

MUNDO INITIATIVE

LA REVISTA MUNDO INITIATIVE ESCUELA DE NEGOCIOS
Edición N°1 / DICIEMBRE 2018

Fortaleciendo **EL FUTURO** de Paraguay a través del conocimiento

La revista de

 Initiative
ESCUELA DE NEGOCIOS



For tu fu

Masters y Diplomados
con certificación internacional

EXECUTIVE
MBA | ADMINISTRACIÓN
Y DIRECCIÓN
DE EMPRESAS

MASTER
en **FINANZAS** | Y CONTROL
DE GESTIÓN

MASTER
en **MARKETING** | Y DIRECCIÓN
COMERCIAL

+595 (21) 728 9772

initiative.com.py

[f](#) [@](#) [t](#) [in](#) /initiativepy

 Initiative

Fortalece tu futuro hoy

MANAGEMENT
PARA MERCADOS COMPETITIVOS
DIPLOMADO

FINANZAS
CORPORATIVAS
DIPLOMADO

MARKETING
BRAND EQUITY STRATEGY
DIPLOMADO

DESARROLLO DE HABILIDADES
GERENCIALES
DIPLOMADO

FORTALECEMOS TU FUTURO



MUNDO INITIATIVE

Coordinación general:

Rodrigo Arturi
Claudia Melgarejo

Contenido:

Diana Zalazar
Marcia López de Báez
Rodrigo Arturi M.

Fotografía: Marina Cintra

Sonny Pax

Producción:

Daniel Lobos

Diseño y diagramación:

Rodolfo Ramos
Marieli Chacon

Comercial:

Laura Rolón

Impresión:

AGR Servicios Gráficos

Paraguay

Diciembre, 2018

ÍNDICE



07. EDITORIAL



08. / 12. / 22. MUNDO MANAGEMENT



10. RED SUMMA



16. MUNDO FINANCIERO



18. MUNDO MARKETING



24. MUNDO MUJER



26. MUNDO EMPRENDEDOR



28. MUNDO IT



30. MUNDO ACADÉMICO



34. MASTERS



38. DIPLOMADOS



42. ALIANZA INITIATIVE CONTINENTAL



43. MUNDO HEADHUNTING



48. CONSEJO DE EMPRESARIOS



¿Pensas que estas bien informado?

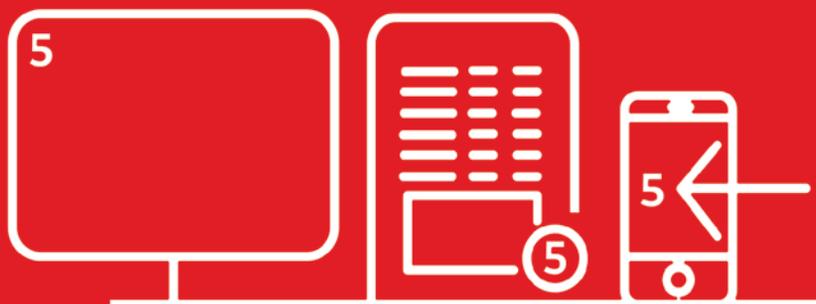
En **5días** trabajamos para descifrar la información del mundo que te rodea creando para vos valor con inteligencia.

"Más conocimiento, menos riesgo"

-

Más información | Más moderno | Más útil | Multimedia

LEÉ, ENTENDÉ, HACÉ NEGOCIOS.



- TV | PAPEL | DIGITAL | ESCUELA CORPORATIVA -

www.5días.com.py



@5dias



@5diaspy



@5diaspy



Canal 5días



Canal 16
de Tigo Star

6 AÑOS EN EL MERCADO



 **SUAR** SMART DEVELOPMENTS

 **SUAR**
BIENES RAÍCES

Anteproyectos · Proyectos ejecutivos · Remodelaciones · Reciclajes · Ingeniería

Austria 1734 c/ Viena

administracion@suar.com.py

+595 971 650821



Tus sueños
Vuelan con Nosotros

reservas@vueleparaguay.com

021 328 3679/0983 230 323

Austria 1734 c/Viena



INITIATIVE, DESAFIANDO LÍMITES

La iniciativa es comenzar algo nuevo, dar el inicio a un sueño que se puede hacer realidad.

Entendemos que la iniciativa siempre implica el sacrificio, la pérdida de algo: tiempo con la familia, tranquilidad de un empleo estable, cambiarse de país o simplemente perder la tranquilidad del status quo.

El primer triángulo verde de nuestro logo, representa esta etapa en la cual se ve la esperanza de un futuro mejor. En una segunda

INITIATIVE
/i-ni-shya-tiv/

**Del latín initiatus,
iniciativa es aquello que
da principio a algo.
Se trata del primer paso
de un proyecto o del
punto de partida
de alguna acción.**



Rodrigo Arturi

Director Ejecutivo de Initiative - Escuela de Negocios.

etapa, las personas con sus sueños comienzan a crecer, hay más personas visualizando el proyecto que se hace más grande y la esperanza se contagia a muchas personas que apuestan por ese proyecto. En esta segunda fase, se llega a un tercer estado de plenitud, representado por el azul del cielo, transformando en un sueño que llega al lugar que pertenece, a lo eterno.

Finalmente, y en algún momento, llegará sin duda la etapa más importante del sueño: la trascendencia a otras personas que les tocará continuar construyendo y fortaleciéndolo día a día, y esa etapa es de color púrpura, demostrando lo más puro de la trascendencia.

Firmemente convencidos de estos conceptos, representados en nuestro logo de la marca, en el año 2015, nos hemos enfocado en construir un puente que les permita a las personas fortalecer su futuro por medio de la mejora continua en su formación profesional y de esta manera aumenta el acceso a mejores oportunidades laborales y empresariales.

Durante más de 20 años trabajando con las mejores empresas y ejecutivos del país, hemos descubierto las necesidades que hoy tienen las empresas y personas, y que a través de la formación profesional en el ámbito de los negocios, estamos convencidos de poder contribuir dejando un legado en el país ayudando a desarrollar profesionales de nivel internacional.



INITIATIVE NETWORKING

El desarrollo de los procesos formativos modernos no puede dejar de contemplar la gestión de redes de contacto entre los diversos grupos de interés, que participan o han tenido algún grado de participación. En este sentido, Initiative, como una escuela de formación y perfeccionamiento en las diversas áreas del quehacer corporativo, busca potenciar un mecanismo de encuentro y redes, cuyos componentes se aprecian de esta manera:



Todo alumno o ex alumno de cualquiera de los programas de Initiative, pasa a formar parte de esta red, en las cuales se pueden acceder a los siguientes beneficios:

Comunicación permanente: todos los alumnos y ex alumnos de Initiative, cuentan automáticamente con una membresía. Para ello se dispondrá de una tarjeta de identificación, un sitio web y diversos mecanismos de comunicación electrónicos e impresos, para ir entregando reportes, noticias, novedades e invitaciones a los diversos eventos programados y desarrollados.

Empleabilidad: La esencia de un proceso formativo, consiste en entregar a sus participantes las herramientas y competencias que permitan aspirar a mejores oportunidades laborales. Es por ello que en la red Initiative se tiene como prioridad convertirse en un banco de oportunidades laborales, cruzando las necesidades de diversas empresas, con los antecedentes curriculares de los candidatos. Al mismo tiempo, se desarrollarán talleres de apresto laboral y técnicas de postulación y entrevistas.

Formación continua: Todos los miembros de la red, serán considerados e invitados a participar de los programas de formación continua, los que se materializan a través de talleres, workshop, cursos de especialidad, seminarios, encuentros y toda la gama de programas que desarrolla la institución, en el programa de actividades. Con esta herramienta se busca mantener a los

miembros de la red, con los conocimientos actualizados en las diversas áreas del desarrollo corporativo de los negocios.

Desarrollo Social y RSE: El desarrollo social está contemplado para aplicar iniciativas que vayan en favor de alguno de los miembros de la red, que esté pasando por momentos de aflicción física y/o personal. De esta forma, nos comprometemos a apoyar a aquellos que en algún momento sufren una carencia, con el principio de reciprocidad en las relaciones. Al mismo tiempo, se busca la participación de apoyo a instituciones altamente carenciadas, que desarrollan actividades invaluable en la entrega de oportunidades a las personas.

Redes de Negocios: Se busca establecer a través del fomento al emprendimiento, un sistema de capacitación, desarrollo, apoyo y búsqueda de financiamiento, a personas que tengan las iniciativas de emprender en nuevos negocios, generando un círculo virtuoso de redes de contacto, apoyo legal y técnico, para que los emprendedores puedan formalizar e iniciar sus actividades. El programa contempla el desarrollo de un Plan de Negocios, en el marco de un Plan de Desarrollo Estratégico.

Ruedas de negocios: Se busca establecer mecanismos de ofertas cruzadas con empresas nacionales y extranjeras, para facilitar los intercambios potenciales de productos y servicios. El proyecto contempla por lo menos dos ruedas de negocios al año, y se espera una muestra significativa de productos, servicios y ofertas varias, para darse a conocer y ofrecer sus ventajas diferenciadoras.

Investigación aplicada: Se busca abordar el tema de la investigación, innovación de desarrollo de nuevas iniciativas, trabajando proyectos a nivel nacional e internacional, orientados a aportar al conocimiento y perfeccionamiento de las diversas áreas de las empresas, organizaciones y negocios. Los trabajos de tesis, la formulación de ideas de investigación y los procesos de trabajo y de publicaciones, son coordinados por un equipo de especialistas de Initiative, y muchas veces derivan en consultorías para diversas organizaciones.

Benito Barros Muñoz

Director General CFT Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, Chile.

PREPARÁ TUS MALETAS QUE VAS DE VACACIONES

QUICK SERVICE

Te lleva a
Cancún



QUICK SERVICE

Especialistas en **Mecánica Express**

Recibimos vehículos de todas las marcas
Consultas al ☎ 0971 195 200

NUESTROS SERVICIOS

- \\ Mantenimiento preventivo y control general.
- \\ Cambio aceite motor, caja, diferencial y reductora.
- \\ Cambio de filtros; de aceite, aire, combustible y a. acondicionado.
- \\ Cambio de pastillas de freno.
- \\ Cambio de batería.
- \\ Lavado.
- \\ Control de luces (cambio de focos).
- \\ Control de líquidos; fluído de frenos, refrigerantes, batería y líquido limpiaparabrisas.
- \\ Cambio de escobilla limpiaparabrisas.

Realizamos servicios a Flotas



Aviadores

Aviadores del Chaco c/ Stma. Trinidad
Tel.: (021) 328 0521



Villa Morra

Souza esq. Rca. Argentina
Tel.: (021) 66 40 88



San Lorenzo

Mcal. López frente a la UNA
Tel.: (021) 338 72 33/4



Ciudad del Este

Cadete Pando c/ Mons. Rodríguez
Tel.: (061) 570 635 ☎0986 969 983

Por cada 150 mil en servicios, tenés un cupón y participás del sorteo de un viaje a Cancún para 2 Personas. *Sorteamos el 15 de Febrero del 2019.



