

SEMINARIO BAC PYMES 2014

apunta a la VISION GERENCIAL



Resumen de expositores



BAC PYMES

Tras la visión gerencial de las Pymes

Javier Sancho, Gerente de Banca de
Empresas & Leasing del BAC San José.

BAC PYMES agradece su asistencia a nuestro seminario “Visión Gerencial 2014”, el cual celebramos juntos con mucho éxito y de antemano los invitamos a participar en nuestra nueva edición el próximo mes de octubre del 2015.

Para nosotros este especial es una oportunidad de ofrecerles a ustedes información valiosa que les permita repasar los conocimientos adquiridos durante el seminario; así como recordar nuestras experiencias de aprendizaje juntos durante la pasada jornada para tenerlos presentes y ponerlos cada vez más en práctica.

Este año contamos con la presencia de seis de figuras internacionales del mundo hispanohablante, reunidas por primera vez en nuestro país, para hablar cara a cara en diversas áreas empresariales, deseosos de conocer las últimas ideas y estrategias que utilizan pymes de otros países.

Para Javier Sancho, Gerente de Banca de Empresas & Leasing del BAC San José; las tres cosas que nosotros queremos que la gente cuente con expositores de clase mundial, que los emprendedores se lleven ideas muy puntuales de cómo mejorar y por último, establecer una red de negocios con sus similares.

Por su parte, el Jefe de BAC PYMES Adolfo Haug, afirmó que una de las lecciones más importantes que pudieron aprender los participantes gracias al seminario, es que la palabra NO, dejó de ser una respuesta negativa para convertirse en una nueva oportunidad.

Y como recordar es volver a vivir... Repasemos su trayectoria y las lecciones que dejaron por su paso.



SUMARIO



Págs. 6 y 7

Conferencista: Renato Bernhoeft

El equilibrio entre su vida empresarial y personal

Págs. 8 y 9

Conferencista: Eduard Müller.

Desde un desarrollo sostenible hasta uno regenerativo

Págs. 10 y 11

Conferencista: Nicolás Restrepo

Gestionar sus ingresos es lo mismo, que gestionar sus precios

Pág. 12

Conferencista: Sandra Yachelini

La tecnología al servicio del éxito de las Pymes

Págs. 14 Y 15

Conferencista: Militza Catellot

Empoderarse de su empresa
comienza con usted

Págs. 16 Y 17

Conferencista: Patricio Pekar

Negociación y ventas

Págs. 18-19

BAC PYMES reconoce labor
empresarial con Premio Pyme





“En el espectáculo de la vida no existen ensayos se presenta el estelar, sólo una vez”. Los empresarios caen en un desapego emocional con quienes los rodean por culpa de la tecnología”



CHARLA: Calidad de Vida

El equilibrio entre su vida empresarial y personal

Conferencista: Renato Bernhoeft es una de las figuras más respetadas en Latinoamérica; especialista en analizar a las empresas familiares y la calidad de vida de sus dueños. Bernhoeft es fundador de Hoft consultoría, empresa con 40 años de actividad en Sao Paulo (Brasil), también es conocido por ser el autor de obras como “Trabajar y disfrutar” y es considerado como “un integralista que ve el éxito de una empresa y un ser humano entre el punto de equilibrio de lo personal, lo profesional y lo familiar”.

Divida lo profesional de lo afectivo

Al contratar a un familiar en su empresa debe aprender a colocarse el sombrero del dueño o del padre, para que no existan conflictos de intereses.

Un hombre, despidió a su hijo de la empresa familiar, porque éste último no trabajó a la altura de la compañía; pero luego tuvo que aconsejarlo como padre para que tomara otro rumbo. Ante la disyuntiva de tener un hijo dentro de una empresa, recuerde “que el mayor compromiso de un padre es educar a los hijos para la vida”.

La reflexión es que muchas veces sólo se concentra en su rol de empresario y deja de lado aspectos fundamentales como la familia. Usted debe entender lo que conlleva cada rol de forma clara, así tener la sabiduría para poder dividirlos según sea la circunstancia y el espacio, esto con el fin que ni la empresa, ni la familia puedan resultar lastimadas.

