



**Como generar
nuevos servicios
en las Cámaras**

**Generación
de beneficios
para los asociados.**

Perú, Octubre 2018



Jorge Subirana

CAINCO

jorge.subirana@cainco.org.bo

CONTEXTO

Es una necesidad cada vez mas creciente, el ofrecer **más y nuevos servicios** a los asociados y a las empresas en general, además que la realidad financiera nos obliga a generar mas ingresos a través de la creación de nuevos servicios.

Los asociados son **la razón de ser** de las organizaciones empresariales. Que estamos haciendo para retenerlos?, que beneficios les generamos?, como retribuimos el pago de su cuota?, como tangibilizamos los beneficios?



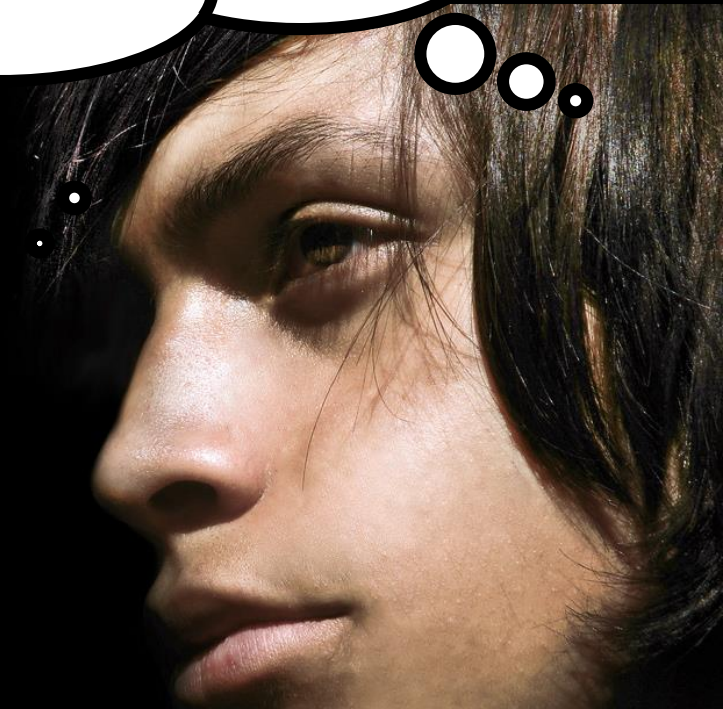


OBJETIVOS

Conocer **experiencias** de
generación de servicios y
beneficios

Conocer **herramientas** para
generar nuevos servicios y
beneficios

Cómo puedo generar, **nuevos
servicios y beneficios**, en mi
organización?



Video IoT

CAMBIO ???

INNOVACION ???

REINVENTARSE ???

veamos algunos datos...



90% de las empresas cierran antes de los 10 años de operación

Inadecuado manejo del crédito

No se **adaptan** los planes y estrategias, así como falta de planes alternativos



- **Resistencia** a «acatar» las preferencias de clientes
- **Falta** de **adaptación** técnica y tecnológica

veamos algunos datos...



