ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN
FACULTAD DE ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN

Programas para **Empresas**

EMPRESAS DE RETAIL

WWW.ESCUELADEADMINISTRACION.UC.CL

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN
FACULTAD DE ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN

Pontificia Universidad Católica de Chile
En sus más de 130 años de historia ha formado a los grandes líderes, pensadores y transformadores de este país en diversas áreas a través de una educación sólida, arraigada en la ciencia, el arte, las humanidades y los valores católicos.

Escuela de Administración UC es parte de la Facultad de Economía y Administración y, como tal, es reflejo directo del prestigio, excelencia y calidad UC, que imprime en sus distintos programas.

Acreditaciones

AACSB · EQUIS ACCREDITED · ASSOCIATION OF MBAS ACCREDITED · BUSINESS GRADUATES ASSOCIATION ACCREDITED

Alianzas internacionales

GLOBAL NETWORK FOR ADVANCED MANAGEMENT · unicon CONSORTIUM FOR UNIVERSITY-BASED EXECUTIVE EDUCATION · PIM Partnership in International Management

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN
FACULTAD DE ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN

Dado el dinamismo y las transformaciones que está viviendo la Industria del Retail, **Programas para Empresas de la Escuela de Administración**, ha estado desarrollando temáticas específicas para apoyar a las empresas a ser exitosas en estos procesos de cambio.

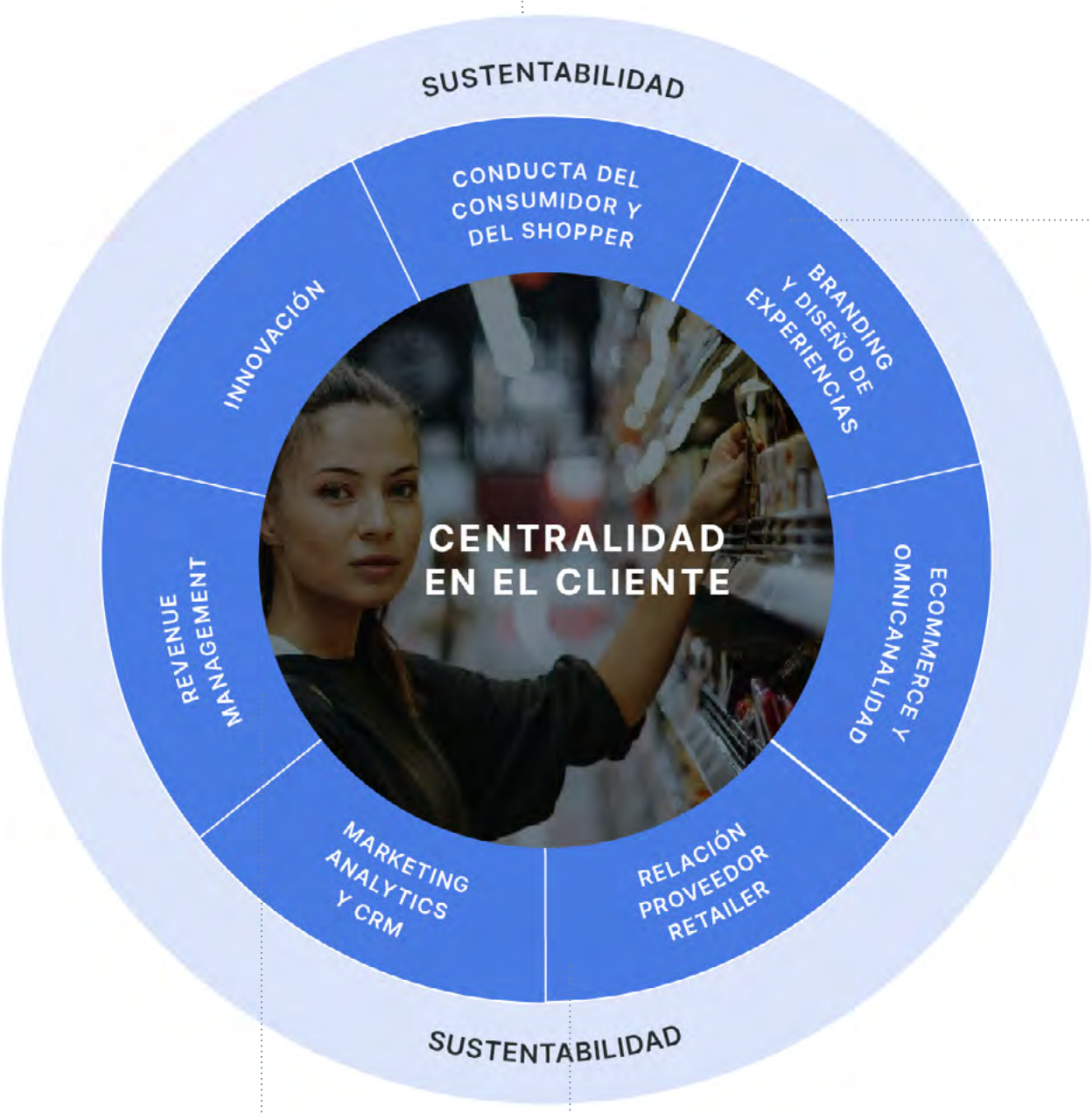
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN
FACULTAD DE ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN

SUSTENTABILIDAD

- **Estrategia de ESG y Sostenibilidad**
- **Economía Circular:**
  - Principios de economía circular
  - Barreras y drivers para implementar la economía circular
  - Ley REP: desafíos y oportunidades
  - Aspectos sociales de la economía circular
- **Cambio climático:**
  - Evidencia de la urgencia climática
  - Por qué enfrentar el cambio climático es una oportunidad de mejor financiamiento, flujo comercial, atracción de talento

BRANDING Y DISEÑO DE EXPERIENCIAS

- Construyendo marcas de alto valor
- Arquitecturas de marcas
- Extensiones de marcas
- Rol del brand manager
- Valorización económica de marcas
- Marcas sustentables y ciudadanas
- Reposicionamiento de marcas
- Marketing digital y marcas
- Rediseño experiencias de compra
- La ruta de compra omnicanal



REVENUE MANAGEMENT

- Estrategias de precios en el canal
- Evaluación de promociones
- EDLP vs HI-LO
- Precios dinámicos en retail
- Omnicanalidad y precios
- Estimación de demanda
- Gestión de inventarios

RELACIÓN PROVEEDOR RETAILER

- Modelo negociación
- Los nuevos desafíos del KAM omnicanal
- Gestión procurement digital
- Category management y rol del capitán de categoría
- Manejo de conflictos en el canal
- Evaluación de desempeño y kpis de canales
- Tecnología y analytics para colaborar en el canal