Preocúpese por la sucesión de la empresa

Recuerde que su negocio es el producto de su sueño, pero muchas veces no es el sueño de sus descendiente y debe tener claro, cuál será el rumbo de ella cuando usted ya no esté. Debe cuestionarse el porqué y para quién decidió construir su empresa, pues la respuesta más usual es “por mi familia, para que mis hijos tengan lo que yo no tuve”. El 70% de las empresas familiares que desaparecen es por problemas familiares: pleitos entre hermanos, familiares o con los hijos.

A diferencia de como sucede con la pareja, la familia no se escoge, por lo que los hijos serían “socios no escogidos”, lo cual se convierte en algo muy crítico, porque esa posición obliga a tomar decisiones cruciales en el éxito o fracaso de un negocio.

Recuerde que la lealtad en la primera generación es al dueño de la empresa, en la segunda dicha lealtad se traslada a la empresa.



“Deberíamos dejar de hablar de desarrollo sostenible y comenzar a hablar de desarrollo regenerativo”



CHARLA: Sostenibilidad

Desde un desarrollo sostenible hasta uno regenerativo

Conferencista: Eduard Müller, fundador y rector de la Universidad para la Cooperación Internacional, donde coordina proyectos para combatir la pobreza, conservación y cambio climático. Es Vicepresidente de la Comisión Mundial de Áreas Protegidas de UICN para Centroamérica y Presidente de la Biodiversity Partnership of Mesoamerica (BPM), así como miembro del Consejo Consultivo del Programa Hombre y Biosfera de la Unesco y mensajero del “Proyecto Cambio Climático de Al Gore.

El uso indiscriminado de los recursos repercutió en el aumento de dos grados en la temperatura mundial, esto en parte, porque el calor no se distribuye de forma uniforme por el planeta, sino que afecta más rápido a las zonas montañosas y polos. Los impactos en la vida del calentamiento global son muy graves.

“Existe una desconexión total entre las investigaciones de los científicos y académicos y lo que realmente se implementa para detener su avance por parte de los gobiernos”.

Aumento del calor

Hace 50 años, había 300 partículas de Co₂ por millón en el aire que respirábamos; hoy esa cifra supera las 400. Cuando para todos es conocido que lo máximo para que no ocurran todo tipo de desastres tanto para la salud como por el clima es que no excedan las 350. El mayor problema que ocasiona el dióxido de carbono (CO₂) en la atmósfera es que retiene el calor.

El Ártico se derrite en un 97% de su superficie y éste funciona como un tipo de aire acondicionado que permite que los rayos del sol, reboten y se devuelvan fuera de la superficie; pero al existir esos componentes en la atmósfera que retienen el calor, lo que ocurre es un sobrecalentamiento.

Evite consumo de agua embotellada

Este país no puede darse el lujo de consumir agua embotellada cuando el 97% del líquido en el territorio es potable.

Ponga atención a la huella de carbono y consumo que deja su empresa

Costa Rica se superó la huella ecológica sobre la biocapacidad por persona en 1987. Hoy en día se consume un 120%, sobre la capacidad del país.

Entre más largo produzca su proveedor, más carbono consume

Analice las etiquetas e información de procedencia de cualquier producto que se vaya a consumir. Tomar en cuenta que entre más largo y más kilómetros debe cruzar para llegar al país, más alta será su huella de carbono.

Debemos crear una alianza global para ayudar a mantener viva la diversidad biológica. Ya que todos los ecosistemas de una u otra forma se relacionan y se necesitan para continuar.



Busque ser carbono neutral

Costa Rica puede aprovechar que hay muchos techos para poner las celdas fotovoltaicas y una buena cantidad de sol.

Acciones para disminuir el problema que usted puede implementar

- Adopte una gestión creativa
- Propicie las políticas y alianzas público- privadas.
- Sensibilice a todos los sectores de la sociedad sobre la importancia del tema
- Piense con una visión a largo plazo, donde el norte sea procurar la calidad de vida de la humanidad.
- Utilice el conocimiento autóctono para la restauración de ecosistemas y reconocer que éstos tienen límites.
- Predique con el ejemplo.