NETWORKING Y BENEFICIOS ESPECIALES PARA TODOS SUS MIEMBROS

Desde Initiative Escuela de Negocios, hemos creado una red de contactos con el objetivo de desarrollar al máximo las habilidades ejecutivas de los estudiantes, a través de las vivencias y conocimientos obtenidos en las aulas, con un enfoque universal en el desarrollo de nuestros alumnos de manera integral.

Inspirados en nuestros alumnos, en su inmenso potencial, y en todas las oportunidades posibles, creamos el concepto de SUMMA, que en latín significa "sin límites", porque estamos plenamente convencidos que ser el nexo para conectar a personas que eleven el potencial de sus empresas, es una oportunidad que solo es limitada por la imaginación.

Así, nace la Red Summa y como miembro, los ex alumnos y alumnos de la Escuela de Negocios tienen acceso libre a todas las actividades organizadas por Initiative, y aranceles preferenciales en nuestros programas de capacitación, por solo mencionar algunos de los beneficios. Asimismo, los miembros de la red dispondrán de las instalaciones de la institución, en directa coordinación con el equipo de trabajo, conforme a las necesidades de quienes lo soliciten.



REDSUMMA

Initiative
ESCUELA DE NEGOCIOS



FINCO

Hágalo Simple y Seguro
Hágalo con FINCO



Microcréditos a emprendedores.



**Compra de cartera.
Compra de deudas.**



**Anticipos de cheques.
Servicios de Liquidez.**



Créditos con garantía Fiduciaria.



**Leasing de bienes de capital.
Factoring y Confirming.**


FINCO

Es un negocio de:



 www.finco.com.py

 (+595) 21 238 1572/3

 Avda. Mcal. López 3.811 casi Dr. Morra
Edificio Mcal. Center, Piso 8



RODRIGO SOTOMAYOR: MANAGEMENT Y EXPERIENCIA CON SELLO LOCAL

*Con una percepción compleja del consumidor paraguayo, la invitación a la constante autocrítica y autoevaluación, con el respaldo de una carrera consolidada de dos décadas, a nivel internacional y local, **Rodrigo Sotomayor**, comparte sus principales desafíos y esfuerzos realizados tras convertirse en el primer paraguayo en encabezar una multinacional de consumo masivo líder en nuestro país.*

El Country Manager de una de las multinacionales más importantes del país, motiva a las futuras generaciones a la constante capacitación y a conocerse a sí mismos, para así tener una noción concreta de sus habilidades blandas, necesarias a la hora de liderar.

¿Cuáles fueron los principales desafíos a los que se ha enfrentado, como gerente general?

El desafío principal de una gerencia general siempre tiene que ver con anticipar futuros escenarios y adaptarse al entorno cambiante, sin perder de vista los objetivos a mediano y largo plazo.

Actualmente, la fragilidad económica de nuestros vecinos como Argentina y Brasil, nos obligan a revisar los planes y entender los impactos tanto positivos como negativos que surgen. El desafío es ajustar lo que se necesite sin perder de vista hacia dónde queremos ir. La clave es actuar en contra de la fuerte inercia organizacional para mover las iniciativas en la dirección que se requiera.

¿Cuáles fueron los mayores esfuerzos para lograr escalar dentro de la empresa?

Es un proceso largo de casi 20 años, con 9 años de carrera internacional y 15 en posiciones gerenciales. Si pensamos en términos de esfuerzos, esto se parece más a una maratón -por la resistencia requerida- que a un *sprint* o explosión.

En términos de esfuerzo, los desafíos profesionales son formadores y estar permanentemente fuera de la zona de confort es incómodo, pero a la vez crítico para un desarrollo personal y profesional.

La pregunta que tenemos que hacernos siempre es qué tan cómodo estoy con los desafíos que enfrento actualmente. Si la respuesta es que estamos cómodos, aunque sea un poco, significa

que estamos entrando a una zona de confort que no nos permite crecer.

El mayor esfuerzo tiene que ver siempre con lograr conocer, a través de un conocimiento profundo de uno mismo, cuales son nuestros “programas básicos de comportamiento” con los que operamos el día a día, reconocer los que sirven y cuáles requieren ciertas modificaciones.

¿Cuáles son los pilares estratégicos de su empresa?

Por el estadio de evolución de mercados de consumo masivo la prioridad es acelerar el desarrollo de los mismos. Los consumos per cápita de casi todas las categorías en las que formamos parte del mercado están por debajo del promedio regional, y ni qué decir con el promedio mundial.

El desafío consiste en convertir las categorías en las que operamos más relevantes para el consumidor, entendiendo que la competencia no se da solamente entre otras compañías que compiten en las mismas categorías que las nuestras, sino por la participación en la billetera del consumidor.

¿Cómo es hoy el consumidor paraguayo?

Es difícil hablar de un único “consumidor paraguayo”. En términos de promedios siempre se nos esconden verdades más profundas. Por ejemplo, la gente tiende a pensar en consumo viendo a Asunción y Gran Asunción como más sofisticada y al Interior como que consume productos de menor valor agregado.

La verdad es que en nuestra capital y alrededores existen grandes bolsones de pobreza, y opuestamente a lo que se pueda pensar, en el interior existen lugares rurales donde el ingreso promedio per cápita no tiene nada que envidiar a países desarrollados. Esto requiere el desarrollo de una segmentación relevante para los mercados donde uno opera, para poder tener una visión lo más acertada posible del consumidor y desarrollar propuestas que cubran sus expectativas.

¿Cómo se construye la marca al estilo Unilever?

Más allá de las herramientas clásicas de marketing, el diferencial de Unilever consiste en buscar que cada marca tenga un propósito y lograr darle vida al mismo. Está comprobado para Unilever



que las marcas con propósito crecen más rápido que el resto de nuestro portfolio.

¿Cómo se actualiza en conocimientos?

El aprendizaje es una habilidad que se ejercita, y más que un fin en sí mismo es un medio para construir una ventaja competitiva, por ende, una diferenciación en el mercado, tanto en lo personal y lo profesional. Mi enfoque hacia la adquisición de conocimiento es utilizar múltiples medios.

Una fuerte base académica es importante, más allá de lo obvio, que es el conocimiento que se adquiere. La capacidad de aprender es multiplicativa, porque mientras más sabés de diversos temas, más fácil es adquirir nuevos conocimientos y crear otros mezclando diferentes áreas de conocimiento.

Creo que es útil desenfocar un poco de la parte técnica profesional y explorar áreas que no tienen utilidad aparente, pero luego uniendo los puntos para atrás, como dijo Steve Jobs, tienen sentido.

¿Cuál es su visión sobre el liderazgo?

Poner a la gente en primer lugar. Esto aplica cuando miramos para afuera entre nuestros clientes y consumidores o cuando lo hacemos para adentro, a los colaboradores. Hay que tener en claro el propósito personal y alinearlos con las actividades de la empresa, esto es lo que activa y moviliza las energías necesarias para lograr los objetivos.

¿Cómo ve a Paraguay en los próximos dos años?

El trayecto recientemente recorrido nos permite ser muy optimistas, puesto que si tomamos los últimos 15 años asimilamos en que se redujo la pobreza de más del 50% a un poco más del 25%.

Tenemos un manejo de la macroeconomía prolijo, especialmente en lo que tiene que ver con la parte monetaria, es decir el tipo de cambio, la inflación.

El crecimiento de la economía real se torna consistente y por arriba de nuestros vecinos, pero partiendo con una deuda social tan grande, tenemos que crecer más rápido. Creo que tenemos las oportunidades, los recursos y la capacidad para lograr acelerar este crecimiento sin poner en peligro la solidez macroeconómica, y esto significará una mejora para todos los mercados en términos generales.

Finalmente, ¿nos compartiría algunos consejos, para nuevas generaciones, con respecto al liderazgo?

Entender la diferencia entre los temas permanentes y de época. La esencia de la naturaleza humana es la misma de hace miles de años. En el pronaos del templo de Apolo en Delfos se encontraba la inscripción "Conócete a ti mismo", que creo que es el punto de partida para cualquier viaje de construcción de liderazgo.

Este es un ejemplo de algo permanente en el tiempo. Cosas que son de época, tienen que ver con la naturaleza del trabajo, tenemos que abrazar el desarrollo de la tecnología y entender cómo van a cambiar los diseños de roles para enfatizar el aspecto humano como la comunicación, empatía y la creatividad.



Rodrigo Sotomayor
Country Manager de Unilever

Sobre Rodrigo Sotomayor

Cuenta con demostradas habilidades gerenciales y experiencia en la industria de bienes de consumo. Tiene especializaciones en negociación, planificación de negocios y habilidades analíticas.

Es Country Manager de Unilever Paraguay, miembro titular de la Cámara de Anunciantes del Paraguay (CAP) y tesorero general de la red de Pacto Global de las Naciones Unidas - Capítulo Paraguay.

Es licenciado en Administración de Empresas de la Universidad Americana, posee un posgrado en finanzas de la Universidad Torcuato Di Tella de Buenos Aires, Argentina y un curso de general management en la IMD Business School de Lausanne, Suiza.

Sobre Unilever

Empresa líder de productos de consumo masivo con filial en Paraguay desde 1996. Apuesta por el liderazgo y al talento local con una nueva plana gerencial 100% paraguaya.

CRM Inteligente

Impulse su negocio y capture nuevas oportunidades de manera más rápida e inteligente



Marketing

Logre que el equipo de marketing y el de ventas estén en sintonía. Capture oportunidades desde casi cualquier canal, convierta clientes potenciales y ejecute campañas de marketing por correo electrónico y otros canales.



Ventas

Convierta las relaciones en ingresos, con la automatización de tareas su equipo de ventas ahorrará tiempo y se enfocará en cerrar una mayor cantidad de tratos en menos tiempo.



Servicios

Consiga clientes para toda la vida, supere las expectativas de los clientes brindando experiencias personalizadas y únicas.



Ciclo de Vida de CRM

Obtenga la tan preciada visión 360° alrededor de sus clientes, trabajando sus procesos de relacionamiento en el ciclo de vida del CRM que se encuentra estructurado para no permitir que el vínculo con el mismo se termine, garantizando así la satisfacción y lograr la fidelización.

