

Programa CMS – Semestre Primavera 2005

TEMATICAS ABORDADAS

El Programa de Capacitación y Consultoría Microempresarial “Construyendo Mis Sueños” puede ser separado, desde su temática, en un conjunto de distinciones que apuntan al desarrollo personal, a la mejora de la gestión y a la capacidad de generar nuevos negocios y líneas de acción, todas estas interrelacionadas y dependientes unas de otras, lo que determina la imposibilidad de ser abordados por separado sin perder con ello características particulares y fundamentales de cada una. En definitiva, una visión completa del aprendizaje y la vida.

El contenido de cada una de las diez sesiones de taller (entre exposiciones académicas, charlas y sesiones de “gimnasio”) a realizar durante el Semestre de Primavera de 2005 se divide en tres grupos temáticos: Habilidades Directivas, Gestión del Negocio, Marketing y Ventas. La estructura general es la siguiente:

HABILIDADES DIRECTIVAS

CLASE N°1

- **PRESENTACIÓN DEL PROGRAMA**

CONTENIDOS

- Presentación General del Programa
- Por qué realizamos el Programa
- Presentación Individual
- La realidad de la Microempresa Hoy

Web : www.e-cms.cl
e-mail : info@e-cms.cl



**Programa de Capacitación y Consultoría a
Empresarios de Microempresa**

- Aprender a Aprender
- Compromiso de Aprendizaje

OBJETIVOS:

- Generar Comunidad y relaciones preliminares con los empresarios
- Ofrecer un espacio Lúdico, confiable y transparente
- Resolver todas las dudas temáticas a los empresarios
- Invitarlos a ser partícipes de su propio Desarrollo y del sector donde desempeñan su labor
- Hacerlos "creerse el cuento"

CLASE N°2

• PARADIGMAS, QUIEBRES E INNOVACIÓN

CONTENIDOS

- Paradigmas, su influencia en nuestra manera de mirar el mundo, su constitución, las limitancias que implica en la innovación
- Distinción Quiebre
- Estados de Ánimo propicios para resolver quiebres
- Evidencia de Negocios a partir de la identificación de quiebres

OBJETIVOS:

- Erradicar del lenguaje y la acción los "problemas" a cambio de la nueva distinción
- Entrenar la visualización de Quiebres y transformarlos en oportunidades en diversos ámbitos, ya sea en el sector específico en que trabajan como en nuevos espacios complementarios
- Incrementar la capacidad de rediseño de prácticas a partir de la identificación de quiebres
- Motivarlos a innovar y a observar las distintas innovaciones que hacen a diario. Hacerlos concientes de sus propias innovaciones

CHARLA N°1

- **DESARROLLO DE HABILIDADES DIRECTIVAS**

CONTENIDOS

- Desarrollo de destrezas básicas para la gestión
- Destrezas para trabajar en equipo: pedir, declinar, reclamar, delegar, consensuar, negociar, especular, etc.
- Entrenamiento de destrezas

OBJETIVOS:

- Potenciar habilidades básicas que son imprescindibles en la dirección de un negocio
- Reconocimiento por parte del alumnado de aquellas habilidades en las que deben hacer hincapié para su desarrollo y cuales de ellas dominan, de manera tal de poder hacer ofertas concretas en términos de esas habilidades

- **CONSULTORÍA 1**

CLASE N°3

- **REDES Y CAPITAL SOCIAL**

CONTENIDOS

- ¿Qué es una Red?. Distinción de Redes.
- Mapa de Redes.
- Identidad en la Red.
- Capital Social.
- Cultivando el Capital Social al interior de la Red (sinceridad, responsabilidad, competencia)
- Ejemplos de Redes poderosas y su nacimiento

OBJETIVOS:

- Mostrar la importancia de las redes y alianzas para el desenvolvimiento de las personas y organizaciones en el contexto actual
- Desarrollar las competencias que permitan el desarrollo de redes
- Motivarlos a formar una red poderosa al interior del grupo, involucrando en esto a los otros empresarios y a los Capacitadores

CLASE N°4

• CLIENTES Y CICLO DEL TRABAJO

CONTENIDOS

- Definición clásica versus contemporánea del Trabajo
- Definición de clientes (externos e internos)
- La importancia del cliente en los negocios y la gestión
- Declaración de clientes
- Círculo del trabajo (etapas y participantes)
- Habilidades requeridas en cada etapa (poniéndolos a prueba en una negociación)