“Los empresarios pueden aumentar sus ingresos, a través de un manejo estratégico de los precios, que es por mucho mejor a la estrategia de reducir costos”

CHARLA:

Gestionar sus ingresos es lo mismo, que gestionar sus precios

Conferencista: Nicolás Restrepo Célebre escritor colombiano, conocido por brindar consultorías internacionales en el tema de precios, es autor de libro “Estrategia de precios” documento que lleva al lector aquellas ideas y técnicas muy pocas veces obvias que lo ponen directo a prestar atención a las utilidades. Restrepo debido a su éxito, repite por segunda ocasión dentro del panel de expertos que compone el seminario “BAC PYMES”.

Esta vez, su presentación se tituló “Gestión de Ingresos: Optimizando la capacidad y maximizando los ingresos por medio de precios”.

Recuerde que todos los productos o servicios son “perecederos”: Todos los productos pierden valor con el tiempo, y además una venta que no se hace hoy, no se recupera mañana.

Preste atención a los costos fijos.

Segmente su mercado: Use la curva de precio y demanda. Todos los mercados se pueden segmentar.

Aplice el concepto de moda del año o temporada. Cuándo un artículo no se vendió durante el tiempo de vigencia, luego puede pasar a un outlet a un precio menor por descuento.

Impulse paquetes de servicios como el de internet residencial donde existen, las tarifas estándar, plus, deluxe, extreme, turbo, ultra, según la capacidad de pago y preferencia del cliente.

Alterne horarios de atención y descuentos en las horas de menor tráfico como la de una clínica que brinde descuentos entre 8:00 am y 10:00 am para la consulta de radiología, cuando la mayoría de los pacientes no llega.

Brinde ofertas o servicios especiales como el “happy hour” en los bares o restaurantes.

Cobre por el valor agregado que sea de utilidad para su cliente:
Ejemplo, los iPhones, donde el costo es prácticamente el mismo para todos sus modelos, sin embargo la empresa pone valores agregados como una memoria de almacenamiento con mayor capacidad, llegando incluso a duplicar el precio de adquisición para sus consumidores.

Compre varios servicios a un mismo proveedor a costos más bajos Ejemplo: Telefonía, internet y cable para el mismo cliente por un menor precio.



Microsoft les permite a las Pymes a expandirse y crecer, así como reducir sus costos de operación con sistemas más integrados.



CHARLA: **La tecnología al servicio del éxito de las Pymes**

Conferencista: Sandra Yachelini, es argentina y fungió como directora general de Microsoft durante cuatro años para Argentina y Uruguay. En 2013 le ofrecen el puesto de Directora Regional de canales y Pymes para América Latina. Yachelini se presentó por primera vez en el “Seminario BAC PYMES” por una invitación de Microsoft Costa Rica.

En Costa Rica el 27% de las pequeñas y medianas empresas utilizan los servicios que se pueden encontrar en la Nube para la toma de decisiones de una manera rápida. Es importante que esas Pymes analicen qué aplicación o servicio se pueda llevar a la nube para que ayude a mejorar la agilidad de la empresa y logre un ahorro de costos.

Además deben encontrar en la Nube seguridad para que la privacidad de sus datos sea protegida.

Las empresas que utilizan la tecnología crecen dos veces más rápido que las que no. También quienes la utilizan como herramienta cotidiana aumentan en contratación de empleo 1.6 veces más que las otras, según datos proporcionado por el Boston Consulting Group, en su análisis a nivel global.

Hay tres variables importantes que necesita una empresa en la actualidad, donde la tecnología le puede ayudar.

- Permite que el equipo de colaboradores esté cada vez más interconectado
- Usted puede ahorrar dinero
- Le facilita estar en contacto directo y continuo con proveedores y clientes y así competir de tú a tú con las grandes empresas.