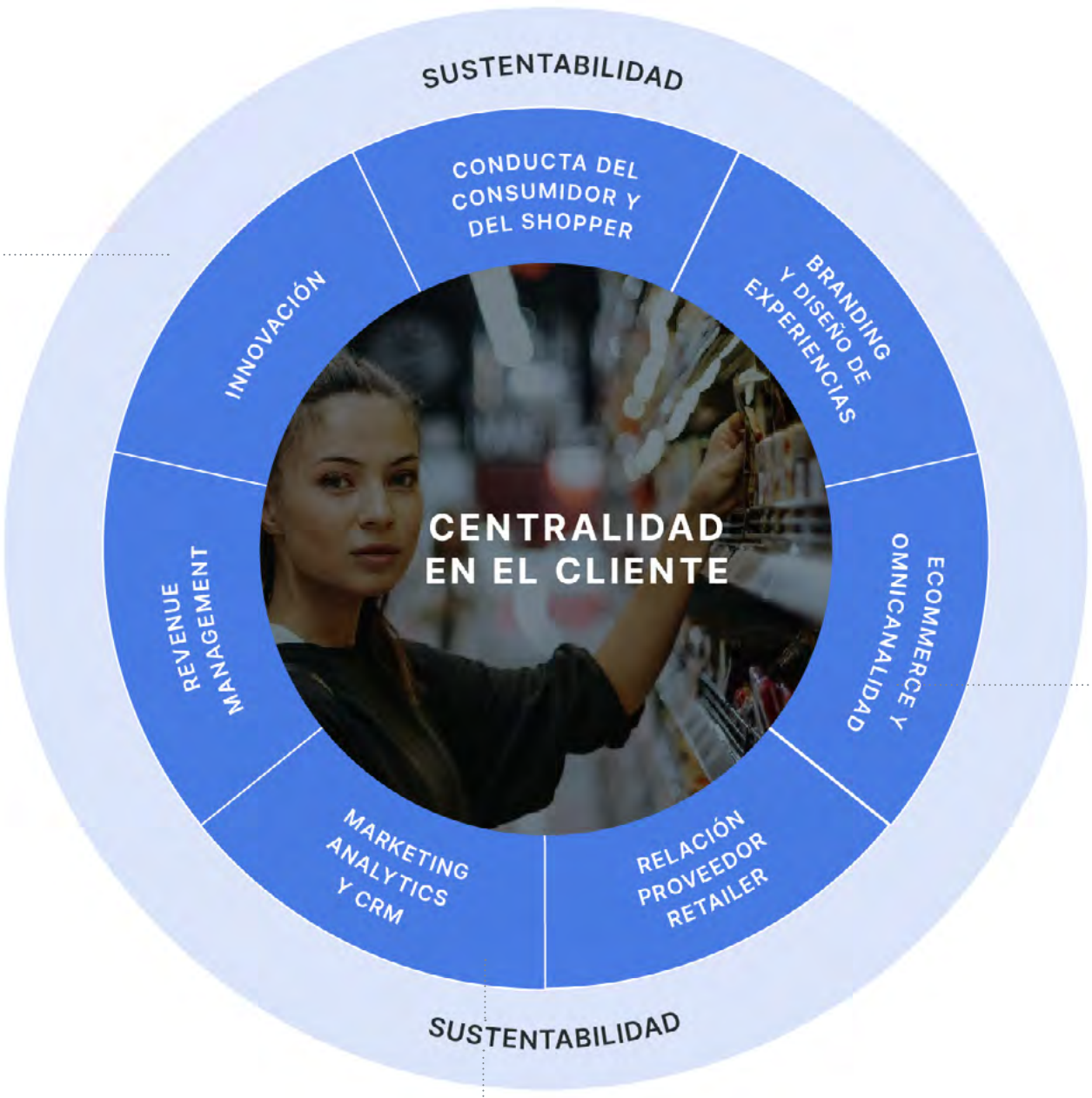
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN
FACULTAD DE ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN

INNOVACIÓN

- Innovación corporativa
- Design thinking & lean startup
- Innovación colaborativa
- Cultura organizacional con foco en innovación
- Actualización de tendencias digitales e innovación
- Metodologías agiles y ejecución de proyectos digitales

CONDUCTA DEL CONSUMIDOR Y EL SHOPPER

- Insights y los nuevos shoppers
- Customer analytics
- Segmentación por misiones de compra
- Optimización ruta de compra
- Herramientas de investigación del consumidor y del shopper
- Tecnología en el punto de venta y engagement del comprador
- Gestión de Influencers y redes sociales



MARKETING ANALYTICS Y CRM

- Métricas de clientes: RFM, LTV, NPS y otras
- Micro-conversiones en la ruta de compra
- Análisis de datos en redes sociales y ecommerce
- Modelos predictivos
- Customer Relationship Management:
  - Gestión de la cartera de clientes
  - Captación eficiente de prospectos
  - Rentabilización de clientes
  - Programas de retención y fidelización
  - Winback de ex-clientes