Transforme su negocio

Crezca, evolucione y transforme todas las partes de su negocio para adaptarse mejor a las condiciones cambiantes del mercado y satisfacer las necesidades de sus con marcas líderes



Microsoft
Dynamics 365 CRM



Fortalece tu futuro hoy

Masters con certificación internacional



CESMA
BUSINESS SCHOOL



EXECUTIVE
MBA | ADMINISTRACIÓN
Y DIRECCIÓN
DE EMPRESAS

MASTER
en MARKETING | Y DIRECCIÓN
COMERCIAL

MASTER
en FINANZAS | Y CONTROL
DE GESTIÓN

Precio preferencial **RED SUMMA** > **US\$ 12.338**
o cuotas desde **US\$ 330**

Precio 2019 **US\$ 13.709** o cuotas desde **US\$367**

MATRICULATE HOY Y COMENZÁ A PAGAR EN MARZO



ANDRÉS FORNEROD: UN BUEN AÑO PARA LA INDUSTRIA DE SEGUROS

Con 18 años de trayectoria en el mundo de los seguros, Andrés Fornerod, actual Gerente de Administración y Finanzas de Sancor Seguros del Paraguay S.A., nos cuenta los desafíos de la industria del seguro en el país y el crecimiento que reportó en comparación al 2017. El ingeniero en Sistemas, nacido en Argentina, formado en MBA y con posgrados en Finanzas, expone, además, sobre las pólizas más adquiridas, así como las características del mercado paraguayo.

¿Cómo ha sido el desarrollo del mercado de seguros en Paraguay?

Durante el ejercicio cerrado al 30 de junio de 2018, la industria de seguros reportó una utilidad de Gs. 205.000 millones, un 20% mayor a la del año anterior. Las primas directas sumaron una producción de Gs. 2.440.000 millones, aumentando en torno al 9% en 12 meses, lo que refleja un mercado con un crecimiento del 5% por sobre la inflación del periodo. Con una acotada penetración y densidad, medida respecto a un PIB que ya supera los US\$ 45.000 millones, la industria cuenta con un gran número de actores de tamaño pequeño y un selecto conjunto de entidades de gran producción, estructurando cierta concentración de competidores de relevancia.

La cartera está coherentemente diversificada en relación con sus principales actividades productivas, siendo automóviles su principal segmento generador, con el 47% de sus ingresos brutos, y el 57% de la retención. Es importante mencionar que existe una baja cultura asegurativa en Paraguay, con una penetración en el PIB de las más bajas de Latinoamérica. En parte creo que tiene que ver con la falta de la obligatoriedad del seguro y también creo que se debe a la falta del desarrollo de la clase media a diferencia de otros países de la región.

¿Cuáles son las pólizas más adquiridas?

La estructura del sector mantiene la preponderancia de las coberturas no-vida que explican casi el 83% del total de negocios del sector, particularmente automóviles que implica el 47% del total de volumen generado en los 12 meses analizados.

Coméntenos sobre su carrera en el área...

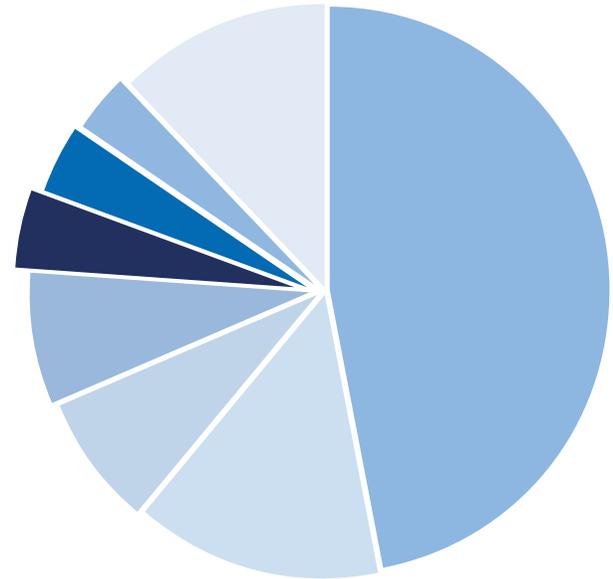
De profesión soy Ingeniero en Sistemas. Nací en Sunchales, una ciudad de 35.000 habitantes, ubicada en la provincia de Santa



Andrés Fornerod
Gerente de Administración y Finanzas



Mercado asegurador en Paraguay Principales negocios por volumen de primas



■ Automóviles	47%	■ Riesgos Técnicos	7,5%
■ Vida	14,1%	■ Caucción	3,8%
■ Incendios	7,7%	■ Transportes	3,3%
■ Riesgos Varios	7,5%	■ Resto	12,1%

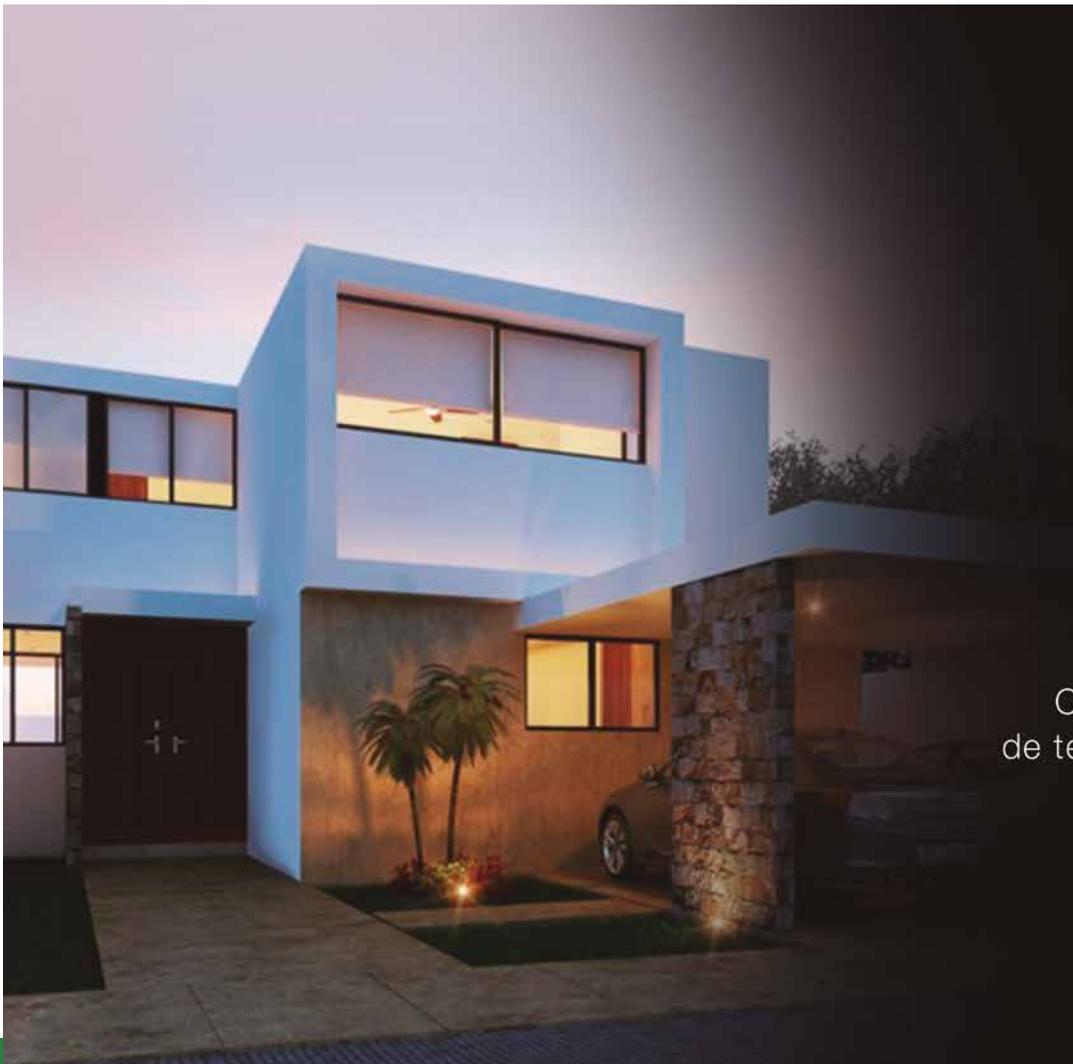
Fe, Argentina. Estoy en la industria del seguro desde el año 2000, cuando ingresé al área de Sistemas en Sancor Seguros, Casa Matriz, Argentina. Trabajé durante 10 años en el área de Tecnología de la Información, conociendo el negocio desde allí formándome en paralelo a través de MBA y Posgrados en Finanzas, Dirección Estratégica y de Sistemas, hasta que decidí pasar a otras áreas del negocio, ya que siempre quise entenderlo desde el punto de vista transversal y trabajar en los procesos core.

Del área de Sistemas pasé al área de Proyectos Estratégicos donde estuve tres años conociendo un poco más los distintos procesos del negocio y luego al área de negocios Internacionales donde me tocó trabajar en Planeamiento y Control de Gestión de las filiales del exterior (Paraguay, Uruguay, Brasil y Colombia). En el 2015 me ofrecieron asumir el puesto de Gerente de Administración y Finanzas de Sancor Seguros Paraguay y acepté con gusto el desafío. Hasta la fecha me desempeño en el mismo puesto y con muchas ganas de seguir viviendo en este hermoso país.

¿Qué recomendaciones puede darnos para las personas que deseen incorporarse en el mundo de los seguros?

Es una industria muy particular diferente al resto del mercado y lo que les puedo asegurar es que los que comienzan a trabajar en Seguros, nunca más se van del rubro por lo apasionante y vertiginoso del rubro.

La recomendación es que se animen a conocer esta hermosa y desafiante industria donde se formarán y desarrollarán profesionalmente.



Compra, construcción y venta de terrenos, casas, duplex y depts.

☎ (0982) 355669

@ trinumsa@gmail.com



PACKAGING VS SUSTENTABILIDAD: UN PARTIDO DE TODOS

El packaging de un producto cumple varias funciones. Sirve para contener y proteger los bienes que consumimos todos los días y también para comunicar y relacionar al consumidor con el producto.

En estas múltiples funciones muchas veces se cae en un exceso de material que luego, a la hora de consumir el producto, es desechado. Se sabe que el 30% de los desechos que se arrojan al mar son desperdicios relacionados con el packaging con diferentes grados de biodegradabilidad. Según un estudio del Foro Económico Mundial y la Fundación Ellen MacArthur, se estima que para 2050 habrá más plásticos que peces en los océanos. En este contexto el cambio deja de ser optativo y se vuelve imprescindible.

Cada año, con el crecimiento de las ciudades, se vuelven más valiosos los pequeños gestos de las marcas en sintonía con la preservación del ambiente. En este sentido, nuestro packaging también puede comunicar un mensaje sustentable.

