



Los alumnos van a clases expositivas y también estudios de casos.

Gracias a un curso que está dictando la Universidad de Chile

El retail entra a la sala de clases

CIRO COLOMBARA C.

Se trata de un programa de estudios de 36 horas, que cuenta con tres módulos donde se mezclan clases expositivas y análisis de casos, enfocado en el canal tradicional.

El desafío lo tomó la Universidad de Chile. Viendo, por un lado, el gran desarrollo que ha tenido el retail en el país y, por otro, el rol que juega el canal tradicional, a través del departamento de Ingeniería Industrial dio vida a un interesante programa que busca actualizar los conocimientos de los actores que se mueven en este mundo.

Tal como explica el director de Educación Ejecutiva y subdirector académico MBA de Ingeniería Industrial de la Universidad de Chile, Daniel Esparza, "sabemos que hay harta gente con mucha experiencia en retail, pero que no tiene estudios formales y que quiere capacitarse para estar bien preparada para desempeñarse en dicho mundo. A ese tipo de personas, como también a los profesionales que se desempeñan en alguna empresa del

rubro, va dirigido el curso de Retail Management enfocado en el canal tradicional".

Esparza agrega que cuentan con amplia experiencia para desarrollar una iniciativa de este tipo. "Como departamento de Ingeniería Industrial tenemos un centro especializado en retail -llamado Ceret- así que hay muchos académicos dedicados al tema. También desarrollamos investigación e incluso ofrecemos un diplomado en dicha área. De hecho, dos de sus módulos forman parte de este curso".

-¿Cuáles son esos módulos?

-Estrategias de Retail y Control de Gestión. En el primero hablamos, por ejemplo, sobre la experiencia de compra, la productividad y diferentes decisiones estratégicas que se deben tomar al estar en este mundo. En el segundo, en tanto, tratamos temas como la forma de crear valor en el retail, los indicadores

para ver su evolución, el margen, la productividad de los recursos, nuevas fuentes de información y de conocimiento. Es muy importante llevar siempre un buen control de gestión, monitoreando una serie de indicadores y corrigiéndolos a la medida que se van desviando.

El curso cuenta con un tercer módulo llamado Shopper y Propuesta de Valor en el Canal Tradicional, donde se desarrollan contenidos relacionados con este segmento. "Se trata de temáticas sobre ocasiones de compra en este canal, condicionantes del comporta-



Muy conforme con el nivel de los alumnos se declaró Daniel Esparza.

miento y gestión de la lealtad, entre otras", explica Daniel Esparza.

-¿Cuál es la duración del curso de Retail Management?

-36 horas, dedicándole 12 horas a cada una de estas unidades. El curso lo partimos el 9 de noviembre y se dicta en modalidad presencial. En cuanto a su metodología, participan cuatro profesores y hay una mezcla entre clases expositivas y estudios de casos. Lo que pasa es que usar solo casos, sin detenerse a desarrollar conceptos es peligroso ya que, finalmente, la única forma de resolverlos es teniendo claro los conceptos.

Esparza agrega están muy satisfechos con el grupo de alumnos que se integró a esta iniciativa académica. "Hay un gran valor en el hecho de encontrarnos con estudiantes de alto nivel, personas que está en cargos muy importantes del retail y conocen mucho sobre este mundo, lo que favorece el que se pueda dar en clases discusiones y análisis riquísimos".

XIMENA ROZAS

Es muy importante llevar siempre un buen control de gestión.

DANIEL ESPARZA U. DE CHILE

”