LA EDICIÓN 2014 LLEGÓ GRACIAS A NUESTROS PATROCINADORES

Patrocinan:



Copatrocinan:

Invitan:

Organiza:





“Un Líder debe empoderar y guiar a su equipo: Debe ver los puntos débiles del equipo para poder mejorarlos, pero lo primero se comienza con uno mismo, haciendo los cambios necesarios para salir de la zona cómoda”

CHARLA:

Empoderarse de su empresa comienza con usted

“La mujer que se la creyó y ahora enseña cómo hacerlo a los otros para alcanzar el éxito”

Conferencista: Militza Catellot es una empresaria muy exitosa en el ámbito de las comunicaciones en su país natal, México. Posee una de las agencias más importantes de la capital azteca y ahora en Costa Rica. Es una mujer que se la creyó y ahora enseña cómo hacerlo a los otros para alcanzar el éxito.

Una empresa puede terminar porque sus dueños o gerentes son:

- Son controladores
- Confían poco o nada en los subalternos
- Carecen de planificación dentro de la estructura organizativa.

Consejos para encontrar el empoderamiento

Realice pequeños cambios y detalles para dar saltos cuánticos en el desempeño de su empresa.

Siéntese, comparta y almuerce con los colaboradores, eso los hará involucrarse más con el negocio. Los resultados pueden verse muy rápido.

Enfrente sus miedos: Para poder crecer como ser humano y como empresario.

Empodérese y guíe a su equipo: Para eso debe ver los puntos débiles del

equipo para poder mejorarlos, pero lo primero debe comenzar por usted mismo.

Cuide su vida personal: “Mi empresa puede estar bien, conmigo como líder, pero si mi vida personal está mal o no bien. La empresa va a vivir las secuelas de mi vida personal y está destinada a fracasar”

Cambie la percepción sobre los problemas y encuentre nuevas soluciones: Un cambio de percepción puede ayudar mucho a solucionar las cosas. La manera de verlo puede obstaculizar más un problema o resolverlo.

Cuando atraviese un problema recuerde:

“No tenemos un problema, tenemos un millón de oportunidades para llevar la empresa a la cima”

“Nosotros no debemos ser árboles que no nos movemos, debemos movernos, debemos vivir, la vida es hoy”

“Hay que ver los fracasos como experiencias”

Pregúntese y reflexione

- ¿Qué tipo de líder soy?
- ¿Soy un líder positivo para mi equipo?
- ¿Llego feliz a mi casa al final del día y me levanto feliz para ir a trabajar al día siguiente a trabajar?

Lecciones de oro

- Recuerde un equipo motivado trabaja para la empresa y para que todos estén bien
- La primera persona que tiene que auto motivarse es uno mismo ,el líder dentro de la empresa “tenemos siempre que empezar por nosotros mismos”
- Nuestra vida personal se refleja en nuestra empresa.
- El primer cambio y el más importante que tenemos que hacer es dentro de nosotros mismos.





“No hay clientes resistentes, sino vendedores poco flexibles”

CHARLA:

Negociación y ventas

Conferencista: Patricio Peker, es reconocido por toda Latinoamérica y España gracias a su Best Seller internacional “El vendedor de los huevos de oro”. Sin duda ese tono coloquial, sencillo, lleno de ejemplos detallados, en los que incluso el espectador pudo trasladarse e imaginarse en un escenario parecido.

Aprenda a detectar en el cliente lo que quiere recibir de su producto, que puede ser alegría, tristeza, placer, ahorro u emociones. Los beneficios que él percibe, tienen que ser mayores a los costos; como por ejemplo lo fácil que es trabajar con usted.

Ponga un valor adecuado a su producto

Había un empresario en Rosario, que hacía helados artesanales exquisitos y de calidad, pero los vendía a un precio bajo. Eso significó el fracaso total porque “la gente cuando el helado tenía almendras, pensaba que por ser tan barato seguro era maní. No había forma de sacarle a la gente que en vez de tener crema tenía aceite hidrogenado”.

Genere confianza en el cliente

No hay nada peor que prometerle al cliente algo y no cumplir y que sea el cliente que te llame para recordártelo.

Crea productos adicionales

Los productos adicionales generan rentabilidad dentro del negocio, por ejemplo los restaurantes de comida rápida, donde los vendedores siempre ofrecen un producto adicional. El 50% de las veces los clientes realizan esa compra extra, y a que al existir

un contraste y al haber comprado el producto caro, el adicional lo percibirá como una compra más barata.