Cuando se unen los principios eco-friendly con proyectos creativos, los resultados se multiplican. Una empresa que decide utilizar un packaging de diseño sustentable logrará múltiples beneficios, ya que la mayoría de las veces reducirá costos por el menor uso de materiales de empaque, fortalecerá su imagen de marca y enviará un mensaje a sus consumidores que impliquen

conciencia ambiental, preocupación respecto del hábitat donde se desarrolla la empresa y sus clientes, perspectiva de futuro a largo plazo, innovación de desarrollo de materiales sostenibles y creatividad, al brindar algo más que un envase.

Los ejes del diseño sustentable tienen como objetivo cumplir con las 3R del mundo ecológico: Reducir, Reutilizar y Reciclar. Con esta meta, los productos presentados con conciencia verde ofrecen la posibilidad de reducir el desperdicio de embalaje, reutilizar los envases y/o reciclarlos, es decir, aprovechar los materiales para transformarlos en otro bien de valor.

Reducir: todas las acciones que promueven la reducción en el uso de recursos y materias primas utilizadas durante el proceso de fabricación son primordiales en la gestión de desechos. En este sentido hay varias alternativas como las presentaciones de producto de manera concentrada, que brindan el mismo rendimiento con menor cantidad de producto y por ende menor material de envasado.



Rody Ramos

Director de Arte Wow! BrandLab -
CEO GDD/El Paso
Grupo de Diseño





"Servicios Informáticos confiables"

REALIZAMOS



Planes de Asesoría
y Servicio Técnico



Infraestructura de red



Planes de
Mantenimiento Preventivo



Sistemas de
backup a medida



Planes de
Contingencia a Medida



Instalación y Mantenimiento
de Servidores

Pulpo te permite mantener un control permanente de las actividades que realiza tu empresa, con la posibilidad de generar reportes de inteligencia de negocios para toma de decisiones, de manera sencilla y rápida.



PULPO

Sistema de gestión para PYMES



Reutilizar: es quizás una de las principales acciones por su facilidad de aplicación. Implica creatividad en la fabricación de empaques de calidad, con buen diseño, que puedan y merezcan ser guardados y utilizados una gran cantidad de veces, con la consiguiente presencia de marca constante que genera lazos emocionales con el consumidor.

Reciclar: la utilización de materiales reciclables y la restricción en producción de materiales que no lo son es, en estos momentos, un deber más que una alternativa. Uno de los inconvenientes del reciclado es que solo puede ser implementado un número limitado de veces, por ello, esta y otras acciones deben buscar en las otras R's el complemento para generar un beneficio real.

“Un viaje de mil millas comienza con un primer paso” decía Lao-Tse. Aún nos falta mucho en materia de sustentabilidad pero es un partido que debemos jugar todos y lo mejor es que es un partido en el que todos ganamos.

Calidad Alemana.

de fresco sabor siempre.



Roll de Canela

Palmeritas

Hojaldradas

Tarta de Yogurt

Tartaleta de Frutas

Palitos de Queso

Alfajor Bañado

Tarta Ganache



Tarjetas de crédito Credicard
Mastercard clásica y Mastercard oro.



Prestamos de consolidación y refinanciación de deudas.
Anticipo de salarios.



Prestamos personales.
Prestamos de urgencia.



Es un negocio de:



www.crediclub.com.py
(+595) 21 238 1572/3
Avda. Mcal. López 3.811 casi Dr. Morra
Edificio Mcal. Center, Piso 8



CARLOS JORGE BIEDERMANN: “EL LIDERAZGO DEBE SER INSPIRADOR”

Con una consolidada trayectoria empresarial, comanda la dirección local de dos grandes cadenas de restaurantes de comida rápida, conversamos con Carlos Jorge Biedermann, presidente de South Food S.A. y de la Cámara de Anunciantes del Paraguay (CAP). Habló de las claves del liderazgo y los desafíos que enfrenta el líder paraguayo.

¿Cuáles son las características del nuevo líder y sus principales desafíos?

Los desafíos son inminentes, cambian a diario. Por lo tanto, los líderes tienen la imperiosa obligación de estar actualizados, leer más, acercarse más a la gente, conocer más íntimamente a la gente a quien se pretende liderar y principalmente entender lo que ocurre en el entorno.

El liderazgo hoy día, además de ser inclusivo, no debe estar solo, es muy difícil liderar en forma particular; no debe ser egoísta, sino que debe poseer muy buenas habilidades de comunicación para hacerse entender y que la gente no solamente entienda si no que acompañe, se enamore de los propósitos, y que a partir de allí tome con mucha más pasión el liderazgo que se pretende imprimir, eso es fundamental hoy día.

¿De qué manera el liderazgo contribuye al desarrollo de organizaciones más efectivas?

No hay organizaciones exitosas sin un liderazgo claro, con un sentido de dirección preciso, con definiciones de propósitos entendibles y aplicables, y que no tengan el compromiso y participación de la gente.

El líder es el que va adelante, que señala el camino, es quien da sentido de dirección para convertirse en grandes ejemplos, y los grandes ejemplos se reproducen.

¿Cuáles son los propósitos centrales en una organización y de qué manera se instala como un concepto nuevo de gestión?

Depende del tipo de organización, pero lo más importante es definir desde el inicio si hablamos en términos de consideraciones o disquisiciones estratégicas.

Actualmente se habla de la definición de propósitos y estos no siempre son económicos, también los hay con intenciones sociales, además de ser rentable y exitoso, y eso afecta a los clientes internos, como también a los externos.





Siempre hay que tratar de ser algo más. Una vez que se tienen definidos los propósitos, entramos en la estrategia pura: el qué, por qué, para qué, quiénes, cómo, cuándo, cuánto y, principalmente, un sistema de control que garantice que todo lo que propuso, se realice en tiempo, forma y correctamente.

¿Cómo ve el management de Paraguay?

Yo creo que el management en Paraguay se está profesionalizando, hay más profesionales hoy día manejando empresas, gente más capacitada. El paraguayo está viajando más, se está preparando más, capaz le falte actualizarse, quizás le falta leer un poco más o actualizarse un poco más.

Reconozco y admiro al empresario paraguayo que debe levantarse todos los días y competir. Admiro profundamente a los empresarios paraguayos, incluso extranjeros que están en Paraguay que tienen todas estas dificultades y, sin embargo, a pesar de todo, siguen creciendo, invirtiendo y en la mayoría de los casos son exitosos.

¿Qué recomendaría a los futuros líderes para adquirir habilidades y herramientas que requieren un mercado tan competitivo como el actual?

Dos temas. Primero, hay que hacer un autoanálisis y hacerse todas las preguntas necesarias.

Pensando que estamos viviendo en la sociedad del conocimiento que incluye a la economía del conocimiento, donde todo es más rápido, todo es más, se podría decir que la realidad aumentada también se aplica en todo lo que es competencia y economía.

Lo que recomiendo siempre a mis amigos y a quien me quiera escuchar, es que basemos todo en la información, muchas veces tomamos decisiones porque creemos que sabemos todo, o muchas veces por intuición. La intuición solamente funciona cuando viene de algo previo, es como la improvisación en la estrategia.

¿De qué manera el liderazgo contribuye a potenciar los activos estratégicos del país para tener un futuro mucho más prometedor?

Si no lideramos, si no nos hacemos cargo, si no tomamos decisiones que nos permitan proyectarnos en el tiempo, no tenemos ni una posibilidad a nivel país y a nivel de empresa.

Siempre hacen falta líderes y estoy hablando de líderes positivos, porque también existen los negativos. Siempre hace falta gente que incite, ayude, influya y, principalmente, inspire para que las cosas tomen curso, los proyectos funcionen y la gente quiera acompañar.

El liderazgo es cada vez más importante, cada vez se hace notar más la falta de liderazgo y eso afecta en lo político, en lo económico, en lo social, por eso es importante o diría hasta prioritario. Necesitamos más líderes.

*“El líder es el que va
adelante, que señala
el camino, es quien da
sentido de dirección para
convertirse en grandes
ejemplos, y los grandes
ejemplos se reproducen ”*

MILVA BOGADO: “EL MUNDO EMPRESARIAL CUENTA CON MUJERES EMPODERADAS”

En Mundo Initiative entrevistamos a una mujer que como muchas no se siente intimidada por la responsabilidad de estar al frente de una empresa reconocida a nivel internacional por su servicio de envíos, rastreo y servicio de entregas con courier. Milva Bogado, gerente general de DHL Paraguay S.R.L., expresa que el secreto de su liderazgo radica en el ejemplo y acompañamiento de sus colaboradores, además del apoyo constante de su familia.

¿Cuál es el principal cambio organizacional que deben encarar las empresas e instituciones ante los nuevos retos del mercado?

En el mundo en que vivimos, la única constante es el cambio. Las expectativas de los clientes, empleados o inversionistas es completamente diferente a lo que era en el pasado, y seguirán cambiando.

Lo que ha cambiado bastante es la forma de comunicarnos, actualmente las personas se expresan constantemente en las redes sociales y en tiempo real, comparten lo que sienten. Las organizaciones debemos estar a la vanguardia, y ser mejores respondiendo rápidamente a nuestros clientes y a las necesidades de nuestros colaboradores.



¿Qué representa en el mercado laboral que por tantos años DHL haya sido reconocida con el Premio Great Place To Work?

Sin lugar a dudas, nos posiciona como marca empleadora y nos permite atraer talento a la compañía. Al mismo tiempo, nos desafía a seguir trabajando y mejorar continuamente.

Hoy las personas aprecian un lugar de trabajo que esté acorde a sus valores, donde puedan crecer y desarrollarse, con líderes que son capaces de identificar el potencial de cada uno de sus colaboradores, que se interesan en su equipo como personas individuales, líderes que escuchan, dan participación, inspiran.

Adicionalmente, este reconocimiento es el resultado del compromiso del equipo y la convicción de los líderes de que ser un excelente lugar para trabajar es lo mejor no solo para los colaboradores, sino también para el negocio.

Actualmente conviven varias generaciones en un mismo lugar de trabajo, donde muchas veces los millennials representan un importante número. Hoy ya se habla de los Z. Para las organizaciones, ¿cuál es el desafío más importante al administrar el talento Z?

El mayor desafío es trabajar con los jefes o colegas que tienen pre-conceptos de las personas por motivos generacionales, y lo importante es entender que todas las generaciones tenemos características positivas.

Los millennials buscan un mejor balance entre vida personal y laboral, buscan crecer y desarrollarse con mayor velocidad, buscan un trabajo que esté de acuerdo a los valores.

Mientras que generaciones anteriores tienen características como la perseverancia, la responsabilidad, dar el mejor esfuerzo siempre.



¿Cómo se combate la desmotivación de los trabajadores?

Primero que todo, creo que debemos empezar entendiendo qué es lo que los motiva, por lo tanto, es clave generar espacios de conversación con nuestros equipos.

