

Programa Intensivo de Estrategia Empresarial para Líderes y Pymes

DIRECCIÓN ACADÉMICA:
MARIELA BUCCIARELLI

PROGRAMA ABIERTO

**DURACIÓN
16 ENCUENTROS**

**MODALIDAD
HÍBRIDA**

En el dinámico mundo empresarial actual, la capacidad de adaptarse rápidamente y tomar decisiones es crucial para el éxito y la sostenibilidad de cualquier negocio. Reconociendo esta necesidad, hemos desarrollado este programa, diseñado específicamente para propietarios de pequeñas y medianas empresas (pymes) y líderes que buscan profundizar sus conocimientos y habilidades en áreas clave de la gestión y estrategia empresarial.

Este programa único combina teoría con un enfoque intensivo en la aplicación práctica. A través de una serie de módulos interconectados, herramientas para la gestión, los participantes adquirirán competencias avanzadas en estrategia empresarial, *marketing* estratégico y digital, finanzas y planificación económica, innovación y desarrollo de productos, gestión de proyectos (AGILE), simulación de negocios y estrategia digital. La metodología del programa está diseñada para fomentar el aprendizaje activo y aplicado, con un fuerte énfasis en simulaciones, estudios de caso y proyectos reales. Por ejemplo, los participantes tendrán la oportunidad de desarrollar y presentar un plan estratégico completo para una empresa real o simulada.

Al finalizar este programa intensivo, los líderes empresariales habrán adquirido un conjunto integral de herramientas y conocimientos que les permitirán navegar con éxito los desafíos del entorno empresarial actual y futuro. Estarán provistos para tomar decisiones estratégicas informadas, impulsar la innovación y el crecimiento, y liderar sus organizaciones hacia un éxito sostenible.

No te pierdas esta oportunidad única de llevar tus habilidades de liderazgo y gestión al siguiente nivel.

MÓDULO	PROFESOR/A
TEAMBUILDING DE APERTURA	Gonzalo Rossi
ABORDANDO LA ESTRATEGIA	Mariela Bucciarelli y Luis Regueira
EVALUANDO EL VALOR DE MI EMPRESA Y LAS OPORTUNIDADES	Mariela Bucciarelli
CREANDO NUEVOS MERCADOS: El océano está lleno de tiburones	Mariela Bucciarelli
SIMULANDO NUESTRA ESTRATEGIA: De la teoría a la práctica	Nancy Maltagliatti
TOMANDO DECISIONES CON DATOS: <i>Storytelling + data applied</i>	Nancy Maltagliatti
PLANIFICANDO EL NEGOCIO	Santiago Alem
GESTIONANDO EL NEGOCIO	Adriana Garavaglia
RENTABILIZANDO EL NEGOCIO	Julio Fermo y Luis Regueira
COMUNICANDO EL PLAN ESTRATÉGICO	Mariela Bucciarelli y Santiago Alem + invitado
BONUS TRACK: El nuevo escenario de los negocios en la era de la inteligencia artificial	Luis Regueira
ENFRENTANDO EL OCÉANO: Exponemos nuestra idea de negocio	Mariela Bucciarelli y Luis Regueira + invitados

PLAN DE ESTUDIOS

TEAMBUILDING DE APERTURA (GONZALO ROSSI)

MÓDULO 1 | ABORDANDO LA ESTRATEGIA (MARIELA BUCCIARELLI Y LUIS REGUEIRA)

En este primer módulo nos adentraremos en los métodos estratégicos que se utilizan en los mercados a nivel mundial, comprendidos en matrices de gestión, y los pondremos en práctica con casos de empresas reales (Método Harvard).

MÓDULO 2 | EVALUANDO EL VALOR DE MI EMPRESA Y LAS OPORTUNIDADES (MARIELA BUCCIARELLI)

- › Pondremos foco en analizar la generación de valor hacia el consumidor/usuario, y la monetización del mismo.
- › Identificaremos las oportunidades de crecimiento de mercado que tiene nuestra compañía.
- › Utilizaremos distintos *frameworks* de trabajo a través de casos reales para entender dónde se enfocan las empresas con mayor *market share* de mercado.

MÓDULO 3 | CREANDO NUEVOS MERCADOS: EL OCÉANO ESTÁ LLENO DE TIBURONES (MARIELA BUCCIARELLI)

- › Competencia y ventaja competitiva.
- › Mapeos de competitividad.
- › La estrategia del océano azul, nuevos marcos conceptuales para crear negocios sostenibles en el tiempo.

