



esan GRADUATE
SCHOOL OF
BUSINESS

EXECUTIVE EDUCATION



1 PEE

Programa de
Especialización
para Ejecutivos

Del 23 de enero al 19 de marzo de 2023

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

Fomatos:



Online en
tiempo real



Presencial /
Híbrido



Weekend

Disfruta ahora también de horarios
especiales:



Nocturno



Matutino

esan.edu.pe





ÍNDICE

Ventajas diferenciales 03

Misión ESAN 04

Palabras de la Directora 05

Certificación de Especialización 08



Área Académica de
ADMINISTRACIÓN 15



Área Académica de
FINANZAS 27



Área Académica de
MARKETING 42



Área Académica de
OPERACIONES Y LOGÍSTICA 53



Área Académica de
TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN 66



Área Académica de
SALUD 72



Área Académica de
B2B 76



Área Académica de
ENERGÍA 80



Área Académica de
MINERÍA 83

Información General 89



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

PERFECCIONAMIENTO PUNTUAL

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

FINANCIAMIENTO

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 DEL MUNDO

Nº **1**
EN PERÚ

TOP **5**
LATINOAMÉRICA

América
economía

RANKING
2022

Nº **1**
EN PERÚ

QS WORLD
UNIVERSITY
RANKINGS
QS GLOBAL MBA 2021

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



PRESENCIAL / HÍBRIDO

lleva el curso online
o presencial en
nuestro campus Lima



WEEKENDS

Fines de semana

HORARIOS



NOCTURNO

días de semana
por la noche ¡Tu
horario de siempre!



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.



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

VISA



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 emitirán 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 la 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 ejecutiva de ventas 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.



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 válidos para quienes adquieran el paquete de Certificado de Especialización.

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 COMO ENFOQUE ESTRATÉGICO: HERRAMIENTAS PARA LOGRAR LA AGILIDAD ORGANIZACIONAL

Jessica Alzamora | Carlos Guerrero
Martes de 7:00 a 10:15 p. m. *

GERENCIARSE Y GERENCIAR CON NEUROCIENCIA

Adriana Delgado Luján de Piazzón
Jueves de 7:00 a 10:15 p. m.

GESTIÓN DE PROYECTOS – GRUPO 1

Peter Yamakawa Tsuja
Miércoles de 7:00 a 10:15 p. m. *

GESTIÓN DE PROYECTOS – GRUPO 2

Peter Yamakawa Tsuja
Martes y jueves de 7:00 a 8:30 a. m. *

HM

IDEAS DISRUPTIVAS: DESIGN THINKING

Cecilia Vidal
Jueves de 7:00 a 10:15 p. m.

MPH

LIDERAZGO ESTRATÉGICO PARA LA VENTAJA COMPETITIVA

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

NUEVOS MODELOS DE NEGOCIO EN ENTORNOS DISRUPTIVOS EN EL SECTOR B2B

Boris Herrera Barrera
Miércoles de 7:00 a 10:15 p. m.

DIRECCIÓN DE PERSONAS

HABILIDADES BLANDAS PARA ADMINISTRAR EL COMPORTAMIENTO DEL PERSONAL

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

HR BUSINESS PARTNER: LÍDER DEL VALOR DEL TALENTO

Guillermo Defilippi Rodríguez
Lunes de 7:00 a 10:15 p. m.

LIDERAZGO Y DIRECCIÓN DE PERSONAS – GRUPO 1

Kety Jáuregui Machuca
Jueves de 7:00 a 10:15 p. m.

LIDERAZGO Y DIRECCIÓN DE PERSONAS – GRUPO 2

Kety Jáuregui Machuca
Martes y jueves de 7:00 a 8:30 a. m.

HM

REMUNERACIONES Y COMPENSACIONES

Nazaret Abad Zarco
Sábado de 8:30 a. m. a 1:30 p. m.

MW

SISTEMA DE EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO

Lydia Arbaiza Fermi
Miércoles de 7:00 a 10:15 p. m.

(*) Horario especial

HM

HORARIO MATUTINO

MPH

MODALIDAD PRESENCIAL / HÍBRIDA

MW

MODALIDAD 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

- Los ecosistemas de innovación y emprendimiento y sus conexiones.
- Herramientas gerenciales de planeación.
 - Formulación de misión, visión y objetivos cuantificados.
 - Construcción de matrices EFE, EFI, FODA.
 - Propuestas de políticas, cronogramas y presupuestos.
- 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

Consultor de empresas privadas e instituciones públicas en temas de diseño organizacional y de administración de personal. Autor de quince libros, publicados por la editora Pearson (México/Perú), por la editora Cengage Learning (México / Argentina /Perú) y por ESAN ediciones. (Perú). 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 curso iniciará el lunes 6 de febrero de 2023.

* El viernes 10 de febrero de 2023 se dictarán las sesiones 3 y 4.



SOLICITA INFORMACIÓN



MATRÍCULATE AHORA

BUSINESS AGILITY COMO ENFOQUE ESTRATÉGICO: HERRAMIENTAS PARA LOGRAR LA AGILIDAD ORGANIZACIONAL

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

OBJETIVO

En la actualidad, es común escuchar que volverse ágil es clave para adaptarse con rapidez al entorno, responder con prontitud al mercado y, por supuesto, volverse más competitivo. Sin embargo, transformarse en una organización con estas características no es una tarea sencilla. Lograr la agilidad organizacional requiere de cambios profundos a nivel de modelo operativo, cultura y estrategia. A lo largo del curso nos enfocaremos en comprender cómo abordar este reto de manera exitosa. ¿Qué implica adoptar la agilidad como parte del ADN de la organización?, ¿qué modelos operativos facilitan la transición hacia una organización ágil? ¿qué aspectos considerar para empezar el proceso de transformación?, ¿cómo abordarlo a través de un framework flexible? y ¿qué competencias requieren los líderes y equipos para impulsarán este cambio? son algunas de las interrogantes que serán resueltas en el curso con la finalidad de que los participantes estén en capacidad de desarrollar estrategias efectivas para iniciar el proceso de cambio e impulsar la flexibilidad en sus organizaciones desde una perspectiva estratégica.

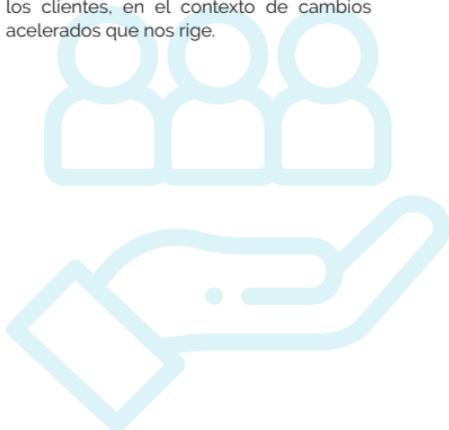
TEMARIO

- La incertidumbre actual y futura: del entorno VUCA al BANI.
- La nueva realidad y su influencia en el modelo organizacional.
- De las organizaciones como máquinas a las organizaciones como seres vivos.

- Los equipos y la gestión del trabajo a través de células ágiles.
- ¿Qué es una organización ágil?: características y principios.
- ¿Qué tan ágil? Dualidad del modelo organizacional.
- Trade-offs entre coordinación, eficiencia y time to market.
- ¿Cómo gestionar el cambio hacia la transformación ágil?
- De los enfoques plan driven a los feedback driven.
- Lean change management.
- El mapeo del punto de partida: cultura, stakeholders y alineamiento de fuerzas.
- El (re) diseño del modelo organizacional.
- Visual management para aterrizar.
- Escalamiento ágil.
- Maduración de equipos.
- Liderazgo consciente y sesgos cognitivos.
- Learning agility.
- Nudges y Hackeo cultural.

PARTICIPANTES

El curso está dirigido a profesionales interesados en promover respuestas ágiles y flexibles desde sus organizaciones hacia los clientes, en el contexto de cambios acelerados que nos rige.



PROFESORES



JESSICA ALZAMORA

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.



CARLOS GUERRERO

Actualmente se desempeña como Director de la Maestría en Marketing de ESAN Graduate School of Business. Coordinador e investigador de los equipos GEM Perú y GUESSS Perú. Miembro del grupo de investigación Marketing y Sociedad de la Universidad de Granada.

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.

** El curso iniciará el martes 7 de febrero de 2023.*

** La recuperación será el jueves 9 de febrero y jueves 16 de febrero.*



**SOLICITA
INFORMACIÓN**



**MATRICÚLATE
AHORA**

GERENCIARSE Y GERENCIAR CON NEUROCIENCIA

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

El curso tiene como propósito que los participantes tengan insumos del conocimiento del funcionamiento del cerebro humano que determina el comportamiento, para gerenciarse y gerenciar; como una propuesta para conocerse, entenderse, autogestionarse y gestionar sus relaciones personales y laborales en tiempos de cambio, incertidumbre y estrés.

Tanto los avances de la neurociencia como los desafíos impuestos por la realidad, para la gestión organizacional de este siglo, nos conminan a la necesidad de desarrollar nuevas competencias, estrategias y herramientas.

Tener insumos para entender y comprender cómo funciona el cerebro y cómo influye en el comportamiento es determinante para el propio desempeño, el entendimiento de la organización y del entorno. La percepción de la realidad, pensamientos, creencias, memorias, aprendizajes y experiencias nos condicionan. La toma de decisiones, casi siempre emocional, es sesgada y no tenemos como reconocerlo. La salud y el bienestar suele ser menoscabados por el estrés y la carga emocional, y todo ello disminuye la productividad y rendimiento. Es imperativo recentrarse en uno mismo, en el propio conocimiento y empezar por ser gerentes de nosotros mismos para gerenciar en bienestar, salud y productividad.

El propósito de este curso es que los participantes tengan conocimientos, herramientas prácticas y puedan diseñar estrategias, desde la neurociencia aplicada para la autogestión y la gestión en sus organizaciones para mayor salud, bienestar y productividad, desde la posición que se encuentren.

El curso ha sido elaborado tomando en cuenta literatura y estudios científicos que, buscan aprender y divulgar cómo el cerebro humano y sistema nervioso transducen los estímulos e información que reciben, procesan y generan respuestas que determinan su comportamiento.

OBJETIVO

Al terminar el curso, los participantes serán capaces de:

- Diseñar un plan estratégico de cambio para gerenciarse y gerenciar en salud, bienestar y rendimiento, desde la neurociencia aplicada.
- Empezar a gestionar sus pensamientos y emociones desde una propuesta neurocientífica y descubrir herramientas propias para la autogestión.
- Comprender la relación causal entre percepción y estrés, entre estrés y ausencia de bienestar, así como las relaciones con la ansiedad, el sueño y el dolor.
- Integrar con claridad conocimientos de la neurociencia aplicada a la empresa, utilizar herramientas provenientes del neuromanagement desafíos para gerenciarse y gerenciar ante los retos de estos tiempos de pandemia.
- Descubrir herramientas internas relevantes provenientes del conocimiento del cerebro y empoderarse de la capacidad y posibilidad de cambio

TEMARIO

- Neurociencia y gerencia, mayor productividad.
- La nueva gerencia empieza por el cerebro.
- Arquitectura y funcionamiento del cerebro.
- Empezar a conocerse y comprenderse para gerenciarse y gerenciar.
- Del aprendizaje al neuroaprendizaje.
- ¿Qué es y cómo aprendemos del estrés?
- Gestión emocional.
- Estrategias y herramientas del cerebro para el cambio.
- Gerenciarse y gerenciar desde la neurociencia.
- Herramientas para gerenciarse y gerenciar en mayor rendimiento, en bienestar y salud.

PARTICIPANTES

El curso está dirigido a ejecutivos y profesionales, que independientemente del nivel jerárquico o área profesional en que se encuentren, deseen desarrollar competencias, habilidades y herramientas para auto gerenciarse y mejorar su capacidad de gestión personal y en los diversos ámbitos de la organización.



PROFESORA ADRIANA DELGADO LUJÁN DE PIAZZÓN

Emprendedora y socia fundadora IneuroAV, www.ineuroav.com. Consultora en etapa preoperativa y operativa de exploración minera. Experiencia en los sectores público y privado como abogada, asesora y consultora; cargos en gerencia legal, administrativa y gerencia general.

Magister (c) en Neurociencia de la Universidad Peruana Cayetano Heredia, MBA de la Universidad del Pacífico y egresada de la maestría de Derecho Internacional Económico de la Pontificia Universidad Católica del Perú.



**SOLICITA
INFORMACIÓN**



**MATRICÚLATE
AHORA**

GESTIÓN DE PROYECTOS

Grupo 1:

Miércoles de 7:00 a 10:15 p. m.

Grupo 2:

Martes y jueves de 7:00 a 8:30 a. m.

HM

HORARIO MATUTINO

OBJETIVO

El curso proporciona los conceptos fundamentales y las metodologías de la Gerencia de Proyectos mediante el conocimiento, habilidades, herramientas y técnicas aplicados en casos prácticos según el PMBOK, incluyendo la nueva versión del estándar para la Gestión de Proyectos (PMBOK Séptima Edición) publicado por Project Management Institute (PMI). La principal novedad que incluye el nuevo estándar es el enfoque en principios -no en procesos- que ayudarán a cualquiera que dirija un proyecto independientemente de la metodología aplicada para ello.

TEMARIO

- Fundamentos y principios de la gerencia de proyectos.
- ¿Qué debo considerar para que mi proyecto pueda ser exitoso?
- ¿Por qué fracasan los proyectos?
- ¿Qué debo considerar para iniciar, planificar, ejecutar, controlar y cerrar un proyecto?
- Los doce principios de la gestión de proyectos y ocho dominios de desempeño del proyecto según la 7ª Edición PMBOK.
- Las 10 áreas de conocimientos de la gestión de proyectos.
- Las herramientas y mejores prácticas de la gerencia de proyectos.
- Análisis y discusión de casos prácticos y reales de gerencia de proyectos internacionales y nacionales provenientes de la Universidad de Harvard y de ESAN.

PARTICIPANTES

Dirigido a profesionales de todas las áreas que estén desarrollando proyectos y deseen convertirse en líderes de su empresa.



PROFESOR PETER YAMAKAWA TSUJU

Decano de la Escuela de Negocios de ESAN. Experiencia en la dirección y manejo de proyectos de telecomunicaciones en empresas de prestigio. Ha sido asesor del presidente del Poder Judicial y de prestigiosas empresas públicas y privadas. Ph. D. y MSc en Ingeniería de Telecomunicaciones por la Universidad de Osaka. MBA por ESAN. PMP. Ha obtenido las certificaciones profesionales PgMP, PMP y RMP del Project Management Institute (PMI).

* Para el grupo 1, las clases inician el miércoles 1 de febrero y para el grupo 2, las clases inician el jueves 2 de febrero

* Para el grupo 2, la sesión 14 se dictará el día sábado 18 de marzo a las 7:00 a. m

* La evaluación final para el grupo 1 será el viernes 17 de marzo y para el grupo 2 el domingo 19 de marzo a las 19:00 horas.



**SOLICITA
INFORMACIÓN**

**GRUPO
1**

**GRUPO
2**



**MATRÍCULATE
AHORA**

HABILIDADES BLANDAS PARA ADMINISTRAR EL COMPORTAMIENTO DEL PERSONAL

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

OBJETIVO

Al finalizar la asignatura, el participante será capaz de:

- Desarrollar y aplicar eficientemente habilidades blandas en la dirección del comportamiento individual y colectivo del personal a su cargo.
- Desarrollar y aplicar eficientemente habilidades blandas en las interacciones con sus diversos stakeholders profesionales y personales..

TEMARIO

- Administración, organización y dirección de personas.
 - Administración y comportamiento.
 - Identificación de competencias organizacionales y personales.
- Comportamiento individual.
 - Sensaciones & percepciones.
 - Personalidad.
 - Trastornos.
 - Aprendizaje.
 - Resiliencia.
 - Productividad / Procrastinación.
- Comportamiento colectivo.
 - Equipos.
 - Liderazgo.
 - Motivación.
 - Comunicación.
 - Cultura y clima organizacional.
- Organizaciones ágiles basadas en procesos.

PARTICIPANTES

El curso está dirigido a ejecutivos, que deseen mejorar sus habilidades blandas, para poder administrar eficientemente las relaciones con el personal a su cargo y sus diversos stakeholders: proveedores, clientes, competidores, comunidad, etc.



PROFESOR ENRIQUE LOUFFAT OLIVARES

Consultor de empresas privadas e instituciones públicas en temas de diseño organizacional y de administración de personal. Autor de quince libros, publicados por la editora Pearson (México/Perú), por la editora Cengage Learning (México / Argentina /Perú) y por ESAN ediciones. (Perú). Doutor em Administração (Ph.D.) y Mestre en Administração (M.Sc.) por la Universidad de São Paulo, Brasil, becado por el Gobierno de dicho país.

* El curso iniciará el jueves 2 de febrero de 2023.



SOLICITA
INFORMACIÓN



MATRICÚLATE
AHORA

HR BUSINESS PARTNER: LÍDER DEL VALOR DEL TALENTO

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

OBJETIVO

El objetivo del programa es comprender críticamente los actuales roles de un HRBP y entregar herramientas para desarrollar las competencias, blandas y técnicas, necesarias para ser un HRBP efectivo y creador de valor. Para ello, se darán a conocer los roles, herramientas y competencias de un HRBP como "Lider del Valor del Talento" en una organización desde la perspectiva del modelo del CLC-Gartner de HRBP (socio estratégico, mediador / facilitador, emergentólogo y experto en procesos de RRHH), y así, facilitar una gestión efectiva de la atracción, adquisición e incorporación del talento, la gestión del desempeño, formación, desarrollo, carrera del talento, así como la vinculación, la experiencia de empleado (EX), retención y compromiso del talento, enfocados en crear valor para la organización, los clientes y los colaboradores.

TEMARIO

- El HR Business Partner..
 - Paradigmas organizacionales y creación de valor.
 - Creación de valor desde la gestión de Recursos Humanos: de profesional experto, generalista, HRBP y Gerente de RR. HH.
 - Roles y responsabilidades, de lo operativo / transaccional a la creación de valor: modelos de D. Ulrich (Michigan) y del LCL-Gartner.
 - Ser socio del negocio, agente de cambio y consultor interno.
- Roles, responsabilidades y competencias del HRBP.
 - Socio del Negocio (Business Partner): implementar estrategias y programas para el largo plazo.
 - o Competencias: conocimiento del negocio, perspicacia y liderazgo, consultoría interna e innovación.
 - Mediador / Facilitador (Mediator): solucionar problemas con / entre personas.
 - o Competencias: gestión de relaciones interpersonales y comunicación.

- Emergentólogo (Emergency Responder): responder con soluciones inmediatas a problemas actuales e imprevistos.
 - o Competencias: evaluación crítica y solución de problemas.
- Experto en Procesos de RRHH (Operations Manager): monitorear, medir y mejorar procesos existentes.
 - o Competencias: servicio al cliente interno y gestión de las contribuciones de los colaboradores..
- Lider de efectividad del valor del talento.
 - Lider de efectividad en la gestión de la atracción, adquisición e integración del talento (Tecnología).
 - Lider de efectividad en la gestión del desempeño y formación del talento (Retroalimentación).
 - Lider de efectividad en el desarrollo, movilidad y carrera del talento (Mentoring y Coaching).
 - Lider de efectividad en la vinculación, compromiso y retención del talento (EX, Efectividad Cultural y Prácticas Éticas).



PARTICIPANTES

Ejecutivos y profesionales de Recursos Humanos y Gestión del Talento, sean especialistas o generalistas, o profesionales de RRHH interesados desarrollar competencias de HRBP, en transformar la gestión de personas creando valor para la organización, las personas y las partes interesadas, y como socios estratégicos del negocio.



PROFESOR GUILLERMO DEFILIPPI RODRÍGUEZ

Miembro de la Red Global de Mentores. Profesor y Consultor en Gestión del Talento. Amplia experiencia en Gestión de Personas como Director y Gerente de Recursos Humanos en empresas multinacionales y multilatinas. Maestría en Organización y Dirección de Personas por ESAN y Diploma en Dirección Estratégica de Recursos Humanos por CENTRUM.



**SOLICITA
INFORMACIÓN**



**MATRICÚLATE
AHORA**

IDEAS DISRUPTIVAS: DESIGN THINKING

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

MPH

MODALIDAD PRESENCIAL / HÍBRIDA

OBJETIVO

El objetivo del curso es que el estudiante desafíe su mindset y conecte con su confianza creativa para diseñar y validar productos o servicios diseñados que se conviertan en oportunidades de negocio o de intraemprendimientos resolviendo problemas organizacionales internos. El curso se desarrolla dentro del marco design thinking sumado al marco KILL THE COMPANY el cual nos permite generar ideas disruptivas para reformular propuestas de valor para nuestros clientes. El participante a través de esta formación podrá

- Realizar un research de su organización, contexto y oportunidades de innovación.
- Identificar sus buyer persona.
- Realizar un análisis sistémico de su organización para identificar desafíos potenciales a resolver.
- CREAR propuestas de valor disruptivas.
- Diseñar Business Experiments.
- Validar sus propuestas de solución.

En cada sesión se tratará con la metodología de aprendizaje basado en proyectos, el uso del caso de estudio y ejemplos provenientes de diversas industrias.

TEMARIO

- Design thinking en el contexto de la Transformación Digital.
- HCD: innovación centrada en el usuario.
- El proceso de design thinking, lean startup & SCRUM.
- FASE 1. Empatizar. Técnicas de investigación: herramientas no tradicionales.
- Construcción de Buyer Persona.
- Análisis Sistémico del Desafío a abordar.
- FASE 2. Descubrimiento de insights.
- Definiendo el viaje del cliente (Customer Journey Map).
- FASE 3. Construyendo soluciones disruptivas.
- Construcción de la propuesta de valor.
- Prototipos digitales: Mockups & Wireframes.
- Herramientas digitales no code para la

construcción del prototipo: Figma.

- Prueba, experimentación y validación de prototipo.
- Elevator Pitch.

PARTICIPANTES

El curso está dirigido a ejecutivos de las diferentes áreas de la empresa involucrados en programas de innovación, responsables del proceso de Product Discovery, ejecutivos que ejerzan el rol de PO, SM. Profesionales que desean prepararse en los nuevos enfoques de aplicación de técnicas de innovación y desarrollo de productos y servicios que desafíen las propuestas de valor tradicionales. Personal responsable de en la organización y líderes de transformación digital.



PROFESORA CECILIA VIDAL CASTRO

CEO & Founder de Aniccalab Consultora de Innovación. Consultora y capacitadora de procesos de innovación usando la metodología Design thinking en diversas empresas del medio.

Magister en Administración de Negocios. MBA por ESAN. Especialización en Design Thinking & Innovation por Virginia University. Formación en Design Thinking por lamdesigner de Holanda. Formación con IDEO en: Leading for creativity & Insights for innovation. Scrum Master Professional (SMPC), Scrum Product Owner Professional Certificate (SPOPC), Scrum Developer Professional Certificate (SDPC). Agile Team Facilitator por Scrum Alliance.

* El curso se dictará de manera híbrida, es decir el alumno puede llevarlo presencial en el Campus de ESAN o de manera virtual en tiempo real por la plataforma e-learning.



SOLICITA
INFORMACIÓN



MATRICÚLATE
AHORA

LIDERAZGO ESTRATÉGICO PARA LA VENTAJA COMPETITIVA

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

OBJETIVO

Al finalizar la asignatura, el estudiante será capaz de manejar las herramientas para dirigir y liderar con eficacia y de manera estratégica, tanto de forma interna como externa, así como poder aportar en la empresa en sus procesos de transformación a fin de generar un mayor valor integral para la organización.

TEMARIO

- Aplicación del modelo general de estrategia y enfoques contemporáneos en la gestión.
- El liderazgo y la empleabilidad.
- El liderazgo estratégico y la generación de la ventaja competitiva.
- Liderazgo en estrategias en las unidades de negocio, estrategias funcionales, estrategias corporativas, estrategias internacionales.

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

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.

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 curso iniciará el martes 7 de febrero de 2023.

* El jueves 23 de febrero se dictarán las sesiones 7 y 8. La clase iniciará a las 19:00 horas.



SOLICITA
INFORMACIÓN



MATRICÚLATE
AHORA



LIDERAZGO Y DIRECCIÓN DE PERSONAS

Grupo 1:

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

Grupo 2:

Martes y jueves de 7:00 a 8:30 a. m.

HM

HORARIO MATUTINO

OBJETIVO

Brindar a los participantes fundamentos y estrategias para liderar y dirigir personas de manera que se faciliten la productividad, satisfacción y bienestar en la organización.

TEMARIO

- Estilos de liderazgo en remoto.
- Trabajo en equipo remoto.
- Motivación en equipos remotos.
- Gestión de cultura para la transformación digital.
- Gamificaciones para nuevas formas de aprender.
- Bienestar digital.
- Cambio organizacional.

PARTICIPANTES

Dirigido a profesionales de todas las áreas, que tengan personal a cargo y/o requieran para su desarrollo conocimientos y destrezas en liderazgo y dirección de personas.



PROFESORA KETY JÁUREGUI MACHUCA

Directora de la Maestría en Organización y Dirección de Personas. Consultora e investigadora en recursos humanos, herramientas de gestión empresarial y responsabilidad social. Profesora invitada de ESPAE-ESPOL de Ecuador y Universidad de Externado de Colombia. Autora de diversas publicaciones e investigaciones.

Post Doctoral, Universidad de Victoria, Canadá. Ph. D. en Management, IESE, España. MBA del ITESM, Monterrey.



**SOLICITA
INFORMACIÓN**

**GRUPO
1**

**GRUPO
2**



**MATRICÚLATE
AHORA**

NUEVOS MODELOS DE NEGOCIO EN ENTORNOS DISRUPTIVOS EN EL SECTOR B2B

Miércoles de 7:00 a 10:15 p. m.

OBJETIVO

El escenario que se cierne sobre la sociedad actual y en particular sobre la forma de hacer negocios, involucra no solo el comportamiento de las personas, sino de hecho la estructura de las organizaciones y en particular los modelos de negocios que hasta ahora parecían exitosos, no resulta suficiente un esfuerzo de adaptación a la nueva realidad, requiere repensar estrategias y establecer nuevas formas para los negocios y muy especialmente como estas formas de hacer negocios actúan en las relaciones entre empresas. Hasta ahora entendíamos como modelos disruptivos, los cambios que producían ciertos productos o servicios, que comprendían necesidades de ciertos grupos de consumidores y daban respuesta de sus necesidades a precios menores y con mejores prestaciones, desafiando así a los líderes de cada mercado y terminando por ocupar su lugar y luego superarlos largamente. El escenario actual, cambio esta forma de ver las cosas porque la disrupción viene del comportamiento de toda la sociedad impulsado por las exigencias sanitarias y de comportamiento, entonces los modelos de negocio a ser exitosos son los que entiendan como satisfacer a estos nuevos requerimientos. Los violentos cambios han favorecido a ciertas industrias como las materias primas, sector distribución, alimentos y tecnología, pero ha impactado fuertemente al sector servicios en general, trabajo de la mujer e industrias específicas como el turismo, aun en los sectores favorecidos hay cambios notables donde se requiere repensar las estrategias, como lo es el teletrabajo, asignación de tareas y control de ellas y en los sectores afectados el desafío es mayor.

En este curso vamos a examinar las dinámicas de la disrupción, como funcionaron los esquemas disruptivos antes de la pandemia y como deben replantearse y abordarse en esta nueva perspectiva. Analizaremos las herramientas para crear estas formas de enfrentar los desafíos disruptivos y cómo se comportan en el ambiente B2B.

