

Programa Avanzado de Gestión Estratégica en las Américas

Bogotá - Colombia: 26 y 27 de octubre
São Paulo y Rio de Janeiro - Brasil: 23 – 27 de noviembre

FIA – Fundação Instituto de Administração es una escuela de negocios brasileña, con más de 29 años de experiencia en educación ejecutiva, ocupando el 28º lugar en el *ranking* de las [Top 50 mejores programas de MBA](#) del mundo y única escuela de América Latina presente en la lista. Con base en el éxito obtenido en curso MBA Ejecutivo Internacional, líder en el Brasil durante cuatro años seguidos, identificamos que esta experiencia debería ser colocada al servicio de los líderes empresariales de las Américas y así atender su demanda por educación continuada a altos niveles gerenciales.

El Programa Avanzado de Gestión Estratégica en las Américas tiene como propuesta entregar contenido en *Management* en las fronteras del conocimiento aliado, a la práctica empresarial para los líderes de empresas que no disponen de tiempo extenso para estudiar, sin embargo necesitan de profundizar conocimientos específicos necesarios a su día a día, en el menor tiempo posible.

El Programa busca desarrollar junto con los líderes, instrumentos para la apreciación de una nueva visión de negocios adecuada a las exigencias de la dinámica de los mercados actuales, así como también posibilitar la acción para transición de las empresas para esa nueva visión. El contexto teórico-práctico del programa, permitirá a los líderes experimentar en las clases la mejor adaptación de los contenidos teóricos, a su realidad empresarial.

Los activos intangibles como estrategia, liderazgo, motivación, innovación y relaciones, son tratados con mucha relevancia por el hecho de propiciar el desarrollo de nuevos estilos de colaboración interna y externa representando los pilares de estructuras organizacionales modernas

Este programa de la FIA reconoce su nueva fase y lo potencializará a Ud. para asumir su nuevo papel ofreciéndole un contenido estructurado y en sintonía con la realidad global y regional para fortalecer sus talentos con conocimientos actualizados, y expansión de redes de relaciones.

La calidad del contenido puede ser apreciada por ser parte de un esfuerzo que es reconocido por el *Financial Times* (2008) como excepcional, colocando a la [FIA en primer lugar](#) entre las organizaciones de enseñanza de negocios en América Latina.

Duración

Este programa tiene siete días de duración:

- Dos días en Bogotá
- Cinco días en São Paulo y Rio de Janeiro

Con intervalo de casi un mes entre las sesiones de Bogotá y São Paulo.

Idiomas en los que el programa será dado

El programa, conducido en inglés y en español, se vale de sesiones expositivas, discusiones y visitas a empresas.

Contenido de las sesiones

▪ Evaluación empresarial, una mirada hacia dentro

Antes de entender los contenidos, nos permitimos primero entender nuestras empresas a partir de un espacio de reflexión orientada. Con esta perspectiva, los participantes son incentivados a pensar sobre sus empresas y el rumbo actual, para poder dirigir de manera mejor el aprovechamiento de los temas del programa.

▪ Liderazgo

Competir en el mundo globalizado impone desafíos formidables a la empresa latinoamericana. Exploraremos la naturaleza de los desafíos económicos, políticos, culturales y sociales que enfrenta una empresa al competir globalmente. Desde la perspectiva del ambiente de sus negocios, este módulo le ayudará a desarrollar el entendimiento y la comunicación de la visión estratégica que fundamenta su empresa en un curso de crecimiento y utilidad sustentables.

- *Desfasaje entre la administración y las culturas nacionales.*
- *Estilos de liderazgo eficaces en América Latina.*
- *Estrategia, Marca, Liderazgo, y cambio organizacional orientado a la expansión.*
- *Casos.*

▪ Estrategia

Cubre desde el desarrollo de la visión y de su entorno hasta la comunicación y el gerenciamiento del cambio para asegurar su sustentación.

- *Dinámica de la creación de ventajas competitivas.*
- *Definiendo nuevos espacios (BOS).*
- *Cambios estratégicos.*
- *Administrando el riesgo, la innovación y los clientes.*

▪ Marketing y sus desafíos

Los desafíos de las empresas en relación a la implementación de marketing pasan por la definición y entendimiento de un nuevo vector de negocios cuyo centro es el cliente, los servicios, la cooperación y las marcas como componentes esenciales del conjunto de activos intangibles que representan el valor de las empresas modernas.

- *El cliente en el centro de la nueva estrategia.*
- *Segmentación de mercados por valor*
- *Compitiendo por relaciones*
- *Desarrollo de la marca.*
- *Market place vs. Market space*

- *Alineamiento organizacional mercadológico*

▪ **Finanzas**

El modulo le ofrece las herramientas para orientar el producto de sus sistemas de información para potencializar la aplicación de sus recursos financieros en el desarrollo de su empresa, inclusive regionalmente.

