Un nuevo modelo integral comercial para el alto rendimiento de las empresas de servicios**

- Actitud positiva permanente
- Planeación y preparación
- Exploración, diagnósticos y pronósticos
- Construyendo confianza
- Descubriendo insatisfacciones
- Prestaciones que agreguen y generen valor
- Confirmación de resultados
- Negociación de términos
- Acciones post-venta
- Seguimiento

### **Facilitadores**

#### **ESTEBAN PINTO SALAZAR**

Ingeniero Industrial de la Pontificia Universidad Javeriana – Cali. Asesor de diversas empresas Colombianas en Direccionamiento Estratégico de Mercadeo, Ventas y Servicio al Cliente. Miembro Honorario de la ANEIAP. Actual Gerente para Colombia de Vital Group S.A. y Miembro de la Mesa Directiva de Grupo GDO Ltda. y Grupo Elite Ltda. Creador del modelo de Excelencia en Cliente Intimo, Interno y Externo como formula de alto impacto en la Gestión Comercial Relacional; sus novedosos Programas de Formación, Consultoría y Emprendimiento Experiencial han permitido que más de 25.000 personas hayan incrementado sus niveles de gestión gracias a los innumerables beneficios percibidos en mas de 500 organizaciones nacionales e internacionales como Vice-Ministerio de la Juventud, Alcaldía de Santiago de Cali, Sena, Emcali, Policía Metropolitana de Cali, Dagma, Ciat, Fenalco, Comfandi, Comfenalco, Anato, Cámaras de Comercio de Cali, Manizales y Buenaventura, Supra – Colchones Spring, Coomeva, Nestle, Giros & Finanzas CFC, Bancos BBVA y AV Villas, Open Systems, Colombina, Bico Internacional, Seguridad de Occidente, Homecenter Sodimac Corona, Laboratorios Baxter y Sanofi-Aventis, I.C. Prefabricados, EMI Colombia, Ingenio Mayagüez, entre otros y las Universidades Sergio Arboleda, Tecnológica de Pereira, Católica de Manizales, Autónoma de Occidente, Javeriana, del Valle, Santiago de Cali, Libre, entre otras.

#### **GUSTAVO ADOLFO MOLINA**

Ingeniero Mecánico de la Universidad Pontificia Bolivariana. Especialista en Finanzas y en Mercadeo de la Universidad EAFIT, con programas de perfeccionamiento, tales como, TQC con I. Miyauchi (Juse, Japón), Mercadeo con la Universidad INCAE de Costa Rica. Docente del Departamento de Educación Continua de la Universidad Autónoma de Occidente. Docente de la Universidad ICESI para el área de mercadeo y negociación en Pregrado, Postgrados y Diplomados. Docente de la Universidad EAFIT en el Centro de Educación

Continua, Diplomados, Maestría en Administración y conferencista externo para empresas privadas. Consultor en direccionamiento estratégico y mercadeo para empresas de productos industriales y de consumo. Con experiencia laboral de más de 20 años en cargos directivos en ventas y negociación internacional en importantes empresas del país como Carvajal, Enka de Colombia, Coltejer, Pepalfa, Colmoda, Fadegan, Turesa entre otras.

No. Horas: 28

Valor Inversión:	Asociados/Colaboradores Coomeva Y sus familias	\$300.000.00
	No Asociados	\$350.000.00

## **MODULO RESPONSABILIDAD SOCIAL**

### **SEMINARIO TALLER: RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL**

Aporta conocimientos y herramientas para una gestión socialmente responsable de las organizaciones en las dimensiones social, ambiental y económica y su impacto a las partes interesadas en el ámbito interno y externo

Temas a Desarrollar

#### **Principios e implicaciones de una gestión socialmente responsable**

- Principios éticos
- Desarrollo y sostenibilidad en tres dimensiones
- Interrelación con otros sistemas
- Enfoque estratégico

#### **Lineamientos para la implementación y gestión socialmente responsable**

- Política y componentes
- Proceso de implementación
- Medición, Análisis y Mejora

#### **Facilitadora: MARTHA LUCÍA MONTOYA**

- Jefe de Responsabilidad Social Empresarial y Comunicación de Manuelita S.A.

- Comunicadora Social de la Universidad de Antioquia.
- Especialista en Proyectos de Comunicación: Investigación y Planeación, del Centro Internacional de Estudios de Comunicación para América Latina - CIESPAL
- Especialista en Administración del Talento Humano para el Siglo XXI de la Facultad de Administración de la Universidad del Valle en convenio con The Pennsylvania State University.
- Diplomado en Responsabilidad Social de la Universidad Javeriana.
- Diplomado en Gerencia Social Convenio Asocaña – Egedes – Universidad Javeriana.

No. Horas: 16

Valor Inversión: No. Horas: 16

Valor Inversión:	Asociados/Colaboradores Coomeva Y sus familias	\$200.000.00
	No Asociados	\$250.000.00

### **INFORMACION GENERAL DEL DIPLOMADO**

No total de horas Diplomado: 140

Valor Inversión:	Asociados/Colaboradores Coomeva Y sus familias	\$2.100.000.00
	No Asociados	\$2.450.000.00

### **Formas y facilidades de pago**

**Efectivo o cheque al día:** pagando en las oficinas de Coomeva en la cuenta de recaudos pago a terceros (PATE) No. 010502620106. enviar este recibo por fax al 3314842/43 ext. 201

**Tarjetas Asociado Coomeva:** Este pago solo se puede realizar en la Unidad de Gestión de Asociados, Unicentro Local 133 Nivel 3. Los asociados que paguen por este medio obtendrán un 5% de descuento.

**Financiación:** Para asociados Coomeva les ofrecemos financiación del valor total del Diplomado. Realice su inscripción hasta el 3 de Julio 2009 para realizar el estudio del crédito.

Cuota mes crédito a 12 meses: \$190.614

Cuota mes crédito a 18 meses: \$132.078

Cuota mes crédito a 24 meses: \$102.903

Para colaboradores Coomeva asociados a FECOOMEVA les ofrecemos financiación del valor total del Diplomado. Realice su inscripción hasta el 3 de Julio 2009 para realizar el estudio de crédito.

Cuota mes crédito a 12 meses: \$187.763

Cuota mes crédito a 18 meses: \$129.236

Cuota mes crédito a 24 meses: \$100.035

Fecha de inicio del Diplomado: 4 de Agosto de 2009

Días de realización: Martes, Miércoles y Jueves

Horario: 6:30 p.m. a 9:30 p.m.

Lugar: Universidad Autónoma de Occidente Sede San Fernando

Calle 2 A No. 24C-95

Informes e Inscripciones: 3314842/43 Ext. 103 y 105

e-mail: [cielor\\_valencia@coomeva.com.co](mailto:cielor_valencia@coomeva.com.co)