TEMARIO

- La Innovación como herramienta de desarrollo.
- Innovación disruptiva y Clayton Christensen.
- Modelos de negocios disruptivos.
- La innovación como elemento para enfrentar la disrupción.
- Como la innovación genera nuevos modelos de negocios y oportunidades de recuperación.
- Cambios en los consumidores, la disrupción y las distopías en el siglo XXI.
- Dimensiones del nuevo escenario, económico, social, político, humano y psicológico.
- Entendimiento de los modelos disruptivos y su impacto en las organizaciones.
- Como se adaptan las empresas B2B a escenarios, dinámicos, disruptivos y que competencias deben desarrollar a nivel empresarial.
- El factor humano y su rol dentro de los escenarios de cambio ante entornos disruptivos.
- Nuevos modelos de negocios resultantes de la nueva dinámica competitiva.
- Alineamiento estratégico y operativo en entornos disruptivos.



PARTICIPANTES

Profesionales del sector B2B y de todos los sectores empresariales que busquen entender cómo los entornos disruptivos están impactando en la dinámica competitiva de todos los sectores empresariales y están generando nuevos modelos de negocios, muchos de ellos que se pueden considerar emergentes o inexistentes hasta hace unos años.



PROFESOR BORIS HERRERA BARRERA

Profesor en universidades de Chile donde desarrolla temas de innovación y disrupción y profesor visitante en diferentes universidades de Europa y USA. Especialización en Gestión del Conocimiento y Gerenciamiento de la Innovación, ha trabajado en la incorporación de nuevas tecnologías e innovaciones en el sector Minero, Industrial y Trading de productos de consumo masivo, donde ha desarrollado modelos de innovación y de gestión del conocimiento para este propósito. Ph. D. in Management Sciences por ESADE Business School y Doctor europeo Eudokma. MBA por Tulane University.



SOLICITA
INFORMACIÓN



MATRICÚLATE
AHORA

REMUNERACIONES Y COMPENSACIONES

Sábado de 8:30 a. m. a 1:30 p. m.
Duración: **5 semanas + evaluación final**

MW MODALIDAD WEEKEND

OBJETIVO

Al finalizar la asignatura, el estudiante será capaz de diseñar e implementar una estrategia moderna de Compensaciones y Beneficios alineada a los objetivos organizacionales, promoviendo la cultura de alto desempeño y contribuyendo a la estrategia de atracción, retención y motivación del personal.

TEMARIO

- La compensación total (total reward).
- La equidad interna y la competitividad externa.
- Sistemas de incentivos variables de corto y largo plazo.
- La Matriz de mérito y el concepto de "Pay for Performance"
- Diseño de la política de compensaciones.

PARTICIPANTES

El curso está dirigido a profesionales de recursos humanos y ejecutivos interesados en profundizar sus conocimientos respecto a la gestión de compensaciones.



PROFESORA NAZARETH ABAD ZARCO

Gerente de Consultoría Corporativa Credicorp, además de brindar servicios de consultoría en su especialidad. Sólida experiencia en empresas transnacionales y locales en temas de Compensaciones y Beneficios. Con un enfoque integrador respecto del impacto de la gestión de compensaciones en la propuesta de valor al empleado y la capacidad de la empresa para atraer, retener y motivar al personal.

MBA por ESAN con especialización en Marketing.



* El curso iniciará el lunes 28 de enero de 2023.

* La evaluación final y/o entrega de trabajo final será el sábado 4 de marzo de 2023 a las 8:30 a. m.



**SOLICITA
INFORMACIÓN**



**MATRICÚLATE
AHORA**

SISTEMA DE EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO

Miércoles de 7:00 a 10:15 p. m.

OBJETIVO

El curso tiene el propósito de lograr que los participantes comprendan la utilidad y el impacto de gestionar un sistema de evaluación del desempeño como estrategia fundamental para el desarrollo de personas, así como para el crecimiento organizacional.

TEMARIO

- ¿Qué es la evaluación del desempeño?
- La gestión por competencias y su relación con la evaluación del desempeño.
- Métodos de evaluación del desempeño de un trabajador.
- El ciclo de la gestión del desempeño y la importancia del feedback en este ciclo.
- El coaching como proceso de cambio y mejora del desempeño.
- El modelo de coaching ÓREA para líderes coaches y el alcance de objetivos organizacionales.

PARTICIPANTES

Ejecutivos, especialistas, generalistas, profesionales de las áreas de Gestión del Talento Humano y líderes de las diferentes áreas de la empresa, que deseen mejorar sus enfoques y práctica en el diseño e implantación de sistemas de evaluación del desempeño.



PROFESORA LETTY COSSI GUERRERO

Psicóloga, coach y consultora de desarrollo organizacional en Whalecom. Coach de Vida Certificado, World Accreditation of Coaching Learning (WACLE). Máster Executive en Dirección Estratégica del Factor Humano, Escuela EOI - España. Diplomado de Especialización Gerencial en Dirección Estratégica del Factor Humano, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC). Egresada de Maestría en Educación con mención en Informática y Tecnología Educativa, Universidad de San Martín de Porres.



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 DE ESTADOS FINANCIEROS – GRUPO 1	Marita Chang Olivas Miércoles de 7:00 a 10:15 p. m. *	
ANÁLISIS DE ESTADOS FINANCIEROS – GRUPO 2	Marita Chang Olivas Martes y jueves de 7:00 a 8:30 a. m.	HM
ANÁLISIS DE RIESGO CREDITICIO	Arturo García Villacorta Martes de 7:00 a 10:15 p. m.	
ANÁLISIS DE RIESGOS FINANCIEROS EN PROYECTOS MINEROS	Luis Mendiola Contreras Lunes de 7:00 a 10:15 p. m.	
BLOCKCHAIN Y DISRUPCIÓN EN LA INDUSTRIA FINANCIERA	María Alejandra Ruiz Meza 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 Jueves de 7:00 a 10:15 p. m. *	
COSTOS PARA LA GERENCIA	José Velazco Páucar Viernes de 7:00 a 10:15 p. m.	
ESTRATEGIAS FINANCIERAS PARA LA CREACIÓN DE VALOR	Alfredo Mendiola Cabrera Martes de 7:00 a 10:15 p. m. *	
EVALUACIÓN FINANCIERA DE EMPRENDIMIENTOS CORPORATIVOS Y ESTRATEGIAS DE CRECIMIENTO	Luis Mendiola Contreras Jueves de 7:00 a 10:15 p. m.	
FUNDAMENTOS FINANCIEROS	Enrique Santa Cruz Casasola Sábado de 8:30 a. m. a 1:30 p. m. *	MW
GESTIÓN DE CRÉDITOS Y COBRANZAS – GRUPO 1	Arturo García Villacorta Viernes de 7:00 a 10:15 p. m.	
GESTIÓN DE CRÉDITOS Y COBRANZAS – GRUPO 2	Arturo García Villacorta Miércoles de 7:00 a 10:15 p. m.	MPH
GESTIÓN FINANCIERA	Ricardo Salinas Vilcachagua Carlos de Rutte Ciudad (profesor invitado) Sábado de 8:30 a. m. a 1:30 p. m. *	MW
LIDERANDO LA TOMA DE DECISIONES CON FINANZAS	Luis Ángel Piazzón Gallo Miércoles de 7:00 a 10:15 p. m.	

(*) Horario especial

HM

HORARIO MATUTINO

MPH

MODALIDAD
PRESENCIAL / HÍBRIDA

MW

MODALIDAD
WEEKEND

Certificado de Especialización en:

FINANZAS CORPORATIVAS

MERCADOS FINANCIEROS Y ESTRATEGIAS DE INVERSIÓN	Juan Luis Valdiviezo Trelles Jueves de 7:00 a 10:15 p. m.*	
OPERACIONES FINANCIERAS EN EL COMERCIO INTERNACIONAL	Peter Choy Díaz Sábado de 8:30 a. m. a 1:30 p. m.	MW
PLANEAMIENTO FINANCIERO	Manuel Acevedo Riquelme Miércoles de 7:00 a 10:15 p. m.	
REESTRUCTURACIÓN DE EMPRESAS Y PATRIMONIOS	Andrés García Uribe Esteban Carbonell O'Brien Lunes de 7:00 a 10:15 p. m.	

BANCA

ANÁLISIS DE RIESGO CREDITICIO	Arturo García Villacorta Martes de 7:00 a 10:15 p. m.	
BLOCKCHAIN Y DISRUPCIÓN EN LA INDUSTRIA FINANCIERA	Maria Alejandra Ruiz Meza Lunes de 7:00 a 10:15 p. m.	
FUNDAMENTOS DE GESTIÓN BANCARIA	Marita Chang Whalter Reátegui Martes de 7:00 a 10:15 p. m.	
GESTIÓN DE CRÉDITOS Y COBRANZAS – GRUPO 1	Arturo García Villacorta Viernes de 7:00 a 10:15 p. m.	
GESTIÓN DE CRÉDITOS Y COBRANZAS – GRUPO 2	Arturo García Villacorta Miércoles de 7:00 a 10:15 p. m.	MPH
MERCADOS FINANCIEROS Y ESTRATEGIAS DE INVERSIÓN	Juan Luis Valdiviezo Trelles Jueves de 7:00 a 10:15 p. m.	

PREPARACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS

FINANCIAMIENTO DE PROYECTOS SIN GARANTÍAS DE ACTIVOS PROJECT FINANCE	Enrique Cárcamo Cárcamo Jueves de 7:00 a 10:15 p. m.	
---	---	--

(*) Horario especial

HM

HORARIO MATUTINO

MPH

MODALIDAD
PRESENCIAL / HÍBRIDA

MW

MODALIDAD
WEEKEND

ANÁLISIS DE ESTADOS FINANCIEROS

Grupo 1:

Miércoles de 7:00 a 10:15 p. m.

Grupo 2:

Martes y jueves de 7:00 a 8:30 a. m.

HM HORARIO MATUTINO

OBJETIVO

El curso brinda los conceptos y herramientas básicas necesarias para el adecuado diagnóstico de la situación financiera de la empresa, a través del análisis e interpretación de los Estados Financieros de la misma. Al finalizar el curso, los participantes estarán en condiciones de elaborar un reporte financiero e identificar los aspectos relevantes para su toma de decisiones.

TEMARIO

- La importancia del análisis del negocio para el entendimiento de los estados financieros
- Análisis de los principales estados financieros.
- Aplicación de las principales herramientas de análisis: análisis vertical, horizontal, ratios e indicadores financieros.
- Diagnóstico financiero y reportes.
- Aplicaciones financieras con la información de los estados financieros: EVA, valorizaciones, estrategias de inversión.

PARTICIPANTES

El curso está dirigido a ejecutivos y funcionarios de diferentes especialidades (administradores, economistas, ingenieros, abogados, entre otros), interesados en iniciarse o reforzar sus conocimientos y habilidades en el análisis e interpretación de los Estados Financieros como medio para realizar el diagnóstico de la situación financiera de la empresa, ya sea como analistas de créditos, analistas de inversiones o encargados de la gestión de un área específica de la empresa o de la gerencia general de la misma.



PROFESORA MARITA CHANG OLIVAS

Consultora Financiera con amplia experiencia en diversos sectores económicos. Consultora de organismos multinacionales como el Banco Mundial y GIZ. Magister en Finanzas y Derecho Corporativo por ESAN con mención en Tributación Empresarial. Egresada de la Maestría en Estadística en la UNMSM, posgrado de Financiación en Infraestructura del Transporte en la Fundación CEDEDET/España y especialización en Finanzas y Derecho Europeo en la Universidad Carlos III de España.

Nota: Se requiere conocimientos básicos de Excel.



**SOLICITA
INFORMACIÓN**

**GRUPO
1**

**GRUPO
2**



**MATRÍCULATE
AHORA**

ANÁLISIS DE RIESGO CREDITICIO

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

OBJETIVO

Brindar a los participantes las metodologías modernas de gestión de riesgos que vienen aplicando las entidades que participan en el sistema financiero, para la evaluación, administración y control de sus créditos, enfocado desde el punto de vista de la propia entidad, así como de los diferentes organismos de control externos a los que se encuentran sometidas.

TEMARIO

- Fundamentos de la gestión de riesgo crediticio.
- Estados financieros y flujo de caja.
- El capital de trabajo. Determinación de las necesidades financieras de la empresa.
- Evaluación financiera para el otorgamiento de créditos: análisis de estados financieros comparativos y análisis de ratios financieros. Modelo Du Pont.
- Evaluación no financiera.
- Política de créditos.
- Evaluación y clasificación del deudor, y exigencia de provisiones.
- Presupuestos y proyección de estados financieros.
- Evaluación económica y financiera de proyectos: VAN, TIR, B/C, Payback.
- La administración, control y seguimiento del crédito.
- Administración de créditos con problemas.
- La refinanciación del crédito.
- Gestión integral de riesgos.
- Gestión de riesgo de crédito.
Parámetros de riesgo de crédito: probabilidad de incumplimiento (rating), exposición (operación), severidad (garantías).
- Herramientas de gestión de riesgo de crédito por línea de negocio. Credit scoring, rating.
- Riesgo cambiario crediticio.
- Riesgo de sobreendeudamiento.

PARTICIPANTES

Dirigido a todos aquellos profesionales que se encuentran vinculados directa o indirectamente con la actividad crediticia, es decir, funcionarios de negocios y de riesgos de instituciones financieras, así como aquellos que por la función que desempeñan en su empresa, mantienen una estrecha relación con el proceso crediticio, esto es desde la evaluación, administración y recuperación del crédito.



PROFESOR ARTURO GARCÍA VILLACORTA

Consultor de empresas. Ha sido Director del Banco de Comercio, Director de Alpeco, Gerente de Riesgos de INTERFIP, Jefe de la División de Control de Instituciones de la SAFP, Gerente de Finanzas de Latam SA (GE), así como otros cargos gerenciales en empresas de los sectores bancario, previsional, comercial y servicios. MBA por Université du Québec-Montreal. MBA por ESAN. Programa de Alta Dirección (PAD) por la Universidad de Piura.



**SOLICITA
INFORMACIÓN**



**MATRICÚLATE
AHORA**

ANÁLISIS DE RIESGOS FINANCIEROS EN PROYECTOS MINEROS

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

La industria minera enfrenta múltiples desafíos: complejidad de operaciones, diversidad de contratos comerciales y financieros, fluctuaciones de precio de los metales, leyes más bajas, depósitos más complejos de operar, entre otros. Lo cual motiva a las empresas mineras a monitorear constantemente la evolución de los precios de materia primas y de las principales variables macroeconómicas que puedan afectar la demanda y oferta de sus productos e insumos; y a replantearse periódicamente cual es el valor de sus inversiones en el tiempo y tomar decisiones respecto de si es buen momento o no para ejecutar una inversión, diferirla, o iniciar procesos de reestructuración agresivos.

OBJETIVO

Capacitar a los participantes para que realicen una evaluación financiera crítica y rigurosa de la dimensión riesgo en proyectos de inversión en minería, con la finalidad de facilitar la gestión de riesgos, y la creación de valor para el accionista y actores involucrados.

TEMARIO

- Análisis económico de la actividad minera.
 - Creación de valor económico y retorno a la inversión.
 - Riesgo e incertidumbre.
 - Estrategia del negocio minero.
 - Estructura de costos.
 - Estructura de mercado.
- Fundamentos financieros y estadísticos para el análisis de riesgo.
 - Tasas de descuento divisionales para proyectos de inversión.
 - Flujos de caja equivalentes.
 - Conceptos estadísticos.
Distribuciones de probabilidad típicas para tipos de proyectos.
- Herramientas de análisis de riesgos: análisis de escenarios, punto muerto, análisis de sensibilidad.

- Fundamentos para la proyección de precio de minerales.
- Análisis mediante árboles de decisión y opciones reales.
- Análisis de simulaciones Montecarlo.

PARTICIPANTES

Profesionales que se desempeñan en áreas vinculadas al desarrollo de negocios, evaluación financiera y/o operaciones de compañías mineras o sectores relacionados.



PROFESOR

LUIS MENDIOLA CONTRERAS

Experiencia como asesor y consultor en valorización de empresas, procesos de fusiones y adquisiciones, evaluación de planes de negocio/proyectos de inversión, estructuración y captación de financiamientos. Co-fundador de empresas de base tecnológica del sector retail y finanzas. Ph. D. (c) en Gestión Estratégica por el Consorcio de Universidades. MBA por ESAN.

Nota: Se requiere contar con conocimientos básicos de hoja de cálculo, evaluación de proyectos y estadística.



**SOLICITA
INFORMACIÓN**



**MATRÍCULATE
AHORA**

BLOCKCHAIN Y DISRUPCIÓN EN LA INDUSTRIA FINANCIERA

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

OBJETIVO

Este curso proporciona a los participantes los fundamentos y aplicación práctica de la tecnología Blockchain en los servicios financieros, con el fin comprender los lineamientos para el diseño e implementación de aplicaciones con esta tecnología que es el futuro de la internet y representa la nueva web 3.0, en la actualidad es la herramienta con mayor potencial para transformar la forma de hacer negocios.

El curso está enfocado en comprender el alcance de Blockchain aplicado a la descentralización de servicios financieros, más allá de asociarlo sólo con finanzas usando criptomonedas, se entenderá el potencial de su aplicación para mejorar la eficiencia en los procesos para ofrecer nuevos y mejores servicios.

En el desarrollo de las sesiones se aplicará metodologías de diseño para identificar los procesos de negocio de su organización que pueden ser candidatos a ser optimizados con la tecnología Blockchain, con esta práctica el participante estará preparado para proponer y diseñar estrategias de negocio innovadoras que ayuden a transformar su negocio.

TEMARIO

- ¿Qué es Blockchain?
- Características de *Blockchain*.
- Criptoactivos y Tokens.
- ¿Qué s los *Smart Contracts*?
- Defi, DApps, DAOs.
- Aplicaciones de Blockchain en diversos sectores de negocio.
- Blockchain y la gestión de activos.
- Blockchain y el futuro de los productos financieros.
- Revolución Fintech.
- Identidad soberana.
- Identificación de casos de uso con Blockchain.
- Estrategia para la creación de nuevos servicios con Blockchain.
- Retos de la regulación.
- Ecosistemas y servicios descentralizados.

PARTICIPANTES

Gerentes y ejecutivos interesados en adquirir o profundizar conocimientos en la tecnología Blockchain y sus aplicaciones. Profesionales que se desempeñen en operaciones, finanzas, gestión de activos, mejora de procesos, innovación y desarrollo de aplicaciones.

Profesionales de las áreas de legal, seguridad y riesgos que necesiten ampliar sus conocimientos en la tecnología y su aplicación.



PROFESORA MARÍA ALEJANDRA RUIZ MEZA

Actualmente es Gerente General de la empresa DBR SOLUTIONS empresa especializada en la digitalización de negocios con clientes en diferentes sectores públicos y privados. Miembro del equipo consultor de LACCHAIN, división de Blockchain en el BID en el desarrollo de entornos educativos para la promoción de esta tecnología. Experiencia en gestión estratégica de proyectos de Tecnología de Información, innovación digital y aseguramiento de calidad.

MSc. en Dirección de Tecnologías de la Información por la Universidad ESAN, Máster en Gestión de Tecnologías de Información por La Salle Universitat Ramon LLull, Barcelona, España. Con estudios de posgrado en Innovación en el MIT y Wharton School of Business.



SOLICITA
INFORMACIÓN



MATRICÚLATE
AHORA

CONTABILIDAD FINANCIERA GERENCIAL

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

OBJETIVO

Desarrollar y capacitar al participante en los fundamentos del registro contable para argumentar y evidenciar la estructuración, interpretación y análisis de los estados financieros, basados en las decisiones gerenciales de operación, inversión y financiación de la empresa. Se incidirá en la contabilidad como lenguaje primigenio de la información financiera, orientando el pensamiento crítico sobre la esencia del registro contable dentro del contexto de la realidad 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 los avances de la contabilidad gerencial de creación de valor económico añadido a las partes interesadas como 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 profesional en sectores bancario-financiero, industrial, minero y de petróleo. Ejecutivo de compañías multinacionales con sede en EE. UU. Ha sido Presidente Ejecutivo del 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.

Nota: Se requiere que estén familiarizados con la realidad empresarial y tengan conocimientos de Excel.



**SOLICITA
INFORMACIÓN**



**MATRÍCULATE
AHORA**



CONTABILIDAD Y FINANZAS PARA NO ESPECIALISTAS

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

OBJETIVO

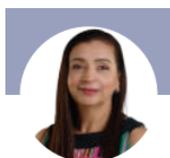
Ingresar a los conceptos de contabilidad y finanzas generalmente provoca tensión en aquellos profesionales que no pertenecen al área financiera. Sin embargo, la necesidad de formar parte de empresas de "clase mundial", nos obliga a conocer y evaluar el efecto financiero de nuestras decisiones. Con este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



PROFESOR

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 intermedios de Excel.

*El curso inicia el 2 de febrero de 2023



**SOLICITA
INFORMACIÓN**



**MATRÍCULATE
AHORA**

COSTOS PARA LA GERENCIA

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

OBJETIVO

Definición, análisis y discusión de variados temas relacionados con costos en las empresas. Al final del curso el participante estará capacitado en tomar decisiones correctas de corto plazo: punto de equilibrio, presupuestos, costos relevantes, etc. y decisiones correctas de largo plazo: presupuesto de capital.

TEMARIO

- Definición y clasificación de costos en diferentes actividades empresariales.
- Análisis costo-volumen-utilidad. Punto de equilibrio. Apalancamiento operativo.
- Presupuesto, control y análisis de desviaciones.
- Diferentes sistemas de costeo, costeo por órdenes y costeo por proceso.
- Costeo ABC.
- Costeo por absorción y costeo variable. Diferencias entre costeo variable y directo.
- Toma de decisiones a corto plazo.
- Presupuesto de capital.

PARTICIPANTES

Dirigido a participantes del área de contabilidad, administración, economía e ingeniería y a toda persona que tenga experiencia en la gestión de un negocio y/o en la prestación de servicios. Es recomendable, más no relevante, haber llevado el curso de contabilidad financiera o contabilidad gerencial.



PROFESOR JOSÉ VELAZCO PÁUCAR

Se ha desempeñado como asesor financiero de empresas privadas; y ocupado cargos de alta gerencia en empresas del sector acuícola y financiero. Amplia experiencia docente especializada en contabilidad, presupuestos y gestión de costos. MBA por ESAN.



Nota: Se requiere contar con conocimientos básicos de Excel, preferible intermedio.



**SOLICITA
INFORMACIÓN**



**MATRICÚLATE
AHORA**

ESTRATEGIAS FINANCIERAS PARA LA CREACIÓN DE VALOR

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

OBJETIVO

Capacitar a los participantes en el uso de herramientas financieras que estén acorde con el planeamiento estratégico de la organización, con la finalidad de cumplir con los objetivos trazados para generar valor y beneficiar de este modo a todos los miembros de la institución.

TEMARIO

- Planeamiento financiero de largo plazo.
- Creación de valor.
- Determinación de flujos de caja de inversión de largo plazo.
- Determinación del costo de la deuda, costo de capital propio y costo promedio ponderado de capital.
- Relación entre flujos de caja y tasa de descuento.
- Valorización de empresas.

PARTICIPANTES

Profesionales con experiencia en gestión financiera que desean profundizar sus conocimientos en el área.



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



Nota: Se requiere conocimientos básicos de Excel.

* Las clases inician el 3 de febrero de 2023.



**SOLICITA
INFORMACIÓN**



**MATRICÚLATE
AHORA**

EVALUACIÓN FINANCIERA DE EMPRENDIMIENTOS CORPORATIVOS Y ESTRATEGIAS DE CRECIMIENTO

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

Las empresas para sostener su crecimiento requieren vender, y controlar sus costos, entre otros. Las ventas pueden provenir del desarrollo de nuevos productos/mercados (crecimiento orgánico) o de la adquisición de otras empresas. El crecimiento orgánico, puede adoptar la forma de emprendimiento corporativo (innovación), e implica desafíos para las organizaciones como: adquirir o desarrollar capacidades, identificar y gestionar riesgos, gestionar ingresos y costos, asignar capital, y gestionar intereses; aspectos en los cuales muchas organizaciones no cuentan con capacidades.

En este curso los participantes aprenderán a realizar una evaluación financiera crítica y rigurosa de las oportunidades de negocio que se puedan presentar al interior de sus organizaciones.

OBJETIVO

Capacitar a los participantes para que realicen una evaluación financiera crítica y rigurosa de las oportunidades de emprendimiento corporativo, con la finalidad de generar valor para el accionista y actores involucrados.

TEMARIO

- Panorama competitivo de negocios y estrategia corporativa: perspectiva financiera.
- Evaluación estratégica de oportunidades de negocio para la empresa y su alineamiento estratégico: perspectiva financiera.
- Fundamentos económicos para la toma de decisiones.
 - Interpretación de variables macroeconómicas y sus limitaciones.
 - Estructura de mercado y elasticidad de la demanda.
- Análisis de decisiones de inversión y financiamiento a nivel corporativo.

- Elementos para el costeo de productos y servicios.
 - Tasa de descuento apropiada para nuevas unidades de negocio.
 - Consideraciones técnico y políticas para la construcción de flujos de caja.
 - Criterios de evaluación de inversiones.
- Modelamiento financiero.
 - Técnicas de análisis de riesgos.
 - Estructuración financiera y su presentación al Directorio.

PARTICIPANTES

Profesionales que se desempeñan en áreas vinculadas al desarrollo de negocios, estrategia, finanzas o comercial.



PROFESOR

LUIS MENDIOLA CONTRERAS

Co-fundador de empresas de base tecnológica del sector retail y finanzas. Experiencia como asesor y consultor en valorización de empresas, procesos de fusiones y adquisiciones, evaluación de planes de negocio/proyectos de inversión, estructuración y captación de financiamientos. Ph. D. (c) en Gestión Estratégica por el Consorcio de Universidades. MBA por ESAN. Especializaciones en Finanzas Cuantitativas, y Data Science.

Nota: Se requiere conocimientos básicos de Hoja de Cálculo.



SOLICITA
INFORMACIÓN



MATRICÚLATE
AHORA

FINANCIAMIENTO DE PROYECTOS SIN GARANTÍAS DE ACTIVOS PROJECT FINANCE

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

OBJETIVO

El docente proporcionará experiencias, conocimientos y herramientas de project finance, para gestionar el financiamiento eficiente de proyectos y emprendimientos sin garantías en activos, incluso para dar viabilidad a proyectos que no pueden implementarse de manera convencional. Incluye mecanismos de administración y mitigación de riesgos, así como un adecuado diseño de proyectos, con el objetivo de alinear incentivos para el uso eficiente de los recursos y el cumplimiento de obligaciones. Se analizarán buenas prácticas internacionales, así como errores y lecciones aprendidas.

TEMARIO

- Características y beneficios del project finance.
- Experiencias internacionales y buenas prácticas en project finance.
- Diseño y estructuración de proyectos.
- Gestión de riesgos en proyectos.
- Modelamiento financiero.
- Lecciones aprendidas.

PARTICIPANTES

El curso está dirigido a empresarios, inversionistas, ejecutivos, gerentes, financistas del sector privado, del sistema financiero, así como funcionarios del sector público, para administradores, financistas, economistas, ingenieros, abogados. También supervisores, operadores, consultores y organismos multilaterales.