Recientes investigaciones de Gallup concluyeron que se incrementa de forma significativa el compromiso de las personas, si se observan estos comportamientos por parte de los líderes: si aseguran que su equipo de trabajo sepa qué se espera de ellos, proporcionan los materiales y las condiciones que necesitan para hacer bien su trabajo, crean oportunidades para que este haga todos los días lo que mejor sabe, los reconocen y elogian, aseguran que todos estén comprometidos con realizar un trabajo de calidad, y crean el tipo de ambiente de trabajo en el que incluso se desarrollan amistades.

¿Alguna vez sintió que por el hecho de ser mujer fue más difícil lograr ascender profesionalmente?

En mi experiencia, no sentí que hacer carrera haya sido más difícil por el hecho de ser mujer. Creo que hoy día, el mundo empresarial cuenta con mujeres empoderadas y ha entendido que tener líderes competentes y exitosos no guarda relación con el género, y más bien, con las habilidades, conocimientos, competencias y actitud. En mi equipo, de siete gerencias, cinco son manejadas por mujeres.

¿Cómo compagina su rol personal y profesional, teniendo en cuenta tan alta responsabilidad?

Como esposa y mamá, sin lugar a dudas esto siempre es un desafío, aunque creo que lo importante es ponerle corazón a todos los roles que nos tocan desempeñar.

El crecer profesionalmente ha sido muy motivante para mí y afortunadamente conté siempre con el apoyo de mi esposo y de mis hijos. Creo que el apoyo de la familia es fundamental, agradezco a mi familia que siempre me ha apoyado, alentado y acompañado.

Sin duda, esto fue clave para crecer profesionalmente y asumir los roles de responsabilidad que he tenido a lo largo de mi carrera.

“El mayor desafío es trabajar con los jefes o colegas que tienen pre conceptos de las personas por motivos generacionales, y lo importante es entender que todas las generaciones tenemos características positivas”



ESTILO KARU, COMIDAS TÍPICAS CON FUSIÓN INTERNACIONAL

Lo que inició como una panadería, hace 8 años, hoy se ve ampliado a un servicio de catering que prevé los más mínimos detalles en los eventos. Karu logró posicionar el concepto de la cocina "casi lista" con productos envasados al vacío, listos para servir y libres de saborizantes o conservantes. Una de las responsables del emprendimiento, Mónica García, nos habla de Karu, una empresa que revaloriza nuestras raíces dando un giro al plato típico paraguayo con matices de todo el mundo.

Para Karu, comer no solo es llevarse comida a la boca, sino respetar todos los procesos de cocción y los orígenes de cada ingrediente. ¿Nos podrías hablar un poco más de este estilo de trabajo?

Buscamos sin cesar los mejores ingredientes y por supuesto materia prima de primera. En exclusividad de nuestros proveedores existe harina y azúcar especial para Karu sin blanqueadores ni aditivos, y sin duda, esto no es tarea fácil en un mundo donde todo es fast.

En Karu aún vamos al mercado a elegir las frutas y verduras, y también trabajamos con pequeños productores que conservan los antiguos hábitos de la cosecha ecológica.

Hace unos años, Ignacio Fontclara, indicaba sobre el futuro de Karu: tenemos el ideal de volver a la cocina tradicional de nuestros abuelos con la tecnología de nuestros nietos, ¿aún comparten ese ideal en la empresa?

¡Más que nunca! Hoy somos un referente de comida tradicional en eventos.

Nuestro Bife Koygua se cocina por 15 horas a fuego lento en una cocedora al vacío. Y lo genial es que ahora nos piden este tipo de platos para lucirse en sus eventos. La comida típica fusión que hacemos paso a ser un lujo.

Vemos que ese deseo de hacer las cosas de otra manera en comparación a la competencia permanece intacto, ¿qué los motivó a diferenciarse del resto?

En realidad, creamos algo, que nosotros mismos llevaríamos a nuestra casa o serviríamos en nuestra casa, como un buen pan, o un rico arroz kesu.





Donde conseguimos una buena pizza para hornearla en casa. ¿Por qué no hay azúcar integral sin refinar? ¿Por qué a la harina le sacan todo lo bueno y nutritivo?

¿Por qué será que no se come en un casamiento un rico guiso? Y así, preguntando y buscando, empezamos a hacer todo esto, complejo pero sencillo que hoy es Karu.

Antes nada de esto se hacía. Hoy creo que mucha gente valora llevar un buen pan a su casa, con masa madre, por dar solo un ejemplo de algo tan cotidiano como el pan.

No queremos hacer diferente, queremos hacerlo bien. Buscamos lo mejor para servirlo a nuestra familia.

Cuando apreciamos las presentaciones de Karu, implica trasladarse en el tiempo y el espacio, lo notamos en la decoración, mantelería y cubertería, ¿cómo descubrieron que el apoyo a productores a pequeña escala era el camino a seguir?

Cuando comenzamos con el catering fue toda una disyuntiva el cómo servir. Nos parecía una contradicción servir una comida tan de acá con algo tan de allá (risas). Así que empezamos a trabajar con artesanos del barro, el karanday, madera, takuaras y por supuesto las tejedoras de ñanduti y ao po'í.

Es un camino duro, pero no por ello deja de ser hermoso, el trabajar con artesanos que hicieron durante muchas generaciones el mismo plato o el mismo sombrero. ¡Pero lo logramos! Y el resultado es lo que ven en nuestro catering: mesas que se lucen con el arte y sabores de nuestro país. Nos llena de emoción y nos enorgullece la revalorización de lo nuestro.

El trabajo con los productores o los artesanos era el camino más obvio ya que nosotros también lo somos. Hoy hasta nuestros panettones vienen en una cesta -que no se tira cuando se acaba, ¡se usa!- o en una maceta que puedes utilizarla luego para plantar algo.

Sufríamos con los canastos llenos de productos de otros países cuando acá tenemos tantos productos maravillosos. Pero entendemos que es un proceso de conciencia colectiva y vemos los grandes avances, así que solo podemos decir que hay mucho



aroma, sabor y arte de Paraguay para rato.

¿Cuán importante consideran a la capacitación de su equipo de colaboradores?

¡Crucial! Karu siempre fue una pequeña escuela de panadería y cocina. Contratamos gente sin formación previa en gastronomía y los formamos aquí.

Finalmente, ¿qué mensaje compartirías con las mujeres emprendedoras, al frente de un equipo de trabajo tan heterogéneo como lo es Karu?

No hay secretos: trabajar y amar lo que hacemos. Que sean fieles a sí mismas, tratemos de no seguir modas o tendencias porque eso nos aleja de lo que somos realmente y comprender que tu equipo es tu familia: hay que cuidarlos y tener toda la empatía posible para poder enseñar para que cada uno florezca.



CRM: ¿CÓMO RECAUDAR MÁS?

Ariel Deligdisch

¡No!, realmente CRM no significa Cómo Recaudar Más, sino por sus siglas en inglés Customer Relationship Manager, y es justamente el relacionamiento que tenemos con los clientes lo que nos permitirá llegar a mejores resultados financieros. ¿Suena lógico, no?

¿Y cómo gestionamos eficazmente esa relación? Quizá antes era posible llevar artesanalmente todo el conocimiento de nuestros compradores por cuestiones de cantidades y modelos de negocios, pero hoy en día es muy complicado y en algunos casos imposible. Los consumidores no esperan, quieren productos y servicios de primer nivel a precios competitivos y para eso se informan, preguntan, investigan y comparan. ¿Estamos listos para gestionar todas estas nuevas necesidades sin herramientas y a la vieja usanza? Creo que no, ya que la tecnología juega un rol preponderante al momento de brindar respuestas y soluciones.

La tecnología se convierte en la herramienta por excelencia para mejorar la performance empresarial. Pero, atención, no funciona sola, se necesitan estrategias, ideas y pensamientos claros de cómo llevar a cabo un plan de fidelización y satisfacción de nuestros consumidores, que, sin dudas redundará en un aumento de ventas. Todo esto se convierte en una mezcla mágica para mantener felices a los clientes entendiendo sus necesidades y adelantándose a sus proyectos mediante la herramienta más importante que tenemos a nuestro alcance: el conocimiento.

Cuanto más información tengamos de ellos, más entendimiento tendremos de sus necesidades y gustos para ofrecerles productos y servicios, agregando valor y generando la tan mentada fidelidad. Esto es lo que hace un CRM.



Ariel Deligdisch
CEO Grupo OLAM



¡Su hogar está seguro!

Porque no hay mayor tranquilidad
que la de su familia y que sus bienes
estén en buenas manos.



MULTIHOGAR

Incendio, Robo o Hurto, Equipos Electrónicos de todo tipo y
Responsabilidad civil, Accidentes Personales, Daños por agua.



ROYAL
SEGUROS S.A.

SOLUCIONES REALES

Casa Matriz: Dr. Francisco Morra N° 595 esq. Mcal. Antonio José Sucre
Teléfono: (021) 609 800

www.royalseguros.com.py



MODELO EDUCATIVO DE INITIATIVE

El modelo educativo de Initiative se propone como fundamento estratégico de todas las personas, tareas, actividades, procesos y sistemas vinculados al perfeccionamiento profesional y a las actividades complementarias de investigación y extensión.

Initiative es una institución orientada a la formación en el área de los negocios empresariales, con un claro enfoque en el alumno, con procesos formativos que permiten alcanzar un sello distintivo en su perfil de egreso, aplicando diversas estrategias de aprendizaje, conducentes a lograr elevados niveles de competencia laborales y actitudinales.

Al mismo tiempo, se convierte en la base del sistema de desarrollo curricular, en la formación por competencias con un claro enfoque práctico de los alumnos, para alcanzar rendimientos superlativos en la calidad académica. El modelo educativo supone una explícita



Benito Barros Muñoz
Director General CFT
Pontificia Universidad
Católica de Valparaíso, Chile.

definición de competencias, referidas a los conocimientos, habilidades y actitudes que las personas deben poseer, para aportar a las organizaciones que les contraten.

La identidad de Initiative se basa en los siguientes pilares:

- Institución orientada al perfeccionamiento en las áreas de administración y negocios con énfasis en el desarrollo empresarial y todos los sectores vinculados al bienestar de las personas, independientemente de complementar con otras áreas del conocimiento; definición de los perfiles de egreso y de la pertinencia formativa, en trabajo conjunto y complementado con las más importantes empresas del sector en nuestro país.
- Institución de nicho: apunta al aporte del desarrollo en áreas específicas del quehacer de las ciencias sociales y empresariales. Esta focalización permitirá un margen de especialización, que contribuya a mejorar los procesos y sistemas vinculados con el área, ya sea a través de la formación e investigación.
- Fuerte vinculación con las empresas del sector: Tanto a nivel de directorio como en la conformación del consejo empresarial, se busca la participación activa de las empresas vinculadas a las ciencias que se imparten.
- Desarrollo de investigación que aporte a mejorar la competitividad del sector, se busca aportar a las mejoras de



los sistemas y procesos del sector, a través de la investigación científica y aplicada a lograr un rubro más eficiente y competitivo. El desarrollo de políticas y planes de investigación, así como la búsqueda de financiamiento, permitirá el trabajo de docentes e investigadores, nacionales y extranjeros, mediante la formalización de convenios de cooperación con Instituciones de todo el mundo.

