

# Programa de Desarrollo Gerencial Salta y Jujuy

## PROGRAMA ABIERTO

DURACIÓN  
3 MESES

CURSADA  
VIERNES DE 10 A 18H |  
FRECUENCIA SEMANAL

SÁBADOS DE 9 A 13H |  
FRECUENCIA QUINCENAL

CENTRO DE CONVENCIONES -  
AV. PARAGUAY 2900

MODALIDAD  
PRESENCIAL



El programa está destinado a profesionales de Salta y Jujuy, y busca brindar una visión holística e integrada de los negocios, recorriendo disciplinas que van desde las finanzas y el *marketing* hasta el liderazgo y la innovación, haciendo foco en aquellas *capacidades que optimicen los procesos de gestión*.

El objetivo del programa consiste en presentar de manera teórica y práctica diversas herramientas que permitan a los participantes entender en profundidad las problemáticas de las empresas, mediante la revisión y el fortalecimiento de aquellas nociones básicas vinculadas con la gestión empresarial, como así también la actualización con base en nuevos paradigmas y tendencias en materia de negocios y desarrollo organizacional. En este sentido, los participantes desarrollarán nuevas ideas que los potenciarán en sus roles, facilitando la ampliación de su frontera de conocimiento para, desde allí, *contribuir a la competitividad, el crecimiento y la transformación de sus negocios y organizaciones*.

Asimismo, el programa pretende constituirse como un espacio donde los participantes encuentren la posibilidad de formar más vínculos, de modo que se puedan nutrir de las experiencias de pares y consultores especializados en cada uno de los temas que se abordarán.

Se presenta un programa de 94 horas con foco en 3 niveles principales que darán lugar al desarrollo de diversos talleres, temáticas y múltiples perspectivas.

## ESTRUCTURA DEL PROGRAMA

NIVEL 1   CIMIENTOS ECONÓMICO-FINANCIEROS	NIVEL 2   HERRAMIENTAS DE GESTIÓN INTEGRAL	NIVEL 3   DESAFÍOS ESTRATÉGICOS Y DE COMPETITIVIDAD
<p><b>Contexto Económico</b> (Roberto Dib Ashur)</p> <p><b>Economía Empresarial</b> (Marcelo Celani)</p> <p><b>Análisis Financiero y Finanzas Corporativas</b> (Julio Fermo)</p> <p><b>Estrategia de Precios</b> (Marcelo Celani)</p>	<p><b>Oratoria y Storytelling</b> (Juan Ramiro Fernández)</p> <p><b>Liderazgo y Gestión de Equipos</b> (Gonzalo Rossi)</p> <p><b>Innovación y Creatividad</b> (Ximena Gauto Acosta)</p> <p><b>Gestión de RRHH: Estructura y Gestión del Talento</b> (Paula Molinari)</p> <p><b>Negociaciones Hábiles</b> (Nora Szarazgat)</p> <p><b>Gestión de Proyectos Ágiles</b> (Ximena Gauto Acosta)</p> <p><b>Feedback y Coaching</b> (Nora Szarazgat)</p>	<p><b>Tecnologías Habilitantes y Nuevos Modelos de Negocio</b> (Aleksan Buyuk Kurt)</p> <p><b>Marketing Estratégico / Comercio Electrónico y Omnicanalidad</b> (Sebastián Paschmann)</p>

## PLAN DE ESTUDIOS

### NIVEL 1: CIMIENTOS ECONÓMICO-FINANCIEROS

#### CONTEXTO ECONÓMICO

- › Comprensión de la realidad económica.
- › Ciclos económicos. Crisis argentinas y perspectivas futuras. El rol del Estado. Visión sistémica del complejo fenómeno de la inflación.
- › Interacción de las cuentas externas con el resto de la economía y rol del tipo de cambio nominal y real. Principales variables macroeconómicas.

#### ECONOMÍA EMPRESARIAL

- › Límites de los mercados e identificación de competidores.
- › Desplazamientos de la oferta y la demanda.
- › Los costos.
- › Competencia perfecta e imperfecta. Monopolio.
- › Políticas para la captura del excedente de los consumidores.
- › Posicionamiento estratégico para la competencia de largo plazo.
- › Mercados con información asimétrica.

#### ANÁLISIS FINANCIERO - FINANZAS CORPORATIVAS

- › Instrumentos financieros para evaluar decisiones de inversión, valoración y financiamiento en la empresa.
- › Importancia del mercado de bonos en finanzas corporativas: valor presente y *yield*.
- › Análisis e implicancias de una curva de *yields* en la determinación del costo de capital. Evaluación de decisiones de inversión. Criterios TIR y VAN. Distintas estructuras de bonos. Introducción a la valoración de empresas. Flujos de fondos descontados. Período de proyección. Valor terminal. Enfoque tradicional de valuación: descuento de flujo de fondos. Enfoque no tradicional de valuación: opciones reales, importancia. *Hedging* de riesgo e interacción de opciones reales y financieras. *Black-swans*.