PROFESOR ENRIQUE CÁRCAMO CÁRCAMO

Asesor y consultor de empresas nacionales e internacionales en Project finance, Diseño, Estructuración, Gestión, Supervisión y Regulación de Concesiones y APPs. Funcionario de un Organismo Regulador (OSITRAN). Ingeniero de proyectos de infraestructura de Chemonics international. MBA por ESAN. Diploma en Gestión y Dirección de empresas e Ingeniero Civil por la Pontificia Universidad Católica del Perú. Curso de especialización sobre Financiamiento de proyectos - Banco Mundial (Washington D.C), CAF y el BID.



**SOLICITA
INFORMACIÓN**



**MATRICÚLATE
AHORA**

FUNDAMENTOS DE GESTIÓN BANCARIA

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

OBJETIVO

Al finalizar la asignatura el alumno o estudiante será capaz de analizar eficientemente la función de intermediación financiera, sobre la base de conceptos, metodologías, herramientas e instrumentos de naturaleza bancaria, a fin de contribuir con una mejor gestión de las entidades del sistema financiero nacional.

TEMARIO

- El sistema financiero nacional. El rol de los reguladores bancarios.
- El mercado de capitales.
- Estados financieros e indicadores de desempeño.
- Operaciones activas.
- Operaciones pasivas.
- Assets and Liabilities Management.
- La gestión financiera y de tesorería. Encaje, canje. Mesa de dinero.
- Pricing bancario, desde la perspectiva de los estados financieros de empresas bancarias.
- Apetito, límites y capacidad de riesgo.
- Gestión de riesgo de crédito: métodos para el cálculo de Patrimonio Efectivo.
- Gestión del riesgo de mercado: Valor en Riesgo como método para el cálculo del Patrimonio Efectivo.
- Ratio de capital global y requerimientos de patrimonio efectivo.
- Tendencias del sector financiero: banca digital.

PARTICIPANTES

El curso está dirigido a todos aquellos profesionales que laboren en bancos y entidades financieras, así como profesionales y ejecutivos de las áreas de finanzas, tesorería y otras de empresas no financieras que por la función que desempeñan mantienen una estrecha relación con el sector financiero, y requieran tener un conocimiento importante de las operaciones bancarias, negociación con bancos y gestión de riesgos.

PROFESORES



MARITA CHANG

Consultora de organismos multinacionales. Experiencia en valorización de empresas, asesoría financiera y estructuración de proyectos de inversión en sectores económicos, procesos de promoción de la Inversión Privada, análisis de proyectos de mitigación y adaptación al cambio climático, asistencia técnica a Gobiernos Subnacionales para el sector público y privado. Magister en Finanzas y Derecho Corporativo por ESAN. Posgrado de Financiación en Infraestructura del Transporte por la Fundación CEDEET/España. Especialización en Finanzas y Derecho Europeo por la Universidad Carlos III de España.



WHALTER REÁTEGUI

Consultor en temas de finanzas sostenibles de organismos multilaterales. Ha sido Gerente General y Gerente de Desarrollo del Banco Agropecuario. Es co-founder de Qamwan Fintech de Impacto. Ha sido miembro del Board de Financial Alliance for Sustainable Trade FAST, y Gerente de Segmentos Comerciales y Canales Alternativos En Mibanco. Con experiencia bancaria desempeñando funciones en banca no minorista, banca mayorista, microfinanzas urbanas, microfinanzas rurales, entre otros. MBA por la Universidad ESAN.

Nota: Se requiere conocimientos intermedios de Excel.



SOLICITA
INFORMACIÓN



MATRICÚLATE
AHORA

FUNDAMENTOS FINANCIEROS

Sábado de 8:30 a. m. a 1:30 p. m.
Duración: 5 semanas + evaluación final

MW MODALIDAD WEEKEND

OBJETIVO

Al finalizar la asignatura el participante será capaz de utilizar y comunicar apropiadamente, tanto conceptual como operativamente las herramientas provenientes de uno de los conceptos centrales en las finanzas, el valor del dinero en el tiempo, para abordar situaciones que enfrenta la empresa en el ámbito de las decisiones de inversión y financiamiento.

TEMARIO

- El sistema financiero nacional. El rol de los reguladores bancarios.
- Valor del dinero en el tiempo: inflación y costo de oportunidad.
- Clases de interés: simple y compuesto.
- Equivalencia de valor.
- Tasa de interés nominal y tasa de interés efectiva ¿Cuándo aplicar cada una?
- ¿Qué ordena nuestra regulación en términos de tasas de interés?
- Costo anual equivalente.
- Bonos, rentas y/o alquileres.
- Método de dividendos para valorización de empresas.
- Conceptos e instrumentos financieros en los préstamos.
- Métodos de amortización básicos. Esquemas de amortización especiales.
- Aplicación: compra de deuda, TCEA.
- Concepto de VAN. Introducción a la tasa de descuento.
- Definición y significado de la TIR. TIR modificada.
- PRI o *Payback period*, Índice Beneficio-Costo.
- Aplicación: Evaluación de proyectos, selección de proyectos.

PARTICIPANTES

El curso está dirigido a todos aquellos profesionales y ejecutivos de las áreas de finanzas, contabilidad, tesorería, proyectos, planeamiento tanto de empresas financieras como empresas no financieras que por la función que desempeñan requieren de un lado contar con conocimientos, herramientas para manejar temas financieros y de otro lado busquen fortalecer competencias y destrezas analíticas, de interpretación y comunicación de conceptos financieros. En particular cuando por sus responsabilidades deban elaborar propuestas, análisis o interactuar con áreas no financieras.



PROFESOR ENRIQUE SANTA CRUZ CASASOLA

Asesor y Jurado de Planes de Negocios y Proyectos de Investigación, ha dirigido procesos de Valorización de Empresas para Fusiones y Adquisiciones en empresas comerciales, financieras, inmobiliarias e instituciones del sector educativo, ha participado en estudios de impacto financiero en controversias arbitrales y/o modificaciones de equilibrio económico-financiero, Magister en Administración por ESAN.



SOLICITA
INFORMACIÓN



MATRÍCULATE
AHORA

GESTIÓN DE CRÉDITOS Y COBRANZAS

Grupo 1:

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

Grupo 2:

Miércoles de 7:00 a 10:15 p. m.*

MPH

MODALIDAD PRESENCIAL / HÍBRIDA

OBJETIVO

Brindar al participante los conocimientos y herramientas necesarias para la gestión efectiva de créditos y cobranzas. El curso capacita en la administración del riesgo en el otorgamiento del crédito, y proporciona las herramientas necesarias para su evaluación, cobertura, administración y recuperación. Se presentarán los procesos y etapas que comprenden el otorgamiento y la recuperación de los créditos (preventiva, de gestión, prejudicial y judicial), así como la refinanciación de los mismos.

TEMARIO

- Fundamentos para la gestión de créditos y cobranzas.
- El riesgo. Tipos de riesgos. Proceso de administración del riesgo.
- Los estados financieros. El estado de situación financiera y el estado de resultados integral.
- Evaluación del riesgo crediticio.
- Análisis financiero para la decisión de otorgamiento de créditos.
- Análisis no financiero.
- Política de créditos.
- Política de cobranzas.
- Perfiles de clientes morosos y estrategias de cobranza.
- La administración y supervisión del crédito. Las garantías. La refinanciación.
- El proceso de cobranza y la diferenciación de las gestiones.
- La cobranza como proceso crítico del crédito.
- Factores de motivación para el pago oportuno de los deudores.
- Segmentación de cobranza y estrategias de cobro por segmento.
- Herramientas de gestión de cobranza.
- La cobranza preventiva y la cultura de pago.
- Balanced scorecard e indicadores de cobranza.
- Desarrollo del plan de cobranza.

PARTICIPANTES

Dirigido a ejecutivos de las áreas de créditos y cobranzas en cualquier tipo de organización: Empresas o entidades financieras. Asimismo, a empresarios que deseen adquirir los conocimientos y herramientas necesarios para realizar una gestión eficiente de los procesos de otorgamiento y recuperación de créditos.



PROFESOR

ARTURO GARCÍA VILLACORTA

Consultor de empresas. Ha sido Director del Banco de Comercio, Director de Alpeco, Gerente de Riesgos de INTERFIP, Jefe de la División de Control de Instituciones de la SAFP, Gerente de Finanzas de Latam SA (GE), así como otros cargos gerenciales en empresas de los sectores bancario, previsional, comercial y servicios. MBA por Université du Québec-Montreal. MBA por ESAN. Programa de Alta Dirección (PAD) por la Universidad de Piura.

Nota: El Grupo 2 se dictará de manera híbrida, es decir el alumno puede llevarlo presencial en el Campus de ESAN o de manera virtual en tiempo real por la plataforma e-learning.



SOLICITA
INFORMACIÓN

GRUPO
1

GRUPO
2



MATRICÚLATE
AHORA

GESTIÓN FINANCIERA

Sábado de 8:30 a. m. a 1:30 p. m.*
Duración: 5 semanas + evaluación final

MW MODALIDAD WEEKEND

OBJETIVO

En el contexto de reactivación económica que estamos viviendo, la gestión financiera de las empresas debe enfocarse principalmente en el corto plazo. Por esta razón, el presente curso tiene como objetivo brindar 1) herramientas para administración de capital de trabajo y 2) comprensión de los mecanismos y condiciones de acceso al crédito en entidades financieras.

Los siguientes temas son vitales para mantener la salud financiera de una empresa, y que el participante dominará al finalizar el curso: análisis de ratios financieros, determinación y gestión de capital de trabajo, construcción de flujo de caja y evaluación de inversiones, costo de capital, aspectos tributarios relevantes, entre otros. Un tema adicional a ser considerado es la comprensión de cómo las entidades financieras evalúan el acceso al crédito, y cómo se están brindando actualmente.

TEMARIO

- Principios económicos de la empresa y la generación de valor.
- El costo de capital.
- Ciclo operativo y ciclo de efectivo
- Efectos tributarios y la gestión de corto plazo: renta e IGV.
- Proyecciones de flujo de caja operativo.
- Contabilidad y ratios financieros.
- Modalidades y fuentes de financiamiento.
- Condiciones de acceso al crédito.
- Análisis de requerimientos financieros de empresas.
- Estructuración básica de operaciones de crédito.

PARTICIPANTES

El curso está dirigido a dos perfiles de participantes: 1) emprendedores o propietarios de emprendimientos que han logrado un desarrollo reciente de sus negocios y que requieren darle especialización a la gestión financiera de sus empresas; y, 2) analistas y ejecutivos que forman parte de la gerencia financiera o que realizan labores financieras, que

necesitan ahondar su conocimiento en herramientas que apoyan la gestión del negocio y la toma de decisiones.

PROFESORES



RICARDO SALINAS VILCACHAGUA

Especialista en evaluación de proyectos. Ha sido Gerente de Administración y Finanzas, así como Jefe de Tesorería de importantes empresas. Ha realizado el costeo por actividades en empresas privadas y en entidades del sector público. Magister en Finanzas por ESAN. Economista por la Universidad Nacional Agraria la Molina, Perú.



CARLOS DE RUTTE CIUDAD (PROFESOR INVITADO)

Actualmente se desempeña como Supervisor de Fideicomiso para Desarrollo Urbano e Inmobiliario en el Fondo MIVIVIENDA. Experiencia en evaluación de riesgos de crédito, habiendo laborado en las unidades de riesgos de importantes bancos. Diplomado en finanzas corporativas por el Tecnológico de Monterrey y Master Internacional por la Universidad Politécnica de Valencia, la Universidad de Bologna y la Escuela Superior de Angers.

* El curso inicia el lunes 28 de enero de 2023.
* La evaluación final y/o entrega de trabajo será el sábado 4 de marzo de 2023 a las 8:30 a. m.

Nota: Se requiere contar con conocimientos intermedios de Excel.



SOLICITA
INFORMACIÓN



MATRICÚLATE
AHORA

LIDERANDO LA TOMA DE DECISIONES CON FINANZAS

Miércoles de 7:00 a 10:15 p. m.

OBJETIVO

La generación de caja (dinero), en especial en estos tiempos, es de especial importancia. Por lo tanto, los gerentes, independientemente de su área principal de responsabilidad, necesitan conocer los conceptos fundamentales de contabilidad y finanzas. Conforme los gerentes de línea no financieros asuman más responsabilidades, necesitarán habilidades para entender cómo sus decisiones impactarán ingresos, márgenes, resultados finales, presupuestos, evaluaciones costo-beneficio y las inversiones en bienes de capital. No tener estas habilidades afectará la capacidad competitiva de la empresa y por lo tanto su desempeño financiero. El programa busca que profesionales no financieros usen cifras financieras con comodidad ya que entenderán y podrán interpretar estados financieros, administrar costos, evaluar inversiones de corto y largo plazo, así como podrán presupuestar. El primer concepto a entender es cómo se miden y analizan los costos. Sigue la discusión sobre cómo se preparan y analizan los estados financieros y cómo los costos impactan los resultados financieros de la empresa. Habiendo entendido los conceptos anteriores, se introduce al participante a la planificación de inversiones de capital y la administración del capital de trabajo. Al final de programa se relacionan estos conceptos con un sistema para elaborar presupuestos y análisis de variaciones.

Al finalizar el programa el participante podrá:

- Profundizar su conocimiento de cómo se miden y analizan costos.
- Comprender qué son los estados financieros, cómo se analizan e interpretan.
- Entender los conceptos básicos para tomar decisiones de inversión en activos fijos y capital de trabajo.

- Utilizar técnicas para analizar variaciones en presupuestos y controlar costos.

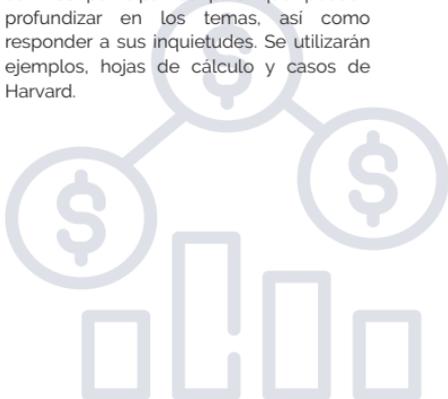
Y por lo tanto entenderá:

- Cuáles son los impulsores clave que definen el desempeño financiero.
- Descubrirá cómo y por qué las finanzas se preocupan por el flujo de caja en comparación con las ganancias y por qué eso es importante para su negocio y presupuesto.
- Identificar formas de crear y medir valor para evaluar y presentar proyectos potenciales.
- Desarrollar una intuición financiera que le dará la confianza para tomar mejores decisiones en su carrera y vida.

TEMARIO

- Medición y análisis de costos.
- Entendiendo los Estados Financieros, Balance General, Estado de Resultados y Flujo de Caja.
- Análisis e interpretación de Estados Financieros.
- Introducción a la evaluación de inversiones de corto y largo plazo. Valor tiempo del dinero y medidas de desempeño de inversiones.
- Control de costos. Elaboración de presupuestos y análisis de diferencias. Control de gestión.

Metodología: exposiciones del profesor propiciando un alto nivel de interacción con los participantes para que puedan profundizar en los temas, así como responder a sus inquietudes. Se utilizarán ejemplos, hojas de cálculo y casos de Harvard.



PARTICIPANTES

- Ejecutivos no financieros, jefes de centros de costos/responsabilidad, gerentes, gerentes de área y departamentales, que tengan conocimientos limitados de finanzas y contabilidad, o para aquellos que quieran actualizar sus conocimientos, y que están cada vez más comprometidos con las consideraciones financieras como parte de la planificación, la elaboración de presupuestos, la inversión o el control, y que toman decisiones financieras y necesitan defender esas decisiones.
- Propietarios y sucesores identificados de empresas familiares.
- Contadores que han pasado de nivel de entrada y buscan profundizar sus habilidades profesionales.

PROFESOR



LUIS ÁNGEL PIAZZÓN GALLO

Socio de consultoría de PIAZZON, MENDIOLA AGUIRRE & ASOCIADOS. Miembro Principal - Educación y Finanzas de AGREGA VALOR 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 tareas que hacen la diferencia. Enfocado en ejercer como director independiente. Ph. D. in Business Administration por Pennsylvania State University. MBA por ESAN.

Nota: Se requiere contar con conocimiento básico de Excel.



**SOLICITA
INFORMACIÓN**



**MATRICÚLATE
AHORA**

MERCADOS FINANCIEROS Y ESTRATEGIAS DE INVERSIÓN

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

OBJETIVO

El curso se enfoca en desarrollar la comprensión de los principales segmentos de inversión de los mercados financieros, incluyendo mercado de divisas (FX), instrumentos de renta fija, instrumentos de renta variable y derivados. Los tópicos comprenden herramientas para la valorización, estrategias de cobertura y especulación de dichas clases de activo, así como la aplicación de modelos para una adecuada gestión de riesgo.

Se utiliza información financiera para modelar y describir los diversos activos financieros. Asimismo, se busca comprender los principales factores de riesgo de cada clase de activo: naturaleza de los factores de riesgo, cómo se relacionan con las variables macroeconómicas y las herramientas necesarias para un análisis cuantitativo.

TEMARIO

- Mercado Cambiario - Forex (FX).
 - Determinantes de los tipos de cambio.
 - Estrategia de Inversión con divisas.
 - Cobertura del riesgo de tipo de cambio.
 - Análisis técnico.
- Instrumentos de renta fija
 - Descripción y tipologías de los instrumentos de renta fija.
 - Principios de valorización de bonos.
 - Valuación y análisis de bonos.
 - Estrategias de administración de cartera de bonos.
 - Estrategias de inmunización.
- Instrumentos de renta variable.
 - Valuación de acciones
 - Formación de portafolios.
 - Gestión de riesgos en carteras diversificadas (estimación de pérdidas máximas).
- Estrategias de inversión con derivados
 - Contratos forward y futuros: características y valorización.
 - Estrategias de arbitraje con forward/ futuros.

- Invertiendo en mercado de futuros.
- Contratos de opciones: características y valorización.
- Estrategias de inversión con opciones.

PARTICIPANTES

Dirigido a profesionales en general que planean desarrollar o cuentan con una carrera directa o indirectamente relacionada con áreas de inversiones de bancos, fondos de inversión, AFPs, compañías de seguros, reguladores del mercado de capitales, entre otros.

Asimismo, dirigido a funcionarios de entidades financieras y regulatorias que trabajan en la construcción y evaluación de portafolios y estrategias de inversión y que desean incorporar adecuadamente técnicas cuantitativas avanzadas en sus labores.

Además, el curso es útil para bachilleres que se encuentran en preparación para postular a doctorados y maestrías en finanzas y economía.



PROFESOR JUAN LUIS VALDIVIEZO TRELLES

Actualmente lidera la Gerencia de Inversiones de Protecta Security Compañía de Seguros, siendo además el Representante Bursátil de dicha Compañía. Experiencia en el sector financiero, mercado inmobiliario y en el mercado de capitales. Ha gestionado diversos portafolios de inversión con operaciones en el mercado local y extranjero.

MBA por ESAN con estudios de especialización en la Universidad de California (UCLA). Obtuvo la Certificación Internacional de Analista de Inversiones Europeo (CEFA-CIIA) otorgado por la Federación Europea de Asociaciones de Analistas Financieros (EFFAS).

Nota: El participante deberá tener conocimientos previos de matemática/cálculo financiero, incluyendo conocimientos sobre instrumentos de renta fija, conceptos básicos sobre derivados, conversiones de tasas de interés, VAN y TIR.



SOLICITA
INFORMACIÓN



MATRÍCULATE
AHORA

OPERACIONES FINANCIERAS EN EL COMERCIO INTERNACIONAL

Sábado de 8:30 a. m. a 1:30 p. m.
Duración: 5 semanas + evaluación final

MW MODALIDAD WEEKEND

OBJETIVO

En el contexto globalizado en que vivimos es sumamente importante conocer las herramientas financieras a utilizar en el mercado internacional, de esa manera evitar costos extras que pueden reducir el margen de utilidad esperado o incluso generar pérdidas al no realizar una adecuada evaluación económica y financiera en una operación de comercio internacional.

El curso le brindará al participante la capacidad de analizar críticamente las principales formas de negociación, medios de pago, garantías y fuentes de financiamiento en el comercio internacional en función a la toma de decisiones y evaluación de oportunidades de negocios. Asimismo, los participantes aprenderán a utilizar una adecuada forma de pago en una transacción de comercio exterior, cómo minimizar el riesgo y qué tipo de apalancamiento financiero es el más adecuado para su empresa tanto en corto como en el largo plazo.

TEMARIO

- Sistema financiero, mercado de capitales y comercio internacional.
 - Intermediación financiera, el negocio bancario y cálculo del margen financiero.
 - Alternativa de financiamiento a través del mercado de valores y operaciones bursátiles.
 - La Banca Internacional.
- Medios de pago en el comercio internacional.
 - Transferencias internacionales. Comisiones bancarias asociadas y que parte las asume.
 - o Cash in advance y open account.
 - o Sistema Swift – BIC code.
 - Cobranza documentaria.
 - Operatividad y comisiones bancarias.
 - Carta de crédito de importación / exportación.
 - o Proceso operativo – UCP 600, costos de una carta de crédito.

- o Llenado de la solicitud de apertura de carta de crédito de una institución financiera. Interpretación del mensaje Swift.
- o Forma de pago vista o plazo.
- o Discrepancias comunes y como subsanarlas.
- Costo del patrimonio (dividendos y acciones).
- Riesgo.
- Estructura del financiamiento en el comercio internacional de corto y largo plazo.
 - Acceso al financiamiento bancario. Presentación del expediente de crédito. Requisitos usuales solicitados por la banca para evaluar una línea de crédito u operación puntual para una empresa importadora/ exportadora.
 - Garantías internacionales.
 - Financiamientos de comercio internacional de corto plazo.
 - o Advance account - Financiamiento de importación
 - o Financiamiento de exportación. Pre y Post embarque.
 - o Tasas de interés efectivas y uso de la tasa LIBOR – SOFR.
 - Financiamiento de comercio internacional no tradicional de corto plazo.
 - o Factoring internacional.
 - o Forfaiting.
 - o Confirming internacional.
 - Financiamiento de comercio internacional a largo plazo.
 - o Leasing financiero internacional y la elaboración del cronograma de pagos.
 - Otros instrumentos financieros muy usados en el comercio internacional
 - o Forward de divisas.

PARTICIPANTES

Dirigido a profesionales con responsabilidad en las áreas de finanzas, tesorería, comercio exterior y a empresarios de diversos sectores vinculados al comercio internacional que deseen conocer cómo se debe negociar con una empresa del exterior y cómo utilizar los servicios de la banca para lograr una operación comercial internacional exitosa desde el punto de vista del importador como del exportador.



PROFESOR PETER CHOY DIAZ

Actualmente es asesor financiero en empresas privadas pertenecientes a diversos sectores como: agroexportación, salud, financiero, textil – confecciones, entretenimiento, restaurantes, retail, energía, construcción e inmobiliaria, así como en la industria del cemento y concreto. Experiencia dirigiendo con éxito las áreas de administración y finanzas en diversas empresas industriales y de servicios.

Magister en Finanzas por ESAN y Master of International Business (MIB) por la Florida International University, USA.

Nota: Se requiere contar con conocimientos intermedios de Excel.



SOLICITA
INFORMACIÓN



MATRICÚLATE
AHORA

PLANEAMIENTO FINANCIERO

Miércoles de 7:00 a 10:15 p. m.

OBJETIVO

Analizar eficazmente los EE. FF. y entender los mensajes que presentan los indicadores financieros, para lograr una toma de decisiones apropiada en beneficio de su empresa o negocio considerando el valor del dinero en el tiempo, determinar el VAN más conveniente de un proyecto y valorizar activos financieros como bonos y acciones.

TEMARIO

- Introducción a las finanzas.
- Función financiera de la empresa. Contabilidad gerencial.
- Reconocimiento de ingresos.
- Diferencia entre costo y gasto.
- El costo de la mercadería vendida. Gastos administrativos.
- Gastos de ventas. Gastos financieros.
- Utilidad contable y utilidad imponible. Participaciones e impuestos.
- Dividendos.
- Razones financieras.
- Activos, pasivos y patrimonio.
- Cálculos financieros.
- Tasa de interés, interés compuesto, anualidades. Toma de decisiones en base a cálculos financieros. Evaluación financiera de proyectos, VAN, TIR.
- Flujos de caja descontados.
- VAN y TIR.
- Valuación de activos financieros. Intermediación directa.
- Instrumentos de renta fija (Bonos) Valorización. Instrumentos de renta variable.
- Tipos de instrumentos de renta variable.
- Valorización de instrumentos de renta variable.
- Valoración de acciones comunes, preferentes y utilidades retenidas.
- Control financiero.
 - Administración del efectivo.
 - Administración de las Cuentas por Cobrar. Administración de las existencias.
 - Administración de Cuentas por Pagar y financiamiento a corto plazo.

— Control financiero.

- Análisis de resultados y la creación de valor. Rendimiento sobre la Inversión.
- Valor Económico Agregado.

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 Laboratorios Neo Gen S.A.C. Director de LabDealers 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 Haskins and Sells en Chile y Gerente de Consultoría en Arthur Young y Deloitte and Touche en Perú, así como Gerente Financiero de DHL Internacional S.R.L. del Perú. MBA por la Universidad del Pacífico.

Nota: Se requiere contar con conocimientos básicos de contabilidad gerencial, matemática financiera y Excel.



SOLICITA
INFORMACIÓN



MATRICÚLATE
AHORA

REESTRUCTURACIÓN DE EMPRESAS Y PATRIMONIOS

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

OBJETIVO

El curso tiene como objetivo el dar un nivel de conocimiento de la Ley Concursal peruana y de ser una guía metodológica del análisis de las causas y efectos del deterioro económico-financiero empresarial desarrollando herramientas de estrategia económico y financiera de formulación y ejecución para llevar a la práctica un adecuado Plan de Reestructuración Empresarial, así como Acuerdos Globales de Refinanciación en Empresas en crisis para evitar que se produzca la insolvencia en la misma.

TEMARIO

- Definir el concurso mercantil y los procedimientos concursales contenidos en la Ley 27809 y sus modificaciones. Procedimiento Concursal Ordinario y Preventivo.
- Entender el destino del deudor en los distintos procedimientos Concursales (Ordinario y Preventivo) y Juntas de Acreedores. Impugnación de acuerdos. Casuística Concursal local y extranjera.
- Conocer los aspectos generales de las crisis y entender la Reestructuración Empresarial y la Tensión Financiera. Causas que originan el deterioro y la crisis de las Empresas.
- Etapas de Rescate de una Empresa en Crisis usando la metodología APAE para la elaboración de Planes de Reestructuración de Empresas.
- Aplicar predictores de quiebra y el test de reestructuración para definir si la Empresa tiene viabilidad. El sinceramiento de la información financiera.
- Analizar los 31 precedentes de Observancia Obligatoria dictados por el INDECOPI (1996-2020). Uso del procedimiento de liquidación de una empresa en crisis, a la luz de la Ley General de Sociedades.

- Entender el proceso de evaluación de la capacidad de pago de la deuda a reestructurar de la empresa y definir su capacidad óptima de endeudamiento y estructura de capital sostenible. Describir el modelamiento financiero a nivel de proyección de los Estados Financieros del Plan de Reestructuración económica y financiera de las deudas y recomposición del patrimonio. Evaluación de capacidad de pago y deuda a reestructurar: Plan de Reestructuración de negocio y presupuesto - modelo de proyección financiera.
- Analizar casuística legal local e internacional.
- Valorizar el Plan de Reestructuración (metodología, escenarios, valorización para la empresa, accionistas, acreedores). Reconstruyendo el valor económico agregado (EVA). Hexágono de Reestructuración Empresarial de McKinsey. Reestructuración financiera: técnicas y dinámica de negociación. (AGU).

