

Seminario de
**Administración y Planeación
Estratégica del Comercio Detallista**



EGADE Business School
Tecnológico de Monterrey

Executive Education

Para adquirir los conocimientos más avanzados del **Comercio Detallista** con un enfoque totalmente aplicable a los retos y realidades del mercado latinoamericano, el Tecnológico de Monterrey le invita a participar en el seminario para ejecutivos “Administración y Planeación Estratégica del Comercio Detallista”.

El contenido del programa lo motivará y preparará para desarrollar efectivas estrategias dirigidas a todos los aspectos de su negocio, incluyendo los temas de administración de la cadena de valor, mercadotecnia, análisis financiero, comercialización, desarrollo organizacional y planeación estratégica en el contexto de la omnicanalidad.

Este programa le permitirá realizar un plan de crecimiento para el futuro, mientras dirige las operaciones actuales de su negocio. Hoy en día, satisfacer las más altas expectativas de los consumidores cada vez más digitales es una difícil tarea, como nunca antes lo había sido. Ser competitivo en un contexto de cambios acelerados significa tener la habilidad de crear e implementar una estrategia de mercado omnicanal exitosa.

Nuestro programa le proveerá los métodos y las herramientas necesarias para planear estratégicamente y dirigir su negocio de manera efectiva.

“Durante el programa se aprenden diferentes enfoques y modelos de negocio que ayudan a ampliar la visión y criterio sobre el comercio detallista”.

Manuel Guedea Torres, Flexi



¿En qué le beneficia este programa?

Al participar en el programa Administración y Planeación Estratégica del Comercio Detallista, usted aprenderá a adaptarse a los dramáticos cambios en el ambiente del comercio detallista y a tener gran control de la rentabilidad de su organización. Adquirirá y desarrollará nuevas habilidades y conocimiento en áreas críticas, las cuales lo prepararán para:

- **Planear estratégicamente el crecimiento**, realizando modelación financiera y análisis productivo.
- **Analizar e interpretar los cambios del mercado**, el análisis del consumidor y el entorno competitivo omnicanal.
- **Desarrollar e implantar** una administración de comercialización de clase mundial y una variedad de estrategias.
- **Administrar** efectivamente sus recursos estratégicos.

A través de casos de estudios, modelos conceptuales y ejercicios en equipo, usted adquirirá las herramientas necesarias para la toma de decisiones en su negocio. Los temas cubiertos durante el curso incluyen:

Ocho Maneras de Ganar en el Comercio Detallista

- Factores clave de éxito.
- Modelo del pentágono y triángulo

Análisis y Estructura de Mercado

- Impacto del cambio en la estructura, estrategia y desempeño del comercio detallista
- Segmentación de mercado y posicionamiento
- Evolución y desafíos del comercio electrónico
- Impacto del cambio en el ambiente económico y perfil del consumidor. Demografía y valores
- Economía y tecnología

Entorno Cambiante del Comercio Detallista

- Nuevos formatos del comercio detallista: supermercados, almacenes, tiendas de descuento, outlets y tiendas de especialidad, etc.
- Participación de mercado y crecimiento
- Fusiones y adquisiciones
- Comercio detallista global y diversificación internacional

Impacto de la Tecnología

- Respuesta eficiente del consumidor
- Costeo por actividad
- Planeación colaborativa, pronóstico y resurtido de mercancías
- Inventario manejado por proveedores
- Administración de categorías de productos y planeación de surtido
- Alianzas estratégicas

Investigación de Mercado como ayuda para la Planeación Estratégica

- Imagen y posicionamiento por segmento
- Seguimiento a través del tiempo y los mercados
- Monitoreo del posicionamiento y la participación de mercado por línea de producto

Modelación Financiera y Análisis de Productividad

- Modelo financiero de DuPont: ROA, ROE
- Análisis de activo y apalancamiento
- Dirección de Comercialización y Estrategias de Surtido
- Análisis GMROI / NMROI (productividad de la comercialización)
- Análisis GMROL / NMROL (productividad laboral)
- Análisis GMROF / NMROF (productividad de espacio)
- La trinidad de recursos
- Análisis de nivel corporativo vs. tienda vs. departamento
- Análisis del impacto del nivel SKU

Planeación Estratégica para el Crecimiento

- Procesos y herramientas de análisis
- Portafolio y análisis competitivo
- Definiendo estrategias y herramientas tácticas alternativas
- Análisis de situación (SWOT)

Programa General

PRE-PROGRAMA

Previo al inicio del programa usted recibirá los materiales de estudio necesarios para prepararse antes del curso; las lecturas previas le permitirán participar activamente e involucrarse en las actividades de aprendizaje diseñadas para cada sesión.