- *Informaciones financieras como reflejo de un sistema.*
- *Costo y flujo del capital: visión integrada de la formación de su estructura de capital.*
- *Como medir el valor agregado de las decisiones estratégicas y tácticas.*
- *Generación de Valor: como medir el desempeño organizacional*
- *Utilidad y crecimiento: búsqueda del equilibrio en ambientes dinámicos*

▪ **Innovación**

La capacidad de alcanzar el éxito depende no apenas de optimizar el alineamiento estratégico de su organización sino también de construir su futuro a través de la innovación. Analizaremos como capacitar su organización para sostener la ventaja competitiva innovando a medio y largo plazo.

- *Como leer las señales tenues que el mercado proporciona.*
- *Nuevos productos, nuevos mercados, alianzas estratégicas.*
- *Quienes innovan, como innovan.*
- *Innovación en gestión, mejores prácticas.*
- *Casos.*

▪ **Gestión de personas**

Este aprendizaje busca casar la combinación de talentos con la estrategia de la organización. Reflexionando sobre sus talentos los participantes desarrollan la fuerza necesaria para influenciar más positivamente sus relaciones de trabajo quiera en su organización o en la forma de relacionarse con sus clientes, proveedores o aliados.

- *Selección, evaluación y retención de talentos.*
- *Trabajo en equipo*
- *Relaciones con los stakeholders*
- *Casos en América Latina*

▪ **Rompiendo fronteras**

El proceso de internacionalización es semejante al de una *start-up* en el sentido de que se tiene poco conocimiento del mercado y casi ninguna infraestructura en él; pero las empresas de economías emergentes cometen con frecuencia el error de actuar como si la internacionalización fuese una simple oportunidad de extender el mismo negocio, vendiendo los mismos productos de la misma forma, al tiempo que también sabotean la operación priorizando la minimización de riesgos y costos. Para asegurar el éxito de la internacionalización, este módulo ofrece una visión unificada de las decisiones de marketing y financiamiento con las de estrategia y liderazgo

- *Oportunidades y Riesgos.*
- *Información, competitividad*
- *Estilos de internacionalización.*
- *Casos: Natura, Boticario, Teneris.*

Responsables:



James Wright, PhD por la Universidad de Vanderbilt, Profesor de la FEA-USP Facultad de Ciencias Económicas, Administración y Contabilidad de la Universidad de São Paulo, desde 1980. Coordinador del PROFUTURO (en Estudios de Planificación, Predicción y Evaluación de Tecnologías, Escenarios y Estrategia), de de los cursos internacionales de MBA “Executive MBA” e “Internacional MBA” de la FIA – Fundação Instituto de Administração, desde su creación en 1992. Es el coordinador general del “Programa Avanzado de Gestión en las Américas”.



Alfredo Behrens, PhD por la Universidad de Cambridge. Es profesor de Gestión Intercultural en la FIA. Leccionó o fue consultor en las universidades de Princeton, Katz Business School y London Business School. Fue Rector da La Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado y economista del Banco Mundial. Autor del Libro “*Culture and Management in the Americas*”, Stanford University Press, 2009, y co-autor de “*The Software Industry in Emerging Markets*” Edward Elgar, Londres, 2005.



Santiago Maya, Doctor, Mestre y Licenciado en Administración de Empresas por la Universidad de São Paulo/Brasil. Consultor internacional de Marktech Consulting. Es profesor de Marketing de la FIA – Fundação Instituto de Administração de São Paulo/Brasil. Actuó como coordinador-profesor internacional en la escuela de negocios brasileña FDC-Fundação Dom Cabral. Co-autor de los libros: “*Gestión de Proyectos de Innovación*”. 1995. São Paulo, Art-Gráfica, 1995. y “*Business Plan: Planejando o sucesso do seu empreendimento*”. Editora Lexicon, 2000.

Inversión

U\$ 4,800.00 al contado cuando abonado hasta el 30 de septiembre
U\$ 5,200.00 al contado cuando pago después del 30 de septiembre

La inversión Incluye:

- traslado das visitas en el Brasil, inclusive a Rio de Janeiro
- material didáctico;
- coffee-break y almuerzo durante los días de clases.

Indicaremos hoteles conveniados en Bogotá, São Paulo y Rio de Janeiro.

Contacto/Informaciones

Profuturo – FIA (Fundação Instituto de Administração)
c/ Ivana Franco, ivanaf@fia.com.br
+5511 3818-4021