PARTICIPANTES

Dirigido a propietarios de empresas, gerentes generales y financieros, contadores, abogados y consultores empresariales.



PROFESORES



ANDRÉS GARCÍA URIBE

Actualmente es Consultor asociado del Instituto del Futuro y de Infinathec; director gerente en Food Service Consulting (Mediterraneo, La Caravana, Holly Plants, Dnnos Pizza) y asesor externo en Milano Bags, Grupo Zarate y cadena Thika Thani Market. Experiencia de consultor en temas de reestructuración empresarial y de valorización de negocios.

Master en Dirección de Empresas por IPADE México. Licenciado en Economía por la PUCP.



ESTEBAN CARBONELL O'BRIEN

Actualmente es Vocal Titular de la Sala Concursal del Tribunal del INDECOPI. Conferencista frecuente en más de un centenar de Congresos, Seminarios o Diplomados en Perú, Latinoamérica y Europa. Doctorando en Derecho y Ciencias Jurídicas y Sociales por la Universidad de Mendoza, Argentina. Doctorando y Magister en Derecho Constitucional por la Universidad de Castilla La Mancha, España. Magister en Justicia Constitucional por la Università di Bologna, Italia. Magister en Derecho Procesal por la Universidad de Salamanca, España. Candidato al Magister en Derecho Administrativo por la Universidad Nacional de Buenos Aires, Argentina.

Nota: Se requiere contar con conocimientos básicos de Excel.



**SOLICITA
INFORMACIÓN**



**MATRICULATE
AHORA**



ÁREA ACADÉMICA DE **MARKETING**

CERTIFICADO DE ESPECIALIZACIÓN EN:

MARKETING

DIRECCIÓN DE VENTAS

MARKETING DIGITAL



Certificado de Especialización en:

MARKETING

CUSTOMER EXPERIENCE EN B2B

Manuel Ramos Soldevilla
Jueves de 7:00 a 10:15 p. m.

FINANZAS PARA EL MUNDO COMERCIAL

Lorena Calderón Pimentel
Martes de 7:00 a 10:15 p. m.

GERENCIA DE MARKETING

José Luis Wakabayashi
Lunes de 7:00 a 10:15 p. m.

MH

MARKETING DE SERVICIOS Y EXPERIENCIA DEL CLIENTE

Otto Regalado Pezúa
Jueves de 7:00 a 10:15 p. m.

TRENDAHUNTING: CAZANDO INSIGHTS & TENDENCIAS DE CAMBIO

Cristina Quiñones
Lunes de 7:00 a 10:15 p. m.

DIRECCIÓN DE VENTAS

EJECUCIÓN Y CONTROL COMERCIAL

Carlos Alberto Palomino Velásquez
Viernes de 7:00 a 10:15 p. m.

FINANZAS PARA EL MUNDO COMERCIAL

Lorena Calderón Pimentel
Martes de 7:00 a 10:15 p. m.

FUNDAMENTOS PARA EL MONITOREO EFECTIVO DEL RETAIL

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

GERENCIA DE VENTAS

José Luis Wakabayashi
Martes de 7:00 a 10:15 p. m.

KEY ACCOUNT MANAGEMENT

Carlos Castillo Rodríguez-Novoa
Lunes de 7:00 a 10:15 p. m.

TÉCNICAS DE VENTAS Y PRICING EN B2B

Juan Guardia Gallegos
Martes de 7:00 a 10:15 p. m.



(*) Horario especial

HM

HORARIO MATUTINO

MPH

MODALIDAD
PRESENCIAL / HÍBRIDA

MW

MODALIDAD
WEEKEND

Certificado de Especialización en:

MARKETING DIGITAL

DISEÑO DE CAMPAÑA MULTIPLATAFORMA: ONLINE Y OFFLINE

Christian Aste León
Martes de 7:00 a 10:15 p. m.

E-COMMERCE

Juan Mauricio Chau
Sábado de 8:30 a. m. a 1:30 p. m.*

MW

ESTRATEGIAS DE REDES SOCIALES - GRUPO 1

Daniel Chicoma Lúcar
Lunes de 7:00 a 10:15 p. m.

ESTRATEGIAS DE REDES SOCIALES - GRUPO 2

Daniel Chicoma Lúcar
Martes y jueves de 7:00 a 8:30 a. m.

HM

MOBILE APP MARKETING & APP STORE OPTIMIZATION

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

PLAN ESTRATÉGICO E INTERACTIVO DE MARKETING DIGITAL

Sergio Cuervo Guzmán
Miércoles de 7:00 a 10:15 p. m.*



(*) Horario especial

HM

HORARIO MATUTINO

MPH

MODALIDAD
PRESENCIAL / HÍBRIDA

MW

MODALIDAD
WEEKEND

CUSTOMER EXPERIENCE EN B2B

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

OBJETIVO

En mercados cada vez más competitivos, los clientes tienen mayores alternativas de elegir, y a las empresas nos genera el reto de implementar estrategias para mantenerlos con nosotros. La gestión de experiencia del cliente ofrece una oportunidad para facilitar la satisfacción y superación de expectativas, generando la intención de volver a comprar nuestros productos y servicios, así como la voluntad de recomendarnos en el mercado. El curso tiene por objetivo desarrollar en los participantes, de manera práctica y ágil, el conocimiento, habilidad y motivación de gestionar la experiencia del cliente de su negocio o empresa, a través de la especificación y gestión ágil de iniciativas que permitan innovar la propuesta de valor para los clientes y fortalecer su lealtad.

TEMARIO

- Experiencia del cliente como elemento diferenciador. Gestión de expectativas y percepciones.
- Perspectiva estratégica en modelos de gestión de la experiencia del cliente en coherencia con la promesa de marca.
- Gestión del ciclo de vida del cliente e identificación de oportunidades según las prioridades y retos en el negocio.
- Diseño de la experiencia: Service blueprint. Customer journey; Customer experience & User Experience.
- Experiencia del cliente y experiencia del colaborador como base de la fidelización.
- Construcción de mecanismos de Voz del cliente (VoC).
- Análisis de la experiencia del cliente B2B, identificación de pain points e insights.
- Gestión ágil de las iniciativas para la innovación.
- Comunicación de iniciativas de experiencia del cliente mediante el Elevator Pitch.
- Seguimiento del impacto / retorno de las iniciativas de la experiencia del cliente.

PARTICIPANTES

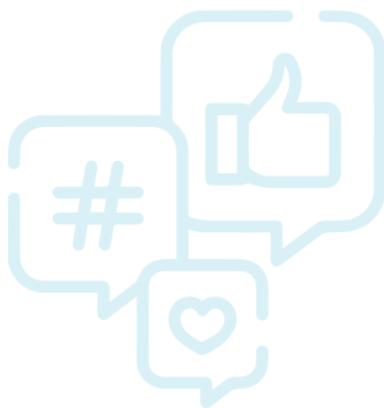
El curso está dirigido a gerentes, jefes o profesionales que buscan transformar su negocio en base a un mayor foco en el cliente, mediante herramientas que impulsen su capacidad de análisis de la experiencia del cliente, innovación y de la propuesta de valor para atraer, mantener y fidelizar clientes.



PROFESOR MANUEL RAMOS SOLDEVILLA

Consultor en Gestión de la Experiencia del Cliente, experiencia del colaborador y Customer Success. Experiencia en empresas privadas, del estado y servicios de consultorías en diversas industrias.

Magister en Administración por la Universidad ESAN y Certificado por Strativity Group en Customer Experience Management.



**SOLICITA
INFORMACIÓN**



**MATRICÚLATE
AHORA**

DISEÑO DE CAMPAÑAS MULTIPLATAFORMA: ONLINE Y OFFLINE

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

OBJETIVO

En un contexto cambiante y de permanente digitalización de mercados, el propósito del curso es dar a los participantes una serie de herramientas que le permitan mejorar la rentabilidad y efectividad de sus campañas tanto de branding como de performance, a través de múltiples medios / dispositivos. A través de comprender el customer decision journey se buscará implementar acciones comerciales tanto en plataformas digitales como en medios tradicionales. El curso tiene por objetivo dar visión completa y metodológica de generación experiencias, procesos y métricas orientadas a optimizar y mejorar la rentabilidad de campañas.

TEMARIO

- Modelo estratégico para el desarrollo de campañas multiplataformas.
 - Cultural Drivers & trends análisis.
 - Oportunidades del entorno competitivo.
 - Cómo romper las convenciones de la categoría.
- ¿Cómo identificar a los clientes más valiosos (digitales y no-digitales)?
- Importancia de los puntos de contacto en el customer decision journey.
- Mix de plataformas online y medios off line usados por el consumidor.
- ¿Cómo integrar las estrategias *online* & *offline*? Estrategia para alinear consumidor-medios/plataformas-formatos publicitarios – contenido.
- Herramientas de comunicación para campañas.
 - Marketing de contenidos.
 - Inbound & outbound marketing.
 - Eventos & acciones BTL.
 - Acciones en el punto de venta.
- Métricas orientadas a la rentabilización y gestión del embudo comercial (leads, conversiones y ROI).

PARTICIPANTES

Dirigido a ejecutivos y gerentes comerciales y de marketing, product managers, brand managers, jefes de categoría, jefes de promociones, profesionales de trademaking, consultores, profesionales independientes y personas interesadas en conocer y profundizar sobre el tema de marketing estratégico, campañas de publicidad y marketing, así como a los ejecutivos de otras áreas que desean conocer de cerca cómo rentabilizar sus campañas online & offline.



PROFESOR CHRISTIAN ASTE LEÓN

Actualmente es Strategy Manager en el grupo HAVAS Media. Ejecutivo senior con experiencia en Marketing en la industria de servicios. Experto en mejorar ventas y rentabilización de clientes, optimizando campañas online-offline; todo ello con un soporte en advanced analytics. Ha liderado procesos de transformación de la experiencia-cliente hacia la omnicanalidad.

MBA por ESAN. Magister en Investigación con mención en comportamiento del consumidor. Posgrado en Marketing Intelligence por ESIC, España.



SOLICITA
INFORMACIÓN



MATRICÚLATE
AHORA

E-COMMERCE

Sábado de 8:30 a. m. a 1:30 p. m.
Duración: **5 semanas + evaluación final**

MW MODALIDAD WEEKEND

OBJETIVO

El objetivo del curso está diseñado para que el alumno desarrolle los conocimientos y habilidades necesarias para la creación de un e-commerce, desde su concepción, conocer estrategias 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

- Fundamentos de *E-commerce*.
 - Introducción.
 - Situación local y global.
 - Modelos de negocio.
 - Importancia de conocer al cliente.
- Empresa en internet.
 - La empresa en internet.
 - Tendencias y nuevos modelos de negocio.
 - Tipos de negocio *E-commerce*.
- *E-commerce*, Matriz FODA-Redes Sociales Digitales. Planeación financiera.
 - Relación de *E-commerce* y social media.
 - Explicación de 10 Reglas heurísticas de Nielsen UX.
 - Aplicación de análisis Foda en el entorno digital.
- *Social commerce*.
 - Que es el social commerce.
 - Integración de Social media en e-commerce.
- *Marketing digital para e-commerce*.
 - Fases del Marketing digital.
 - o Canales de distribución.
 - o Catálogos de productos.
 - o Políticas de precios.
 - o Planificación.
 - Estrategias de marketing *online*.
 - o Modelos estratégicos de negocios.
 - o Equipos de proyectos.
 - o Logística en e-commerce.
 - o Formas de pago.

- Relación de SEO y marketing digital.
 - o Como se emplea el SEO.
 - o Técnicas de tráfico.
 - o Descripción de KPI indicadores.
- Componentes *E-commerce* / Herramientas web
 - Herramientas *E-commerce*.
 - o Tienda virtual.
 - o Dominio, hosting, pasarela de pagos.
 - Creación de tienda online.
 - o Diseño de la tienda y experiencia del usuario.
 - o Estructura de la página web.
 - o La ficha de producto perfecta.
- Herramientas en la creación de páginas web.
 - Introducción a wordpress/hosting.
 - Uso de herramientas y ejemplos.
 - Diseño de herramienta.
 - Empleabilidad de la herramienta Wordpress.

PARTICIPANTES

Está dirigido a dueños, gerentes generales, gerentes marketing, jefes de marketing, emprendedores, dueños. De modo amplio, a ejecutivos, diseñadores gráficos y personas involucradas en marketing digital, interesados en desarrollar y fortalecer sus conocimientos acerca de comercio electrónico, la toma de decisiones para campañas de marketing, redes sociales, en su organización o empresa.



PROFESOR JUAN MAURICIO CHAU

Business Developer Inti Tec, MBA-IT, Diplomado en Marketing Digital, 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**



**MATRÍCULATE
AHORA**

EJECUCIÓN Y CONTROL COMERCIAL

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

OBJETIVO

Hoy la presión por los resultados a corto plazo que reviertan los impactos financieros de los últimos años ha aumentado; la impaciencia por ellos es la característica común en la mayoría de directorios. Es en este contexto que muchos ejecutivos logran diseñar planes estratégicos brillantes que lamentablemente colapsan por una inadecuada ejecución. Es por esta razón que hoy no sólo se debe demostrar claridad y foco en las estrategias sino también excelencia en la ejecución de los planes propuestos, siendo muy minuciosos en el control de ellos mientras son implementados para poder corregir cualquier desviación que se presente a tiempo.

El curso proporcionará instrumentos prácticos que ayuden al participante a diseñar un plan estratégico y planificar correctamente su ejecución, generando la cultura de la excelencia y focalizando los recursos en lo prioritario.

TEMARIO

- Introducción al curso.
- La generación de valor.
- Planeamiento estratégico.
- Análisis de situación.
- Objetivo de negocio.
- Pilares estratégicos.
- Plan de marketing.
- Plan ejecucional.
- Las 4 disciplinas.
- Las 5 P's de la ejecución comercial.
- Mandatorios de la ejecución.
- Ejecución: las personas.
- Ejecución: la estrategia.
- Ejecución: la operación.
- Ejecución: la supervisión.
- KPIs como herramientas de control.

PARTICIPANTES

Dirigido a ejecutivos del área comercial con la responsabilidad de planear, ejecutar y controlar planes de negocios enfocados en generar valor en corto plazo.



PROFESOR CARLOS ALBERTO PALOMINO VELÁSQUEZ

Gerente General y Accionista de Integrum Solutions. Ha sido Gerente General de Coney Park, empresa que forma parte del Fondo de Inversión Carlyle, Gerente General de Burger King Perú, Gerente de Marketing de Kraft Foods (Mondelez) para Perú y Bolivia, Decano de la Facultad de Publicidad y Comunicaciones de Isil, Gerente de Marca para Colgate Palmolive y Sancela Perú (Química Suiza)

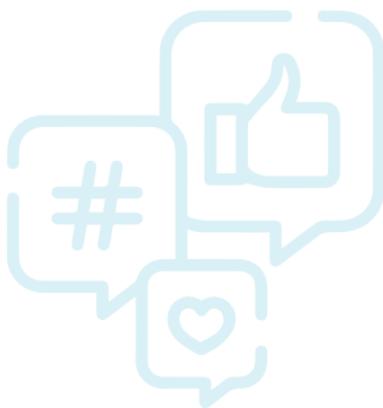
Magister en Administración por ESAN



**SOLICITA
INFORMACIÓN**



**MATRÍCULATE
AHORA**



ESTRATEGIAS DE REDES SOCIALES

Grupo 1: **Lunes de 7:00 a 10:15 p. m.**

Grupo 2: **Martes y jueves de 7:00 a 8:30 a. m.**

HM HORARIO MATUTINO

OBJETIVO

Este curso es introductorio y de carácter teórico – práctico. Plantea un recorrido que cubre desde el análisis del consumidor, las tendencias del mercado, negocios virtuales, pasando por los medios sociales más importantes, así como el desarrollo de contenidos, inversión publicitaria, y la creación de estrategias y tácticas medibles para cada etapa del embudo de conversión. Sumado al análisis de casos y desarrollo de proyectos de social media.

TEMARIO

- El análisis del consumidor: modelo buyer persona.
- Tendencias aplicadas a consumo, social media, e-commerce.
- Casos y herramientas para el social selling.
- Herramientas para la gestión de contenidos y el social listening.
- Posicionamiento SEO & SEM (herramientas).
- Estrategia de desarrollo y gestión de contenidos.
- Diseño de contenidos para blogs (Wordpress, Elementor y uso de plugins)
- Diseño de contenidos para Podcast.
- Estrategia de comunicación y publicidad en Facebook.
- Estrategia de comunicación y publicidad en Instagram.
- Estrategia de comunicación y publicidad en Twitter, LinkedIn y YouTube.
- Estrategia de comunicación en Pinterest y TikTok.
- Herramientas de CRM.
- Embudo de conversión.
- Planificación de medios y cuadros de mando.

PARTICIPANTES

Estudiantes, profesionales, emprendedores con participación en sectores productivos o de servicios, interesados en aprender el manejo de las redes sociales en pro de campañas integradas que beneficien a la empresa o la persona. También pueden asistir profesionales de otras especialidades que desempeñen cargos en gerencias, jefaturas o a nivel administrativo y que deseen ampliar su conocimiento o deseen incursionar en el manejo de las redes sociales.



PROFESOR DANIEL CHICOMA LÚCAR

Máster en Marketing Online y Comercio Electrónico por la Universidad de Barcelona, España. Maestría en Publicidad por la USMP. Autor del libro "Comercio electrónico en el Perú. Una guía para emprendedores" (2021). Lead Team Coach en Intracen (ITC-UN). Consultor en Capacitación a empresas en PromPerú. Ex director de la Agencia de Comunicación Digital Perú Content Lab. Experiencia en proyectos web y de E-Commerce.



**SOLICITA
INFORMACIÓN**

**GRUPO
1**

**GRUPO
2**



**MATRÍCULATE
AHORA**

FINANZAS PARA EL MUNDO COMERCIAL

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

OBJETIVO

Todo profesional del área comercial hoy en día debe entender el impacto económico financiero de sus acciones, ver cómo estas se reflejan en el resultado de la compañía. Para la toma de decisiones el área comercial: MKT, Trade y Ventas deben manejar el "lenguaje financiero", responder por la rentabilidad de sus productos/categorías/servicios/canales/proyectos, entender el sentido del presupuesto y trabajar como equipo con el área financiera/eficiencia/estrategia velando finalmente por el valor al accionista.

Desarrollando los conocimientos prácticos que les permitan interpretar con mayor facilidad los estados de resultados, evaluar las acciones de inversión a nivel rentabilidad y saber cómo manejar de mejor manera su presupuesto. Además de brindarles una herramienta de evaluación financiera que les permita tomar decisiones teniendo en cuenta los impactos financieros de las acciones y/o actividades comerciales.

TEMARIO

- Conocer el "lenguaje financiero".
- Refrescar los EE.FF. básicos: Balance general, pérdidas y ganancias, flujo de caja.
- Conocer profundamente la inversión en el canal, el llamado GTN (Gross to Net) todo lo que hay entre la venta bruta y la neta. "Eso que no conocemos".
- Entender la importancia del presupuesto y la relación con las actividades de Trade/Mkt y ventas.
- Analizar las actividades y/o acciones comerciales propuestas desde la perspectiva financiera, estando preparados para defenderlas en diversos foros.

- Importancia del punto de equilibrio en las actividades y /o decisiones comerciales. ¿A qué precio llegar para ser rentable? ¿Cuánto debo vender? ¿A cuántos puntos de venta debe llegar? ¿Qué rotación necesito?
- Lograr entender y visualizar el vínculo entre inversión rentabilidad.
- Desarrollo de una herramienta de análisis de Estado de Pérdidas y Ganancias (PNL) para múltiples usos.

PARTICIPANTES

Ejecutivos y profesionales que quieran conocer el "lenguaje financiero", con el fin de tener más herramientas para entender mejor el negocio, tomar decisiones considerando otras variables y por último argumentar mejor en diversos foros la evaluación de sus propias propuestas.



PROFESORA LORENA CALDERÓN PIMENTEL

Actualmente es Directora Corporativa HR Negocios B2B y Estrategia Alicorp. Coach. Experiencia en empresas de Consumo Masivo, en posiciones vinculadas al área Financiero-Comercial. MBA en Dirección de Empresas por el PAD de la Universidad de Piura.



SOLICITA
INFORMACIÓN



MATRICÚLATE
AHORA

FUNDAMENTOS PARA EL MONITOREO EFECTIVO DEL RETAIL

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

OBJETIVO

Capacitar a los participantes en el uso de las principales técnicas y herramientas utilizadas para monitorear adecuadamente los elementos clave de la gestión del retail sus KPI's y métricas. Este conocimiento permitirá optimizar el proceso de decisiones estratégicas y operativas, detectar oportunidades, resolver problemas, y monitorear el desempeño de su tienda, marca o servicio frente a la competencia.

Al final del curso los participantes estarán aptos establecer de modo preciso los principales indicadores para monitoreo de su negocio y elaborar un sistema de métricas adecuado para su gestión.

TEMARIO

- Definición de KPI's y métricas.
- Indicadores comerciales.
- Indicadores financieros.
- Indicadores de marketing.
- Indicadores operativos.
- Indicadores logísticos.
- Indicadores del cliente.
- Modelos de gestión basado en indicadores (Rentabilidad/Productividad).

PARTICIPANTES

El curso está dirigido a ejecutivos y gerentes que deseen profundizar el conocimiento en las técnicas de medición y monitoreo de gestión. Fundamental para profesionales del retail de cualquier tamaño que buscan controlar y optimizar los resultados de sus negocios.



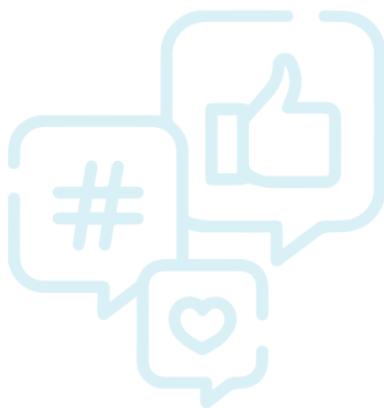
PROFESORA CHRISTINA SAKSANIAN

Investiga temas relacionados a comportamientos de compra, de consumo, eco-amigables y colaborativos. Cuenta con más de veinte años de experiencia en dirección de negocios en importantes empresas.

Doctora en Ciencias de la Administración por ESAN. Magister en Investigación en Ciencias de la Administración por ESAN. Máster en Marketing y en Matemática Financiera por FGV (Fundação Getulio Vargas - Brasil), y en Publicidad por ESPM (Escola Superior de Propaganda e Marketing - Brasil).

* El curso inicia el 2 de febrero de 2023

* Se dictarán clases el lunes 20 de febrero.



SOLICITA
INFORMACIÓN



MATRICÚLATE
AHORA

GERENCIA DE MARKETING

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

MH MODALIDAD HÍBRIDA

OBJETIVO

Desarrollar las habilidades gerenciales de un área de marketing actual brindando los conocimientos estratégicos y tácticos necesarios para la administración y gestión de los diferentes productos, servicios y tendencias en el mercado tradicional y digital global. Definir y estructurar un plan de marketing real que permita generar valor a la organización para la cual trabaja.

TEMARIO

- Tendencias globales de marketing.
- Análisis del nuevo comportamiento del consumidor tradicional y digital.
- Generación de estrategias para el mercado y su entorno: Análisis competitivo eficiente.
- Nuevos segmentos de mercado: Procesos de Macro y micro segmentación.
- Posicionamiento como propuesta de valor de marca y liderazgo del mercado.
- Modelos disruptivos de marketing para mercados agresivos: 5V del Marketing.
- Acciones comerciales eficientes.
- Marketing 5.0: el marketing del future.
- Plan de Marketing como herramienta comercial efectiva.

PARTICIPANTES

Responsables e integrantes del área de marketing: Gerentes, jefes y coordinadores de marketing, Brand Manager, Customer experience manager, ejecutivos del área comercial y marketing, así como personas que deseen fortalecer su conocimiento en el planteamiento de estrategias y acciones comerciales efectivas y pertinentes al mercado actual.



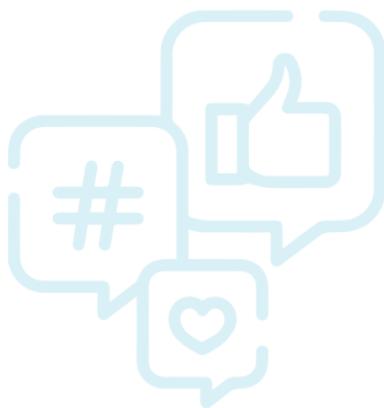
PROFESOR JOSÉ LUIS WAKABAYASHI

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 curso inicia el 6 de febrero de 2023

* Se dictarán clases el miércoles 15 y 22 de febrero de 2023.

* El curso se dictará de manera híbrida, es decir el alumno puede llevarlo presencial en el Campus de ESAN o de manera virtual en tiempo real por la plataforma e-learning.



SOLICITA
INFORMACIÓN



MATRICÚLATE
AHORA

GERENCIA DE VENTAS

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

OBJETIVO

Comprender el rol que desempeña el área de ventas en una empresa moderna debido a los cambios en el mercado. Dar a conocer y desarrollar habilidades gerenciales de planeamiento, organización, desarrollo y control en el área de ventas con el uso de tecnologías. Detectar, definir y solucionar problemas del área de ventas, en forma eficaz y eficiente.

TEMARIO

- Tendencias en el mercado y el nuevo rol de la dirección de ventas.
- Diseño y política de cartera de clientes.
- Planeación estratégica y operativa: Modelos - Aplicación.
- Rol y función del equipo de ventas en el desarrollo de la omnicanalidad dentro de la organización
- Las organizaciones modernas de ventas.
- Selección y entrenamiento de vendedores.
- Administración de tiempos y territorios y el uso de tecnología.
- Tendencias de sistemas de cuotas y programas de remuneración.
- KPIs evaluación y control comercial.

PARTICIPANTES

Gerentes de ventas y responsables del área comercial que deseen perfeccionar su manejo en el área de ventas. Supervisores que se encuentren en desarrollo y necesiten ampliar su visión respecto al manejo del área. Ejecutivos de ventas y KAM. Personal del área de mercadeo: product manager, administración de ventas, que deseen comprender mejor las actividades de un área de ventas. Por las características del curso es ideal para empresas de consumo masivo, servicios e industria.

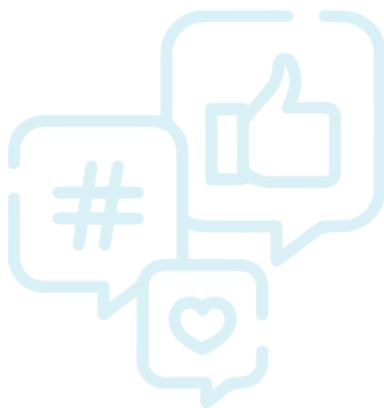


PROFESOR JOSÉ LUIS WAKABAYASHI

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 curso inicia el 7 de febrero de 2023

* Se dictarán clases el jueves 16 y 23 de febrero de 2023.