DÍA 1

- Tendencias Globales Clave en Comercio Detallista
- Construyendo la Ventaja Competitiva: "Las Ocho Maneras de Ser Exitoso en el Comercio Detallista" (Pentágono y Triángulo)
- Estrategia del Comercio Detallista. Caso de estudio Mercadona

DÍA 2

- Análisis Financiero y de Productividad. Presentación de modelos de análisis
- Trabajo en equipo y presentaciones sobre Caso MidWest Market

DÍA 3

- La Matriz Maestra: Análisis de Productividad por Departamento y Tienda
- Administración Estratégica y Planeación de Categorías
- Presentaciones de equipo sobre Planeación de Surtidos

DÍA 4

- Estrategia detallista de descuento. Discusión caso de estudio TJ Maxx
- Diseño de Estrategia Omnicanal. Discusión de caso de estudio Zara Online

DÍA 5

- Creando Éxito Sustentable en la Omnicanalidad. Discusión del caso Choque de Culturas: Amazon vs. Walmart
- 22 Secretos del Comercio Detallista según Douglas J. Tigert

Nota:

- El curso inicia el lunes a las 8:30 h y concluye el viernes a las 13:00 h

“Este programa te deja una amplia visión del Comercio Detallista y te hace un competidor global”.

Rodrigo Arroyo Jiménez
Farmacias Guadalajara

¿Quién dirige el programa?

Este programa es impartido por reconocidos maestros de Babson Executive Education, quienes cuentan con una gran experiencia en el área del Comercio Detallista a nivel internacional. Asimismo, los profesores cuentan con un vasto trabajo de investigación en áreas de Comercio Detallista como son comercialización, planeación estratégica y análisis financiero, entre otras.

Guillermo D'Andrea, PhD

Es PhD por el IESE, Barcelona, Universidad de Navarra. Además de ser profesor de Dirección de Empresas, es uno de los fundadores del IAE Business School de la Universidad Austral en Buenos Aires, Argentina. En esta institución, dirige el Centro de Liderazgo en Marketing y Retailing, y de 1985 a 2005 dirigió el departamento de Mercadotecnia. Es profesor en Babson College, Politécnico de Milán, IESE, e invitado en Harvard, Darden, IEDC Eslovenia y escuelas de América Latina.

Entre 2001 y 2010 fue director del Coca Cola Retailing Research Council Latin America. Su campo de investigación se centra en la evolución del comercio detallista, estrategias de marcas y marketing de servicios. Ha publicado en revistas como Harvard Business Review, McKinsey Quarterly, y es autor de La Esencia del Marketing, Innovación en América Latina, y co-autor del Retail Management, Marketing Estratégico en Latinoamérica; y Mercadotecnia de Servicio.

Cuenta con una amplia experiencia en consultoría en las áreas de comercio detallista, investigación de mercados, industria textil, farmacéutica, salud, producción y distribución de alimentos.

Su especialidad es en el área de estrategia y gestión de cadenas detallista, y en proyectos relacionados con problemas de marketing estratégica. Junto con Martín Zemborain crearon GDConsulting y con otros socios, Retail Radar Consulting Group, especializados en estrategia y gestión Retail con más de 30 años de trayectoria, creadores del Software de gestión Retail IQ (SaaS).

Algunas de las compañías para las que trabajan son Casino (Colombia), WalMart Arg, Tia (Ecuador), Muebles Divino (Uruguay), Vierci Retail (Paraguay), Mr Price (S Africa), 3M, Siemens, Osram, IPSOS, Unilever, Best Food y Bayer.

El Tecnológico de Monterrey es la primera y única universidad a nivel Latinoamérica que ofrece un programa académico de Comercio Detallista.

Martín R. Zemborain, PhD

Es profesor de Dirección Comercial en el IAE Business School, Universidad Austral, desde 1999. Además, fue miembro del Consejo de Dirección de esta Escuela entre 2014 y 2019. Actualmente ocupa el cargo de director del Área Académica de Dirección Comercial y director Académico del Departamento de Alumni.

Es Ph.D. en Business con especialización en Marketing por la Universidad de Columbia, New York, Estados Unidos. También es Máster en Dirección de Empresas por el IAE Business School, Universidad Austral, e Ingeniero Industrial por la Universidad de Buenos Aires.

Se especializa en temas relacionados con la gestión estratégica del comercio minorista, la psicología del consumidor, y la innovación comercial, habiendo dictado conferencias relacionadas con estos temas en diferentes países de Latinoamérica. Enseña en el Programa de especialidad "Retail Management" en el IAE y es

profesor invitado en prestigiosas escuelas del mundo, como el Tecnológico de Monterrey, la Escuela de Negocios de la Universidad de Columbia, en EE. UU.; el IESE Business School, en España; la Munich Business School y la Hamburg School of Business Administration en Alemania; entre otras Escuelas de Negocios de Europa y Latinoamérica.

