



Desarrollo y Diseño de Servicios en las Organizaciones Empresariales

La Paz, Bolivia

3 – 5 de septiembre de 2013

Con el apoyo de:



Auspician:



Sólidos Cimientos para Bolivia



Antecedentes

La prestación de servicios para sus miembros es uno de los valores añadidos fundamentales de las organizaciones de empresas y empleadores. Con estos servicios, ayudan a las empresas miembros a reducir sus costes de transacción, a optimizar el cumplimiento de las normativas y, sobre todo, a mejorar su eficiencia, contribuyendo así a la sostenibilidad y al crecimiento del sector empresarial. Desde el punto de vista institucional, se trata de una estrategia esencial para retener a los miembros existentes y para atraer otros nuevos, acrecentando así su representatividad y su influencia.

Los cambios económicos globales obligan a las organizaciones de empleadores y las empresas a redefinir sus estrategias de servicios por muchas razones. Con la transformación de los mercados, las necesidades de las empresas miembros se han modificado significativamente, reflejando así los cambios en prácticamente todos los aspectos del negocio. Debido a estas transformaciones, las empresas demandan nuevos servicios que les ayuden a responder a los retos que plantea el mercado.

Por otro lado, la competencia creciente en el mercado, procedente de los proveedores privados de servicios, de las consultoras o de otras asociaciones, e incluso de individuos con grandes competencias, obliga a las organizaciones a tomar decisiones estratégicas, a repensar sus antiguos paradigmas y a innovar.

El reto de prestar servicios a una afiliación diversificada, desde las grandes multinacionales menos dependientes de los servicios, hasta las Pymes y microempresas que valoran enormemente su oferta, es otro de los factores que inducen a repensar el papel de proveedor de servicios.

Los servicios que las organizaciones ofrecen son de diferentes tipos: consultoría, capacitación, representación legal, creación de redes, comercio y desarrollo de mercado, información e investigación. De hecho una oferta de servicios de calidad es esencial para conservar y atraer miembros y puede representar una importante fuente de ingresos para las organizaciones.

El curso analizará el portafolio de los servicios ofrecidos actualmente por las organizaciones de empleadores para encontrar nuevas soluciones y ayudará a identificar nichos de mercado para desarrollar nuevos servicios.



Objetivos

Los objetivos principales del curso son:

- El análisis del portafolio de los servicios ofrecidos por las organizaciones de empleadores.
- La evaluación de la sostenibilidad/viabilidad de la expansión de los servicios ofrecidos o identificación de nuevas soluciones para el mejoramiento de servicios ya existentes.

La capacitación abarca temas relacionados a las cuestiones esenciales que una organización de empleadores tiene que enfrentar en el proceso de planificación, desarrollo y puesta en marcha de servicios para los miembros.

Al final del curso los participantes:

- Tendrán a disposición herramientas para diseñar una estrategia clara para el desarrollo de la oferta de servicios;
- Aprenderán a evaluar las necesidades de los miembros y también su nivel de satisfacción;
- Evaluarán su portafolio de servicios identificando las debilidades y las fortalezas, planearán una estrategia para identificar nuevos nichos de mercado y expandir la oferta de servicios existentes;
- Habrán mejorado su capacidad de comercializar y promocionar sus servicios.

Cada participante redactará un plan de acción que se implementará a nivel individual y de la organización.



Participantes

Este Programa está dirigido a Directores Ejecutivos, Gerentes Generales, Gerentes o Jefes que tengan a su cargo Departamentos, Áreas o Unidades vinculadas al desarrollo, gestión y provisión de servicios para los miembros de sus Organizaciones Empresariales. Se pretende una amplia representatividad sectorial y regional, lo cual agrega aún más valor al evento por la interacción entre los participantes.

Por disposiciones regulatorias de la OIT, hay un número máximo de participantes que permite el Programa, por lo que sugerimos a las organizaciones empresariales interesadas en tomar el curso puedan confirmar su participación vía mail, adjuntando la respectiva ficha de inscripción hasta el miércoles 28 de agosto de 2013, a Hrs. 13.00 imposterablemente, remitiendo el formulario de postulación, debidamente llenado, a la CEPB a la dirección de correo electrónico nrojas@cepb.org.bo o fax (2) 2421272.

CRITERIOS DE SELECCIÓN

- 1 a 2 años de experiencia en responsabilidades directivas/ejecutivas en cámaras o asociaciones empresariales, preferiblemente de oficinas/gremios regionales, Pymes, o similares.
- Educación Superior Universitaria
- Facilidad de palabra, vocación de liderazgo e interés gremial a largo plazo.
- Interés por la formación gremial de otras personas.
- Disponibilidad y compromiso para dedicar tres días al Programa.



Estructura y Contenido

El taller se dictará a lo largo de 3 días completos de trabajo desde las 08:30 a 18:00 Hrs. con las pausas correspondientes. El contenido académico del taller está basado en la Guía OIT/ACTEMP “*Servicios Prestados por las Organizaciones de Empleadores: Un enfoque estratégico del desarrollo de servicios*” desarrollada por el Programa de Actividades para Empleadores del Centro de Formación de la OIT en Turín.

ANTES DE LA FORMACIÓN

- Cada participante deberá responder a una encuesta sobre la oferta de servicios que tiene su Organización y el uso de los servicios por parte de los miembros.