SOLICITA
INFORMACIÓN



MATRÍCULATE
AHORA

KEY ACCOUNT MANAGEMENT

Lunes 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

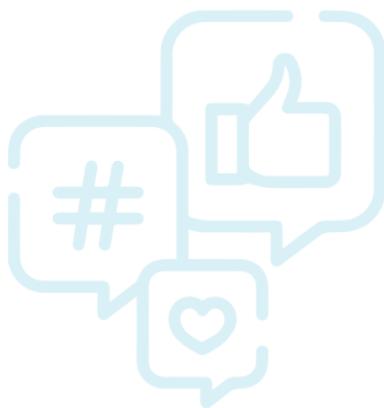
Dirigido a Gerentes Comerciales, de Ventas, de Marketing, KAM y ejecutivos que deseen tener mayor conocimiento respecto de esta nueva posición.

PROFESOR



CARLOS CASTILLO RODRÍGUEZ-NOVOA

Actualmente es Gerente Comercial en Unión Ychicawa S.A. Experiencia comercial, trabajando en empresas líderes del mercado de consumo masivo. Experiencia internacional en el diagnóstico de mercado y lanzamiento de productos. 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 DE SERVICIOS Y EXPERIENCIA DEL CLIENTE

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

OBJETIVO

A través de la teoría y la práctica, lograr que los participantes internalicen la función del marketing en empresas de servicios, planteen estrategias diferenciadas y tomen conocimiento de las tácticas, que después de implementadas, les permita a sus empresas crear valor con mayor agilidad y consolidarse en los mercados competitivos en los que participan.

Del mismo modo, en el curso se plantean estrategias de valor centradas en el cliente, que las empresas, a través de metodologías ágiles, deberán relevar, analizar y optimizar los procesos y monitorear sus indicadores de mejora continua para ofrecer una experiencia al cliente de calidad.

TEMARIO

- La experiencia del cliente como estrategia de valor.
- Metodologías ágiles para la mejora continua.
- Customer journey map y optimización de procesos.
- Definición e implementación de indicadores de servicio.
- Determinación de la estrategia de precios en servicios.
- Comunicación integral en los servicios.
- La experiencia del usuario en el entorno físico y virtual.
- Customer Experience Management
- Employee Experience Management

PARTICIPANTES

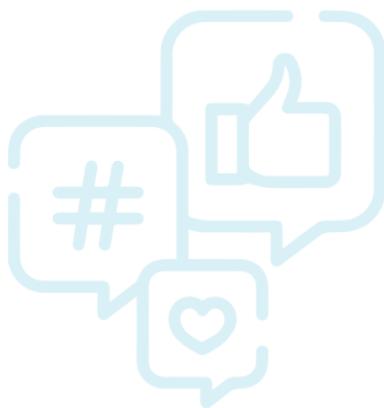
Dirigido a ejecutivos, gestores de negocios, profesionales y emprendedores que estén actualmente vinculados a la función de marketing en empresas de servicios. Así como, a ejecutivos que trabajan en el área de postventa y calidad de servicio en sus organizaciones, y que deseen mejorar la experiencia de sus clientes.



PROFESOR OTTO REGALADO PEZÚA

Actualmente, es Profesor Principal en ESAN y profesor visitante en el Y Schools y en el IAE de Nice, Francia. Experiencia internacional como consultor de empresas en marketing y estrategia. Especializado en Marketing de servicios y experiencia del cliente. Ha sido director comercial de ESAN.

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 Mendes France, Grenoble. MBA de ESAN Graduate School of Business.



SOLICITA
INFORMACIÓN



MATRÍCULATE
AHORA

MOBILE APP MARKETING & APP STORE OPTIMIZATION

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

OBJETIVO

Proporcionar los conocimientos necesarios para que el participante pueda desarrollar estrategias de venta y marketing a través de apps de E-commerce con el fin de estar en la capacidad de poder decidir respecto a la plataforma y medio de pago, posicionamiento en tiendas de apps, seguridad, distribución, gestión de la relación con clientes y consolidar la creación de valor del marketing digital en el canal principal de ventas online del 2023.

TEMARIO

- Introducción.
- ASO: App Stores Optimization & Paid Channels.
- App KPIs & Analytics.
- App Pricing Models.
- Adquisition Channels.
- Uninstalls Optimization & User Engagement.

PARTICIPANTES

Gerentes de E-commerce, Ventas y Marketing Digital. Todo aquel que tenga interés por evolucionar su negocio digital a través de las aplicaciones.



PROFESOR REMY SOTOMAYOR

Gerente Regional de App Marketing en Falabella.com (CL, PE & CO). Ganador del primer lugar en los concursos globales de Innovación Hecho en Falabella 2020 y 2021. Experiencia de 12 años en Marketing Online y Offline para grandes empresas. Magister en Marketing por ESAN y Master en Marketing Sciences y Business Intelligence por ESIC, España.



SOLICITA
INFORMACIÓN



MATRICÚLATE
AHORA

PLAN ESTRATÉGICO E INTERACTIVO DE MARKETING DIGITAL

Miércoles de 7:00 a 10:15 p. m. *

OBJETIVO

La pandemia ha acelerado la digitación en muchas compañías. Hoy se esperan resultados tangibles por cada dólar que se invierte en el canal digital. Por eso es importante un adecuado planeamiento de las actividades del área de marketing digital y comercio electrónico, para poder aprovechar las oportunidades de negocio y minimizar los posibles riesgos que pongan en peligro la continuidad de la empresa. En este contexto, este curso tiene como propósito discutir la creación e implementación de un plan estratégico e interactivo de marketing digital, que permita alcanzar los objetivos de mediano y largo plazo del canal digital, y que contribuya al logro de los objetivos generales de la empresa.

TEMARIO

- Diagnóstico de la situación actual: características y tendencias del sector, análisis de la competencia, revisión de las fortalezas y debilidades digitales.
- Decisiones estratégicas de marketing digital. Elaboración del FODA, que permita la identificación de estrategias defensivas o de ataque de acuerdo a la situación empresarial.
- Describir y analizar el Buyer Persona.
- Definición y justificación de objetivos de posicionamiento y comerciales.
- Actividades estratégicas y operativas en el Customer Journey.
- Estrategias Inbound / Outbound Marketing.
- Gestión de contenidos.
- Desarrollo de las landing page (Ux).
- Posicionamiento en buscadores (SEO/SEM).
- Gestión de las principales redes sociales.
- Mobile marketing.
- Analítica web.
- Definición de métricas y KPIs asociados a los resultados esperados.
- Marketing omnicanal
- Planificación presupuestal.

PARTICIPANTES

El curso está dirigido a los profesionales que desarrollan planeamiento en marketing digital y comercio electrónico en sectores de consumo masivo y servicios en general. Emprendedores que están buscando incrementar sus ventas a través de Internet. Dueños y gerentes de empresas que desean desarrollar un plan estratégico e interactivo de marketing digital.



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 Llull de Barcelona. MBA por ESAN con especialización en Sistemas y tecnologías de la información.

* El curso inicia el miércoles 1 de febrero de 2023

* El lunes 13 de marzo se llevarán a cabo las sesiones 13 y 14 a partir de las 19:00 hrs.



SOLICITA
INFORMACIÓN



MATRÍCULATE
AHORA

TÉCNICAS DE VENTAS Y PRICING EN B2B

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

OBJETIVO

Que el participante diagnostique el estado actual del área de ventas y potencialice a la fuerza comercial con el conocimiento de los productos y servicios, guiándolo al empleo de las técnicas de venta consultivas, personalizadas e idóneas que decanten en una "venta exitosa". Además, conocerá las bases para desarrollar una estrategia de pricing orientada a incrementar la rentabilidad de la empresa, basado en una propuesta de valor única, poderosa y contundente. Del mismo modo la importancia de contar con un área de pricing, que tenga la capacidad de desarrollar una estrategia de precios basada en el valor percibido y aplique técnicas de precios segmentados en función al volumen de compra, distancia, pago al contacto, entre otros. Del mismo modo, se evaluará el impacto que tiene en los estados de pérdidas y ganancias, el incremento de precios vs la reducción de costos variables, incremento de volumen o reducción de los costos fijos.

TEMARIO

- El marketing industrial está presente en toda la cadena de producción, distribución y comercialización.
- Diferencias entre la venta consultiva B2B y las técnicas de ventas tradicionales B2C.
- El "customer experience". Las ventas WOW.
- Road Map del "customer experience".
- Las buenas prácticas de la prospección de ventas B2B.
- Objetivos smart.
- Embudo de marketing y ventas B2B.
- Reclutamiento y selección de la fuerza de ventas.
- La importancia de la capacitación en el portafolio de productos y/o servicios de la empresa.
- Negociación vs. persuasión – Preparar la estrategia para negociar.
- "Elevator Pitch" – Citas de ventas efectivas.
- Lienzo de la propuesta de valor.
- 12 preguntas claves para lograr un cierre

- de venta exitoso.
- Evolución de los modelos de comercio y ventas.
- Canales de venta y estrategia de pricing.
- Impacto rápido y directo del incremento de precios en los EE. FF.
- Punto de equilibrio.
- Formas y estrategias de fijación de precios.
- Mejores márgenes a través de una mejor gestión de precios: Pocket Price.
- Precios segmentados y mapa de valor (la relación entre precio y valor percibido).
- Métricas de pricing.
- Calculadora de precios.
- Casos reales.

PARTICIPANTES

Gerentes de ventas, Gerente de productos, jefe de productos y jefes de ventas, Gerentes de Marketing responsables de marca.

PROFESOR



JUAN GUARDIA GALLEGOS

Actualmente es Gerente de Ventas Metalmecánico de la empresa Air Products Perú. Experiencia, con conocimiento de los mercados de Perú, Chile, Colombia, Argentina, Ecuador, Costa Rica, Guatemala, Bolivia y El Salvador. Gran experiencia y conocimiento de los mercados minero, metalmecánico e industrial de Perú y Chile, en los mercados industriales de Perú y la región latinoamericana. Ha sido director de empresas en Perú, Chile y Colombia. Master en Business Intelligence por ESIC de España.



SOLICITA
INFORMACIÓN



MATRÍCULATE
AHORA

TRENDSHUNTING: CAZANDO INSIGHT & TENDENCIAS DE CAMBIO

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

OBJETIVO

- Ahondar en la cultura como fuente de valor estratégico para una organización: la investigación en insights y tendencias de cambio.
- Ejercitarse en habilidades de intuición, observación, y empatía con los clientes para revelar insights y generar valor para el negocio.
- Desplegar estrategias de negocio basadas en entendimiento profundo del consumidor y su entorno.

TEMARIO

- EL INSIGHT y STREET DATA como bases del pensamiento estratégico. Cómo ir más allá de la metodología de investigación tradicional y de lo obvio. LA Empatía. La iteración del conocimiento. Pensamiento inductivo. El Planteamiento del problema y el Desafío de Negocio mirado desde una perspectiva cultural y humana. Herramienta: La Pirámide del Insight como base de la estrategia.
- CULTURAL HUNTING: la calle como fuente de valor. Observando comportamientos y decodificando rituales. Las técnicas etnográficas como base del entendimiento cultural. La inmersión en hogares, calles, plazas y entornos reales como virtuales. Herramienta de Cultural Hunting para caza de tendencias.
- LIFESTORYS y SOCIAL PORTRAIT. Las Historias como fuente de valor. El recojo de las historias. El rostro cambiante del consumidor y la sociedad: nuevas mujeres, nuevos hombres, nuevos adolescentes y nuevas familias. ¿Qué nos dice el nuevo entorno que cambia lo que creemos saber? Herramienta: SOCIAL PORTRAIT para descifrar estos cambios.
- La ESTRATEGIA & MINDSET de Innovación. Mirando más allá de lo obvio. Metodología de innovación a partir de tendencias (Trend-Driven-Innovation). Cambios en el consumo que Gatillan IDEAS.

- CONSUMER FORESIGHT: imaginando el futuro. Las tendencias del mañana que no siempre vemos hoy. Metodología de TRENDSPOTTING a partir de los cambios en los comportamientos, valores y prioridades de la sociedad y cultura. Inspiración en otras industrias y mercados para identificar drivers de cambio en el sector.
- Casos REALES de aplicación de trendhunting en casos

PARTICIPANTES

- Especialistas e Interesados en UX Research, UX Design, Investigación del Consumidor, Innovación, Disrupción Mental, Marketing Customer-Centric, Psicología del Consumidor, Consumer Insights.
- Ejecutivos de Marketing / Innovación & Estrategia que buscan desafiar y desafiar.



PROFESORA CRISTINA QUIÑONES

CEO y Fundadora de Consumer Truth, consultora pionera en Consumer Insights en Perú y LATAM. Realiza investigación y consultoría en INSIGHTS & Estrategias de Conexión con el cliente para empresas de servicios y consumo líderes en la región. Autora del Blog de Consumer Insights y Blogger en el principal diario de negocios del Perú GESTION. Conferencista Internacional. MBA. Master in Business Administration en Maastricht School of Management, The Netherlands y Escuela de Negocios CENTRUM Pontificia Universidad Católica del Perú.



SOLICITA
INFORMACIÓN



MATRÍCULATE
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 Lunes de 7:00 a 10:15 p. m.
ANÁLISIS CUANTITATIVO PARA LA TOMA DE DECISIONES	Tomás Minauro Latorre Miércoles 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.
FORECASTING, ADVANCED PLANNING Y SCHEDULING Y OPTIMIZACIÓN DE LA CADENA DE ABASTECIMIENTO	Christian Ramirez Jueves de 7:00 a 10:15 p. m.
GERENCIA DE COMPRAS Y ABASTECIMIENTO	Victor Tateishi Saito Martes de 7:00 a 10:15 p. m.
GERENCIA DE OPERACIONES	Aldo Bresani Miércoles de 7:00 a 10:15 p. m.*
GESTIÓN DE OPTIMIZACIÓN DE CENTRO DE DISTRIBUCIÓN Y TRANSPORTE	David Gallardo Yaya Lunes de 7:00 a 10:15 p. m.
INNOVACIÓN OPERATIVA & DYNAMIC DEMAND PLANNING	Fernando Maradiegue Tuesta Jueves de 7:00 a 10:15 p. m.
LEAN THINKING & TOOLS PARA PROCESOS DE BIENES Y SERVICIOS	Freddy Alvarado Vargas Miércoles de 7:00 a 10:15 p. m.
LOGÍSTICA NAVIERA	Carlos Figueredo Viernes de 7:00 a 10:15 p. m.
PLANEAMIENTO Y CONTROL DE PRODUCCIÓN	Aldo de la Cruz González Martes de 7:00 a 10:15 p. m.
SUPPLY CHAIN MANAGEMENT II. GESTIONANDO LA CADENA	Germán Velásquez Salazar Jueves de 7:00 a 10:15 p. m.

GESTIÓN DE PROCESOS

ANÁLISIS CUANTITATIVO PARA LA TOMA DE DECISIONES	Tomás Minauro Latorre Miércoles de 7:00 a 10:15 p. m.*
GESTIÓN DE LA MEJORA CONTINUA	Luis Bedoya Jueves de 7:00 a 10:15 p. m.
HERRAMIENTAS DE BPMN PARA EL MODELAMIENTO Y SIMULACIÓN DE PROCESOS	José Diaz León Lunes de 7:00 a 10:15 p. m.
INTEGRANDO OKR´S, KPI´S Y BSC PARA IMPULSAR LA ADAPTABILIDAD ESTRATÉGICA	Luis Fernández Aguilar Martes de 7:00 a 10:15 p. m.

Certificado de Especialización en:

GERENCIA DE PROYECTOS

GESTIÓN DE PROYECTOS

Peter Yamakawa Tsuja
Miércoles de 7:00 a 10:15 p. m.*

GESTIÓN DEL PORTAFOLIO DE PROYECTOS CON METODOLOGÍAS ÁGILES

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

HERRAMIENTAS PARA LA GERENCIA DE PROYECTOS

Luis Madrid Guerra
Martes de 7:00 a 10:15 p. m.



(*) Horario especial

HM

HORARIO MATUTINO

MPH

MODALIDAD
PRESENCIAL / HÍBRIDA

MW

MODALIDAD
WEEKEND

ADMINISTRACIÓN DE LA DEMANDA Y PLAN DE COMPRAS

Lunes 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 COMSUMIDOS (Manufactura, Producción, Planta): Modelo de Plan de Requerimiento de Materiales [MRP], Plan Agregado de la Producción [PCP], 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

ANÁLISIS CUANTITATIVO PARA LA TOMA DE DECISIONES

Miércoles de 7:00 a 10:15 p. m.

OBJETIVO

"No se puede gestionar lo que no se mide. Si usted no puede medirlo, no puede controlarlo. Si no puede controlarlo, no puede gestionarlo. Si no puede gestionarlo, no puede mejorarlo. La falta sistemática o ausencia estructural de estadísticas en las organizaciones impide una administración científica de las mismas. Hoy un ejecutivo de empresa, para gestionar procesos, para corregir problemas de calidad, para aumentar la productividad, para fijar precios, para mejorar el mantenimiento, para mejorar la cobranza de los créditos, para negociar, para tomar decisiones requiere si o si contar con datos estadísticos suficientes y fiables".

Con este propósito, el curso está especialmente diseñado para involucrarlos en forma progresiva en el campo del análisis de datos, aplicando herramientas cuantitativas básicas y centrando la atención en aquellos conceptos necesarios para la gestión y toma de decisiones.

TEMARIO

- Introducción a la estadística, sus campos de aplicación en la empresa.
- Revisión de conceptos básicos.
- Estadística descriptiva: presentaciones gráficas, tabulares y medidas numéricas.
- Introducción a la probabilidad y principales distribuciones de probabilidad.
- Muestreo y distribuciones de muestreo.
- Inferencia estadística: procesos de estimación y de prueba de hipótesis.
- Análisis de regresión lineal y Pronóstico.
- Aplicaciones al marketing y a la gestión de personal.
- Aplicaciones a la producción y a las finanzas.
- Uso del MS Excel para todos los cálculos y análisis realizados.

* Requiere de tener Excel instalado.

PARTICIPANTES

Dirigido a profesionales de todas las áreas, quienes requieren para su desarrollo profesional conocimientos básicos del análisis científico de datos para tomar decisiones.



PROFESOR TOMÁS MINAURO LATORRE

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.

* El curso inicia el miércoles 1 de febrero de 2023

* El día viernes 3 de febrero se dictarán clases.



SOLICITA
INFORMACIÓN



MATRICÚLATE
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**



**MATRÍCULATE
AHORA**

FORECASTING, ADVANCED PLANNING Y SCHEDULING Y OPTIMIZACIÓN DE LA CADENA DE ABASTECIMIENTO

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

OBJETIVO

Proporcionar conceptos y herramientas analíticas de planeamiento avanzado - simulación, predicción y optimización - que permita a los tomadores de decisión de la cadena de suministros identificar las compensaciones (nivel de servicio vs. costo de servir) cuantitativamente para tomar decisiones alineadas con los objetivos del negocio.

TEMARIO

- Construcción de un marco teórico para analizar la cadena de suministro.
- Planificación de la demanda: principios y diseño según la industria.
- Pronóstico de la demanda: modelos de pronósticos, selección de modelos, indicadores de medición de error. Buenas prácticas.
- Administración de la incertidumbre en una cadena de suministro: inventario de seguridad en distintos modelos de reaprovisionamiento.
- Simulación de escenarios de modelos de reaprovisionamiento. Optimización de parámetros según niveles de servicio.
- Planeamiento avanzado de planes y programas de producción.
- Planeamiento integrado de la cadena de suministro (S&OP/IBP).

PARTICIPANTES

Está dirigido a profesionales de todas las áreas de la empresa que deseen conocer y profundizar en el planeamiento avanzado de la cadena de suministros y su impacto en la rentabilidad y flujo de cada negocio.



PROFESOR CHRISTIAN RAMÍREZ

Director Ejecutivo de Black Andes Analytics. Se ha desempeñado como Managing Director & Principal Consultant en End-to-End Analytics. Se desempeñó como Supply Chain Project Manager, Head of Commercial Planning y Demand Manager en empresas nacionales y extranjeras. Executive MBA por el IAE Business School, Argentina. MicroMasters in Supply Chain Management, MITx, Massachusetts Institute of Technology. Certificado (CSCP) Certified Supply Chain Professional, APICS, American Production and Inventory Control Society.



**SOLICITA
INFORMACIÓN**



**MATRÍCULATE
AHORA**

GERENCIA DE COMPRAS Y ABASTECIMIENTO

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

OBJETIVO

Preparar a los participantes para el manejo gerencial del área de compras utilizando técnicas avanzadas de gestión dentro del marco de la alta competencia y globalización de los mercados.

TEMARIO

- La administración logística y la importancia de las compras en el marco de la logística integrada en un mercado competitivo. El real entendimiento de una buena compra técnica y la calidad del producto desde la perspectiva de las compras.
- Las compras como elemento generador de gastos. Los costos logísticos. La gerencia de compras y su responsabilidad en la generación de utilidades.
- Investigación de mercados para compras. La administración de proveedores. La relación proveedor-comprador. Paradigmas.
- La negociación efectiva. Fundamentos y preparación para negociar con los proveedores. Taller de negociación.
- Las compras del sector público y de las empresas del Estado. Las compras internacionales.
- Estrategia de compras y abastecimiento. Estrategias en la planificación de las compras. Su importancia en la previsión de los requerimientos, para el apoyo a la estrategia empresarial y para hacer frente a los cambios del entorno.

PARTICIPANTES

Está orientado a los profesionales dedicados al área logística, especialmente compras.



PROFESOR

VICTOR TATEISHI SAITO

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



**SOLICITA
INFORMACIÓN**



**MATRICÚLATE
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. El cliente es cada día más exigente y la competencia es mayor, porque 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 ALDO BRESANI

Empresario. Director de Programas Institucionales y Director Ejecutivo del Centro de Desarrollo Emprendedor de ESAN, Director de B3 FD SAC, consultor en Calidad, Logística, Supply Chain, Estadística, Asociaciones Publico Privadas y Valorización de Empresas. Ph. D. en Ciencias Administrativas por ESADE, Barcelona. Magister en Administración en ESAN. Master of Science en Ingeniería Eléctrica, Master of Science en Ingeniería de Sistemas por U. S NPS California.

* El curso inicia el miércoles 1 de febrero de 2023

* El día viernes 10 de febrero se dictarán clases en el mismo horario.



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 se desempeña como Gerente General de A1 Business Solutions. 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. Black Belt en Six Sigma. Especialidad en Gestión de Calidad y Operaciones.



**SOLICITA
INFORMACIÓN**



**MATRICÚLATE
AHORA**

GESTIÓN DE OPTIMIZACIÓN DE CENTRO DE DISTRIBUCIÓN Y TRANSPORTE

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

OBJETIVO

- Desarrollar en los alumnos herramientas que les permitan elaborar planes para optimizar procesos y mejorar el nivel de servicio de las áreas de almacenes y transporte.
- Identificar las principales tecnologías y su impacto en la optimización de los procesos de transporte y centros de distribución.

TEMARIO

- Fundamentos básicos | Capacidades estáticas y dinámicas. Matriz R3I2.
- Excelencia operacional: Procesos operativos y modelo de referencia.
- Tools de capacidad estática: densidad de almacenamiento y Slotting.
- Tools de capacidad dinámica: Throughput, Headcount, Equipos de manipulación.
- Diseño de centros de distribución: dimensionamiento y equipamiento.
- Tecnologías aplicadas. WMS, TMS, WCS y WES.
- Gestión de rutas, métodos de entrega, modelos colaborativos.

PARTICIPANTES

Dirigido a gerentes, jefes, supervisores, coordinadores y ejecutivos relacionados a temas de cadena de suministros, almacenes, transporte, distribución, logística y operaciones.



PROFESOR DAVID GALLARDO YAYA

Actualmente es Gerente de Logística en CuidaCo. | Grupo BRECA, Socio director de E3 Consulting Group, empresa de consultoría y asesoría en Supply Chain.

Magister en Supply Chain Management por ESAN. Máster en Supply Chain Management & Technology por la Universidad La Salle, España. Especializado en: Warehouse Operations por Georgia Tech, USA; Warehousing & Last Mile Distribution por University of Hull – Logistic Institute, UK Transformación Digital – MIT, USA; Supply Chain & Logistics Management por Ohio State University, USA y Logistics Operations por Avtoritas. Programa de Alta Especialización en Supply Chain Management por ESAN.



SOLICITA
INFORMACIÓN



MATRÍCULATE
AHORA

GESTIÓN DE PROYECTOS

Grupo 1: **Miércoles de 7:00 a 10:15 p. m.**
Grupo 2: **Martes y jueves de 7:00 a 8:30 a. m.**

HM HORARIO MATUTINO

OBJETIVO

El curso proporciona los conceptos fundamentales y las metodologías de la Gerencia de Proyectos mediante el conocimiento, habilidades, herramientas y técnicas aplicados en casos prácticos según el PMBOK, incluyendo la nueva versión del estándar para la Gestión de Proyectos (PMBOK Séptima Edición) publicado por Project Management Institute (PMI). La principal novedad que incluye el nuevo estándar es el enfoque en principios -no en procesos- que ayudarán a cualquiera que dirija un proyecto independientemente de la metodología aplicada para ello.

TEMARIO

- Fundamentos y principios de la gerencia de proyectos.
- ¿Qué debo considerar para que mi proyecto pueda ser exitoso?
- ¿Por qué fracasan los proyectos?
- ¿Qué debo considerar para iniciar, planificar, ejecutar, controlar y cerrar un proyecto?
- Los doce principios de la gestión de proyectos y ocho dominios de desempeño del proyecto según la 7ª Edición PMBOK.
- Las 10 áreas de conocimientos de la gestión de proyectos.
- Las herramientas y mejores prácticas de la gerencia de proyectos.
- Análisis y discusión de casos prácticos y reales de gerencia de proyectos internacionales y nacionales provenientes de la Universidad de Harvard y de ESAN.

PARTICIPANTES

Dirigido a profesionales de todas las áreas que estén desarrollando proyectos y deseen convertirse en líderes de su empresa.

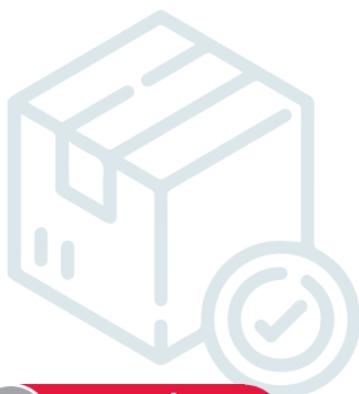


PROFESOR PETER YAMAKAWA TSUJA

Decano de la Escuela de Negocios de ESAN. Experiencia en la dirección y manejo de proyectos de telecomunicaciones en empresas de prestigio. Ha sido asesor del presidente del Poder Judicial y de prestigiosas empresas públicas y privadas. Ph. D. y MSc en Ingeniería de Telecomunicaciones por la Universidad de Osaka. MBA por ESAN. PMP. Ha obtenido las certificaciones profesionales PgMP, PMP y RMP del Project Management Institute (PMI).

* Para el grupo 1, las clases inician el miércoles 1 de febrero y para el grupo 2, las clases inician el jueves 2 de febrero

* La evaluación final para el grupo 1 será el viernes 17 de marzo y para el grupo 2 el domingo 19 de marzo a las 19:00 horas.



