

CURSO »

Medición de Resultados en Organizaciones de Promoción Comercial Edición 5

DIRECCIÓN »

El Banco Interamericano de Desarrollo (BID) (www.iadb.org) a través de su Sector de Integración y Comercio.

COLABORADORES



El Instituto Interamericano para el Desarrollo Económico y Social (INDES) (<http://www.indes.org>). Contribuye en la revisión pedagógica de los materiales y la formación de tutores.

La Fundación Centro de Distancia para el Desarrollo Económico y Tecnológico (CEDDET) colabora en el seguimiento académico de los participantes a través de su plataforma formativa.

OBJETIVOS



Objetivo

- El objetivo final es el de contribuir a la mejora operativa y posición estratégica de las OPC de la región a fin de que puedan ofrecer servicios más eficientes y efectivos a sus beneficiarios, en particular pequeñas y medianas empresas.

Al finalizar el curso, los participantes aprenderán a:

- Crear una mayor conciencia sobre la importancia que tiene la medición de resultados en la mejora de la eficiencia y efectividad de las OPC.
- Contribuir a la capacidad de los funcionarios participantes para entender y gestionar la mejora en el desempeño de sus organizaciones a través de análisis de resultados.
- Comprender las relaciones de causales que existen entre las actividades, el impacto y el valor que agrega la organización.

- Identificar aquello que debe ser medido y cuándo, teniendo en cuenta los límites y alcance de los sistemas y recursos con que cuenta la organización.
- Comprender los procesos que es necesario implementar para recoger, verificar, registrar, almacenar y analizar la información relevante para poder medir resultados e impacto.



Este curso está dirigido **exclusivamente** a aquellos participantes que han sido invitados por el Programa Fortalecimiento de Capacidades en Integración, Comercio y Cooperación Regional. Los participantes deberán:

- Se seleccionarán 45 participantes. El curso está especialmente diseñado y dirigido a funcionarios y ejecutivos de las organizaciones de promoción comercial involucradas en la promoción de comercio e inversiones.
- Los participantes deberán poseer título universitario o equivalente y una experiencia laboral de, al menos, tres años en organizaciones de promoción comercial, exportaciones o atracción de inversiones.



El precio del curso por participante sin beca asciende a 3.000USD.

No obstante, con el fin de cooperar en el proceso de modernización y fortalecimiento institucional en Latinoamérica, el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) concede **45 becas** a todos los participantes latinoamericanos que superen el proceso de selección.

METODOLOGÍA



El curso es virtual y se desarrolla en una plataforma telemática en la que un grupo reducido de participantes (45) comienzan y finalizan su capacitación al mismo tiempo. Durante este período, los participantes están sujetos a un seguimiento regular, sistemático, personalizado y planificado. Y el diseño de las actividades está orientado al aprendizaje colaborativo entre los participantes, y entre éstos y el profesor del curso.

PERSONAL DOCENTE



DIRECTOR DEL CURSO Y DOCENTE

Mary Amalia Vásquez - Colombiana. Economista de la Universidad Nacional de Colombia con Maestría en Estudios Internacionales de la Universidad de Ginebra, Suiza y Especialización en Desarrollo Económico del Graduate Institute of International and Development Studies de Ginebra, Suiza. Con experiencia nacional e internacional de más de 18 años en Planeación Estratégica, Medición de resultados, Comercio Internacional, Desarrollo Económico y Turismo. Se ha desempeñado como Jefa de Planeación Estratégica del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Directora de Planeación de Procolombia y negociadora internacional ante la Organización Mundial de Comercio, en Suiza.



Francisco Gamboa Soto - Costarricense. Director Ejecutivo de la Cámara de Industrias de Costa Rica. Anteriormente desarrolló su actividad profesional como Director de Inteligencia Comercial de la Agencia de Comercio Exterior Costarricense (PROCOM-ER). Experiencia profesional en apoyo de consultoría económica orientada a exportadores para apoyar sus procesos de toma de decisiones, así como a organizaciones internacionales. Amplia experiencia en la gestión de equipos profesionales multidisciplinarios.



Ricardo de la Peña Rodríguez - Mexicano. A lo largo de 15 años ha colaborado en diversos campos profesionales como son: inteligencia de negocios, desarrollo de programas de fomento económico, gestión gubernamental ligada a negocios internacionales y administración de riesgos financieros. En la Secretaría de Relaciones Exteriores del Gobierno Federal mexicano, se desempeñó como Director de Relaciones Económicas con América del Norte y Canadá. En ProMéxico, fungiendo como asesor del Director General, desarrolló nuevos modelos de análisis e inteligencia de negocios para la identificación de oportunidades de exportación y evaluación de resultados. También se desempeñó como Director Ejecutivo de Proyectos de Exportación, puesto donde dirigió proyectos de exportación, así como de encadenamiento productivo entre PyMEs y grandes firmas multinacionales. Diseñó programas de impulso al desarrollo empresarial y participó en la definición de estrategias para atraer empresas extranjeras a México. Actualmente es Socio-director de la empresa BIXLINK, SAPI de C.V. ofreciendo servicios de consultoría en inteligencia comercial internacional, aceleración de negocios, y negociación de Joint Ventures entre empresas mexicanas y extranjeras. Tiene una Maestría en Economía Industrial, por la Facultad de Economía de la Universidad Autónoma de Nuevo León, y es Licenciado en Economía, egresado del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM).