Comprométase con las ventas

Si quiere transmitir emociones, siéntalas primero. “Vender es ayudar a las personas a que tomen una buena decisión”

¿Cómo tratar con clientes resistentes?

1. Dígale que entiende o comprende lo que piensa.
2. Conteste el por qué lo entiende brindando una explicación creíble después de la palabra “porque”.
3. Dele respaldo a su argumento con un ejemplo creíble y testimonial por ejemplo: Mis principales clientes de hoy, pensaban igual que usted sobre ese asunto.
4. Y ahora sí. Utilice el “pero” o “sin embargo”. Sin embargo se dieron cuenta que somos la primera opción por la calidad de nuestros productos que no se puede comparar.

Por ejemplo: Un vendedor de bicicletas le daba información sobre la importancia de utilizar el casco para la seguridad. Entonces el vendedor para vender más en vez de decirle que si no le compra el casco el niño se le puede reventar la cabeza; le dijo: “Cuenta la historia del papá que no compró y el hijo se cayó y se raspó...”

Método AIDA para concretar una venta

•Atención: Llame la atención del cliente con una promesa de beneficio u oportunidad única.

• Interés: Enumere los beneficios importantes para el cliente. Haga preguntas para conocer al cliente, averigüe sus deseos y necesidades y personalícelos.

• Deseo: Haga que el cliente se imagine disfrutando esos beneficios. “Imagine la cara de su señora cuando abra la caja de este jarrón” Poner a imaginar a la persona puede ser más efectivo.

• Acción: En materia de ventas la acción empieza con una pregunta de cierre. Se puede invitar a tomar una decisión: Qué le parece si le llamo el viernes para firmar?





PREMIO A LA EXCELENCIA: (De izquierda a derecha) Jeffrey Solano, Gerente de Calidad de BAC Credomatic; Adolfo Haug, Jefe de BAC PYMES; Geannina Dinarte, Viceministra del MEIC, Mario Miranda Nuñez, Mario Miranda y Lesbia Nuñez de Caballo Blanco, Javier Sancho, Gerente Banca Empresas & Leasing

BAC PYMES reconoce labor empresarial con Premio Pyme

El BAC PYMES brinda un reconocimiento a los empresarios que han sobresalido por su esfuerzo y un constante perfeccionamiento en sus prácticas empresariales con el PREMIO PYME, en las categorías de innovación, liderazgo, mercadeo con los clientes, procesos de inocuidad y dedicación en la empresa. Así como sostenibilidad, responsabilidad social y energías renovables.

El ganador de todas las categorías y que recibió el PREMIO PYME a la Excelencia, fue el Restaurante Caballo Blanco, de Miramar de Puntarenas.

Mario Miranda jamás pudo imaginar que una noche así le iba a llegar cuando era salonerero en el establecimiento donde ahora es “el patrón”. El empresario junto a su familia agradeció al BAC PYMES por las oportunidades que recibió y que le permiten dar un servicio de primera.



INNOVACION: Bryan PonCe, Dueño de Coctel Boys



ENERGIAS RENOVABLES:
Djhalma de Club Campestre Español



LIDERAZGO EMPRESARIAL: (De izquierda a derecha) Javier Sancho, Gerente Banca Empresas & Leasing, Yesenia Salazar y Fabrizzio Méndez Dueños de la empresa Kerigma Comunicaciones.



MERCADEO Y CLIENTES:
(De izquierda a derecha) Adolfo Haug, Jefe de BAC PYMES y Federico Alvarado dueño de APIARIOS del Pacífico.



ENERGIAS RENOVABLES: Carlos Araya y Silvia Blanco de Distribuidora Florex. (De izquierda a derecha,) Jeffrey Solano, Geanina Dinarte, Viceministra del MEIC y Javier Sancho, Gerente Banca de Empresas & Leasing



PROCESOS: (De izquierda a derecha), Consuelo González, Gerente de Zona BAC SAN JOSE, Carlos Mairena, Dueño de Reportería Becker, Harold Rojas y Roberto Quirós, Gerentes de Zona de BAC SAN JOSE



Teléfono: 2295-9535
bacpymes@bacsan jose.com