**SOLICITA
INFORMACIÓN**

**GRUPO
1**

**GRUPO
2**



**MATRICÚLATE
AHORA**

GESTIÓN DEL PORTAFOLIO DE PROYECTOS CON METODOLOGÍAS ÁGILES

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

OBJETIVO

Vivimos rodeados de proyectos. Los tenemos en casa y en el trabajo. Prácticamente todas las organizaciones gestionan proyectos, ya sea de manera formal o informal. La gestión de proyectos ofrece a las organizaciones (y a las personas) el lenguaje y los marcos de trabajo para alcanzar el objetivo a través de parámetros de planificación, ejecución y control. Sin embargo, todos los proyectos se gestionan de la misma manera.

Las difíciles circunstancias actuales originadas por la pandemia, los escenarios internacionales y nacionales convulsos; el incremento del costo de las materias primas y la interrupción de las cadenas de suministro; han marcado un antes y un después en la estrategia de toda organización (y de las personas). Esto originó un aumento en la cantidad de proyectos en los portafolios, específicamente de proyectos de innovación. ¿Por qué? porque la oportunidad, para salir de la crisis, está en la adopción de los desarrollos tecnológicos que provee la cuarta revolución industrial para transformarnos digitalmente. Por ello, el nuevo portafolio de proyectos debe ser gestionado con un nuevo planteamiento ágil y colaborativo.

Un nuevo enfoque para gestionar proyectos requiere una nueva mentalidad y nuevas habilidades. Por lo tanto, aprenderemos una metodología ágil al aplicarla en la gestión real de un proyecto. Esta metodología es resultante de combinar la gestión tradicional de proyectos con la gestión ágil. La metodología tiene como pilares los principios del PMBOK, útil para proyectos con poca incertidumbre y los principios de SCRUM, útil para proyectos ágiles; lo que nos sitúa en la zona intermedia.

El curso se desarrolla de manera on-line con actividades virtuales y colaborativas. El estudiante conocerá y entrenará un marco ágil de trabajo. Empezaremos conociendo como se vive en el ala ágil de las organizaciones. Aplicaremos la metodología gestionando un proyecto real. Trabajaremos con células ágiles, aprenderemos a presentar resultados a un comité desde el inicio del proyecto, a cómo reportar los avances y cómo obtener retroalimentación. Aprenderemos cómo planificar los backlogs y cómo gestionar los compromisos; sobre todo trabajando de manera virtual y colaborativa. La comunicación del equipo es un pilar fundamental,

aplicaremos el sistema Kanban soportado en herramientas como Trello o Planner.

Al finalizar el curso el estudiante será capaz de agregar agilidad a la ejecución de sus proyectos mejorando su capacidad de gestión, es decir, de planificación, ejecución y control.

Bienvenidos a una nueva forma de gestionar proyectos que tanto valora el mercado y las empresas

TEMARIO

- De la planificación estratégica hasta el portafolio de proyectos.
- La priorización de proyectos y el mantenimiento del portafolio.
- Cómo se vive la gerencia de proyectos en el marco del PMBOK y en el marco de SCRUM.
- El comité de gestión y el control de proyectos estratégicos. Comprender los diferentes roles de las partes interesadas.
- La gestión de proyectos aplicada a proyectos de innovación.
- Organizaciones duales: Células ágiles y mesas de trabajo.
- Del brief a la ficha del proyecto.
- Una metodología ágil de trabajo: PMBOK + SCRUM.
- Gestión de los elementos "fundamentales" en cada etapa del ciclo de vida de los proyectos.
- Visual Management para asegurar la ejecución y control del proyecto: Los principios de Kanban aplicados en Trello o Planner.
- Cómo reportar al comité siguiendo los principios ágiles.
- Reuniones de planificación de backlog y sprints, reuniones de revisión de sprint, las reuniones "diarias" o daily meeting y las reuniones de retrospectiva.
- Agile no es suficiente: La importancia de la gestión por compromisos y de transformación de una organización tradicional en una organización ágil.

PARTICIPANTES

El curso está dirigido a personas encargadas de ejecutar proyectos, responsables de la PMO que deseen ampliar su gestión de proyectos, gerentes de proyectos que están en la zona intermedia entre la gestión tradicional y la gestión ágil, equipos de trabajo que necesitan una herramienta para tener un lenguaje común cuando ejecutan proyectos. También para personas que participan en comités responsables de la ejecución de la cartera de proyectos del plan estratégico empresarial y/o planes operativos. Y, a todo profesional que desee conocer y entrenar como gestionar proyectos de manera ágil, virtual y colaborativa. Una nueva competencia que todo profesional debe desarrollar.

PROFESOR



GUSTAVO ORTEGA UBILLUS

Consultor en procesos y estrategia. Gerente de proyectos de la consultora STIGOU. Centra su investigación en las metodologías que las empresas utilizan para gestionar proyectos, procesos y servicios para conseguir eficiencias operativas de manera ágil y eficiente. Ha diseñado un marco para gestionar proyectos de manera ágil. Magister por UPC. Posgrados en Gerencia de Sistemas y TI.



**SOLICITA
INFORMACIÓN**



**MATRICÚLATE
AHORA**

HERRAMIENTAS DE BPMN PARA EL MODELAMIENTO Y SIMULACIÓN DE PROCESOS

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

OBJETIVO

- Mostrar y aplicar las herramientas software para realizar un apropiado modelamiento y simulación de los procesos basado en estándares de aplicación global.
- Conocer la importancia del software BPMN en el modelamiento de procesos y su documentación en las organizaciones públicas y privadas.
- Diagramar modelos de procesos en formatos AS IS y TO BE para simulaciones comparativas previos a su implementación en herramienta BPMN 2.0.
- Utilizar los flujos de procesos para detectar los puntos de control y gestión de indicadores que permitirán a las empresas tener un mejor control de sus resultados.

TEMARIO

— Organizaciones orientadas a procesos.

- Organizaciones funcionales vs. organizaciones orientadas a procesos.
- La innovación en los procesos mejorados.
- Uso intensivo de las TICs en la reingeniería de procesos.
- Etapas del BPM: modelamiento, simulación y automatización.
- ¿Por qué BPM es la mejor manera de implementar la transformación digital?

— Ficha de Proceso Básica (FPRB). ¿Qué es una herramienta BPM y cuál es el beneficio en una organización?

- Para qué se usa y la utilidad de las herramientas BPM.
- Ciclo de vida de un BPM y nomenclatura BPMN 2.0.
- Elementos BPMN extendidos: subprocesos, representación de for each y do while, tipos de tareas, tipos de eventos de inicio, intermedios y de fin. Representación de orquestación y coreografía.
- Ciclo de implementación de un software BPM.

— Taller práctico de modelamiento en la gestión por procesos.

- Talleres de BPMN con BPM modeler: casos prácticos.
- Modelado de procesos de negocio usando BPMN.
- Elementos BPMN básicos: objetos de flujo, datos, conectores, poles, lanes y artefactos.
- Documentación del proceso con Bizagi: roles, atributos de las actividades.
- Gateways (pasarelas): OR versus AND versus XOR basado en datos versus XOR basado en eventos. Flujos de excepción.
- Taller de design thinking para detección de problemas, propuestas de mejora y preparación de prototipos.
- Modelamiento del AS IS casos reales. Establecimiento de puntos de control. Gestión de indicadores.
- Modelamiento del TO BE. Propuesta de proyectos de mejora de procesos.
- Taller práctico de simulación de procesos. Fundamentos de simulación de procesos: objetivos y beneficios de la simulación. Estándar BP Sim y los niveles de simulación.

— Taller práctico de simulación de procesos.

- Fundamentos de simulación de procesos: objetivos y beneficios de la simulación. Estándar BP Sim y los niveles de simulación.
- Validación del proceso. Definición de variables a medir. Ejercicios prácticos.
- Análisis de tiempo. Ejercicios prácticos.
- Análisis de recursos. Ejercicios prácticos.
- Análisis de calendarios. Ejercicios prácticos. Parámetros BPSim: tiempo, recursos, costo, prioridad.
- Análisis what if. Comparación de escenarios. Casos Integrales.

PARTICIPANTES

- Profesionales del sector público o privado con responsabilidades directas en la gestión de procesos operativos y/o administrativos.
- Directores y jefes de proyectos, consultores y profesionales encargados del gestionar procesos dentro de la organización.
- Funcionarios involucrados en mejora de procesos que se desarrollan en las instituciones gubernamentales.
- Profesionales vinculados con mejoras de procesos y Transformación Digital.



PROFESOR JOSÉ DÍAZ LEÓN

Experto en gestión de Procesos y Gerenciamiento de Proyectos. Asesor Internacional para Mejoramiento de procesos e Implementación de soluciones organizacionales bajo BPMN para el Ministerio de Hacienda de República Dominicana.

Ph. D (c) en Ingeniería Informática por la Universidad del País Vasco, España. Maestría en Gestión de Tecnologías de la Información de doble grado por la Universidad ESAN y la Universitat Ramon Llull, España. Maestría en Administración de Empresas por la Universidad de Deusto, España.



**SOLICITA
INFORMACIÓN**



**MATRICÚLATE
AHORA**

HERRAMIENTAS PARA LA GERENCIA DE PROYECTOS

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

OBJETIVO

Brindar una capacitación práctica que revise los conceptos de gestión proyectos de enfoques metodológicos como el PMBOK del PMI, Lean Project Management y Agiles, utilizando una herramienta de planificación y control como MS Project, y otras herramientas complementarias relacionadas a áreas de conocimiento específicas como gestión de Alcance, Riesgos, Calidad, Last Planner System-Lean Construcción, innovación y Scrum, entre otras, de tal manera que se adquieran las habilidades y conocimientos requeridos para aplicar todas estas concepciones y herramientas a proyectos reales.

TEMARIO

- Visión general de la administración de proyectos PMBOK-PMI, Lean Project Management y Agile.
- MS Project y otras herramientas de gestión de proyectos.
- La Planificación del proyecto.
- La planificación del alcance, Planificación del Producto y Planificación de las áreas de conocimiento para la Gestión del proyecto:
- La planificación de la calidad, los recursos, las comunicaciones, las adquisiciones y los interesados del proyecto.
- La planificación de riesgos, Montecarlo y herramientas de soporte.
- MS Project y otras herramientas para gestionar el EDT.
- La planificación del plazo del proyecto, MS Project, diagramas de red, Gantt, medidas de protección del cronograma.
- La planificación del costo, el presupuesto, las reservas de protección del presupuesto, MS Project y otras herramientas de presupuestación de proyectos.
- Las líneas base.
- Seguimiento y control del proyecto, seguimiento de las líneas base, Ms Project, Gantt de seguimiento y Técnica del valor ganado.

- Replanificación del proyecto y MS Project.
- Reportes e informes MS Project.
- Last Planner System - Lean Construction, indicadores PPC y CNC, gestión de restricciones, MS Project y otras herramientas de soporte a Lean Project Management.
- Scrum y Proyectos ágiles, Scrum, Diagramas Burn Down y Burn Up Chart, y herramientas de soporte.

Revisión de proyectos de investigación de otras herramientas de soporte a la gestión de proyectos.

PARTICIPANTES

Dirigido a Gerentes de proyectos, ejecutivos, técnicos o funcionales que participan en proyectos de cualquier naturaleza, así como interesados en general en este tipo de herramientas y su beneficio para la gestión de proyectos.



PROFESOR LUIS MADRID GUERRA

Consultor de empresas locales e internacionales, socio y gerente general de Executive Planning Systems del Perú y Altinsa. Experiencia en la gestión de proyectos empresariales relacionados a la implementación de proyectos de tecnologías de información, construcción y emprendimientos empresariales. MBA por ESAN. Especialización en Gestión de Proyectos y Tecnologías de la Información en Brasil, México y EE. UU.



SOLICITA
INFORMACIÓN



MATRÍCULATE
AHORA

INNOVACIÓN OPERATIVA & DYNAMIC DEMAND PLANNING

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

OBJETIVO

- Aprender del modelo de innovación operativa en la planificación "cadena dinámica" para incorporar efectivamente el planeamiento de la demanda, en función del comportamiento de compra del cliente.
- Definir los criterios y estrategias de segmentación del portafolio de productos para su aplicación en el sistema de planeamiento de demanda diferenciado.
- Replicar el modelamiento de gestión usando DDMRP la gestión de la demanda real, bajo el esquema Pull de reposición por consumo.

TEMARIO

- Introducción a las estrategias en cadena dinámica y su incorporación a la excelencia operativa. Basado en la variabilidad de la demanda y el nuevo entorno económico Post Covid para la respuesta efectiva a clientes.
- Revisión práctica de principios en: Planeación de ventas y operaciones, (S&OP); Pasos del proceso de pronóstico y planeación de la demanda; Tendencias y beneficios S&OP.
- Taller de documentación y monitoreo, desarrollo de formato agenda S&OP y KPIs críticos.
- Hoshin Kanri y 4Qs para el seguimiento de las iniciativas de la operación en la cadena dinámica y SCM.
- Estrategias de segmentación por cuadrante y producto, para su aplicación en el sistema de planeamiento de la demanda diferenciado; Modelamiento y diseño de procesos "TO BE" a implantarse.
- Modelamiento DDMRP focalizado demanda real, bajo el esquema Pull de reposición por consumo, sincronizado a lo largo de toda la cadena de suministro.
- Enfoque a la mejora continua a través de la metodología de proyectos A3.

PARTICIPANTES

El curso está dirigido a los empleados y ejecutivos de las áreas de Abastecimiento y Comercial que necesiten mejorar y fortalecer temas 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 prácticos "La Replica" en sus operaciones de planificación en la cadena de suministros.



PROFESOR

FERNANDO MARADIEGUE TUESTA

Actualmente es gerente general de Lean Perú consultora especialista en capacitaciones en operaciones y logística; Lean & TPM y Six Sigma, la misma viene capacitando a empresas nacionales e internacionales.

Black Belt en proceso de recertificación. Magister en Dirección Logística y Distribución Comercial, Estrategia y ejecutor de cadenas de suministro dinámicas. Posgrado en Marketing y Maestría en SCM por ESAN. Se ha desempeñado funciones ejecutivas y gerenciales en empresas Internacionales.



SOLICITA
INFORMACIÓN



MATRICÚLATE
AHORA

INTEGRANDO OKR'S, KPI'S Y BSC PARA IMPULSAR LA ADAPTABILIDAD ESTRATÉGICA

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

OBJETIVO

Nunca antes hemos experimentado tal velocidad de cambio. Las empresas requieren rastrear sistemáticamente tendencias, fijar metas de manera ágil, ejecutarlas buscando generar valor en tramos cortos, evaluar continuamente los resultados y adaptar dichas metas a partir del aprendizaje logrado.

En tal situación, no basta aplicar las técnicas convencionales de gestión estratégica y operacional, sino que es necesario evolucionar hacia un nuevo paradigma: la agilidad adaptativa.

Este curso tiene como propósito desarrollar competencias para implementar modelos de gestión y ejecución, empleando una integración de herramientas metodológicas modernas como OKRs y Scrum, con otras de mayor madurez como BSC y KPIs, entre otras. El resultado es un circuito metodológico simple que se viene aplicando en diversas organizaciones, con y sin fines de lucro.

TEMARIO

- **Matriz de Ansoff con los 3 Horizontes de Crecimiento de McKinsey (AN3H).** Analizar los productos y mercados actuales (As Is), así como los que podrían considerarse para desarrollar (To Be) mediante el plan estratégico para ubicarse en una posición de ventaja competitiva. Aplicar el criterio 70-20-10 al asignar recursos.
- **Canvas de Valor de Blue Ocean Strategy y Matriz ERIC (CBOS).** Priorizar los factores de valor que se vienen ofreciendo a los clientes actuales y lo que ofrece la competencia (As Is). Definir los cambios a dichos factores (To Be) para crear una formulación de valor que haga irrelevante a la competencia.
- **Matriz de objetivos BSC y diagnósticos FODA (MODI).** Identificar los elementos externos e internos de más alta importancia estratégica: La fortaleza o capacidad distintiva, la más grande oportunidad, la debilidad más grave, la amenaza más peligrosa. Diseñar objetivos que mitiguen los aspectos negativos del diagnóstico anterior, y los aprovechen aquellos que son positivos.

- **Matriz de Indicadores por Objetivo (MIXO).** Establecer Objetivos de desempeño y definir los KPI's que mejor representen el avance en el logro de dichas intenciones. Luego, fijar valores para las metas de desempeño, en forma de rangos, para actividades operacionales, o en forma de resultados clave (OKR's) para actividades de transformación.
- **Portafolio de OKRs Anual (POKA).** Diseñar un plan con OKRs precisos y de alto valor para el muy corto plazo y OKRs tentativos y ambiciosos para el largo plazo. Establecer una arquitectura de objetivos balanceados que cubran las perspectivas esenciales según el modelo BSC u otros ejes de agrupación.
- **Tablero de Gestión de la Transformación (TGTR).** Definir los medios de control o monitoreo de los OKRs para el trimestre inmediato, tomando del plan estratégico el bloque de OKRs más cercano y adaptándolo a los eventuales cambios externos o internos. Definir como disponer adaptar la herramienta para disponer de un tablero de gestión de procesos.
- **Herramientas complementarias:** Ficha de Indicador (FIND); Ficha de Iniciativa (FINI); Check List de Gestión Estratégica Trimestral (CGET).

PARTICIPANTES

Dirigido a emprendedores e interesados en implementar un modelo de gestión que impulse a las organizaciones o áreas a su cargo hacia la agilidad y la adaptabilidad. También encontrarán valor los especialistas en metodologías ágiles para gestión de proyectos, analistas de control de gestión, analistas de planeamiento y los responsables de modelos de gestión que requieran ampliar sus conocimientos en gestión estratégica aplicando técnicas modernas.



PROFESOR LUIS FERNÁNDEZ AGUILAR

Fundador de Metodologías + Soluciones (M+S). MBA por la U. del Pacífico. Posgrado en el Programa de Alta Dirección por la U. de Piura. 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**

LEAN THINKING & TOOLS PARA PROCESOS DE BIENES Y SERVICIOS

Miércoles de 7:00 a 10:15 p. m.

OBJETIVO

Desarrollar en el participante las competencias, para el entendimiento y aplicación del pensamiento "Lean" y sus herramientas en los procesos de transformación de bienes y servicios, con la finalidad de eliminar la "muda" (desperdicio en japonés) y todo aquello que no agrega valor en los procesos que conforman las operaciones de la cadena de suministro o "Supply Chain". En ese sentido, esta metodología busca desarrollar la Filosofía Lean en la organización y aplicación de herramientas para incrementar la productividad, optimizar los costos, agilizar los procesos mediante la reducción del "lead time". Asimismo, crear una conciencia y habilidad en el participante para hacer del "lean" una manera de enfrentar problemas cotidianos con un enfoque de mejorar el servicio al cliente e incremento de la excelencia operativa, considerando, las tendencias Lean 4.0.

TEMARIO

- El pensamiento "lean" dentro de las filosofías o metodologías para la mejora continua.
- Cómo enfocar un proyecto Lean en las organizaciones. Coyuntura actual y lo que pide el mercado. El impacto de las mudas en las organizaciones.
- Cadena de valor, tipos de procesos, características y su relación con el producto.
- Las "5S": Seri - Seiton - Seiso - Seiketsu - Shitsuke.
- Las estrategias "push" y "pull" en operaciones y su relación con la filosofía lean.
- Balanceando la línea aplicando "TAKT time", "tiempo de ciclo" y Heijunja como técnicas para ajustar la capacidad operativa según la demanda.
- El Justo a Tiempo, SMED y el Kanban como filosofía y herramientas para la aplicación de estrategias de manufactura esbelta y procesos ágiles.

- La técnica Value Stream Mapping o mapa de la cadena de valor actual y futuro (Taller).
- El "Kaizen", PokaYoke y TPM como filosofía y método para el mejoramiento continuo de las operaciones. Técnicas de medición de procesos.
- Gestión de riesgos en los procesos aplicando el análisis AMFE.
- Tendencias LEAN 4.0 para el aumento de la eficiencia y agilidad de los procesos.
- Desarrollo de un Plan de Trabajo Lean para la obtención de ahorros y agilidad de los procesos.

PARTICIPANTES

Dirigido a ejecutivos de las áreas de operaciones de compañías de bienes y servicios, almacenamiento o distribución; así como ejecutivos y gerentes de otras áreas de la compañía que estén interesados en desarrollar sus competencias en metodologías de optimización y mejora de procesos, como fuente de diferenciación del servicio al cliente.



PROFESOR FREDDY ALVARADO VARGAS

MBA con mención en Dirección General y PADE de Administración por ESAN. Certificado Internacional Black Belt Six Sigma por ESAN - Wyrick, EE. UU. Ciberseguridad Centro J. Perry, EEUU, Transformación Digital (MIT). Experiencia gerencial en operaciones, logística y tecnologías de la información en empresas del rubro industrial, retail, servicios y telecomunicaciones en empresas.



SOLICITA
INFORMACIÓN



MATRÍCULATE
AHORA

LOGÍSTICA NAVIERA

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

OBJETIVO

Al culminar el curso, los participantes estarán en capacidad de gestionar la carga marítima internacional en contenedores, administrando sus exportaciones e importaciones, de manera eficiente. Podrán supervisar el servicio de naves y agencias de carga, teniendo en cuenta el costo, tiempo y riesgo de la "international maritime supply chain management".

TEMARIO

- Transporte marítimo mundial.
- Compañías navieras.
- Buques portacontenedores.
- Contrato de transporte.
- Contenedores marítimos.
- Técnicas de cubicación.
- Fletes exclusivos FCL.
- Fletes consolidados LCL.
- Agencias de carga.
- Cotización de fletes.
- Reservas de carga.
- Conocimiento de embarque.
- Depósito naviero.
- Terminal de contenedores.

PARTICIPANTES

Dirigido a todas aquellas personas que deseen conocer y especializarse en la logística del transporte marítimo internacional de mercaderías en contenedores. Así mismo a compañías navieras, terminales portuarios, agencias marítimas, agencias de aduana depósitos temporales, agencias de carga y operadores interesados en mejorar el nivel de servicio a su portafolio de clientes y socios comerciales.



PROFESOR CARLOS FIGUEREDO

Maestría en relaciones internacionales (UPCV); Oficial de marina mercante (ESNA); Agente de aduanas (SUNAT); Especialista en Almacenes y CD (ESAN); Administrador de empresas (ULIMA); Experto en comercio exterior (ADEX); CEO de "Forwarders Group" agentes de aduana & carga; con más de 8,000 horas como "coaching" de empresas de negocios globales.



**SOLICITA
INFORMACIÓN**



**MATRICÚLATE
AHORA**

PLANEAMIENTO Y CONTROL DE LA PRODUCCIÓN

Martes 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

Ejecutivo con experiencia en las áreas de Auditoría, Procesos, Logística, Proyectos y Operaciones. Trainer en "the fresh connection", simulador holandés de SCM. MBA por ESAN. Ingeniero Industrial por la PUCP, con especialización en Logística, y Gestión de Proyectos PMBOK, Control Patrimonial y Auditoría.



**SOLICITA
INFORMACIÓN**



**MATRÍCULATE
AHORA**

SUPPLY CHAIN MANAGEMENT II. GESTIONANDO LA CADENA

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

OBJETIVO

El curso proporcionará a los participantes las herramientas necesarias para la definición de mecanismos de gestión considerando el futuro de la Cadena de Abastecimientos, enfatizando sobre los cinco procesos de la cadena de abastecimiento (Plan, source, make, delivery, return): servicio al cliente; administración del tiempo logístico; procesos integradores de la empresa; gestión en confianza; y, megatendencias. El diseño de esta arquitectura de gestión mediante diagramas radiales permitirá a los participantes:

- Determinar y manejar un conjunto de indicadores de: calidad, velocidad, productividad y financieros.
- Plantear los procesos de toma de decisiones que corresponderá a la revisión periódica del indicador.
- Desarrollar modelos de gestión empleando indicadores contrastándolos con las mejores prácticas del futuro del management global.

TEMARIO

- Megatendencias: El futuro de la Cadena de Abastecimientos. Influencia e impactos de la urbanización, el envejecimiento, la regulación, la clase media, la tecnología en la gestión de la Cadena.
- Indicadores. El proceso de toma de decisiones. La cadena de abastecimientos y el objetivo de la empresa. ¿Qué son y para qué sirven?
- La planificación estratégica de la cadena de abastecimientos. Selección de Indicadores vinculados a la planeación. Vínculos de la organización con los indicadores de planeamiento. Conociendo el futuro.
- El abastecimiento y su rol en los costos logísticos. Impacto de las decisiones de compras. Indicadores y replanishment del abastecimiento. El difícil ejercicio de comprar bien!

- La transformación del producto en la empresa. El proceso de calidad continua y su impacto en la organización. Planteamiento de indicadores en empresas manufactureras y de servicios. Reduciendo costos mediante el control?
- La distribución y el cumplimiento con el cliente. Objetivos y costos vinculados a la distribución. Indicadores de distribución vinculados a la empresa y al cliente.
- La entrega del producto con características, oportunidad y condiciones definidas.

PARTICIPANTES

Dirigido a profesionales y ejecutivos con responsabilidades en las áreas de planeamiento corporativo, cadena de abastecimiento, logística, gestión 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.



SOLICITA
INFORMACIÓN



MATRÍCULATE
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

AGILE MANAGEMENT: APLICANDO SCRUM EN EQUIPOS Y OTROS MÉTODOS DE AGILIDAD ORGANIZACIONAL – GRUPO 1

Arturo Valencia Castro
Martes de 7:00 a 10:15 p. m.

AGILE MANAGEMENT: APLICANDO SCRUM EN EQUIPOS Y OTROS MÉTODOS DE AGILIDAD ORGANIZACIONAL – GRUPO 2

Arturo Valencia Castro
Martes y jueves de 7:00 a 8:30 a. m.

HM

ARQUITECTURA DE SOLUCIONES CON TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN

Omar José Osorio Rodríguez
Jueves de 7:00 a 10:15 p. m.

DATA SCIENCE Y ANALYTICS EN LAS ESTRATEGIAS B2B

César Cam Gensollen | Ethel Bazán
Lunes de 7:00 a 10:15 p. m.

GERENCIA EFECTIVA DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN

Eddy Morris Abarca
Domingo de 8:30 a. m. a 1:30 p. m.

MW

INTELIGENCIA DE NEGOCIOS (BUSINESS INTELLIGENCE)

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

METODOLOGÍAS DE INNOVACIÓN DIGITAL APLICADO A TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN

Omar Crespo Delgado
Martes de 7:00 a 10:15 p. m.



(*) Horario especial

HM

HORARIO MATUTINO

MPH

MODALIDAD
PRESENCIAL / HÍBRIDA

MW

MODALIDAD
WEEKEND

AGILE MANAGEMENT: APLICANDO SCRUM EN EQUIPOS Y OTROS MÉTODOS DE AGILIDAD ORGANIZACIONAL

Grupo 1: **Martes de 7:00 a 10:15 p. m.**

Grupo 2: **Martes y jueves de 7:00 a 8:30 a. m.**

HM HORARIO MATUTINO

OBJETIVO

Proporcionar a los participantes una guía sólida hacia los métodos y marcos de trabajo de la agilidad como Scrum y SAFe, incluyendo principios y aspectos prácticos de implementación. Se pondrán a prueba desafíos de exploración y puesta en marcha de productos usando la agilidad desde el nivel de equipos hasta marcos de escalamiento para procesos de transformación empresarial. Se revisarán a detalle los roles, procesos, artefactos y métricas de la agilidad, en combinación con capacidades técnicas que permiten acelerar el time to market, mejorar la experiencia del cliente y contribuir con la mejora en innovación, impulsando además una cultura ágil con adopción organizacional.