90% de las empresas cierran antes de los 10 años de operación

4

de los
5 principales motivos
son de resistencia
y falta de adaptación

cainco



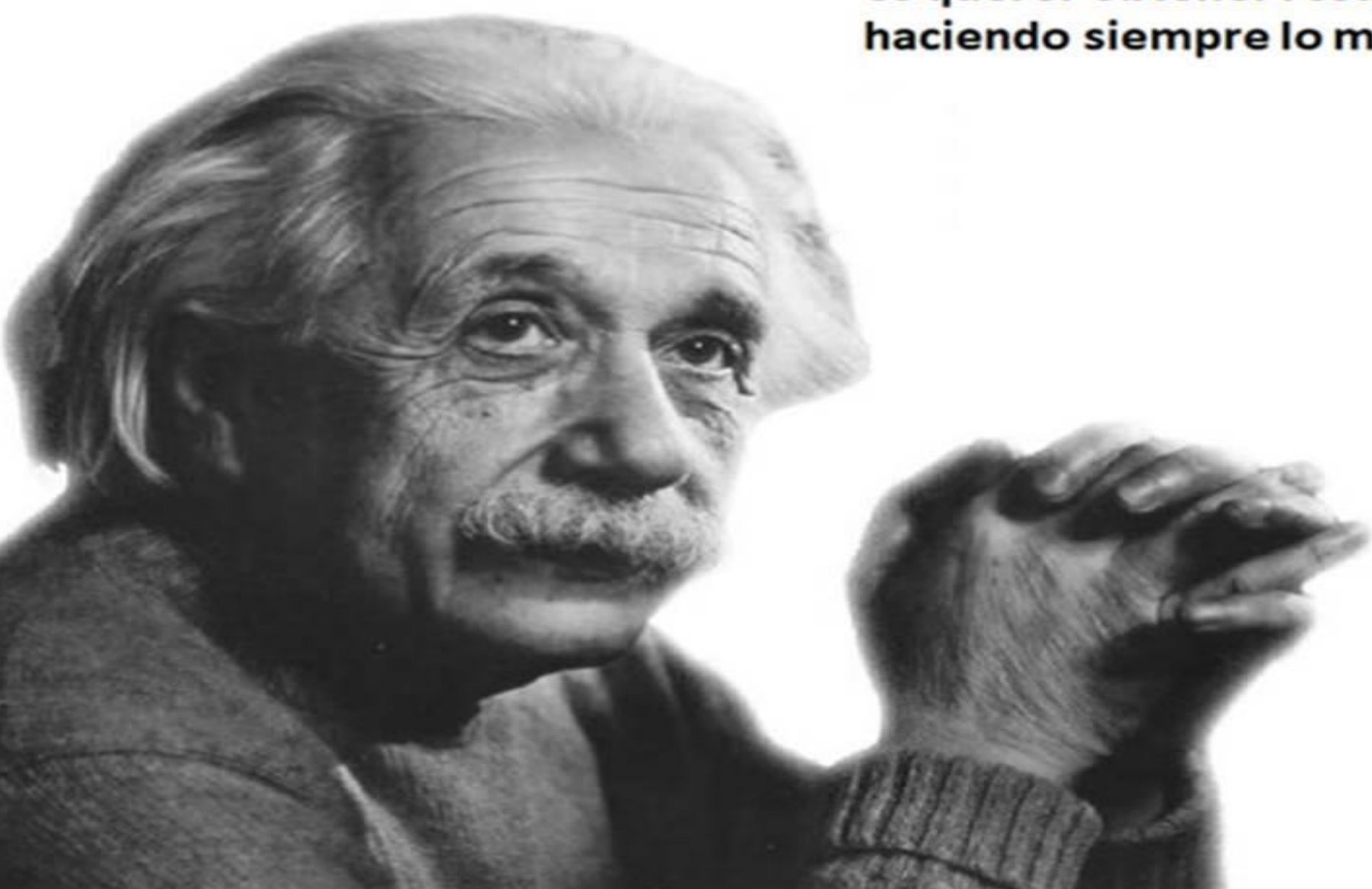
Pensemos...analicemos
Qué es "reinventarse" ?

Cómo se obtiene un resultado?

cainco



**“ El grado más cercano a la locura,
es querer obtener resultados diferentes,
haciendo siempre lo mismo ”**



Si quieres obtener un resultado distinto, tienen que hacer las cosas de manera distinta



