



La UCAB se alía con empresas líderes del mercado y crea novedosas cátedras con formación en campo

Descripción

En un formato innovador, sin precedentes en América Latina, la Universidad Católica Andrés Bello está ampliando su oferta de cátedras empresariales, esquema que combina la formación con profesores de la UCAB y expertos de compañías aliadas y que se inauguró, en 2018, con la [Cátedra Empresarial Transformación Digital Daycohost](#), la cual ha funcionado como materia electiva para los estudiantes ucabistas de los últimos semestres de pregrado.

Ahora, y próxima a abrir inscripciones, la UCAB suma la Cátedra Empresarial *Retail Management*, programa que comenzará a dictarse a partir del 21 de marzo en la sede del CIAP y en el que se conjuga, de forma pionera, el conocimiento sistemático de la academia, la flexibilidad de los cursos de formación continua y la práctica empresarial en un programa de 96 horas.

Según precisó el profesor Miguel Goncalves, director de Negocios UCAB, de este nuevo plan se podrán beneficiar los profesionales o técnicos interesados en adquirir o actualizar conocimientos y buenas prácticas en el área, aunque no tengan formación previa y no sean parte de la comunidad estudiantil ucabista.

Informó que uno de los grandes atractivos del programa en *Retail Management* es que se están sumando, como aliados estratégicos, cinco de las mayores marcas empleadoras de Venezuela: Automercados Plaza™s, Be&Co, Farmatodo, Mercado Libre y la consultora Nielsen.

«Esa sinergia es el corazón de estas cátedras empresariales», dijo Goncalves, para quien las empresas participantes tienen una buena oportunidad de captar talentos entre los 25 o 30 cursantes. Además, pueden interactuar con empresas afines que no son su competencia comercial. Al mismo tiempo, estas nuevas cátedras responden a las demandas de los jóvenes que quieren una formación concreta, en corto plazo, con posibilidad de monetizarlo.



“Creo, personalmente, que esto es pensar a la UCAB de otra forma. Veníamos acostumbrados a pensarla como un medio de formación tradicional, de pregrado, postgrado y PREA. La Cátedra Empresarial Retail Management no será una cátedra tradicional, circunscrita al aula de clase, sino que estamos pensando en algunas sesiones de formación en las aulas del [CIAP](#) (Centro Internacional de Actualización Profesional) con profesores de la UCAB, y la mayoría de las sesiones con profesores que son aliados de estas empresas participantes, y un tercio de las sesiones con actividades experienciales en campo. Es lo que se ha dado en llamar formación dual. No se trata de formarse solo con el docente que da los contenidos, sino que, además, hacen una visita a las empresas para evidenciar que lo que se dijo en el salón de clases se puede palpar. Ese es el valor agregado de la cátedra. Estará abierta a todo público, estará diseñada como un diplomado, pero, al mismo tiempo, como debe ser reconocida como una materia electiva, debe tener rigor académico”.

Goncalves explicó que investigaron lo que se ofrece en países de Latinoamérica como Chile, Argentina, Perú, México, y algunas cosas que se hacen en los Estados Unidos, pero aseguró que en la UCAB “nos dimos la vuelta” para hacer atractivo el plan, en un formato de diplomado, al diverso público al que se dirige, incluyendo a las empresas a las que les resulta prohibitivo financiar la actualización de su plantilla.

“Cuando en 2019 hablamos del Plan Estratégico 2020, unas de sus metas son conectar y diversificar. De allí partió la idea de generar un espacio que no fuera gestionado solo por la UCAB. El vicerrector Gustavo García nos invitó a pensar qué cosas pudieran funcionar, y de allí surgió Retail Management, para la gerencia de tiendas y mercados minoristas, porque a nivel académico a ese sector no se le ha dado importancia. Esta área tiene sus particularidades: es una empresa, pero conecta con el público directamente. Cuando hacemos mercado no nos damos cuenta de la cantidad de cosas que hay detrás: cómo reponer un anaquel, porque el orden de los pasillos es así. Una tienda debe tener buenos esquemas de compra, buenos niveles de inventario. Por ejemplo, cuando se habla de emprendimiento y la gente monta bodegones, lo ven como un negocio sencillo. Pero, cómo sabe esa persona si los productos que trae son los adecuados, si como están distribuidos en la tienda es lo conveniente, si los mecanismos de pago que usa son eficientes, si está haciendo una buena campaña de marketing o está formando adecuadamente al personal, si tiene adecuados procesos de prevención y control de pérdidas; o si trabaja con productos perecederos, cómo maneja las mermas, el tema de salud

ocupacional, etcétera».

El profesor Goncalves apuntó que quien se forme en la Cátedra Empresarial *Retail Management* podrá adquirir un conocimiento medianamente amplio del negocio y estará en capacidad de trabajar en cualquier expendio minorista, mientras quienes ya son parte de este tipo de empresas podrán ponerse al día con las más recientes tendencias en la materia.

«El otro tema vinculado con retail tiene que ver con la «omnicanalidad»™. Cuando entró en vigencia el tema del e-commerce se pensó que iba a acabar con las tiendas físicas. Y, efectivamente, hay países donde las tiendas físicas han mermado, pero resulta que Amazon está montando tienda física. De modo que los negocios no son excluyentes, sino complementarios. Se trata de prepararse a contactar con los clientes desde todos los ámbitos. Típicos como estos son los que vamos a abordar en esa cátedra, desde la visión de lo más tradicional hasta el retail».

Categoría

1. Mercadeo y Ventas

Fecha de creación

2022/03/22

Autor

jguzmanjoyacorp-com