TEMARIO

- Revolución Industrial 4.0 y tecnologías exponenciales.
- Nuevas demandas, nuevos clientes, nuevas tendencias.
- Enfoque predictivo vs. enfoque adaptativo.
- Agilidad: evolución, fundamentos y valores.
- Principios, métodos, roles y marcos de trabajo ágil.
- Aplicando scrum, incluyendo roles, artefactos y ceremonias.
- Diferenciando en la práctica design thinking, lean startup y scrum.
- Gobierno bimodal para equipos, programas y portafolios.
- Dominios de la agilidad empresarial y escalamiento.
- iAporte de la transformación ágil a la transformación digital.
- Hoja de ruta de la transformación ágil organizacional.
- Desarrollo del talento ágil.
- Gestión del cambio y liderazgo ágil.

PARTICIPANTES

Directivos, ejecutivos, colaboradores y emprendedores relacionados con la transformación ágil de sus organizaciones, de sus procesos, productos y servicios, emprendimientos de nuevas iniciativas y negocios.



PROFESOR

ARTURO VALENCIA CASTRO

Senior Manager en NTT DATA (antes everis) con responsabilidades de gestión de negocios, dirección de portafolios de proyectos y gestión de servicios. Ha gestionado prácticas de consultoría, unidades de producto y venta consultiva, liderando equipos funcionales y técnicos a nivel regional. MBA por CENTRUM con honores "Cum Laude" y miembro del Beta Gamma Sigma. Certified SAFe 4 Agilist, Management 3.0, Professional Scrum Master, Project Management Professional PMP®, DevOps, COBIT e ITIL Certified.



**SOLICITA
INFORMACIÓN**

**GRUPO
1**

**GRUPO
2**



**MATRÍCULATE
AHORA**

ARQUITECTURA DE SOLUCIONES CON TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN

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

El curso está orientado a facilitar la comprensión integral de los distintos elementos que componen una solución tecnológica y como estos elementos están interrelacionados, habilitando a la organización a lograr de manera eficaz sus objetivos actuales y futuros con la aplicación de diversas tecnologías.

La arquitectura de soluciones con tecnologías de la información es una disciplina en auge en las organizaciones modernas ya que proporciona los principios, estándares y herramientas que permiten gestionar los cambios simples o complejo de manera estructurada y ágil considerando todos los elementos funcionales y funcionales requerido para su implementación.

OBJETIVO

Al final de la asignatura el estudiante será capaz de diseñar en forma efectiva una solución tecnológica innovadora, robusta, escalable y segura que considere todos los elementos funcionales y no funcionales, las necesidades del negocio (estratégicas y tácticas) y el balance beneficio costo para la organización. Como resultado, el estudiante será capaz de plasmar dicha solución en un documento de Caso de Negocio, especificación técnica o Término de referencia cotizable y lista para su implementación.

TEMARIO

- Sesión 1: Arquitectura de Soluciones con TI. Conceptos iniciales evolución e importancia actual.
- Sesión 2: Tipos de arquitectos de soluciones. Roles, capacidades y responsabilidades.
- Sesión 3: Beneficios de contar con una arquitectura de soluciones en la empresa.
- Sesión 4: Atributos de una solución tecnológica. (Disponibilidad).
- Sesión 5: Atributos de una solución tecnológica (Usabilidad).
- Sesión 6: Atributos de una solución tecnológica (Sostenibilidad).
- Sesión 7: La Nube. Ventajas y beneficios en el diseño de una solución tecnológica.
- Sesión 8: Convivencia y convergencia. Nubes Híbridas, Nubes Privadas.
- Sesión 9: Arquitectura de soluciones en organizaciones Ágiles. El modelo DevSecOps.
- Sesión 10: Arquitectura de soluciones y elementos de ciberseguridad.
- Sesión 11 Arquitecturas heredadas.
- Sesión 12 Análisis de Costo beneficio.
- Sesión 13 El documento de presentación de una solución tecnológica.
- Sesión 14. Como ser un mejor arquitecto de soluciones.
- Trabajo integrador.



PARTICIPANTES

- Personas que tienen responsabilidad de elaborar términos de referencia o documentos de especificaciones técnicas en áreas de tecnologías de la información y/o compras/logística.
- Responsables de adquisiciones de bienes y servicios de tecnologías de información.
- Responsables de la formulación de proyectos con tecnologías de la información.
- Arquitectos de soluciones tecnológicas. Arquitectos de negocio. Arquitectos de aplicaciones.
- Ejecutivos comerciales de productos y servicios con tecnologías de la información.
- Cualquier tipo de profesional que quiera utilizar la tecnología en su empresa y ponerla al servicio de sus objetivos estratégicos y tácticos.



PROFESOR OMAR JOSÉ OSORIO RODRÍGUEZ

Arquitecto de Soluciones en Asociación UNACEM. Ha sido Gerente Consultor en temas de Gobierno de Tecnologías de la Información y Transformación Digital para diversas empresas públicas y privadas. MBA por ESAN. Diplomas en Dirección de Tecnologías de la Información, Implementación de Sistemas de Seguridad de la Información y Dirección Avanzada de Proyectos por la Universidad ESAN. Especialización en Transformación Digital, Emprendimiento e Innovación Ramón LLul La Salle, Barcelona. Certificaciones BID PM4R ISACA COBIT y AXELOS ITIL.



SOLICITA
INFORMACIÓN



MATRICÚLATE
AHORA

DATA SCIENCE Y ANALYTICS EN LAS ESTRATEGIAS B2B

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

OBJETIVO

Al finalizar la asignatura, los(as) alumnos(as) serán capaces de aplicar eficazmente, los conceptos y modelos de la ciencia de datos en las estrategias B2B.

TEMARIO

- ¿Qué es la ciencia de datos?
- Importancias de las "V" en el Big Data.
- Tipos de datos.
- Nuevos roles en la organización.
- Arquitectura de datos.
- Fundamentos de estadística.
- Análisis de datos: descriptivo, predictivo, prescriptivo.
- Introducción al aprendizaje automático.
- Estrategias de datos en B2B.
- Aplicaciones de la ciencia de datos en B2B y casos de uso.
- Data Driven Approach.
- Gestión de proyectos en ciencia de datos.

PARTICIPANTES

Ejecutivos y profesionales del sector B2B que deseen conocer los principios y conceptos básicos de la ciencia de datos y su aplicación al mundo del marketing industrial.

PROFESORES



CÉSAR CAM GENSOLLEN

Actualmente se desempeña como socio fundador y Gerente General de C4C Business Solutions. Ha liderado proyectos de gran envergadura tanto en el sector público (Ministerio de Educación) como en la empresa privada.

Candidato a Doctor en Business Administration por ESAN. Máster en Big Data Engineer por la Universidad de Barcelona. Magister en Investigación en Ciencias de la Administración por la Universidad ESAN. MBA por la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.



ETHEL BAZÁN

Actualmente lidera un equipo de Ventas para el B2B en el sector de las telecomunicaciones y tecnologías de información. Experiencia en pre-venta, implementación y gestión de proyectos, así como marketing y productos y venta especialista en el B2B.

Project Management Professional PMP, con especialización en Finanzas en Centrum. Magister en Marketing y Transformación Digital por INCAE, Business Disruption y Business Analytics en el Harvard Business School.



SOLICITA
INFORMACIÓN



MATRÍCULATE
AHORA

GERENCIA EFECTIVA DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN

Domingo de 8:30 a. m. a 1:30 p. m.

Duración: 5 semanas + evaluación final

MW

MODALIDAD WEEKEND

OBJETIVO

Brindar a los participantes los nuevos conceptos, prácticas y estrategias para la gerencia efectiva del área responsable de la administración de las Tecnologías de Información (TI) y para reforzar su posicionamiento como una función estratégica de la organización. Se revisarán las nuevas características del IT Governance y el futuro del CIO - Chief Information Officer en la administración de las áreas de informática y se analizarán y las nuevas funciones y formas organizacionales para esta gerencia. Se revisarán casos prácticos de empresas.

TEMARIO

- Transformación digital en las organizaciones.
- El gobierno de las TI.
- El CIO (Chief Information Officer) y el CDO (Chief Digital Officer).
- La arquitectura empresarial.
- Alineamiento de la estrategia empresarial y la estrategia en TI.
- Los sistemas integrados ERP: La selección adecuada
- e-business y mobile-business.
- El CRM y Supply Chain Management (SCM) con TI.
- Business intelligence y big data: prácticas y tendencias.
- La cadena de abastecimiento de datos: hacia data sciences.
- Gestión de la infraestructura de TI.
- Las buenas prácticas de ITIL y COBIT.
- La gestión del conocimiento y cómo incorporarla en la empresa.
- Seguridad informática.
- Administración del portafolio de proyectos de TI.
- Gestión del outsourcing en tecnologías de la información.
- Las nuevas formas de organización de las TI.
- El balanced scorecard para la gestión de las TI.
- Las nuevas tendencias en tecnologías de la información.

PARTICIPANTES

Gerentes de tecnologías de información, gerentes de proyectos de sistemas de información, gerentes funcionales responsables de la administración de las tecnologías de la información en sus áreas; gerentes y profesionales de informática involucrados en la administración de las tecnologías de información de sus empresas, ejecutivos que deseen actualizarse en temas de TI.



PROFESOR

EDDY MORRIS ABARCA

Director del Programas Executive Education y de las Maestrías en Dirección de Tecnologías de Información y Project Management de ESAN. Consultor internacional de empresas y organismos internacionales.

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. Especialización en Brasil, Estados Unidos, México y España.



SOLICITA
INFORMACIÓN



MATRICÚLATE
AHORA

INTELIGENCIA DE NEGOCIOS (BUSINESS INTELLIGENCE)

Miércoles de 7:00 a 10:15 p. m.

OBJETIVO

Este curso proporciona a los participantes las herramientas analíticas para la toma de decisiones en un contexto altamente volátil, donde las variables cambian cada vez con mayor frecuencia y donde sólo la inteligencia de negocios puede enderezar el rumbo de la organización, manteniendo los lineamientos estratégicos de la alta dirección.

TEMARIO

- Sistemas analíticos: inteligencia de negocios vs. analítica de negocios.
- Sistemas empresariales: sistemas transaccionales (OLTP) y su complemento con los sistemas analíticos (OLAP).
- Aplicaciones de inteligencia de negocios con uso de datos provenientes de CRM, SCM y ERP.
- Enfoque estratégico de la analítica empresarial. Alineamiento de la analítica con los indicadores claves de la organización a través de la navegación asociativa y multidimensional.
- Procesos de toma de decisiones usando analítica de datos: importancia estratégica vs. frecuencia de las decisiones.
- Bases de datos multidimensionales vs. bases de datos operacionales.
- Elaboración de un modelo analítico dimensional: variables cualitativas y variables cuantitativas.
- Financial Data Model: modelo corporativo de inteligencia de negocios.
- Estructuras de gestión de información.
- Implementación de un proyecto de inteligencia de negocios. Roadmap de proyectos analíticos.
- Gestores de datos en un proceso de toma de decisiones: identificación de roles: consumidor de datos, propietario de los datos, administradores de datos y productores de datos.
- Casos prácticos de navegación multidimensional con herramientas analíticas.

- Procesos de extracción, transformación y carga de datos: ETL vs. ELT.
- Repositorio de datos en analítica: Data Warehouse v.s. Data Lake.
- Analítica descriptiva vs. analítica predictiva.
- Aprendizaje supervisado y aprendizaje no supervisado: principales algoritmos de analítica predictiva: regresión, clasificación, correlación, secuencia y clustering.
- Big data: datos estructurados, no estructurados y semi estructurados.
- Machine learning e inteligencia artificial.
- Internet de las cosas (IoT): automatización, almacenamiento y procesamiento automático de información.
- Taller: presentación de una plataforma de clase mundial de business intelligence.

PARTICIPANTES

Este curso está dirigido a ejecutivos y analistas de negocio, 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 (2019).



**SOLICITA
INFORMACIÓN**



**MATRÍCULATE
AHORA**

METODOLOGÍAS DE INNOVACIÓN DIGITAL APLICADO A TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN

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

OBJETIVO

Este curso permitirá trasladar en acción el requerimiento "Tenemos que innovar" en un programa de acción específico aplicable a equipos de TI retando la forma tradicional de ejecución de TI y rompiendo paradigmas a partir del aprendizaje experimental, el descubrimiento de ideas, y la colaboración de los equipos de trabajo con la aplicación de metodologías de innovación como Design Thinking y Lean Startup.

Se busca desarrollar en el participante las habilidades necesarias para poder entender a los usuarios, sus problemas y necesidades aplicando las técnicas de Diseño centradas en las personas, de tal manera que el participante podrá plantear respuestas con soluciones innovadoras aprovechando las nuevas tecnologías disruptivas, buscando contribuir con el proceso de transformación digital y la creación de modelos de innovación sostenible aplicables a las organizaciones.

TEMARIO*

- La innovación digital.
- La aplicación de la creatividad para la resolución de problemas.
- La organización de TI y la aplicación de design thinking como medio para la transformación.
- Las Metodologías para la innovación digital: Design Thinking, Lean StartUp, Agile.
- Aplicando design thinking y lean startup para la innovación digital.
 - El entendimiento del usuario, la definición del problema, la generación de ideas.
 - Definición de prototipos y producto mínimo viable.
 - Experimentación, Pivote, el ciclo de medición y aprendizaje.
- Desarrollo de proyecto de aplicación experimental para la creación de una solución en el contexto del proceso de transformación digital.

PARTICIPANTES

Gerentes y ejecutivos de las diferentes áreas de la empresa involucrados en programas de innovación y decisiones de adopción de tecnologías innovadoras. Profesionales que desean prepararse en los nuevos enfoques de aplicación de técnicas de design thinking. Personal responsable de nuevas estrategias tecnológicas en la organización y líderes de transformación digital.



PROFESOR OMAR CRESPO DELGADO

Actualmente se desempeña como Gerente de Innovación en Caja Piura. Amplia experiencia en la aplicación de metodologías de Innovación, Generación de modelos de negocios y Lego® Serious Play® para el diseño y entrega de soluciones.

MBA por la Universidad Politécnica de Cataluña, España y por la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Máster Administración de Negocios Digitales de la Universidad de Barcelona. Especialización en Innovación Estratégica por la Universidad del Pacífico. Especialización en Emprendimiento Corporativo por el Babson College USA.

* El curso considera la utilización de herramientas interactivas como Miro, Quizizz, mentimeter y padlet para la ideación y practica del curso por lo que se requiere la conexión de internet continúa recomendada de al menos 8Mb/s, una PC con memoria de 4GB y procesador 2.8 GHz dual core o superior.



SOLICITA
INFORMACIÓN



MATRÍCULATE
AHORA



ÁREA ACADÉMICA DE **SALUD**

CERTIFICADO DE ESPECIALIZACIÓN EN:

GESTIÓN DE LA SALUD



Certificado de Especialización en:

GESTIÓN DE LA SALUD

EPIDEMIOLOGÍA GERENCIAL

Martín Tantaleán del Águila
Martes de 7:00 a 10:15 p. m.

GESTIÓN CLÍNICA

Paul Cuellar
Viernes de 7:00 a 10:15 p. m.

GESTIÓN DE SALUD DIGITAL E INTELIGENCIA ARTIFICIAL: DESAFÍOS Y SOLUCIONES

Juan Jorge Rodríguez Abad | Juan Carlos
Bartolo Kato
Jueves de 7:00 a 10:15 p. m.



(*) Horario especial

HM

HORARIO MATUTINO

MPH

MODALIDAD
PRESENCIAL / HÍBRIDA

MW

MODALIDAD
WEEKEND

EPIDEMIOLOGÍA GERENCIAL

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

OBJETIVO

El presente curso, de naturaleza teórico-práctico, tiene por finalidad dotar a los participantes con los conocimientos y habilidades básicas para emplear la epidemiología en la evaluación de las acciones de salud, proporcionando pruebas acerca de la eficacia, eficiencia y efectividad de las intervenciones que se hacen en el campo de la administración y gestión de los servicios de salud.

TEMARIO

- Módulo 1: Generalidades e historia natural de la enfermedad como base para la prevención en salud.
 - Generalidades, breve historia y conceptos básicos.
 - La epidemiología y la administración de servicios de salud.
 - Historia natural de la enfermedad, la triada epidemiológica e introducción a los conceptos de prevención primaria, secundaria y terciaria.
 - Práctica dirigida 1: Trabajo grupal. A partir de lecturas seleccionadas se debe identificar y proponer intervenciones de prevención primaria, secundaria y terciaria.
- Módulo 2: Causalidad y modelos causales.
 - Causalidad, modelo de Koch, criterios de Bradford Hill.
 - Modelos causales de Rothman.
 - Tipos de estudio en epidemiología. Nivel de confianza, error estándar y errores tipo alfa y beta.
 - El counterfactual, sesgos y confusores.
- Módulo 3: Epidemiología y la planificación en salud
 - Epidemiología y planificación en salud. Análisis situacional.
 - Generalidades y componentes del estado de salud.
 - Epidemiología y políticas públicas.
 - Análisis de casos. Rol y uso de la evidencia en la elaboración de políticas de salud.
 - Atención a la salud. Niveles de atención (Primaria, Secundaria y Terciaria). El Plan Esencial de Aseguramiento en Salud en el contexto de la reforma de salud.

- Módulo 4: Razonamiento epidemiológico.
 - El razonamiento epidemiológico. El concepto de medición en epidemiología. Medidas de frecuencia de enfermedad.
 - Práctica 2: Proporciones, tasas y razones. Prevalencia e incidencia.
 - El razonamiento epidemiológico. El concepto de medición en epidemiología. Medidas de mortalidad y letalidad. Tasas que no son tasas.
 - Práctica dirigida 3: medidas de mortalidad. Tasa global de mortalidad, letalidad, mortalidad proporcional, razones de mortalidad y comparación de mortalidad mediante ajuste de tasas.
 - El razonamiento epidemiológico. El concepto de medición en epidemiología. Medidas de asociación y efecto.
 - Práctica dirigida 4: medidas de asociación y efecto.
 - Sensibilidad, especificidad, valor predictivo positivo, valor predictivo negativo, Odds Ratio. El razonamiento epidemiológico. Comparación de la frecuencia de enfermedades. Comparación absoluta y comparación relativa.
 - Práctica dirigida 5: Riesgo atribuible, fracción atribuible, riesgo atribuible poblacional y riesgo relativo.
 - Medidas de pronóstico en epidemiología.
 - Práctica dirigida 6: interpretación de las curvas de supervivencia.
 - Presentación y exposición de trabajos grupales.



PARTICIPANTES

Dirigido a profesionales de la salud y de otras profesiones que estén trabajando en el sector salud.



PROFESOR

MARTÍN TANTALEÁN DEL ÁGUILA

Especialista en Medicina Integral y Gestión en Salud. Director del CERPS en La Victoria. Ha sido Subgerente de Atención Preventivo Promocional y Complejidad Creciente de EsSalud, Gerente General de La Clínica San Juan de Dios de Lima e Iquitos y ha laborado como Especialista en Salud Pública de La ex Superintendencia de EPS. Ha sido también médico supervisor de la DISA Lima Ciudad, Auditor en EsSalud y tuvo a su cargo la coordinación del diseño del modelo de supervisión de la ex Superintendencia de Entidades Prestadoras de Salud (EPS).



SOLICITA
INFORMACIÓN



MATRICÚLATE
AHORA

GESTIÓN CLÍNICA

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

OBJETIVO

Al finalizar el curso el participante estará en condiciones de formular un programa de gestión clínica para el área, departamento o servicio en el cual se encuentre trabajando.

TEMARIO

- Introducción a la gestión clínica.
 - Tipos de gestión sanitaria.
 - Estandarización y mejora de procesos clínicos.
 - Medición de la calidad de los servicios.
 - Estrategias para la mejora de la eficiencia.
- Estructura organizacional para la gestión clínica.
 - Áreas clínicas.
 - Propuesta de organización por áreas clínicas.
 - Convenios de gestión clínica.
 - Organización general de un área clínica
- Herramientas. Vías Clínicas.
 - Concepto.
 - Criterios de priorización.
 - Diseño e implementación.
- Área clínica medicina (Hospitalización)
 - Organización.
 - Medición de su desempeño.
 - Aplicación de vía clínica.
- Área clínica quirúrgica.
 - Organización.
 - Medición de su desempeño.
 - Aplicación de vía clínica.
- Área clínica emergencia.
 - Organización.
 - Medición de su desempeño.
 - Aplicación de vía clínica.
- Área clínica servicios de apoyo al diagnóstico y tratamiento.
 - Organización.
 - Medición de su desempeño.
 - Aplicación de vía clínica.

PARTICIPANTES

El curso está dirigido a profesionales de la salud, administradores y otros ejecutivos, que independientemente del nivel jerárquico o área profesional de actuación, deseen desarrollar de manera profesional y sinérgica sus competencias en la gestión de clínicas y hospitales.



PROFESOR PAUL CUELLAR

Subgerente de servicios de salud en Clínica Anglo Americana. Consultor en planeamiento estratégico y costeo estándar de procedimientos médicos y quirúrgicos.

Experiencia en la dirección de proyectos y procesos de formalización, categorización y acreditación internacional de la calidad con Joint Commission International y certificación ISO 9001-2015, MBA por ESAN con mención en Dirección General. Médico Cirujano de la UNMSM.



**SOLICITA
INFORMACIÓN**



**MATRÍCULATE
AHORA**

GESTIÓN DE SALUD DIGITAL E INTELIGENCIA ARTIFICIAL: DESAFÍOS Y SOLUCIONES

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

OBJETIVO

La pandemia de la COVID-19 terminó por transparentar la fragilidad del sistema de salud, así como las limitaciones en la gestión de los servicios de salud del país, generando un impacto muy negativo en la salud de los ciudadanos. Sin embargo, también permitió que la Salud Digital, luego de 25 años de experiencias en Perú, finalmente se posicione como una importante alternativa efectiva para mejorar la cobertura y la calidad de los servicios de salud, públicos y privados, en el país.

En este contexto, se torna impostergable la implementación y el uso extendido de las herramientas de Salud Digital en las Instituciones Prestadoras de Servicios de Salud (IPRESS), públicas y privadas, siempre sobre la base de una planificada gestión del cambio e insertada en los procesos de transformación digital que se desarrollen en ellas. En esa línea, la Inteligencia Artificial como una amplia categoría de software que puede desempeñar tareas normalmente realizadas por humanos¹, es una relevante herramienta de salud digital que presenta sus desafíos para la gestión y la prestación de los servicios de salud.

El objetivo del curso es que los participantes conozcan los fundamentos para la gobernanza de la Salud Digital y en específico de la Inteligencia Artificial, a fin de afrontar los desafíos para la gestión de salud que se generen en los procesos de transformación digital que emprendan sus organizaciones, para la mejora de su oferta de servicios de salud hacia su población objetivo.

TEMARIO

- Evolución de la transformación digital en salud.
- Bases de la gobernanza de la salud digital.
- Fundamentos de la inteligencia artificial (IA) en salud.
- Retos y soluciones para la gestión de servicios de salud con salud digital e IA.

¹ Banco Interamericano de Desarrollo. "La Inteligencia Artificial en el sector salud. Promesas y desafíos". 2020.



PARTICIPANTES

Gestores y personal profesional (asistencial y administrativo) de organizaciones privadas y públicas, vinculadas con la gestión y la prestación de servicios de salud, así como con el desarrollo de proyectos en salud.

PROFESORES



JUAN JORGE RODRÍGUEZ ABAD

Actualmente es docente en ESAN y la Universidad Cayetano Heredia. Experiencia profesional en salud, a niveles público y privado, incluyendo la gestión integral de proyectos de salud y desarrollo social. Experiencia en diseño, implementación, gestión y evaluación de innovaciones con Salud Digital en Perú, Panamá, Colombia, Paraguay y Ecuador.

MBA por ESAN con mención en Finanzas. Médico-cirujano de la Universidad Peruana Cayetano Heredia.



JUAN CARLOS BARTOLO KATO

Actualmente involucrado en el desarrollo de inteligencia artificial en salud. Es miembro de la Asociación Peruana de Telesalud y Telemedicina, la Asociación Iberoamericana de Telesalud y Telemedicina y la Asociación para el Desarrollo de la Inteligencia Artificial. Ponente en eventos e iniciativas del Colegio Médico de Perú, Ministerio de Salud, EsSalud y otros, en temas de salud digital e inteligencia artificial en salud.

Doctorando en Administración en Salud de la Universidad Nacional del Callao y egresado de la Maestría en Administración Pública de EUCIM Business School. Médico-cirujano por la Universidad Ricardo Palma, especialista en salud digital.



**SOLICITA
INFORMACIÓN**



**MATRICÚLATE
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

DATA SCIENCE Y ANALYTICS EN LAS ESTRATEGIAS B2B

César Cam Gensollen | Ethel Bazán
Lunes de 7:00 a 10:15 p. m.

NUEVOS MODELOS DE NEGOCIO EN ENTORNOS DISRUPTIVOS EN EL SECTOR B2B

Boris Herrera Barrera
Miércoles de 7:00 a 10:15 p. m.

DIRECCIÓN COMERCIAL EN B2B

CUSTOMER EXPERIENCE EN B2B

Manuel Ramos Soldevilla
Jueves de 7:00 a 10:15 p. m.

TÉCNICAS DE VENTAS Y PRICING EN B2B

Juan Guardia Gallegos
Martes de 7:00 a 10:15 p. m.



(*) Horario especial

HM

HORARIO MATUTINO

MPH

MODALIDAD
PRESENCIAL / HÍBRIDA

MW

MODALIDAD
WEEKEND

CUSTOMER EXPERIENCE EN B2B

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

OBJETIVO

En mercados cada vez más competitivos, los clientes tienen mayores alternativas de elegir, y a las empresas nos genera el reto de implementar estrategias para mantenerlos con nosotros. La gestión de experiencia del cliente ofrece una oportunidad para facilitar la satisfacción y superación de expectativas, generando la intención de volver a comprar nuestros productos y servicios, así como la voluntad de recomendarnos en el mercado. El curso tiene por objetivo desarrollar en los participantes, de manera práctica y ágil, el conocimiento, habilidad y motivación de gestionar la experiencia del cliente de su negocio o empresa, a través de la especificación y gestión ágil de iniciativas que permitan innovar la propuesta de valor para los clientes y fortalecer su lealtad.

TEMARIO

- Experiencia del cliente como elemento diferenciador. Gestión de expectativas y percepciones.
- Perspectiva estratégica en modelos de gestión de la experiencia del cliente en coherencia con la promesa de marca.
- Gestión del ciclo de vida del cliente e identificación de oportunidades según las prioridades y retos en el negocio.
- Diseño de la experiencia: Service blueprint. Customer journey: Customer experience & User Experience.
- Experiencia del cliente y experiencia del colaborador como base de la fidelización.
- Construcción de mecanismos de Voz del cliente (VoC).
- Análisis de la experiencia del cliente B2B, identificación de pain points e insights.
- Gestión ágil de las iniciativas para la innovación.
- Comunicación de iniciativas de experiencia del cliente mediante el Elevator Pitch.
- Seguimiento del impacto / retorno de las iniciativas de la experiencia del cliente.

PARTICIPANTES

El curso está dirigido a gerentes, jefes o profesionales que buscan transformar su negocio en base a un mayor foco en el cliente, mediante herramientas que impulsen su capacidad de análisis de la experiencia del cliente, innovación y de la propuesta de valor para atraer, mantener y fidelizar clientes.