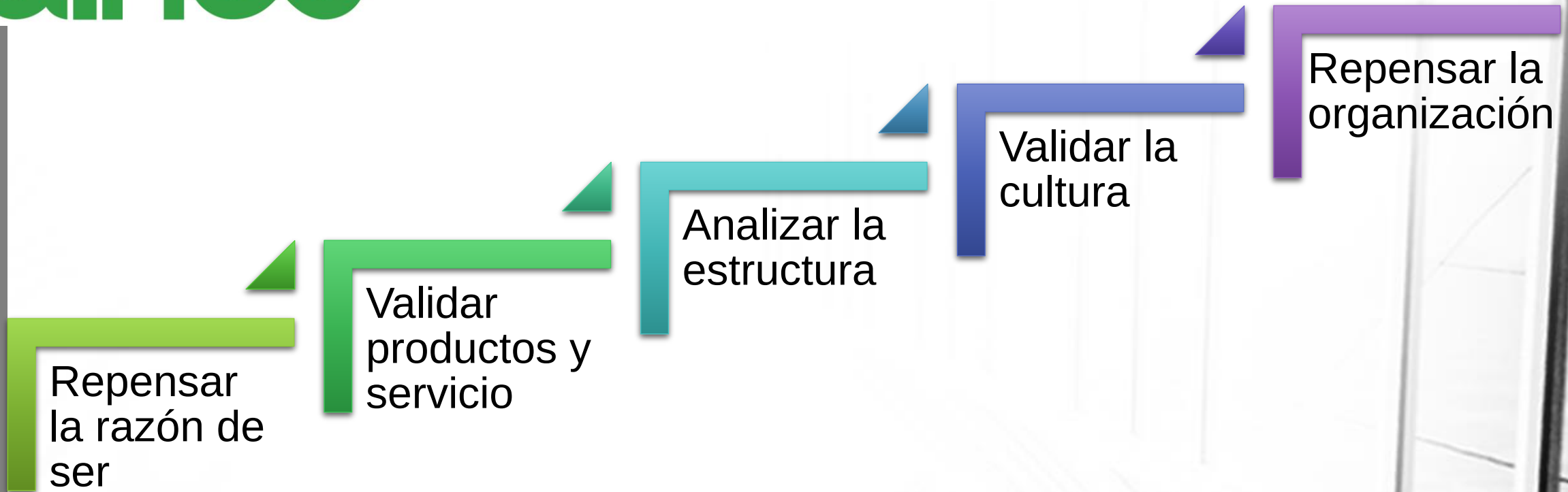
Stay hungry, Stay foolish



Vídeo Apple

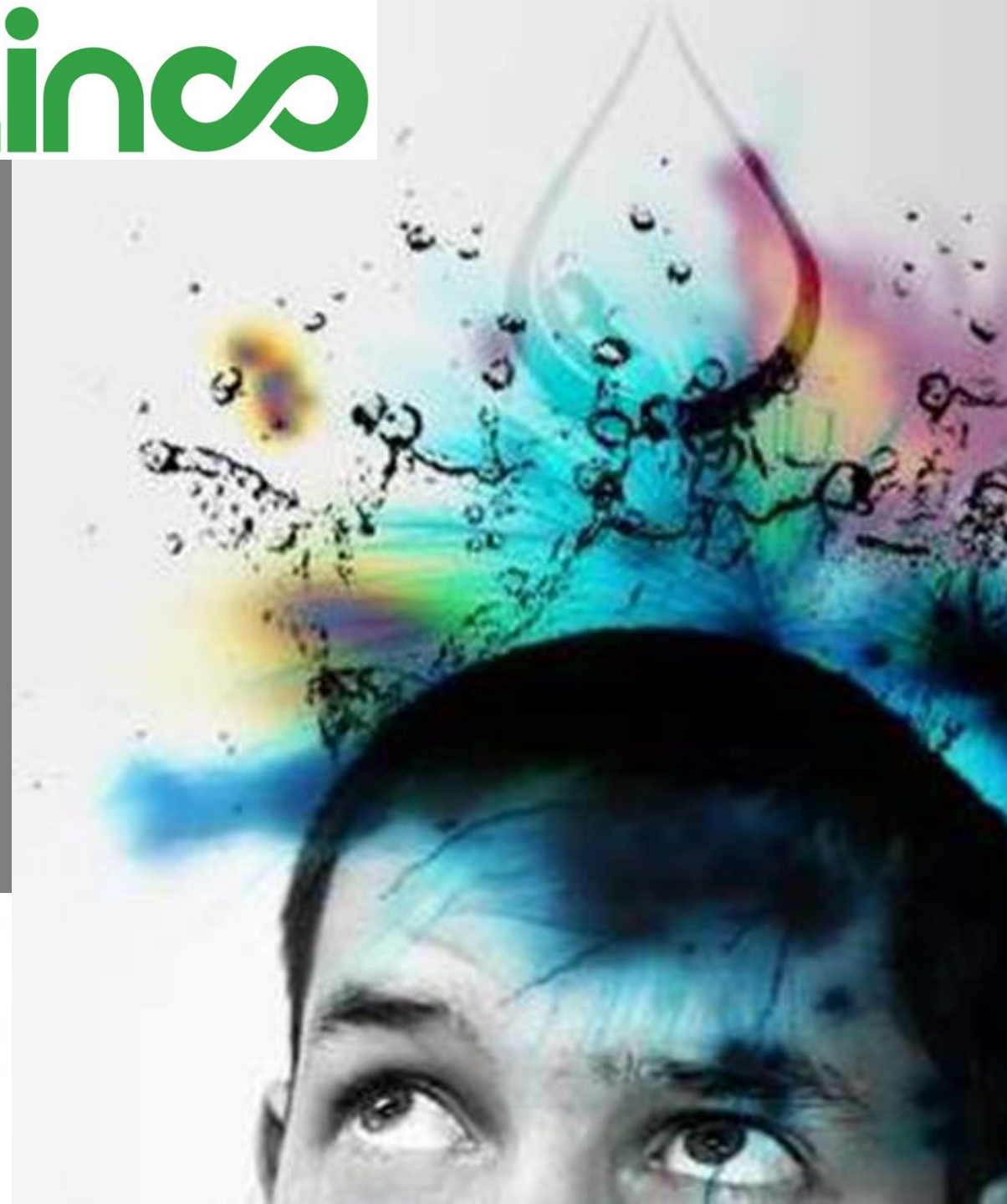
cainco

¿Qué es reinventarse?





**Pensemos ...
analicemos
¿ Por qué
"reinventarse"?**

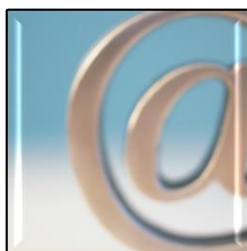


¿ Por qué reinventarse?



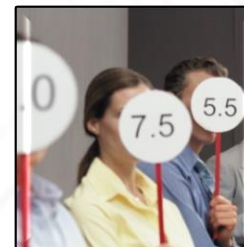
**Mercados más
abiertos y
competitivos**

**Presencia de gigantes
(China)**



**Grandes cambios
tecnológicos**

**Clientes cambiantes
(gustos, necesidades)**





**Pensemos ...
analicemos
¿ Cuáles serían las
consecuencias
de NO "reinventarse"?**



...todo eso y además
está en juego nuestra
SUPERVIVENCIA...



¿ Cómo podemos
generar NUEVOS
SERVICIOS y
BENEFICIOS
para los asociados?

**Pensemos...
analicemos...
Y...CÓMO hacerlo?
CÓMO "reinventarse"?**

¿ Qué herramientas podemos
usar para reinventarnos ?