- Internacionalización de sus procesos, certificaciones y trabajo con docentes de prestigio internacional.

Los valores corporativos son:

- Responsabilidad social: se refiere al compromiso entre la institución y la sociedad que la rodea, para crear instancias de cooperación que permitan mejorar las condiciones de vida, tanto de los estudiantes, funcionarios y del resto de la población.
- Inserción en el medio: búsqueda permanente de vinculación con el mundo del trabajo, para conocer las tendencias y requerimientos de nuevas competencias, que permitan actualizar los programas y contenidos curriculares.
- Calidad profesional: se basa en la búsqueda de la pertinencia, eficiencia, efectividad y compromiso, con el propósito de lograr en el mayor grado posible, el desarrollo personal, profesional y social de sus egresados.
- Gestión de calidad: promover una filosofía de trabajo orientada a la calidad y basada en el mejoramiento continuo de todos los sistemas, procesos, tareas y personas.

- Trabajo en equipo: es un componente de la cultura organizacional que siempre debe estar presente en la institución. Se expresa en la motivación de un espíritu colaborativo y en la contribución de los diversos equipos de trabajo para el logro de los propósitos comunes.
- Empleabilidad: generar mecanismos que faciliten la colocación de alumnos y egresados en el mercado laboral, a través de pasantías, prácticas y contratos de trabajo part y full time.
- Excelencia académica y administrativa: que se concreta a través de la consistencia entre lo declarado, las tareas cotidianas y los resultados obtenidos.
- Desarrollo de las personas: ofrecer a las personas que trabajan en la institución, la posibilidad de un desarrollo humano, personal y profesional. Ello en un ambiente de respeto, con un marco de políticas claramente establecidas, con reales oportunidades de participación, formación y posibilidades de crecimiento y desarrollo.
- Sustentabilidad: lograr rendimientos económicos y financieros, que permitan alcanzar excedentes que aseguren la continuidad de la operación de la institución, en un marco de permanentes y oportunas inversiones, que permitan complementar el proceso de formación, con el equipamiento y la tecnología de última generación.





EXPERIENCIAS INITIATIVE



Víctor Sánchez, Gerente Administrativo Financiero de INPACO S.A.

Alumno del Executive Master MBA

“Lo que valoro de esta maestría es la posibilidad de poder compartir con otros compañeros de aula que tienen vasta experiencia dentro del ámbito profesional. Nos permite tener una visión más amplia y poder aplicarlo en el día a día para tomar mejores decisiones”.



Ismael Hadid, Financial Control Manager en Plascorp S.R.L.

Alumno del Executive Master MBA

“Las clases en sí fueron muy prácticas y creo que en eso es lo que un máster debería diferenciarse. Conocimos a profesionales de muy buen nivel, incluyendo profesores y compañeros, los cuales también pudieron transmitirme su experiencia y que yo pueda también aplicar algo de eso a la empresa donde estoy actualmente” .



Jimena Marsal, Analista de Operaciones del Banco Itaú Paraguay S.A.

Alumna del Diplomado en Finanzas Corporativas

“Lo que me gustó del diplomado es que el último módulo se desarrolla en Chile, en una Universidad prestigiosa que es el CFT Pontificia Universidad Católica de Valparaíso y nos da una certificación internacional”.



Andrea San Martín, Gerente Financiero en Roemmers S.A.C.I.

Alumna del Executive Master MBA

“Elegí Initiative para profesionalizarme, por el contenido del plan de estudios, por el expertiz de la plantilla de docentes que dictan los cursos y la certificación con CESMA España”.



Elisa Derene, Supervisora Administrativa Dpto. Usados - Toyotoshi S.A. Alumna del Executive Master MBA

“El desarrollo de programa formativo Initiative es bastante completo, está a la altura de las realidades corporativas a nivel nacional e internacional”.



Diego Escobar, Analista de Operaciones - Banco Itaú Paraguay S.A.

Alumno del Diplomado en Finanzas Corporativas

“En realidad es una linda experiencia contar con profesores de alto nivel y la forma en como ellos encaran la clase es extraordinaria. Son muy dinámicos en todos los sentidos”.



Dallas Hug de Belmont, Economista en Diario 5 Días

Alumno del Executive Master MBA

“Yo creo que los materiales del MBA son lo mejores instrumentos del curso, tenemos muchos ejemplos concretos, de diferentes empresas internacionales, europeas y de América Latina” .



David Espineda, Director Ejecutivo en Simple S.A.

Alumno del Executive Master MBA

“La orientación y desarrollo que propone es realmente importante en función a las herramientas que nos brinda a nosotros”.



Carlos Rossi, Analista de Operaciones Internas y Transferencia en Banco Itaú Paraguay S.A.

Alumno del Diplomado en Finanzas Corporativas

"Me ha gustado mucho el enfoque del aprendizaje por parte de la Escuela de Negocios por la disponibilidad de los materiales en la plataforma y el dinamismo con que los profesores desarrollan sus clases".



Jacqueline Acuña, Supervisora de Ventas Retail en Arcorpar S.A. Alumna del Executive Master MBA

"Initiative ha sido un punto totalmente positivo para mí este año de tomar este máster, ha aportado bastante en mi carrera profesional y también a la red de contactos.

Los profesores son excelentes, he tenido muy buena experiencia y aparte tiene una certificación europea".



Juan Fernández, Socio Director en Dulce Hogar S.R.L.

Alumno del Diplomado en Management para Mercados Competitivos

"En mi empresa realmente tuvimos muchos problemas con la parte de Recursos Humanos, y con algunas estrategias que estuvimos desarrollando y a lo largo de todos estos módulos del diplomado pudimos solucionar y aplicar varias estrategias para salir adelante en esas situaciones".



Fernando Flor, Gerente Comercial en Santa Margarita S.A.

Alumno del Executive Master en Marketing y Dirección Comercial

"Elegí Initiative como Escuela de Negocios porque ofrece la malla curricular acorde a los requerimientos que tenemos hoy en día en nuestro mercado, para mejorar nuestra formación académica y a través de eso mejorar nuestra entrega profesional".



Miguel Rojas, Director en Invernada S.A. Alumno del Executive Master MBA

"En Initiative estamos desarrollando programas al más alto nivel internacional. Nos provee las herramientas para poder aplicar a nuestra realidad diaria, independientemente del rubro en el que uno está".



Cecilia Campuzano, Gerente de Ventas en Create S.A.C.I.

Alumna del Executive Master MBA

"Initiative ayuda a aumentar mi red de contactos porque, tanto mis compañeros como profesores provienen de distintas áreas, tanto geográficas como también distintos rubros de trabajo, entonces permite oportunidades de negocio y también aprender de todas esas áreas".



Oscar Cabral, Gerente Propietario de La Norteña Comercial

Alumno del Executive Master MBA

"Elegí Initiative porque conozco a los docentes, conozco el profesionalismo que tienen. Fueron profesores míos de la Universidad hace 14 años y hoy en día hay que saber elegir una Escuela de Negocios, porque es muy importante para el currículo que uno tiene".

"El desarrollo de programa formativo Initiative es bastante completo, está a la altura de las realidades corporativas a nivel nacional e internacional"



INITIATIVE PRESENTA PROGRAMAS EJECUTIVOS DE ALTA COMPETITIVIDAD

Para todas aquellas personas que deseen fortalecer sus carreras profesionales, Initiative - Escuela de Negocios propone programas ejecutivos de alta competitividad, desarrollados sobre la base de componentes teóricos y prácticos.

En cuanto al componente teórico, se orienta en el aprendizaje de modelos, técnicas y teorías que fundamentan las temáticas abordadas en cada módulo. Mientras que en el componente práctico, se busca la aplicación de los fundamentos teóricos a través de los distintos análisis de casos de cara a la resolución de problemas, que deben desarrollar los participantes como actividad de refuerzo o autoaprendizaje.

Con once módulos en Asunción y una semana académica como módulo final en Madrid, España, cada uno incluye un proceso de evaluación, guiado por un relator y ajustado al reglamento del programa. Para el desarrollo de clases, la Escuela de Negocios dispone de equipos multimedia de primera generación, que facilita el aprendizaje al complementar con material didáctico audiovisual. En forma paralela al desarrollo de los módulos, los alumnos desarrollan una tesis o trabajo de titulación, tarea coordinada por un profesor guía. El trabajo final se presentará y defenderá en Madrid, España.

Al respecto, conversamos con Leticia Baranda, gerente de Admisión Académica de Initiative - Escuela de Negocios, quien destacó que todas las maestrías propuestas se destacan en el mercado por contar con un especial énfasis en el Control de Gestión, en donde los estudiantes aprenden fundamentos y metodologías en un sistema de control de gestión, así como también implementan distintos procesos de gestión en sus organizaciones, cotejan las técnicas de recolección y análisis de la información, también conocen la importancia de la utilización de cuadros de mandos

integrales y la formalización de indicadores o KPI.

Todos los programas de maestrías de Initiative Escuela de Negocios cuentan con certificación de una de las escuelas de negocios más importantes de España: Cesma Business School, orientada a la educación de directivos, profesionales y técnicos a través de una formación presencial de calidad basada en una perspectiva global, un espíritu emprendedor y un enfoque eminentemente práctico.





Desde el mundo a tu puerta.

Más de 2.000.000 de entregas mensuales realizadas de puerta a puerta.



Avda. España 436 c/ Dr. Bestard
Asunción, Paraguay
+595 21 616 6100
aex.com.py





INITIATIVE Y CESMA SE ALÍAN PARA PROPORCIONAR EXECUTIVE MASTERS CON CERTIFICACIÓN INTERNACIONAL

CESMA Business School tiene más de 25 años de vida institucional en la formación de ejecutivos y profesionales en el ámbito de los negocios, se destaca por un estilo de modelo práctico y de aprendizaje, implementado a través de un equipo de profesores de vanguardia y de reconocida trayectoria en el mundo de las empresas.

El convenio de certificación acordado entre CESMA e Initiative - Escuela de Negocios permite a los estudiantes obtener los títulos de maestrías internacionales, sin el extenuante de abandonar el país por un periodo muy prolongado de tiempo, permitiendo de esta manera, cumplir con uno de los principios rectores de Initiative, que es la internacionalización de sus programas educativos.

Desde sus inicios, CESMA ha establecido fuertes vínculos con el mundo empresarial, económico y social, como plataforma de formación e innovación, como centro de referencia en investigación y como foro de reflexión y diálogo.