FORMACIÓN PRESENCIAL

- MÓDULO 1. ¿Por qué ofrecer servicios a los miembros de las OE?
- MÓDULO 2. Cómo desarrollar y expandir la oferta de servicios con un enfoque estratégico. Definición de la Visión, Misión y Objetivos estratégicos
- MÓDULO 3. Un esquema del proceso de trabajo para generar nuevos servicios
- MÓDULO 4. La indispensable orientación al cliente
- MÓDULO 5. Análisis de la competencia
- MÓDULO 6. Análisis y evaluación de las capacidades de la organización
- MÓDULO 7. Posicionamiento de la organización y determinación del mix comercial
- MÓDULO 8. Definición de objetivos
- MÓDULO 9. Percepción de valor y determinación de precios
- MÓDULO 10. Estrategias de promoción y comunicación
- MÓDULO 11. La elaboración de presupuestos, de la estimación de las ventas y del cronograma de acción
- MÓDULO 12. Cómo preparar y poner en práctica un Plan de Comercialización

DESPUÉS DE LA FORMACIÓN

- Cada participante se compromete a contestar a las encuestas de seguimiento que serán enviadas 6 meses y 1 año después de la formación y a compartir experiencias exitosas.



Metodología y Cuerpo Docente

Este programa de formación combina presentaciones sobre elementos esenciales, estudios de casos prácticos y trabajos en equipos. Cada ejercicio ha sido concebido prestando especial atención a su repercusión y sostenibilidad.

Los participantes tendrán la posibilidad de utilizar una plataforma informática para compartir experiencias antes, durante y después del curso.

El cuerpo docente está formado por un especialista de la OIT y un experto de Marketing y Comercialización con una amplia experiencia en la gestión y el funcionamiento de organizaciones de empleadores.

FACILITADORES DEL TALLER

- **Rubén Mazzini Rodriguez**

Es Gerente Comercial, con más de cinco años de experiencia en el desarrollo de mercados altamente competidos. Es Ingeniero industrial de la UPC, especializado en Dirección de Comercialización de Servicios por ESAN y Marketing Directivo por U. del Pacifico. Posee además un Máster in Business Administration de la U. de Piura, Excellence Degree del PAD.

Curso estudios internacionales en Argentina, en el IAE de la U. Austral de Buenos Aires en Management Internacional y Planeamiento Estratégico de Mercadeo por el INCAE, San Jose de Costa Rica. Ha manejado marcas de consumo masivo y servicios en empresas como diario El Comercio, Química Suiza, Procter & Gamble y Hochschild.

También fue Consultor de Marketing en Métrica Consultoría Gerencial y Deloitte & Deloitte Consulting. Asesoró a empresas como Telefónica, 3M del Perú, DROKASA, PromPerú (marca Perú), Pesquera Hayduk y Grupo E.Wong, entre otros. Posee experiencia en la docencia en MBA, Máster y Cursos en UPC, USIL, ISIL e IPAE. Actualmente es Gerente Corporativo de Marketing y Comercialización en Bambos.

- **Roberto Villamil Alvarez**

Es Especialista de la ACTEMP para la Oficina de los Países Andinos de la OIT. Se graduó en 1986 de Economista en la Universidad de la Republica Oriental del Uruguay. Ha realizado estudios de Doctorado y obtuvo el Diploma de Estudios Avanzados en Economía y Dirección de Empresas, con la calificación de "Notable", en la Universidad de Deusto, San Sebastián, España.

También tiene un Postgrado en Macroeconomía de América Latina y ha realizado múltiples cursos de especialización, como el ILGO en el INCAE de Costa Rica y Desarrollo de Pymes en el Centro OIT de Turín. A lo largo de su carrera se ha especializado en desarrollo de organizaciones y fomento empresarial, formándose en Alemania, España, Japón, Corea del Sur e Italia.

En marzo de 2009, asumió como Director Ejecutivo de Uruguay XXI, la Agenda de promoción de exportaciones y la captación de inversión extranjera directa de Uruguay. Es miembro del Consejo de Dirección, el cual es presidido por el Ministro de Relaciones Exteriores e integrada con otros cuatro Ministros de Estado y cuatro Presidentes de las Cámaras de Comercio, Industria, Agropecuaria y Exportadores.

Durante este periodo, también fue el Comisionado General de Uruguay en Expo Universal de Shanghai 2010 (China) y en la Expo Mundial de Yeosu 2012 (Corea del Sur). En esta última, la comunidad de países integrantes del Bureau Internacional de Exposiciones lo designó miembro del Comité Directivo del Colegio de Comisarios de la Expo.

A lo largo de su carrera, Villamil ha servido como consultor independiente para el BID, la Unión Europea y la ONUDI en varios países de América Latina, en temas relacionados con promoción del comercio y la inversión, desarrollo industrial, desarrollo organizacional y fomento de la actividad empresarial.

Es socio y Director de una empresa agropecuaria, que produce soja, trigo sorgo y cría y engorda ganado en campos arrendados en el Departamento de Saito, Uruguay.



Lugar y fecha

El taller tendrá lugar en la Cámara Nacional de Comercio (Av. Mariscal Santa Cruz No. 1392, Edificio Cámara Nacional de Comercio pisos 1 y 2) del 3 al 5 de septiembre de 2013, de 08:30 a 18:00 Hrs.



Inversión

El costo del Programa asciende a la suma de Bs. 3.500 (Tres mil quinientos 00/100 Bolivianos), mismos que cubren la matrícula, materiales didácticos, logística, almuerzos, docentes internacionales, entre otros. No obstante, gracias al apoyo de ACTEMP, las Cámaras Nacionales de Comercio e Industrias y la CEPB, se tiene previsto la otorgación de un número limitado de becas del 100%.

Por la metodología a aplicarse existe un número máximo de plazas permitido, por lo que se aceptarán los cupos en la medida de que se reciban las postulaciones al Programa.