1 Herramientas
internas



2 Análisis del
entorno



3 Retroalimentación
del cliente



4 Benchmarking

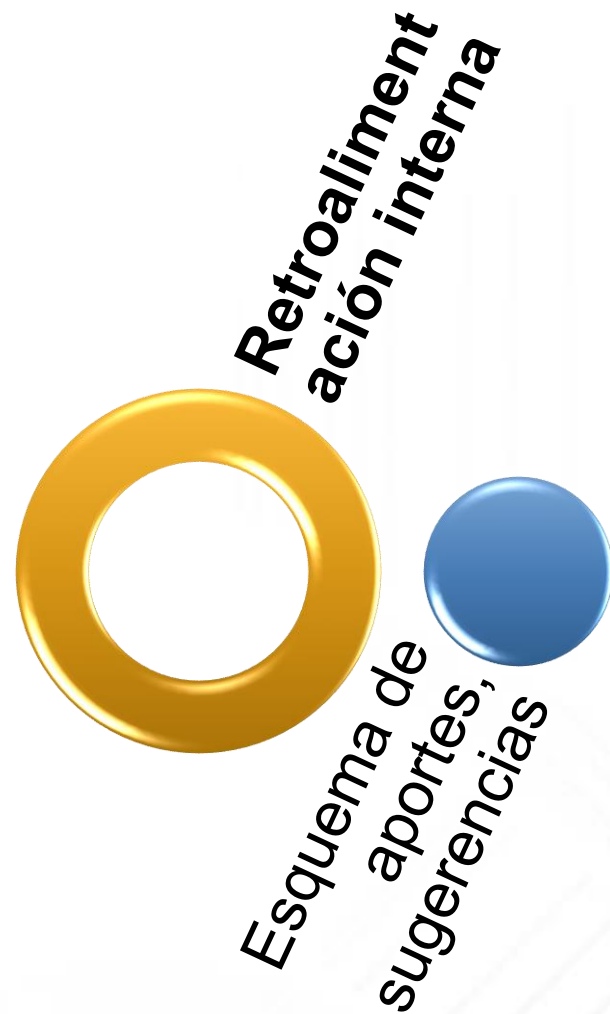
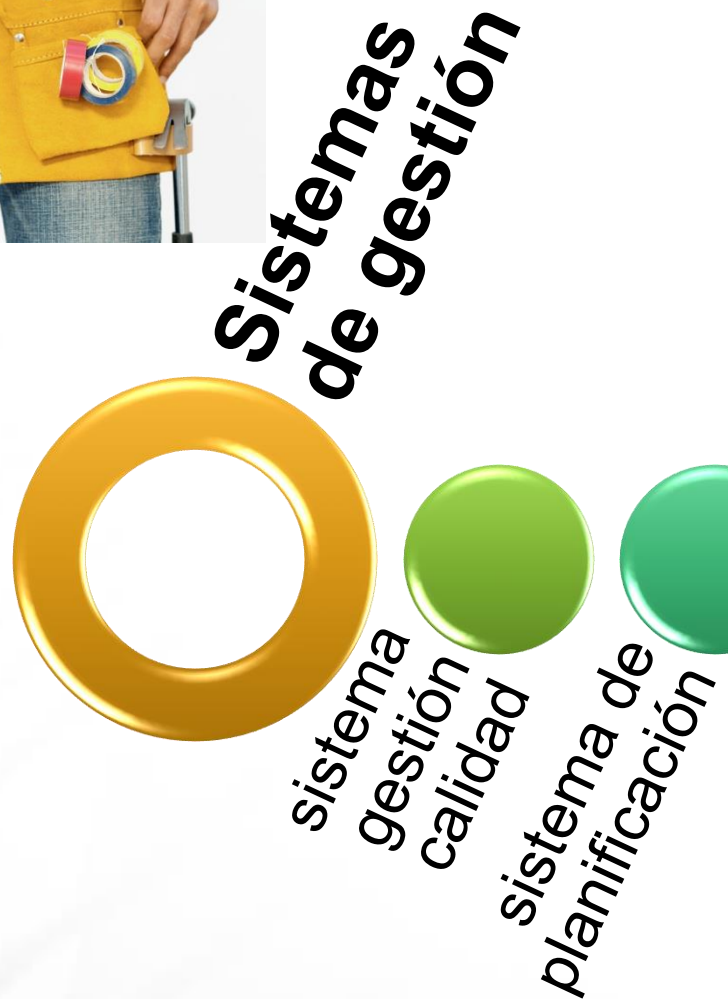