CESMA se caracteriza por proponer nuevas soluciones a los retos de la gestión de las personas y del conocimiento, por la innovación e internacionalización de las empresas, así como la resolución de los desafíos de negocios vinculados a los nuevos retos vigentes en las organizaciones.

Initiative cuenta con una plataforma local de integración a las empresas y una red de profesores internacionales que le dan a sus programas un perfil multinacional. El diseño de las mallas curriculares de las maestrías obedece a una justa combinación de contenidos internacionales de vanguardia, con un abordaje adaptada a la realidad local de Paraguay que permite fortalecer las habilidades directivas y gerenciales de sus alumnos.

Con tal combinación de fortalezas institucionales, Initiative - Escuela de Negocios en alianza con CESMA Business School, ofrece programas ajustados a la realidad local con un enfoque global.





Nuestros clientes enfrentan desafíos importantes.

PCG los ayuda a superarlos.



- Auditoria
- Asesoramiento Impositivo
- Planes Estratégicos Corporativos
- Consultoría Financiera y de Gestión

 Acá Caraya N° 271 e/ Corrales y Carpinelli

 (+595 21) 203 965 (021) 203 913

 A member of
Nexia
International

NUESTROS DIPLOMADOS

Desde sus inicios, Initiative -Escuela de Negocios, buscó proveer programas académicos que respondan a las necesidades del entorno empresarial, especialmente diseñados para aplicar los conocimientos adquiridos a un contexto real de trabajo, con sello internacional.

Tomando estos como principales diferenciadores, directivos y docentes de la escuela, se propusieron lograr la excelencia académica con programas de alto rendimiento para ejecutivos del mercado local.

Diplomado 2016

La primera promoción de diplomados en Management para Mercados Competitivos, estuvo compuesta por un grupo de 33 ejecutivos y profesionales que obtuvieron su certificación en Viña del Mar, Chile, el 26 de noviembre de 2016.



Diplomados 2017

Entre noviembre y diciembre, en Valparaíso, estudiantes de las áreas de Management, Finanzas y Recursos Humanos con Enfoque por Competencias, obtuvieron sus certificaciones internacionales.





Diplomados 2018

El 1 de diciembre se graduó la tercera promoción de los Diplomados en Management para Mercados Competitivos, la segunda de Finanzas Corporativas y la primera en el área de Desarrollo de Habilidades Gerenciales.



RODRIGO ARTURI G.

Director Ejecutivo de Initiative Escuela de Negocios.
Ingeniero Comercial Universidad del Mar - Chile.



BENITO BARROS M.

Rector Académico del CFT de la Pontificia Universidad Católica de Chile. Doctor en Administración y Economía.

EXPERIENCIA PROFESIONAL

Hoy en día es Fundador y CEO de Arturi HeadHunters, una empresa consultora especializada en selección de ejecutivos de alto mando. Especialista en Estrategia y Desarrollo de Empresas de Alto Desempeño. Durante más de 15 años fue Director de ManpowerGroup Paraguay, transformándola en la empresa líder en outsourcing de Recursos Humanos en el país.

EXPERIENCIA ACADÉMICA

Docente en el área de Marketing y Negocios durante los años 1998 a 2004 de la Universidad Americana, en pregrado y Diplomados Internacionales, participando como docente en Marketing Estratégico, Estrategia Comercial y Estrategia de Negocios. Actualmente, dirige Initiative Escuela de Negocios y ejerce la docencia en módulos estratégicos.

EXPERIENCIA PROFESIONAL

Jefe del Dpto. de Relaciones Institucionales, de la Div. de Educación Superior del Ministerio de Educación de Chile; Rector del Inst. Profesional de la Univ. de Los Lagos; Jefe del Área de Negocios de la Univ. Tecnológica de Chile Inacap; Vicerrector Académico de la Univ. Americana del Paraguay; Gerente Gral. de Postforma SA Chile; Gte. de Admin. y Finanzas de Decoram.

EXPERIENCIA ACADÉMICA

Profesor de cátedras en grado y postgrado en áreas de Finanzas Corporativas, Marketing, Control de Gestión y Política de Empresas en las Universidades de Los Lagos, Tecnológica de Chile, de las Américas, Viña del Mar, Americana del Paraguay y Pontificia Universidad de Valparaíso.



Buenos momentos!





INITIATIVE Y BANCO CONTINENTAL, UNA ALIANZA CON SELLO INTERNACIONAL

Los límites económicos a la hora de profesionalizar las diversas carreras dejaron de ser una excusa, gracias a una alianza comercial entre Initiative - Escuela de Negocios y Banco Continental, con la intención de apoyar a la educación superior con certificación internacional. En ese marco, ofrecen a los interesados matricularse a los distintos Másters 2019, a cuotas accesibles en distintos plazos, disponibles en la página web del banco www.bancontinental.com.py.

El deseo del banco es que todas las personas que quieran dar un salto en su carrera profesional, lo hagan. Sobre todo, que puedan cursar un máster a cuotas y de acuerdo a su disponibilidad, con beneficios adicionales a los que accederán los nuevos inscriptos.

Para ello, la institución bancaria ha designado a un equipo de ejecutivos para que los interesados en matricularse en el MBA,

Máster de Finanzas & Control de Gestión, o Máster en Marketing y Dirección Comercial, cuenten con la certeza y seguridad de que sus solicitudes de financiación serán analizadas, procesadas y aprobadas con la mayor efectividad y celeridad posible.

Como beneficio adicional para los nuevos inscriptos este año, para el Máster 2019, se contará con la opción de abonar las cuotas a partir de marzo del año que viene.





ELEGIR AL GERENTE CORRECTO: UNA DECISIÓN VITAL DEL NEGOCIO

¿Es la entrevista todo un desafío? Una de las trampas más habituales en que las empresas caen, son las entrevistas. Muchas empresas se creen especialistas en cómo conocer a profundidad a un candidato, sin embargo, este proceso requiere de técnicas y tiempo de preparación, no es algo meramente operativo.

En reiteradas ocasiones, profesionales con frondosas carreras cambian de trabajo y al poco tiempo ellos y las empresas que los seleccionaron, ya no son todo lo maravilloso que soñaron. Esto se debe a muchos factores y todos tienen que ver con la metodología que han utilizado para seleccionar a ese gerente.

Cómo identificar los intereses de las personas, cómo conocer las reales causas de intención de cambio de trabajo, cómo es el ambiente de trabajo que lo motiva, cuáles son los valores que lo movilizan, cuáles son los resultados comprobables que le puede mostrar a los entrevistadores, cuáles son los aspectos que lo desactivarán, cuál es el estilo de liderazgo que tiene, cuáles son las competencias más desarrolladas y en cuáles debe trabajar.

Estos son algunos de los aspectos que deberíamos conocer a profundidad de una persona que se incorporará a nuestra empresa y de la cual esperamos resultados resultados que no "rompan" los procesos ya instalados y trabajados, en ese camino.

¿Por qué mencionamos lo de no romper nada en el camino? Debido a que hay muchas experiencias en este sentido, compartimos el siguiente mapa:

1. Resultados:

nos referimos a la capacidad que tiene la empresa de definir cuáles son los resultados cuantificables que espera que la nueva persona logre en las diversas dimensiones que implica su cargo (ventas, rentabilidad, nivel de rotación de personal, tasa de fidelización de clientes, nuevos productos lanzados al mercado y otros más que las empresas habitualmente tienen muy bien definidos en sus planes de negocios.

2. Estilo:

acá analizamos los elementos que hacen la diferencia en términos de cómo es y será la empresa en su ADN y cultura, cómo son las



Paul Francois
Gerente de Calidad
& Servicios de Arturi
Head Hunters

relaciones al interior de la empresa, cuál es el sello intangible que nos caracteriza, por qué nos "brillan los ojos", de qué nos sentimos orgullosos y que no está en el balance de la empresa.

Esta matriz implica en primera instancia la definición de cada una de las variables por las cuales se va a medir el desempeño del candidato y lo que esperamos de él en su cargo.

Sin embargo, en el estilo se encuentran una gran cantidad de los factores que no se consideran en un proceso de selección y marcan la diferencia entre lo que es un proceso de selección tradicional y uno de especialistas, que apunta a generar resultados transformadores para la empresa.

Un candidato será el más apropiado cuando estemos lo más próximo al ángulo superior derecho de la gráfica.

Ahora, la pregunta es cómo hacemos para poder evaluar en cada uno de esos puntos a las personas que se postulan al cargo e inferimos que serán los más capaces para lograr esos resultados.

Para conocer al candidato debemos:

-Entrevistar activamente. Saber qué y cómo preguntar sería en pocas palabras. Para ello es importante nutrirse de una guía por cada postulante, hecha en función a los aspectos más resultantes de cada persona.



-Invitarlo a participar en ejercicios ejecutivos, a través de diversas técnicas simular situaciones de trabajo en las cuales los candidatos deben utilizar técnicas para demostrar cómo es su estilo, personalidad y liderazgo en el trabajo.



Un proceso de selección debe ser conducido por especialistas que puedan contribuir de manera estratégica al desarrollo del negocio a través del desarrollo de una marca empleadora capaz de atraer y retener a los mejores líderes y talentos.

Sin embargo, en la medida que este proceso se realice con alta profundidad y reflexión en la decisión a tomar, podrá generar mejores resultados y conducir a que las empresas logren desempeños cada vez más óptimos.

-Referencias. En la actualidad hay múltiples medios para conocer el comportamiento de una persona según la evaluación de los demás, para ello es fundamental saber a quién preguntar, cuándo y cómo.





¿NECESITAS ENCONTRAR
**A UN GERENTE ENFOCADO A
TUS OBJETIVOS?**



SOMOS ▶ DIFERENTES

Como líderes en selección de ejecutivos hemos desarrollado una metodología enfocada en identificar los gerentes adecuados para tu empresa, su entorno y las metas que necesitas.

Tel.: +595 728 9771
Cnel. Brizuela 3089 c/ Ciudad del Vaticano.

www.arturi.com.py

  /ARTURIIHH



ARTURI
HEADHUNTERS



WORKSHOP: POTENCIANDO LAS HABILIDADES GERENCIALES

Con el objetivo de brindar una capacitación permanente sobre temas de vanguardia, Initiative - Escuela de Negocios ha desarrollado un calendario de Workshop sobre los temas que se abordan desde las áreas del management, con la intención de mejorar la performance de las organizaciones.

Estas instancias de formación, abarcan temas como Liderazgo, Management, Finanzas, Marketing, Logística, Data Mining, Relaciones con Clientes, Brand Equity, Presupuestos Comerciales, Plan de Negocios y cada una de las áreas en las cuales se puede agregar valor y mejorar la sustentabilidad de las empresas.