#### ESTRATEGIA DE PRECIOS

- › Los mitos más peligrosos de los precios.
- › Un modelo profesional para definir precios.
- › El rol de los costos.
- › Cómo llegar a cada cliente con el precio adecuado.
- › La competencia y las guerras de precios.
- › El canal de ventas: definición de precios y márgenes.
- › Ajustes de precios: análisis de descuentos e incrementos.

### NIVEL 2: HERRAMIENTAS DE GESTIÓN INTEGRAL

#### ORATORIA Y STORYTELLING

- › *Storytelling* y las 3 dimensiones de la comunicación digital. *Digital Persona*. Ejemplos de *storytelling* efectivo.
- › *Storytelling* estratégico. Matriz de análisis de *storytelling* táctico vs. estratégico. *Storythinking* y *Content Persona*.
- › Equipo y calendarios editoriales.
- › Práctica y comunicación. *Demo* y *feedback*.

## LIDERAZGO Y GESTIÓN DE EQUIPOS

- › Diferencias entre gerente y líder. Aspectos psicológicos.
- › Liderazgo 360 grados.
- › El factor del poder y la legitimidad como base del liderazgo. Inventario de prácticas de liderazgo.
- › El liderazgo consciente. El liderazgo situacional.
- › Herramientas de autoconocimiento, diagnóstico y *feedback*.
- › Liderazgo y clima laboral.
- › Competencias actuales de liderazgo.

## INNOVACIÓN Y CREATIVIDAD

- › Contexto VICA y tecnologías exponenciales.
- › 10 modelos de innovación organizacional.
- › El rol del diseño estratégico.
- › El usuario primero: *Service Design & Customer Experience*.
- › *Design Thinking*.
- › *Jobs-to-be-done*.
- › Cerebro y creatividad: cómo generar nuevas ideas.
- › *Lean Startup & Minimum Viable Products*.
- › *Storytelling*: comunicar una idea de manera efectiva.

## GESTIÓN DE RRHH. ESTRUCTURA Y GESTIÓN DEL TALENTO

- › Gestión de RRHH y valor agregado del área en una organización.
- › Liderazgo y gestión del cambio. Dinámica organizacional.
- › El rol de RRHH: la estructura del área. Roles y funciones.
- › Gestión del talento.
- › El rol del generalista y el especialista: distinta articulación en distintas estructuras.
- › La gestión del desarrollo: *benchmarking* y distintos casos.

## NEGOCIACIONES HÁBILES

- › Criterios para crear y distribuir valor.
- › El impacto de nuestros supuestos al negociar.
- › La importancia de la relación de las partes.
- › Cómo definir el éxito en una negociación: nueve conceptos críticos.
- › El manejo de tácticas difíciles.

## GESTIÓN DE PROYECTOS ÁGILES

- › Introducción a la filosofía de trabajo ágil.
- › Cultura de la experimentación: fracaso e innovación. Ciclos de aprendizaje rápido en contextos de alta complejidad, de la hipótesis a la acción, *canvas* de la experimentación.
- › *Lean Startup*: crear, medir y aprender, MVP y prototipado: *concept poster*.
- › *Scrumban*: combinación de *Scrum* y *Kanban*. Buenas prácticas para trabajar colaborativamente.

## FEEDBACK Y COACHING

- › Roles del líder. Líder *feedbacker* y líder *coach*.
- › *Feedback*: *feedback* cotidiano + *feedback* continuo + *feedback* evaluación de desempeño. Interpretación y descripción. Trabajo previo de registro. Entendiendo reacciones. Modelo Ventana de Johari. Herramienta: SCIF. Tácticas desviadoras en *feedback*.
- › *Coaching*: acompañamiento del aprendizaje y cambio. Modelo GROW. Preguntar, escuchar, repreguntar: las habilidades de un líder *coach*.

## NIVEL 3: DESAFÍOS ESTRATÉGICOS Y DE COMPETITIVIDAD

---

### TECNOLOGÍAS HABILITANTES Y NUEVOS MODELOS DE NEGOCIO:

- › Industrias exitosas de base tecnológica.
- › ¿Qué industrias han logrado sacar el mayor provecho de las posibilidades que brinda la tecnología?
- › ¿Cuáles son los modelos B2B que han surgido con excepcional éxito?
- › ¿Cuáles son las principales dificultades y qué son los modelos escalables?

### MARKETING ESTRATÉGICO

- › La experiencia como uno de los pilares del *marketing* y la comunicación corporativa actual.
- › La mirada puesta en el cliente: “metodología persona” y cómo lograr que la empresa empatice con sus audiencias.
- › *Experiencing self* vs. *Remembering self*.
- › La medición de la experiencia.

### COMERCIO ELECTRÓNICO Y OMNICANALIDAD

- › Introducción al comercio electrónico y grandes números LATAM. Efectos del COVID-19.
- › *Marketing* digital: abordaje de audiencias para comercio electrónico (tráfico orgánico, inorgánico, CPA, SEO, SEM).
- › Plataformas digitales: *e-retailers* / *marketplace* / *social-commerce*.
- › Operaciones digitales: *fulfillment* y última milla.
- › Concepto de omnicanalidad y diferenciación de multicanalidad.
- › Nuevos comportamientos del *shopper* omnicanal: *showrooming* vs. *webrooming*.