MÓDULO 4 | SIMULANDO NUESTRA ESTRATEGIA: DE LA TEORÍA A LA PRÁCTICA (NANCY MALTAGLIATTI)

En este módulo nos centraremos en la comprensión de la interacción entre la estrategia de *marketing*, su implementación efectiva y la ejecución en el entorno empresarial. Se hará énfasis en la identificación del público objetivo como clave para orientar las decisiones de diseño de productos y/o servicios. Los participantes aprenderán a desarrollar estrategias de *marketing* sólidas, traducirlas en acciones efectivas y ejecutarlas con éxito, todo ello basado en un profundo entendimiento del mercado objetivo. Asimismo, aprenderán a emplear métricas duras y blandas para medir el desempeño de la empresa considerando la respuesta a las acciones, como así también las reacciones competitivas en mercados volátiles, inciertos, complejos y ambiguos.

Segmentación

- › Análisis del mercado.
- › Definición de *target* y propuesta de valor.
- › Asignación de presupuesto y gestión de la fuerza de venta.
- › Relevancia del negocio. Inversión vs. ciclo de vida de producto.
- › Trabajar sobre el equilibrio entre la adquisición y retención de clientes y el uso de indicadores de gestión.

Estrategia de precios

- › Comprender la naturaleza y dinámica de la sensibilidad al precio de los diferentes segmentos ante cambios en el precio.
- › Determinar diferencias e impacto en la cantidad demandada considerando un mercado heterogéneo.
- › Comprender el impacto de las decisiones de precios en los resultados financieros de una organización.
- › Determinar cómo optimizar el inventario por medio de variaciones en el precio (en términos de lograr equilibrar faltantes de *stock* y exceso de inventario).

MÓDULO 5 | TOMANDO DECISIONES CON DATOS: *STORYTELLING + DATA APPLIED* (NANCY MALTAGLIATTI)

- › Construcción del *dashboard*: sesiones prácticas donde los participantes puedan aplicar los conceptos aprendidos a través de ejercicios, casos de estudio y proyectos reales. Al integrar estos elementos en el programa de capacitación, los ejecutivos podrán adquirir las habilidades necesarias para comunicar de manera efectiva a través de historias y visualizaciones de datos. Comprender por qué es importante en el ámbito empresarial y cómo puede impactar la comunicación efectiva de información.
- › Introducción al *storytelling*.
- › Principios de visualización de datos.
- › Herramientas y técnicas de visualización de datos.
- › Construcción de historias con datos.

MÓDULO 6 | PLANIFICANDO EL NEGOCIO (SANTIAGO ALEM)

Segmentación de las operaciones:

- › Segmentación de productos, clientes y proveedores.
- › Metodología para definir segmentos y una estrategia de operaciones acorde.

Planificación de las operaciones:

- › Planificación de la demanda.
- › S&OP: Sales & Operations Planning – IBP: Integrated Business Planning.
- › Torre de control.

MÓDULO 7 | GESTIONANDO EL NEGOCIO (ADRIANA GARAVAGLIA)

- › *Project management*, liderazgo y equipos.
- › *Mindset Agile*. ¿Ser o hacer agilidad?
- › Formación de equipos altamente eficientes.
- › Objetivos. Roles y responsabilidades.
- › LEAN: introducción e implementación.
- › KANBAN: introducción e implementación.
- › SCRUM: introducción e implementación.
- › Cierre y expectativas. Entrega de valor.

MÓDULO 8 | RENTABILIZANDO EL NEGOCIO (JULIO FERMO Y LUIS REGUEIRA)

- › En este apartado suministraremos las principales herramientas para monetizar el plan de negocios o proyectos de la empresa.
- › Realizaremos diagnóstico financiero de empresas para conocer su estado antes de tomar decisiones estratégicas.
- › Conoceremos las fuentes de financiación actuales, requerimientos y cómo desarrollar una planificación financiera para presentar a *sponsors* y *stakeholders*.
- › Instrumentos de financiación. Estructura del capital.
- › Evaluación de decisiones de inversión. Criterios TIR y VAN.
- › Proyecciones de flujos de efectivo. Método directo y método indirecto.
- › Introducción a la valoración de empresas. Flujos de fondos descontados. Período de proyección. Valor terminal. Valuación por múltiplos. Valor de liquidación.
- › Manejo de escenarios

MÓDULO 9 | COMUNICANDO EL PLAN ESTRATÉGICO (MARIELA BUCCIARELLI Y SANTIAGO ALEM + INVITADO)

- › Aprenderemos a comunicar la estrategia a través de la herramienta de *elevator pitch*.
- › Conoceremos los métodos y herramientas de lienzos de negocios, y la propuesta de valor para analizar si una idea puede transformarse en un plan de negocio efectivo, y una propuesta formal.
- › Aprenderemos a establecer los *stakeholders* necesarios para el desarrollo del plan de negocios estratégico.
- › Diseñaremos la estrategia de operaciones. Concepto, etapas, evaluación y dimensiones competitivas.