PROFESOR

MANUEL RAMOS SOLDEVILLA

Es consultor en Gestión de la Experiencia del Cliente, experiencia del colaborador y Customer Success, más de 20 años de experiencia en empresas privadas, del estado y servicios de consultorías en diversas industrias. Economista de la Universidad de Lima, Magister en Administración por la Universidad ESAN, y Certificado por Strativity Group en Customer Experience Management. Ha sido Subgerente de gestión de experiencia del cliente para Ferreycorp S.A.A. y Jefe de Experiencia del cliente de Ferreyros S.A.



SOLICITA INFORMACIÓN



MATRICÚLATE AHORA

DATA SCIENCE Y ANALYTICS EN LAS ESTRATEGIAS B2B

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

OBJETIVO

Al finalizar la asignatura, los(as) alumnos(as) serán capaces de aplicar eficazmente, los conceptos y modelos de la ciencia de datos en las estrategias B2B.

TEMARIO

- ¿Qué es la ciencia de datos?
- Importancias de las "V" en el Big Data.
- Tipos de datos.
- Nuevos roles en la organización.
- Arquitectura de datos.
- Fundamentos de estadística.
- Análisis de datos: descriptivo, predictivo, prescriptivo.
- Introducción al aprendizaje automático.
- Estrategias de datos en B2B.
- Aplicaciones de la ciencia de datos en B2B y casos de uso.
- Data Driven Approach.
- Gestión de proyectos en ciencia de datos.

PARTICIPANTES

Ejecutivos y profesionales del sector B2B que deseen conocer los principios y conceptos básicos de la ciencia de datos y su aplicación al mundo del marketing industrial.

PROFESORES



CÉSAR CAM GENSOLLEN

Actualmente se desempeña como socio fundador y Gerente General de C4C Business Solutions. Ha liderado proyectos de gran envergadura tanto en el sector público (Ministerio de Educación) como en la empresa privada.

Candidato a Doctor en Business

Administration por ESAN. Máster en Big Data Engineer por la Universidad de Barcelona. Magister en Investigación en Ciencias de la Administración por la Universidad ESAN. MBA por la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.



ETHEL BAZÁN

Actualmente lidera un equipo de Ventas para el B2B en el sector de las telecomunicaciones y tecnologías de información. Experiencia en pre-venta, implementación y gestión de proyectos, así como marketing y productos y venta especialista en el B2B.

Project Management Professional PMP, con especialización en Finanzas en Centrum. Magister en Marketing y Transformación Digital por INCAE, Business Disruption y Business Analytics en el Harvard Business School.



SOLICITA
INFORMACIÓN



MATRICÚLATE
AHORA

NUEVOS MODELOS DE NEGOCIO EN ENTORNOS DISRUPTIVOS EN EL SECTOR B2B

Miércoles de 7:00 a 10:15 p. m.

OBJETIVO

El escenario que se cierne sobre la sociedad actual y en particular sobre la forma de hacer negocios, involucra no solo el comportamiento de las personas, sino de hecho la estructura de las organizaciones y en particular los modelos de negocios que hasta ahora parecían exitosos, no resulta suficiente un esfuerzo de adaptación a la nueva realidad, requiere repensar estrategias y establecer nuevas formas para los negocios y muy especialmente como estas formas de hacer negocios actúan en las relaciones entre empresas. Hasta ahora entendíamos como modelos disruptivos, los cambios que producían ciertos productos o servicios, que comprendían necesidades de ciertos grupos de consumidores y daban respuesta de sus necesidades a precios menores y con mejores prestaciones, desafiando así a los líderes de cada mercado y terminando por ocupar su lugar y luego superarlos largamente. El escenario actual, cambio esta forma de ver las cosas porque la disrupción viene del comportamiento de toda la sociedad impulsado por las exigencias sanitarias y de comportamiento, entonces los modelos de negocio a ser exitosos son los que entiendan como satisfacer a estos nuevos requerimientos. Los violentos cambios han favorecido a ciertas industrias como las materias primas, sector distribución, alimentos y tecnología, pero ha impactado fuertemente al sector servicios en general, trabajo de la mujer e industrias específicas como el turismo, aun en los sectores favorecidos hay cambios notables donde se requiere repensar las estrategias, como lo es el teletrabajo, asignación de tareas y control de ellas y en los sectores afectados el desafío es mayor.

En este curso vamos a examinar las dinámicas de la disrupción, como funcionaron los esquemas disruptivos antes de la pandemia y como deben replantearse y abordarse en esta nueva perspectiva. Analizaremos las herramientas para crear estas formas de enfrentar los desafíos disruptivos y cómo se comportan en el ambiente B2B.

TEMARIO

- La innovación como herramienta de desarrollo.
- Innovación disruptiva y Clayton Christensen.
- Modelos de negocios disruptivos.
- La innovación como elemento para enfrentar la disrupción.
- Como la innovación genera nuevos modelos de negocios y oportunidades de recuperación.
- Cambios en los consumidores, la disrupción y las distopías en el siglo XXI.
- Dimensiones del nuevo escenario, Económico, Social, Político, humano y Psicológico.
- Entendimiento de los modelos disruptivos y su impacto en las organizaciones.
- Como se adaptan las empresas B2B a escenarios, dinámicos, disruptivos y que competencias deben desarrollar a nivel empresarial.
- El factor humano y su rol dentro de los escenarios de cambio ante entornos disruptivos.
- Nuevos modelos de negocios resultantes de la nueva dinámica competitiva.
- Alineamiento estratégico y operativo en entornos disruptivos.



PARTICIPANTES

Profesionales del sector B2B y de todos los sectores empresariales que busquen entender cómo los entornos disruptivos están impactando en la dinámica competitiva de todos los sectores empresariales y están generando nuevos modelos de negocios, muchos de ellos que se pueden considerar emergentes o inexistentes hasta hace unos años.



PROFESOR

BORIS HERRERA BARRERA

Ha dirigido proyectos altamente sofisticados en el área de tecnología, trabajando en proyectos en países de los 5 continentes. Ha participado en todas las áreas de aplicaciones tecnológicas desde desarrollo, implantación, mantenimiento, atención de clientes y desarrollo de negocios, para varios de los productos líderes del mercado en tecnología Minera e Industrial. MBA por Tulane University. Ph. D. in Management Sciences por ESADE Business School y Doctor europeo Eudokma.



**SOLICITA
INFORMACIÓN**



**MATRICÚLATE
AHORA**

TÉCNICAS DE VENTAS Y PRICING EN B2B

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

OBJETIVO

Que el participante diagnostique el estado actual del área de ventas y potencialice a la fuerza comercial con el conocimiento de los productos y servicios, guiándolo al empleo de las técnicas de venta consultivas, personalizadas e idóneas que decanten en una "venta exitosa". Además, conocerá las bases para desarrollar una estrategia de pricing orientada a incrementar la rentabilidad de la empresa, basado en una propuesta de valor única, poderosa y contundente. Del mismo modo la importancia de contar con un área de pricing, que tenga la capacidad de desarrollar una estrategia de precios basada en el valor percibido y aplique técnicas de precios segmentados en función al volumen de compra, distancia, pago al contacto, entre otros. Del mismo modo, se evaluará el impacto que tiene en los estados de pérdidas y ganancias, el incremento de precios vs la reducción de costos variables, incremento de volumen o reducción de los costos fijos.

TEMARIO

- El Marketing Industrial está presente en toda la Cadena de Producción, Distribución y Comercialización.
- Diferencias entre la venta consultiva B2B y las técnicas de ventas tradicionales B2C.
- El "customer experience". Las ventas WOW.
- Road Map del "customer experience".
- Las Buenas Prácticas de la Prospección de Ventas B2B.
- Objetivos Smart.
- Embudo de marketing y ventas B2B.
- Reclutamiento y Selección de la Fuerza de Ventas.
- La importancia de la capacitación en el portafolio de productos y/o servicios de la empresa.
- Negociación vs Persuasión – Preparar la estrategia para negociar.
- "Elevator Pitch" – Citas de Ventas Efectivas.

- Lienzo de la Propuesta de Valor.
- 12 preguntas claves para lograr un cierre de venta exitoso.
- Evolución de los modelos de comercio y ventas.
- Canales de venta y estrategia de pricing.
- Impacto rápido y directo del incremento de precios en los EEEF.
- Punto de equilibrio
- Formas y estrategias de fijación de precios
- Mejores márgenes a través de una mejor gestión de precios: Pocket price
- Precios segmentados y mapa de valor (la relación entre Precio y Valor Percibido).
- Métricas de pricing.
- Calculadora de precios.
- Casos reales.

PARTICIPANTES

Gerentes de ventas, Gerente de productos, jefe de productos y jefes de ventas, Gerentes de Marketing responsables de marca,

PROFESOR



JUAN GUARDIA GALLEGOS

Actualmente es Gerente de Ventas Metalmecánico de la empresa Air Products Perú. Experiencia, con conocimiento de los mercados de Perú, Chile, Colombia, Argentina, Ecuador, Costa Rica, Guatemala, Bolivia y El Salvador. Gran experiencia y conocimiento de los mercados minero, metalmecánico e industrial de Perú y Chile. en los mercados industriales de Perú y la región latinoamericana. Ha sido director de empresas en Perú, Chile y Colombia. Master en Business Intelligence por ESIC de España.



SOLICITA
INFORMACIÓN



MATRÍCULATE
AHORA



ÁREA ACADÉMICA DE
ENERGÍA

CERTIFICADO DE ESPECIALIZACIÓN EN:

GESTIÓN DE LA ENERGÍA



Certificado de Especialización en:

GESTIÓN DE LA ENERGÍA

PLANIFICACIÓN ENERGÉTICA

Luis Espinoza Quiñonez
Martes de 7:00 a 10:15 p. m.

SOSTENIBILIDAD EMPRESARIAL EN LOS SECTORES DE ENERGÍA Y MINERÍA: DESAFÍOS Y PERSPECTIVAS GLOBALES Y NACIONALES

Edwin Quintanilla Acosta
Jueves de 7:00 a 10:15 p. m.



(*) Horario especial

HM

HORARIO MATUTINO

MPH

MODALIDAD
PRESENCIAL / HÍBRIDA

MW

MODALIDAD
WEEKEND

PLANIFICACIÓN ENERGÉTICA

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

OBJETIVO

Realizar un análisis crítico del desarrollo de los sistemas energéticos de los principales países y evaluar las tendencias que afectarán a nuestro país. Se trabajará algunos modelos de selección de alternativas energéticas para el sector eléctrico, petróleo y gas natural. Esto servirá para discutir los llamados precios sombra o costos de oportunidad. Además, se revisará la evolución de la política energética en el Perú y los esquemas de planificación existentes.

TEMARIO

- Revisión de conceptos básicos.
- Introducción a la planificación.
- Planeamiento Energético Nacional Integrado (PEN) - Evolución del planeamiento energético. - Objetivos del PENI: marco conceptual. - Instrumentos de política.
- Revisión metodológica de la planificación, objetivos de la política energética. Eficiencia energética y reforma del sector eléctrico.
- La eficiencia energética y el sector transporte. La seguridad nacional y la reducción de la dependencia externa.
- La seguridad nacional y la reducción de la dependencia externa. Caso los picos del Petróleo. Mejorando la eficiencia energética.
- Revisión de los modelos de la PIR. Revisión de la política del carbono.
- Revisión de la mejora tecnológica y los gastos en investigación y desarrollo. Análisis de la relación entre la energía y el costo social.
- Revisión de los problemas energéticos del Perú.
- Situación del sector eléctrico e hidrocarburos y la búsqueda de un plan energético.

PARTICIPANTES

El curso está dirigido a profesionales que se desempeñan en el sector eléctrico ya que tiene el propósito de desarrollar habilidades para el análisis crítico de los sistemas energéticos.



PROFESOR LUIS ESPINOZA QUIÑONEZ

Gerente General de la empresa LAEQ. Profesional de la especialidad de mecánica-eléctrica. Experiencia en el sector energía y reconocido como un experto en innovación y promotor del nuevo marco regulatorio del sector energético. Asesor de la Alta Dirección del Ministerio de Energía y Minas y como Vice Ministro de Energía del Perú. MBA por ESAN. Estudios de posgrado y Maestría por la Universidad Nacional de Ingeniería en la especialidad de Energético.



SOLICITA
INFORMACIÓN



MATRICÚLATE
AHORA

SOSTENIBILIDAD EMPRESARIAL EN LOS SECTORES DE ENERGÍA Y MINERÍA: DESAFÍOS Y PERSPECTIVAS GLOBALES Y NACIONALES

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

OBJETIVO

El curso abordará las tendencias globales de la industria energética y minera en los temas de sostenibilidad económica, social y ambiental que permita a los participantes actualizar conocimientos e identificar modelos e instrumentos que puedan ser adaptados a sus organizaciones.

TEMARIO

- Tendencias globales y nacionales en los mercados de energía y minería: la transición hacia nuevos paradigmas
- Ética para la empresa de hoy
- Modelo dinámico para el diseño del programa sostenibilidad empresarial. Principios ESG
- Objetivos de Desarrollo Sostenible y su integración en la estrategia empresarial
- Reportes de sostenibilidad e integrados en la gestión empresarial
- Observatorio de Sostenibilidad Empresarial: presentación de casuística internacional y nacional en la minería y energía.

PARTICIPANTES

Profesionales que se desarrollan en el sector minero energético con interés en conocer los principales aspectos ESG de la industria.



PROFESORES



EDWIN QUINTANILLA ACOSTA

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. Ph. D. in Management Sciences en la Escuela Superior de Administración y Dirección de Empresas, ESADE, España. MBA por ESAN e Ingeniero Electricista por la UNCP.



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

COMERCIALIZACIÓN DE CONTRATOS MINEROS

Fidel Kishimoto Rojas
Miércoles de 7:00 a 10:15 p. m.

FUNDAMENTOS DE GESTIÓN MINERA

Fernando Gala
Jueves de 7:00 a 10:15 p. m.

TRIBUTACIÓN MINERA

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

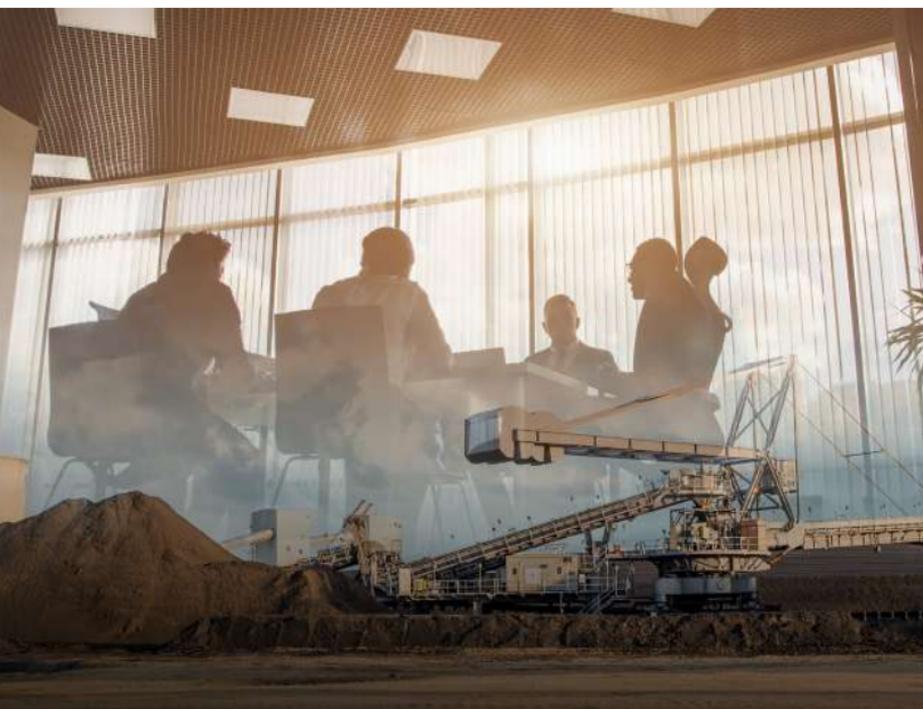
GESTIÓN FINANCIERA EN EMPRESAS MINERAS

ANÁLISIS DE RIESGOS FINANCIEROS EN PROYECTOS MINEROS

Luis Mendiola Contreras
Lunes de 7:00 a 10:15 p. m.

TRIBUTACIÓN MINERA

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



(*) Horario especial

HM

HORARIO MATUTINO

MPH

MODALIDAD
PRESENCIAL / HÍBRIDA

MW

MODALIDAD
WEEKEND

ANÁLISIS DE RIESGOS FINANCIEROS EN PROYECTOS MINEROS

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

La industria minera enfrenta múltiples desafíos: complejidad de operaciones, diversidad de contratos comerciales y financieros, fluctuaciones de precio de los metales, leyes más bajas, depósitos más complejos de operar, entre otros. Lo cual motiva a las empresas mineras a monitorear constantemente la evolución de los precios de materia primas y de las principales variables macroeconómicas que puedan afectar la demanda y oferta de sus productos e insumos; y a replantearse periódicamente cual es el valor de sus inversiones en el tiempo y tomar decisiones respecto de si es buen momento o no para ejecutar una inversión, diferirla, o iniciar procesos de reestructuración agresivos.

OBJETIVO

Capacitar a los participantes para que realicen una evaluación financiera crítica y rigurosa de la dimensión riesgo en proyectos de inversión en minería, con la finalidad de facilitar la gestión de riesgos, y la creación de valor para el accionista y actores involucrados.

TEMARIO

- Análisis económico de la actividad minera.
 - Creación de valor económico y retorno a la inversión.
 - Riesgo e incertidumbre.
 - Estrategia del negocio minero.
 - Estructura de costos.
 - Estructura de mercado.
- Fundamentos financieros y estadísticos para el análisis de riesgo.
 - Tasas de descuento divisionales para proyectos de inversión.
 - Flujos de caja equivalentes.
 - Conceptos estadísticos.
Distribuciones de probabilidad típicas para tipos de proyectos.
- Herramientas de análisis de riesgos: análisis de escenarios, punto muerto, análisis de sensibilidad.

- Fundamentos para la proyección de precio de minerales.
- Análisis mediante árboles de decisión y opciones reales.
- Análisis de simulaciones Montecarlo.

PARTICIPANTES

Profesionales que se desempeñan en áreas vinculadas al desarrollo de negocios, evaluación financiera y/o operaciones de compañías mineras o sectores relacionados.



PROFESOR

LUIS MENDIOLA CONTRERAS

Experiencia como asesor y consultor en valorización de empresas, procesos de fusiones y adquisiciones, evaluación de planes de negocio/proyectos de inversión, estructuración y captación de financiamientos. Co-fundador de empresas de base tecnológica del sector retail y finanzas. Ph. D. (c) en Gestión Estratégica por el Consorcio de Universidades. MBA por ESAN.

Nota: Se requiere contar con conocimientos básicos de hoja de cálculo, evaluación de proyectos y estadística.



SOLICITA
INFORMACIÓN



MATRICÚLATE
AHORA

COMERCIALIZACIÓN DE CONTRATOS MINEROS

Miércoles de 7:00 a 10:15 p. m.

Los productores mineros peruanos realizan la entrega de sus productos minero-metalúrgicos a clientes-consumidores intermediarios o finales, donde la Comercialización cumple rol importante. Durante el desarrollo del curso los participantes tomarán conocimiento a través de clases interactivas y participativas para identificar el rol, estrategia y otorgamiento de valor que cumple la Comercialización dentro del modelo de negocios minero.

OBJETIVO

Al finalizar el curso, los participantes adquieren conocimientos y técnicas que les permitirán comprender y resolver la compleja naturaleza del comercio internacional de minerales y metales; así como herramientas y técnicas para realizar valoración de los diferentes productos minero-metalúrgicos para la toma de decisiones.

TEMARIO

- VARIABLES MACROECONOMICAS Y MERCADO INTERNACIONAL.
 - Introducción.
 - Indicadores económicos.
- MODELO DE NEGOCIO MINERO Y GESTIÓN COMERCIAL.
 - Modelo de negocio minero.
 - Gestión comercial.
- FUNDAMENTOS Y PRINCIPALES MERCADOS.
 - Fundamentos del Mercado: oferta y demanda.
 - Factores: inventarios, tipo de cambio, consumo y reservas (stocks).
 - Concepto: Commodity.
 - Mercado Internacional de metales.
 - Formación de precios (cotizaciones) y ejemplos de coberturas.
- INCOTERMS Y CONTRATOS COMERCIALES.
 - Incoterms 2020.
 - Modelos de Contratos Comerciales Minero – Metalúrgicos.

- VALORIZACIÓN DE PRODUCTOS MINERO-METALÚRGICOS.
 - Valorización de metales.
 - Valorización de concentrados de cobre, plomo y zinc.
 - Valor de mineral.
- PRÁCTICA DE VALORIZACIÓN.
 - Practica dirigida de valorización.
 - Evaluación final, discusión y retroalimentación.

PARTICIPANTES

A técnicos, ejecutivos y profesionales que deseen adquirir y fortalecer sus competencias en el negocio minero.



PROFESOR

FIDEL KISHIMOTO ROJAS

Empresario, Director de Empresas y Consultor de Empresas Mineras. Especialista y consultor Internacional de empresas, posee más de 40 años de experiencia en el sector minero. Estudios de especialización en Comercialización (Trading) de Minerales y Metales Economía Circular por University of Cambridge. Executive MBA por IESE, Barcelona. Participante del Global CEO Program for Latin America por IESE.



SOLICITA
INFORMACIÓN



MATRICÚLATE
AHORA

FUNDAMENTOS DE GESTIÓN MINERA

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

OBJETIVO

La actividad minera es relevante para el crecimiento del país, sin embargo, para que esta actividad genere valor a los accionistas y a la sociedad en general hay que gestionarla adecuadamente. En tal sentido, en el presente curso se presentará las acciones técnicas, económicas, ambientales, sociales y otras que se deben llevar a cabo para generar valor en el negocio minero.

El objetivo principal del curso es que el participante conozca los campos que comprenden la gestión en minería que permita generar valor en la minería moderna. A través del curso el participante podrá conocer la importancia y características principales del sector minero, las etapas técnicas del negocio minero y las acciones que generan valor para los accionistas y la sociedad en general. En tal sentido, tendrán una visión general de los aspectos técnicos, económicos-financieros, legales, ambientales y sociales del negocio minero.

TEMARIO

- Importancia y características de la actividad minera.
- Las etapas del negocio minero.
- La cadena de valor y las acciones que generan valor en el negocio minero.
- La planificación y medición del valor en minería.
- La gestión de costos en minería.
- La gestión de proyectos en minería.
- La gestión ambiental y social en minería.

PARTICIPANTES

Ejecutivos y profesionales vinculados directamente o indirectamente al sector minero que deseen comprender la dinámica del mismo, el entorno en el que se desarrolla, así como los principales riesgos, oportunidades y desafíos que implica esta actividad.



PROFESOR FERNANDO GALA

Actualmente se desempeña como Vocal del Consejo de Minería y docente universitario. Ha sido viceministro de Minas, director general de Minería y Presidente del Consejo de Minería.

MBA por ESAN con especialización en finanzas. Ingeniero de minas por la PUCP. Especialista en economía minera, formulación y evaluación de proyectos mineros, valorización de empresas mineras, legislación y política minera, comercialización de minerales, y gestión minera.



SOLICITA
INFORMACIÓN



MATRICÚLATE
AHORA

TRIBUTACIÓN MINERA

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

OBJETIVO

El objetivo del curso es ofrecer a los participantes una visión integral del régimen tributario aplicable a las inversiones a ser efectuadas en el sector minero recurriendo para ello a la revisión de doctrina, estudio de casos, legislación peruana y legislación comparada sobre el particular.

El curso proporcionar a los profesionales información relevante sobre los principales conceptos tributarios vigentes del sector minero que les permita una mejor toma de decisiones

TEMARIO

- Situación del sector minero – Régimen general de inversión.
 - Modalidades de aprovechamiento de los recursos naturales por entidades privadas.
 - Régimen general de inversión privada.
 - Marco general de contratación en las industrias extractivas.
- Garantías aplicables a la inversión privada en minería
 - El régimen de estabilidad jurídica a nivel inversionista y empresa inversora.
 - El régimen de estabilidad tributaria de la Ley General de Minería.
 - Marco general del Impuesto a la Renta aplicable a la actividad minera.
- Tratamiento tributario de las inversiones mineras
 - La concesión minera. Revaluaciones.
 - Método de amortización de concesiones mineras.
 - Regalías por adquisición de concesiones.
 - Gastos de exploración, preparación y desarrollo. Gastos pre - operativos.
 - Inversiones en infraestructura de servicios públicos.
 - Baja de inversiones.

- Activos fijos: Regímenes de depreciación. Clasificación de bienes según su naturaleza. Mejoras vs. Mantenimiento. Desuso y Obsolescencia. Carreteras.
- Gastos de cierre de minas y Estudios de Impacto Ambiental (EIA).
- Reconocimiento de ingresos y unidades económicas administrativas.
 - Reconocimiento de ingresos: devengado.
 - Determinación del Impuesto a la Renta cuando existen en una misma empresa concesiones o Unidades Económicas Administrativas con distintos regímenes tributarios aplicables.
 - Aplicación de pérdidas tributarias.
- Contratos mineros.
 - Contrato de cesión minera.
 - Contrato de opción minera.
 - Contrato de transferencia de concesiones.
- Otros gravámenes mineros.
 - Impuesto especial a la minería.
 - Gravamen especial a la minería.
 - Regalías mineras (Nuevo régimen de regalías mineras).
- Impuesto general a las ventas.
 - Regímenes de recuperación definitiva y anticipada del Impuesto General a las Ventas.



PARTICIPANTES

Ejecutivos y profesionales de diversas disciplinas (Ingenieros, Economistas, Abogados, Administradores y otros) que se encuentren encargados de la supervisión, operación y gerenciamiento de actividades en el sector minería. Profesionales y ejecutivos que buscan especializarse y/o actualizarse en tópicos tributarios del sector minero.



PROFESORA BEATRIZ DE LA VEGA

Actualmente es Socia del área Tax & Legal en KPMG Perú. 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.



**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)

Esta opción supone una carta de compromiso de la empresa si es el caso.

Las letras correspondientes deberán ser aceptadas por el participante.

TEA: 12.69% - Cuotas mensuales.

El monto indicado en "interés incluido" está ya considerado dentro de las cuotas en cada caso.

Nota 1: El alumno que se matricula de manera financiada (cuotas) debe de firmar un pagaré.

Nota 2: El financiamiento directo que ESAN ofrece, requiere que los alumnos suscriban letras y/o pagarés. 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.

Nota 3: Todo financiamiento debe estar respaldado de una Declaración Jurada aceptada por el alumno.

Descuento por Matrícula Anticipada al Contado

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

Descuento válido hasta el 16 de diciembre de 2022



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/ 1780 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 16 de diciembre de 2022

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 se matricula de manera financiada (cuotas) debe de firmar un pagaré.

Nota 2: Mientras define su necesidad del tipo de comprobante de pago a emitir es posible solicitar un provisional. El tiempo máximo para definir el cambio de provisional a boleta o factura es de 15 días como máximo y dentro del mismo mes.

Nota 3: 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 4: 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 DEL MUNDO

Nº 1 EN PERÚ
RANKING 2022



Nº 1 EN PERÚ
RANKING 2021



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.



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)



NATIVA