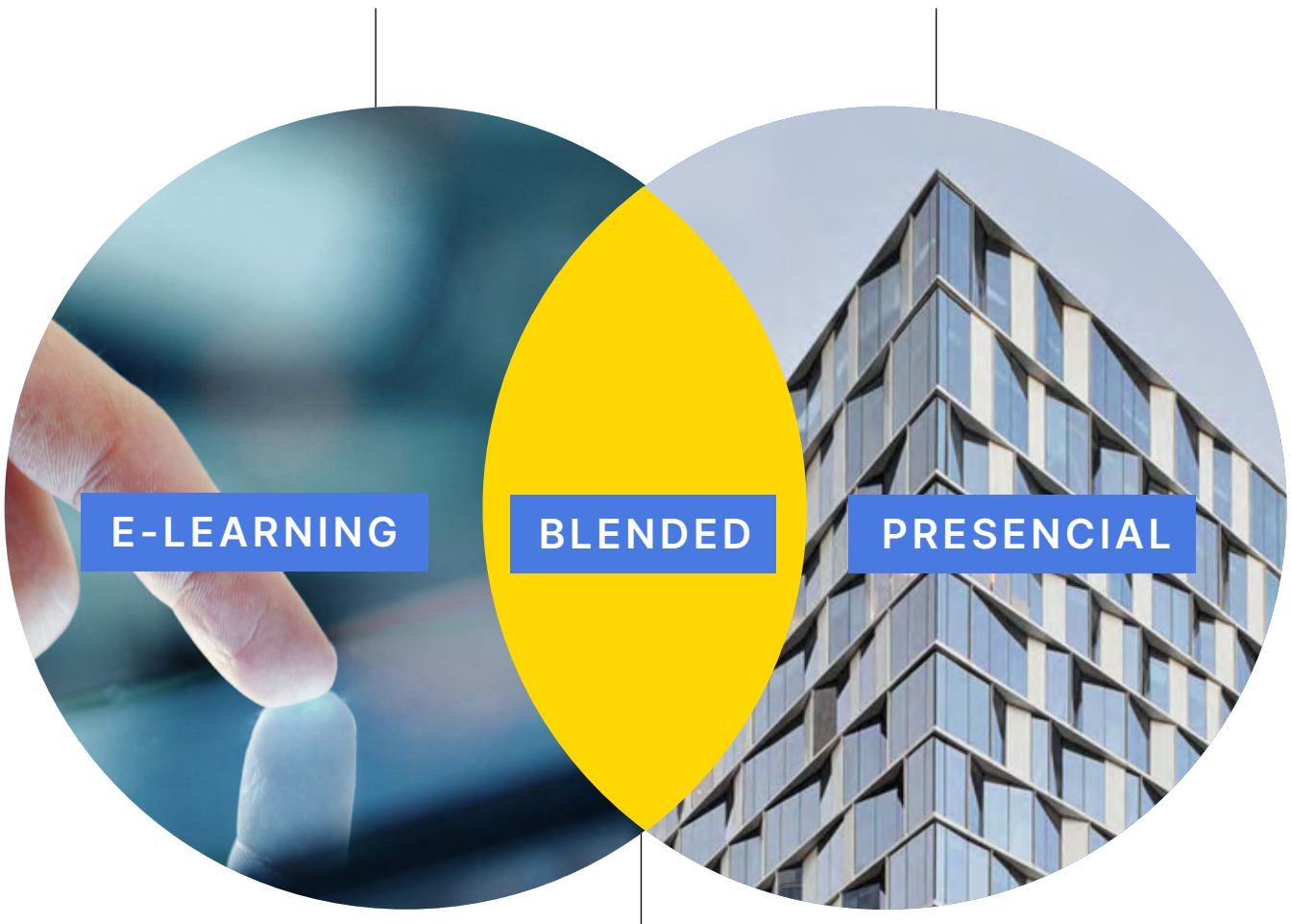
ECOMMERCE Y OMINICANALIDAD

- Omnicanalidad
- Transformación digital comercial
- Marketing digital y ruta de compra
- B2C ecommerce en contexto de consumo masivo
- D2C: direct to consumer y conflicto en canales
- Modelos de plataformas digitales
- Experiencia de compra y consumo
- Refinando modelos de negocio

Modalidades

En la **modalidad e-Learning**, las actividades de aprendizaje se implementan en plataformas de gestión del aprendizaje y videoconferencia, tanto de manera sincrónica como asincrónica.

En la **modalidad presencial,** las actividades de aprendizaje se implementan en espacios físicos; a lo que se suma material de apoyo que puede ser descargado desde la plataforma de aprendizaje respectiva.



En la **modalidad blended**, las actividades de aprendizaje de los programas corporativos se implementan de manera equilibrada entre las modalidades e-learning y presencial, lo que permite un aprendizaje más efectivo y eficiente

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN
FACULTAD DE ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN

Tipos de programas

Diplomados
100 horas
Evaluación obligatoria
Certificación: Diploma

Programas
25 a 99 horas
Evaluación opcional
Certificado: aprobación/ participación

Cursos y talleres
4 a 24 horas
Evaluación opcional
Certificado: aprobación/ participación

Charlas
1 hora
Certificado: No aplica

Coaching
Grupal o Individual
1 hora por sesión
Certificado: No aplica

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN
FACULTAD DE ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN

Algunos de nuestros clientes del sector retail

Empresas que han confiado en nosotros en los últimos 5 años

CCU
LG
cencosud
entel
SMU
3M
BAYER
hp
GRUPO BIMBO
ABInBev
Walmart
SAMSUNG
PUMA
Mars
L'ORÉAL
accenture
Midea
Carrier
AGROSUPER
SIEMENS Healthineers
WOM

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN
FACULTAD DE ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN

Algunos de nuestros profesores

Andrés Elberg
M.A. in Economics, UC. Master in Public Administration in International Development, Harvard. Ph.D. in Economics, University of California Berkeley. Coordinador de la unidad de estudios del Ministerio de Hacienda. Profesor Escuela Administración UC.

Bernardita Figueroa
Diseñadora y Master of Business Administration, UC. Directora de Abastible S.A. Socia y Directora Experience and Service Design, BBK Group. Profesora Escuela de Administración UC.

Claudio Guzmán
MBA, Ingeniero Comercial y Coach Ontológico, UC. Diploma en Estrategias de Negocios Digitales, University of Columbia. Ha tenido 20 años de experiencia en Retail en empresas como 3M y Nestlé en cargos locales y globales. Consultor y Director de Empresas. Profesor y Director de Programas para Empresas Escuela de Administración UC.

Andrés Ibáñez
MBA, Kellogg School of Business, Northwestern University, EE.UU. Graduado del Programa Liderazgo Integral de University of Notre Dame, EE.UU. Ingeniero Comercial, UC. Profesor y Director Educación Ejecutiva y Director Relaciones Internacionales de la Escuela de Administración UC.

Pilar Lamana
Ingeniero Comercial, U. de Chile. Fue Gerente de Marketing y Directora Nacional de Ventas de Unilever. Directora de empresas. Socia de la empresa Fruzco. Socia de “Go to Market Consulting”. Profesora Escuela de Administración UC.

Pablo Marshall
Estadístico, UC. M. Sc. Economía, Universidad de Chile; M. Sc. y Ph.D. en Estadística, London School of Economics, University of London. Profesor Escuela de Administración UC. Director del programa Bachillerato Inicia UC. Profesor Titular Escuela de Administración UC.

Luis Medina
Estudios de Administración de Empresas y Marketing , Universidad de Chile y Kellogg School of Management, Northwestern University, EE.UU. Programa de Alta Dirección (PADE), Universidad de los Andes Socio Director de LMC Business Consulting Group. Profesor Escuela de Administración UC.

Gabriel Pagola
Licenciado en Análisis de Sistemas, UBA, Argentina. VP para Latinoamerica de Braintrust CS a cargo de las operaciones en la región. Especialista en gestión y diseño de modelos de Experiencia de Clientes asesorando en los últimos tiempos a la industria de Banca, Telco y Seguros, en firmas de América Latina y Europa. Profesor Escuela Administración UC.

Cristian Palacios
MBA, l'Ecole des Hautes Etudes Commerciales, HEC, Francia. Ingeniero Industrial, U. de Chile. Director asociado de Braintrust CS, desarrollando proyectos de Transformación Digital, Big Data y Experiencia de Clientes para INDRA España, Transbank, grupo Falabella y BBVA Argentina. Profesor Asociado Escuela Administración UC.

Hernán Palacios
M.Sc. in Economics, Duke University, EE.UU. Ingeniero Comercial mención Economía, U. de Chile. Consultor y asesor de empresas en estrategia y marketing. Profesor Escuela de Administración UC.

Francisco Rocca
Ingeniero Comercial y Contador Auditor, U. de Chile. Consultor de empresas de consumo masivo en temas de marketing. Ha ocupado cargos gerenciales en áreas comerciales y de marketing en empresas líderes de mercado, como The Coca-Cola Company. Profesor Escuela de Administración UC.

Claudio Saavedra
Ph.D. Dartmouth University. Biólogo, U. de Chile. Socio Director, MIC Consulting, especialista en Marketing Industrial. Autor del libro "El desafío del Marketing para empresas industriales". Profesor Escuela de Administración UC.

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN
FACULTAD DE ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN

Educación Ejecutiva | Programas para Empresas

Contacto:
Mónica Pacheco
mpachecor@uc.cl
Teléfono (+56) 95504 2698
Celular (+56) 99337 4785

www.escueladeadministracion.uc.cl