- › Realizaremos el diagnóstico de cadena de suministro y las etapas de implementación.
- › Metodología: análisis cuantitativo y cualitativo. Identificación de beneficios y priorización de iniciativas.
- › Mapa de ruta de implementación de iniciativas de mejora.

MÓDULO 10 | **BONUS TRACK: EL NUEVO ESCENARIO DE LOS NEGOCIOS EN LA ERA DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL (LUIS REGUEIRA)**

- › Nuevas tendencias mundiales, el impacto de las nuevas generaciones.
- › La IA para potenciar el negocio.
- › La IA para crear economías de escala.
- › Herramientas básicas de aplicación de la IA.

MÓDULO 11 | **ENFRENTANDO EL OCÉANO: EXPONEMOS NUESTRA IDEA DE NEGOCIO (MARIELA BUCCIARELLI Y LUIS REGUEIRA + INVITADOS)**

METODOLOGÍA

El programa se basa en una metodología de aprendizaje interactiva y multifacética, diseñada para maximizar la adquisición y aplicación de conocimientos. Las técnicas de enseñanza incluyen:

- › Sesiones interactivas de aula.
- › Estudio de casos y simulaciones.
- › Proyectos grupales e individuales.
- › Mentorías y *coaching*.

AUDIENCIA

El programa está especialmente diseñado para:

- › Líderes y gerentes que desean adoptar un enfoque más estratégico y profesional en su gestión.
- › Propietarios de pequeñas y medianas empresas que buscan expandir y mejorar sus negocios.
- › Emprendedores que buscan establecer bases sólidas para el éxito a largo plazo de sus emprendimientos.

CUERPO DE PROFESORES

Mariela Bucciarelli. MBA, UTDT y magíster en Negocios Digitales, Aalto University. Posgrado en Innovación en WU Austria. Es manager regional de Strategy & Consulting en Industria Financiera para EE. UU. y Sudamérica Hispana en Accenture. Anteriormente, trabajó para Banco Provincia donde fue Head de la App Cuenta DNI Comercios y formó parte del equipo creador de Cuenta DNI como Product Manager. Es docente en UADE para las áreas de Marketing y Desarrollo de Negocios, UNSAM y Coderhouse. | **Luis Regueira.** Management Integral de Negocios Digitales, UdeSA. Máster en Dirección de Marketing y Comunicación, Universidad Oberta de Cataluña (Barcelona). Posgrado en Gestión de la Comunicación, Universidad Internacional de Cataluña (Barcelona). Luis ha ejercido roles decisivos como gerente de Transformación Digital e Innovación, responsable

de Marketing en una reconocida multinacional del sector de la construcción, y líder de lanzamientos de productos y campañas estratégicas que han fortalecido la posición de mercado de la empresa. | **Gonzalo Rossi.** Lic. en RR. PP., UADE. MBA, UTDT, también realizó el Programa Ejecutivo de RR. HH., UTDT. Es consultor en Gestión del Cambio y fortalecimiento de equipos directivos, conferencista sobre neuroliderazgo y está certificado como i4Neuroleader Partner & Trainer (About my Brain Institute - Australia), Points of You Certified y Change Practitioner ADKAR Model (Prosci). CEO de Whalecom- Change & Development y cofundador de JoiLab. | **Nancy Maltagliatti.** Doctoranda en Ciencias de la Administración, Universidad Católica Argentina. Mg. en Inteligencia de Negocios, Universidad Nacional de La Rioja, España. Lic. Relaciones Públicas, UADE. Asociada de IM Consumer Intelligence, consultora especialista en el desarrollo de planes de negocios y análisis comerciales. Profesora y coach de INCUBATE. | **Santiago Alem.** MBA, UTDT. Licenciado en Administración de Empresas, UBA. Profesor en UTDT e ITBA. Más de 20 años de experiencia como ejecutivo de Operaciones y SCM en compañías multinacionales como SAP, Whirlpool Corp., Arcor y Brightstar Corp. | **Adriana Garavaglia.** Arquitecta (FADU-UBA). Project Management Professional PMP (Project Management Professional) desde el 2015. Fundadora y CEO de 323 ARQ PM Consulting. Especialista en Dirección de Proyectos, Sustentabilidad (EDGE Expert), Mejora Continua (Facilitadora en Mejora Continua SAMECO) e Innovación (ISO 56002). Presidenta de PMI Buenos Aires 2023. | **Julio Fermo.** Contador Público Nacional, UNR. Posee un Master en Finanzas del Centro de Estudios Macroeconómicos de Argentina (CEMA), que complementó con un Master en Quiebras, UBA. Es director y profesor de la Maestría en Finanzas UTDT, y profesor en el MBA y en programas ejecutivos en la misma universidad. Es socio fundador de Columbus Zuma Investment Banking y se ha desempeñado en el negocio de Banca de Inversión por más de 25 años.

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