OBJETIVOS:

- Mostrar la importancia del trabajo orientado al el cliente como la piedra angular de desarrollo del negocio
- Mostrar que los clientes son seres particulares con identidades distintas
- Mostrar la importancia del ciclo del trabajo como guía y coordinador del proceso de trabajo
- Poner en práctica habilidades específicas
- Mejorar la relación con los clientes y los proveedores en el proceso completo del ciclo

GESTIÓN DEL NEGOCIO

CHARLA N°2

- **LA LEGALIDAD EN LA MICROEMPRESA EN CHILE**

CONTENIDOS

- Aspectos Legales que rigen al Sector Microempresarial en Chile.

OBJETIVOS:

- Que los empresarios conozcan el Marco Teórico Legal que les es imprescindible para su operar en buena forma y de acuerdo a lo que la ley establece. Que sepan en qué grado los aspectos legales los afectan desde el punto de vista de las ventajas y desventajas que son fundamentales en el inicio y evolución de su Microempresa.

CLASE N°5

- **ADMINISTRACIÓN GENERAL DEL NEGOCIO**

CONTENIDOS

- Definición de productos
- Variables para mejorar el producto
- Servicios asociados al producto
- Planificar, ejecutar y controlar el negocio
- Análisis de la Planilla Ingreso-Egreso (Flujo de Caja Simple)

OBJETIVOS:

- Los empresarios reconozcan la importancia de tener un orden en los negocios

- Inculcar la utilización de herramientas de control de flujos monetario
- Distinguir la existencia de un YO distinto a un YO Negocio
- Entendimiento por parte del empresario de definiciones y distinciones claves a la hora del manejo y control del negocio (ingreso – utilidad – costos)
- Practicar la identificación de costos y gastos
- Invitarlos a manejar de manera eficiente el negocio, reduciendo costos y aumentando el margen

CLASE N°6

• ESTRATEGIA, MERCADO Y ANÁLISIS FODA

CONTENIDOS

- Definición de Mercado (como se constituye y sus características)
- Mercado y la Competencia
- Análisis Interno y Externo de la Empresa (en el contexto de nuevos y consolidados negocios)
- Ejemplo de Análisis FODA al interior del sector específico

OBJETIVOS:

- Mostrar la importancia de la existencia de un mercado y la competencia con otros grupos en un mismo producto
- Identificar, en conjunto, las principales fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de cada sector (y en el propio) en la actualidad
- Identificar, en conjunto, nuevas maneras de diferenciarse de la competencia

MARKETING Y VENTAS

CHARLA N°3

• MARKETING Y VENTAS

CONTENIDOS

- Visión clásica del Marketing
- Visión actual de las variables Controlables de Marketing: Marketing Mix (producto, precio, plaza, promoción, planta, personas, procesos)
- Segmentación, Posicionamiento y Diferenciación
- Que se entiende por Venta
- Etapas del Proceso de Ventas
- Técnicas y recursos básicos de un vendedor

OBJETIVOS:

- Generar, analizar y proponer líneas de acción para los principales problemas de marketing de cada sector
- Tener un adecuado manejo de los conceptos y de las herramientas del marketing.
- Identificar y analizar problemas comerciales y su entorno relevante
- Erradicar el concepto de que el marketing sólo involucra la promoción y cambiarlo por un concepto más global y alcanzable como lo es el Marketing Mix
- Identificar de manera conjunta claramente en términos de sus negocios cuales son los segmentos en los cuales intervienen o debieran intervenir
- Entregar una nueva distinción orientada al cliente bajo un contexto de personalidad
- Cambiar la noción de venta de productos por venta de Atributos
- Entrenar el manejo de objeciones durante el proceso de venta
- Generar la conciencia de post-venta

- **CONSULTORÍA 2**

CLASE N°7

- **EVALUACIÓN DE APRENDIZAJE Y DESEMPEÑO**

Puede suponerse que la temática presentada es desmembrada y sin consistencia. Sin embargo, desde la primera hasta la última sesión se mantienen como columna vertebral las habilidades directivas, pieza fundamental para reconocer quiebres (que se desarrollan en todos los contextos posteriores), articular redes de contactos y gestionar estados de ánimo, así como también la invitación constante a innovar y a emprender.