MÓDULO 0

MANEJO DEL AULA VIRTUAL • 3 días

MÓDULO 1

LA GESTIÓN POR RESULTADOS EN LAS ORGANIZACIONES DE PROMOCIÓN COMERCIAL • Mary Amalia Vásquez Murillo • 7 días

- Significado de la gestión por resultados.
- Por qué utilizar un sistema de gestión por resultados.
- La gestión por resultados en una organización de promoción comercial.
- Factores a tener en cuenta para el establecimiento de un sistema por gestión de resultados en una organización de promoción comercial.

MÓDULO 2

DISEÑO DE UN SISTEMA DE GESTION POR RESULTADOS, ¿QUÉ MEDIR? • Francisco Gamboa Soto • 7 días

- Definición, niveles, encadenamiento y desarrollo de la cadena de resultados.
- El Tema de la atribución de resultados.
- Definición de indicadores cuantitativos y cualitativos.
- Selección de los mejores indicadores.
- Definición de indicadores de base y metas.
- Identificación de riesgos y supuestos.
- Consideración del lapso de tiempo entre las actividades y los resultados.

PROGRAMA

MÓDULO 3

RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN: CÓMO MEDIR LOS RESULTADOS • Ricardo de la Peña Rodríguez • 7 días

- Características de un sistema de recolección de datos creíble y confiable.
- Selección de los medios para verificar los datos.
- Tipos de fuentes de datos.
- Mecanismos y herramientas para el registro y almacenamiento de datos.
- Rol de los sistemas de gestión de clientes (CRM).
- Asignación de tareas, responsabilidades y frecuencia en la recolección de datos.
- Capacitación del personal: Integración del sistema de gestión por resultados en las tareas regulares del personal.
- Registro y manejo de datos para verificar la atribución.
- Consideración del lapso de tiempo (time lag) en la recolección de datos.

SEMANA DE RECUPERACIÓN INTERMEDIA

MÓDULO 4

UTILIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN SOBRE DESEMPEÑO Y RESULTADOS • 7 días

- Tableros de comando para el seguimiento del desempeño y los resultados : tipos de tableros y diseño.
- Establecimiento de mecanismos de evaluación y devolución de resultados.
- Uso de resultados para la asignación de recursos y programas.
- Comunicación de resultados a los principales grupos de interesados.
- Revisión y actualización del sistema de gestión por resultados.

MÓDULO 5

GESTIÓN DEL PROCESO DE CAMBIO EN LA ORGANIZACIÓN: DESAFÍOS Y BENEFICIOS • 7 días

- Determinación clara de los objetivos del cambio.
- Liderazgo: papel de los directivos.
- Establecimiento del grupo de coordinación.
- Asignación de roles y responsabilidades.
- Desarrollo de un plan de implementación.
- Plan de comunicación.
- Gestión de la oposición o resistencia al cambio.
- Capacitación y guías para el personal y los gerentes.
- Reconocimiento de logros y resultados.
- Integración de resultados en el aprendizaje.

SEMANA DE RECUPERACIÓN FINAL

CERTIFICACIÓN



El **Banco Interamericano de Desarrollo (BID)**, a través de su Sector de Integración y Comercio en colaboración con el Instituto Interamericano para el Desarrollo Económico y Social del BID (INDES) del Sector de Aprendizaje y Conocimiento, expedirán un diploma de aprovechamiento para los participantes que cumplan los objetivos del curso y superen las respectivas pruebas de evaluación.

La Dirección del curso, basándose en la evaluación de cada tutor sobre la participación en las actividades propuestas, será responsable de valorar si el participante supera los criterios de exigibilidad para la consecución del diploma.

POLÍTICA DE TRANSPARENCIA Y CALIDAD



Al finalizar el curso los participantes realizarán una encuesta de evaluación del mismo. La Fundación CEDDET garantiza el completo anonimato en las respuestas, ya que todos los datos de las encuestas se almacenan directamente en el servidor de una Notaría en España y permanecen custodiados por ella.

PATROCINIO



Banco Interamericano de Desarrollo (BID) (www.iadb.org) a través de su Sector de Integración y Comercio en colaboración con **El Instituto para la Integración de América Latina y Caribe (INTAL)** (www.iadb.org/es/intal).