El formato es participativo, muy dinámico, basándose en casos prácticos de la realidad empresarial y con profesores internacionales, para que así las personas pueden fortalecer el uso de sus herramientas profesionales.

Uno de los programas exclusivos de Initiative es su Escuela de Líderes, que a través de 8 módulos prácticos, desarrolla las competencias profesionales necesarias para los futuros líderes como gestión del cambio, comunicación efectiva, delegación, motivación de equipos, desarrollo de la proactividad, orientación a resultados y gestión del liderazgo.

Estos programas de formación se inician en febrero de cada año y buscan mantener actualizados en los temas de vanguardia a los ejecutivos modernos. En febrero próximo iniciaremos en el programa de Cómo Construir Marcas Poderosas.



Benito
Barros M



SOMOS
CIENCIA,
ARTE
EXPERIENCIA
SOMOS
CREATIVIDAD

&

SOMOS:

WOW!
BrandLab





INITIATIVE ESCUELA DE NEGOCIOS CONFORMA SU CONSEJO DE EMPRESARIOS

El 13 de septiembre se realizó la primera reunión del Consejo de Empresarios, organismo que tiene por objetivo principal mantener un vínculo permanente entre el mundo de la formación ejecutiva y las necesidades de las empresas en términos de desarrollo de competencias profesionales.

Las políticas generales establecidas por el Consejo:

- Aumentar la eficiencia en las organizaciones a través de contenidos programáticos relevantes y pertinentes a la realidad empresarial.
- Promover la equidad.
- Promover una cultura de calidad y profesionalismo.
- Fomentar la participación activa de estudiantes y empleadores
- Fomentar la transparencia y apertura que inspiren confianza.

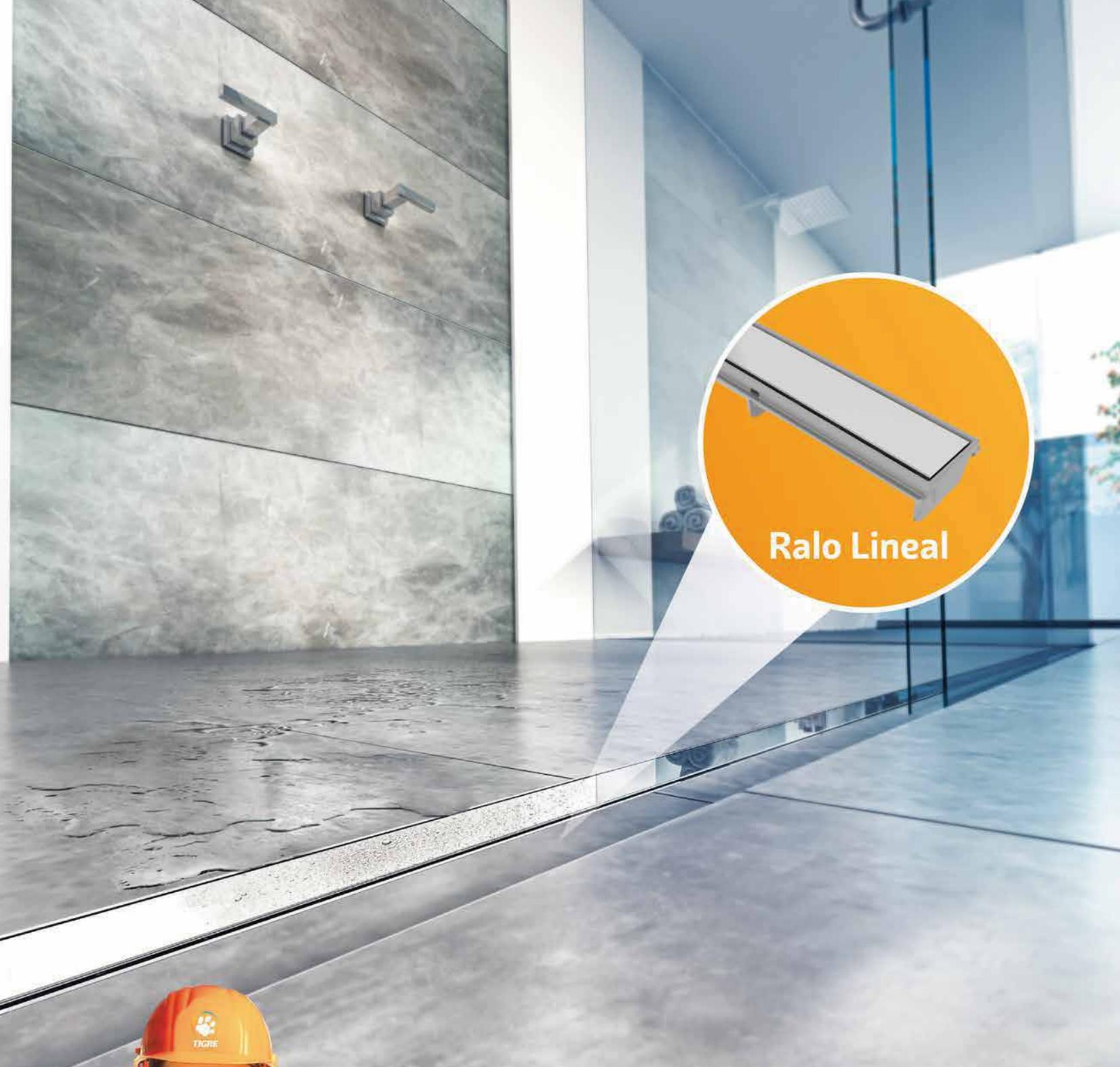
La coordinación de esfuerzos y actividades entre el Consejo de Empresarios e Initiative Escuela de Negocios, implica beneficios para ambas partes:

- Bolsa de Trabajo, con oferta de estudiantes y trabajadores para cubrir requerimientos *part time* de las empresas del Consejo Empresarial.
- Difusión de las empresas que componen el Consejo Empresarial en nuestra página web.
- Mesa de trabajo conjunta para buscar vías de financiamiento conjunto a través de fondos de concursantes.
- Capacitación en base a competencias laborales con descuento especial.
- Investigación aplicada, prácticas laborales, publicaciones conjuntas para temas del área, difusión de temas de interés mutuo y charlas de extensión, entre otros temas.

Desde Initiative Escuela de Negocios, se espera que el empresariado participe activamente en el proceso formativo del alumno a través de la oferta de prácticas profesionales y el desarrollo de clases prácticas, y además:

- Que los programas de las carreras impartidas respondan a los requerimientos del mundo laboral y empresarial y, en consecuencia, su empleabilidad aumente.
- La validación permanente del plan de estudios y la revisión de las competencias, aprendizajes y contenidos curriculares
- La participación permanente y activa del empresario en el Comité.
- Establecimiento de mecanismos de contactos nacionales e internacionales con empresas y organismos del sector, para recoger experiencias y oportunidades de negocios.





Ralo Lineal



1° TOP
MARCAS DE LA
CONSTRUCCIÓN

PARAGUAY 2018





**RODRIGO
ARTURI**

Director Ejecutivo de Initiative - Escuela de Negocios

Fundador y CEO de Arturi HeadHunters, director de WOW! BrandLab, con más de 20 años de experiencia en estrategia y desarrollo de empresas.

**RODNEY
ACEVEDO**

Director Propietario de COIN

22 años de experiencia en Market Research, ex gerente de Marketing de Tigo Paraguay y ex viceministro de la Secretaría de Información y Comunicación (SICOM).



**MATIAS
CARDARELLI**

Gerente General de Yguazú Cementos

Con amplia experiencia en liderar empresas en Latinoamérica, Norteamérica y Región Central africana.

**JUAN
CRUZ**

Gerente General de Monsanto

Ha liderado empresas de alto prestigio internacional como Kraft Foods y Phillips Morris, entre otras.



**PAUL
FRANCOIS**

Gerente de Calidad y Servicios de Arturi HeadHunters

Con alta experiencia en cargos ejecutivos para industrias de producción, electricidad, educación, gestión de talentos y consultoría. Comprobados logros en el orden y estructuración de procesos con foco en la mejora continua.

**ARMIN
HAHNER**

Gerente de Servicios PostVenta de Condor S.A.C.I.

Por más de 20 años, liderando una de las empresas más prestigiosas del Paraguay.



**MARICEL
IBÁÑEZ**

Directora Socia de Tracking PR

Habiendo trabajado por casi 20 años para BAT ocupando diferentes posiciones locales y regionales, siendo además presidenta de la Cámara Internacional de Comercio, Capitulo Paraguay.



**CLAUDIA
MELGAREJO**

Directora Ejecutiva de WOW! BrandLab

Experta en comunicaciones y marketing con más de 15 años de experiencia, fundadora de WOW! BrandLab, agencia especializada en fortalecer las estrategias de marketing de importantes marcas para el mercado paraguayo.



**MARTIN
LAUW**

Gerente Regional de Tigre S.A. Paraguay - Bolivia

Con más de 15 años de experiencia en empresas líderes como Unilever, Whirlpool, PepsiCo entre otras, contribuyendo al éxito de sus estrategias de marketing.



**FERNANDO
RODRIGUEZ**

Presidente del Periódico 5 Días

Con más de 20 años de experiencia en grandes empresas líderes en el mercado como Bancard, BBVA entre otras, y además, director de Sol del Paraguay S.A.



**LEONARDO
SALOMON**

Gerente General de Cereales S.A.

Con más de 20 años liderando empresas de primer nivel en Paraguay como BAT, Ambev, Burger King, entre otras.



**ANDRES
VEIRANO**

Gerente General de Asunción Express/FedEx

Más de 15 años de experiencia en cargos de gerencia general, de Compras, de Administración y de Marketing, en empresas líderes y referentes, de distintos rubros.



**RODRIGO
SOTOMAYOR**

Country Manager de Unilever

Con más de 26 años liderando una de las empresas transnacionales de nivel mundial, colocándola como una de las más innovadoras en Paraguay.



**BENITO
BARROS MUÑOZ**

Rector Académico CFT de la Pontificia Universidad Católica de Valparaiso

Ingeniero Comercial, Magister en Negocios Internacionales y Doctor en Administración y Economía.



10 RAZONES PARA ELEGIR NUESTROS PROGRAMAS

- 
- 1** Programas formativos del más alto nivel internacional
 - 2** Enfoque en el aprendizaje efectivo para la práctica directiva
 - 3** Profesores con reconocido prestigio internacional
 - 4** Certificación internacionales con prestigiosas instituciones
 - 5** Orientación y enfoque global en los negocios
 - 6** Networking con altos ejecutivos
 - 7** Evaluación práctica aplicable a la realidad empresarial
 - 8** Co-creación de conocimiento para el fortalecimiento de las competencias profesionales
 - 9** Horarios flexibles pensados en las necesidades de los ejecutivos
 - 10** Acompañamiento personalizado a los alumnos