## METODOLOGÍA

- › El programa tiene un enfoque práctico y participativo que incentiva un ámbito de reflexión y de intercambio de ideas entre los profesores y participantes.
- › Se busca generar el aprendizaje de los participantes integrando la teoría y la práctica a través de diferentes herramientas didácticas que van desde el método del caso hasta ejercicios vivenciales, los cuales permiten recrear contextos reales.

## AUDIENCIA

Ejecutivos de Salta y Jujuy que deseen desarrollar y aumentar sus habilidades gerenciales y alcanzar mejores resultados a partir de una visión integral del negocio.

## CUERPO DE PROFESORES

**Roberto Dib Ashur.** Contador Público Nacional. Magíster en Economía, UCEMA. Ministro de Economía y Servicios Públicos de la Provincia de Salta. Director de la Compañía Salteña de Agua y Saneamiento S.A. (CoSAySa), en ejercicio. Socio en Delta Consultores. Contador Público Nacional. Profesor de grado y posgrado de UBA, UMSA y UCASAL. | **Marcelo Celani.** Posgrado en Economía, Instituto de Desarrollo Económico y Social. Economista especialista en regulación de servicios de infraestructura y política de competencia. Es profesor titular de la Escuela de Negocios y de la Escuela de Gobierno de la UTDT, y ha dirigido la Licenciatura en Economía Empresarial y la Licenciatura en Administración de Empresas de la Escuela de Negocios entre 2011 y 2019. | **Julio César Fermo.** Magíster en Finanzas, UCEMA. Director de la Maestría en Finanzas de UTDT y profesor de Finanzas Corporativas en posgrados y programas ejecutivos UTDT. Es socio fundador de Columbus Zuma Investment Banking. Se ha desempeñado en el negocio de banca de inversión por más de 25 años. | **Juan Ramiro Fernández.** Doctor (c) en Sociología, UCA, Periodista y consultor especializado en *Storytelling*. Cofundador de Youniversal y Lectoramas. Se desempeñó como gerente de Contenidos en Telefónica de Argentina, director de Desarrollo de Negocios para el área de *New Media* de Discovery Networks Latin America, y director *senior* de Medios Digitales de Viacom International Media Networks. | **Paula Molinari.** Presidenta de WHALECOM. Directora académica del programa ejecutivo Recursos Humanos, UTDT. Profesora del MBA y del EMBA, UTDT. Autora y conferencista en temas del futuro del trabajo y tendencias en gestión del talento. | **Ximena Gauto Acosta.** Diseñadora gráfica con un posgrado en Dirección de Empresas, Agile Coach, Certified Scrum Master, Complex Facilitator, Cynefin Practitioner, Lean Change Management Certified. Emprendedora por naturaleza. Es cofundadora de Agile Cooking desde 2016, consultora que ofrece charlas, talleres y *coaching* de líderes y equipos. Profesora del Executive MBA de UTDT y del área de Educación Ejecutiva de la Escuela de Negocios. | **Aleksan Buyuk Kurt.** EMBA,

UTDT. Emprendedor, mentor e inversor de varias startups globales. Consultor en innovación para varias corporaciones, líder de proyectos de transformación digital, agilidad e innovación en Latinoamérica y Estados Unidos. Ha escrito múltiples columnas sobre temas de innovación en La Nación, Clarín e Infobae. Docente de Desarrollo de Nuevos Negocios en la Universidad Torcuato Di Tella. | **Sebastián Paschmann.** Licenciado en Publicidad, UNLZ. MBA, UADE Business School. Director y consultor de empresas en *marketing* estratégico, con más de 20 años de experiencia en el sector digital. Cofundador de Proteína Marketing y de El Salto. | **Nora Szarasgat.** Los últimos 18 años se dedicó al campo de la capacitación y desarrollo de recursos humanos en Argentina, Brasil, México, República Dominicana, Perú, Chile y España, y en las industrias financiera, *retail*, IT, Telecomunicaciones, ONG, Organismos de gobierno, energía, multimedios, transporte, entre otras. | **Gonzalo Rossi.** Licenciado en Relaciones Públicas, UADE. Programa de *Management* ESADE, MBA y graduado del Programa Recursos Humanos, UTDT. *Certified Change Practitioner* by Prosci. Certificado en Points of You. *i4Neuroleader Trainer* - About my Brain Institute. *Coach* ejecutivo organizacional, Leading Group ICC. Exponential Ideas Foundation-Singularity University y UdeSA. Consultor y conferencista en Gestión de Cambio, Transformación Cultural, *Safety & Diversity*. CEO de WHALECOM y cofundador de Abiert by Whalecom.

## Informes

☎ (+54 911) 3919 0747

☎ (+54 11) 5169 7342

✉ admisiones\_negocios@utdt.edu



## www.utdt.edu

Seguinos en:     

📍 Av. Figueroa Alcorta 7350,  
Ciudad de Buenos Aires, Argentina