Hace más de 20 años, combina su actividad académica con la consultoría en sus campos de especialidad, habiendo colaborado con empresas de diferentes sectores en Latinoamérica, como por ejemplo Grupo Éxito, Almacenes Tía, Grupo Vierci, Grupo Interbank, Carrefour, Cencosud, Coca Cola, Grupo Familia, entre otros.

Desde 2021, es co-fundador y socio de Retail IQ, una empresa que combina la consultoría con un *Software as a Service* para maximizar la rentabilidad del negocio minorista.

María Elena Vázquez Lira, PhD

Experta en Estrategia de Marketing y Retailing, ha trabajado con empresas para mejorar resultados estratégicos y orientación al mercado que les permitan diferenciarse y crecer.

Actualmente es Decana de la Escuela de Negocios del Tecnológico de Monterrey. A lo largo de su trayectoria ha destacado su pasión por la consultoría, por lo que combina su rol directivo con la asesoría en proyectos estratégicos relacionados con retailing, marketing, gestión de servicios, gestión de calidad y estrategia en empresas como Ford de México, Ciba-Geigy, Smurfitt Cartón y Papel de México, Vitro, Pinturas

Berel, Soriana, Farmacias Guadalajara, Bodesa, Arteli, Cervecería Cuauhtémoc-Moctezuma, ANAM, ANTAD, Pinturas Prisa y Nutrisa, entre otras.

Ha sido profesora visitante en Estados Unidos, Ecuador, Colombia y Francia, y su investigación ha sido publicada en el Journal of Business Research, Journal of Shopping Center Research and Management Service Quality.

Es Doctora en Administración de Empresas con especialización en Estrategia de Marketing y Retailing por la Universidad de Phoenix.

“Al participar en este programa adquirí una visión más global y financiera del negocio del *retail*. Nos dotó de herramientas de medición, que aplicadas rigurosa y disciplinadamente, nos ayudaron en la mejora de la rentabilidad y productividad de la empresa. Esta es una excelente oportunidad para reconsiderar su estrategia y para determinar los factores de éxito que sean los pilares de su negocio”.

Francisco Jiménez, **C&A México**

¿Quiénes pueden participar?

El programa Administración y Planeación Estratégica del Comercio Detallista está diseñado para ejecutivos de alto nivel de todos los sectores del comercio detallista, tanto de compañías nacionales como internacionales.

Este programa es de gran relevancia para Presidentes y Directores Generales, así como Directores Regionales, Gerentes de Comercialización, Operaciones, Mercadotecnia, Finanzas, Recursos Humanos y Sistemas de Información. Participarán ejecutivos provenientes de diversas regiones de Latinoamérica, quienes traerán su propia perspectiva y experiencia, al dinámico ambiente de aprendizaje.

Algunas empresas participantes en este programa ofrecido en México y EUA:

- C&A
- Fábricas de Francia
- La Marina
- Blockbuster, Inc.
- Coca Cola
- FEMSA Comercio
- Nike, Inc.
- Office Depot, Inc.
- RadioShack Corporation
- Sam's Club
- Walmart Stores, Inc.
- ANTAD
- Flexi
- Farmacias Guadalajara
- Ferremas
- Oxxo
- Soriana
- Arteli
- Comercial VH
- Desarrollo Comercial Abarrotero
- ISEGG
- Kiosko
- Promotora de Productos y Mercados Mexicanos, S.A. de C.V.
- PSM
- Súper Gutiérrez



“En este seminario adquirí una visión de los puntos críticos en la estrategia y la operación para asegurar el éxito de la empresa”.

Jorge F. Landgrave G.
Comercial VH

¿Qué hacer para inscribirse?

El programa Administración y Planeación Estratégica del Comercio Detallista se impartirá en Guadalajara, Jalisco.

Debido a que el cupo es limitado, le recomendamos realizar su inscripción lo antes posible para asegurar su lugar con suficiente antelación.

PROGRAMA PRESENCIAL INTENSIVO

Fecha:

13 al 17 de mayo de 2024

Lugar:

Hábitat Farmacias Guadalajara para el Futuro de los Negocios.
Tecnológico de Monterrey, Campus Guadalajara.

Duración:

4.5 días

Inversión:

\$6,500 USD

La experiencia incluye:

- Material
- Alimentos

Hotel Sede:

Grand Fiesta Americana Guadalajara

Realice su solicitud de admisión

[Aplique aquí](#)

Conozca más

[Haga clic aquí](#)





EGADE Business School
Tecnológico de Monterrey

Executive Education



executive@servicios.tec.mx



egade.tec.mx