5 Cultura interna



1 Herramientas internas

1 Herramientas internas





2 Análisis del entorno

2 Análisis del entorno





3 Retroalimentación del cliente (externo)

3 Retroalimentación del cliente



encuesta

- interna
- al finalizar la prestación del servicio
- muestra la tendencias, satisfacción, expectativa del cliente



validación

- cliente oculto
- se verifica de forma objetiva el cumplimiento de las «promesas» realizadas al cliente



Investigación de mercado

- sondeo externo objetivo
- Muestra la percepción a mediano y largo plazo



4 Benchmarking



4 Benchmarking

- Estar en constante «comparación» con la competencia y los pares
- No es copiar. Es aprender de la experiencia
- Supone ,en todos los casos, una adaptación



5 Cultura interna



5 Cultura interna

- Enfocada en valores de «innovación», «creatividad», en nuevas formas de hacer las cosas
- Comprometida con el desarrollo individual y de la organización
- Pasión por lo que se hace y se logra

Procesos

Es más fácil y refleja el
compromiso de la
Dirección cuando hay un
proceso establecido
que obliga a pensar en el
cambio y que define una
manera de evaluarlo.



experiencia

cainco



INDUSTRIA



COMERCIO



SERVICIOS



TURISMO

CAINCO
www.cainco.org.bo





cainco





nuestra historia

Desde **1915** se ha aportado con la generación de ideas, iniciativas, programas y proyectos determinantes para alcanzar los niveles de **crecimiento** del empresariado regional y de la economía del país.



Década de los años 60

Promovimos el nacimiento de **COOPERATIVAS** como COTAS y CRE.

Se gestó la creación del **Banco Santa Cruz S.A**

Federación de Empresarios Privados de Santa Cruz

El Periódico **El Mundo**

Instituto Boliviano de Comercio Exterior

Administración del Instituto de Formación de Mano de Obra (INFOCAL).



Década de los años 90

Rueda de Negocios

Asociación de Jóvenes
Empresarios

Empieza idea de la nueva sede

Creación de nuevos servicios







cainco





FUNDASOL
BOMBEROS VOLUNTARIOS





 **Fundare**
FUNDACIÓN PARA EL RECICLAJE
SANTA CRUZ

algunos datos en los últimos 6 años



cainco





**¿ Cómo
generamos
nuevos servicios ?**



ACIERTA
La experiencia de
CAINCO volcada al área
de RRHH para apoyar la
gestión empresarial
acierta@caainco.org.bo



AULA CAINCO
Formación y capacitación
empresarial para actualizar
mandos gerenciales y
ejecutivos
aula@caainco.org.bo



GSI
Sistema global de códigos
de barra, Gestión de
Almacenes, Control de
Inventario; Trazabilidad,
Faltantes de Góndola
gsl@caainco.org.bo



SICOMEX
Centro de asesoramiento
en Comercio exterior con
oficinas en recintos
aduaneros
albo@caainco.org.bo



e-caainco
Servicio de emailing
masivo y solución de pago
on line
ecainco@caainco.org.bo



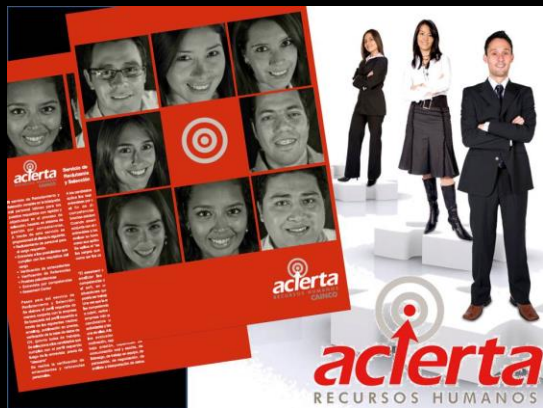
Centro de Convenciones
Salas para sus reuniones y
eventos empresariales
convenciones@caainco.org.bo



Rueda de Negocios
Empresarios de más de 20
países se reúnen para hacer
negocios en CAINCO
rueda.negocios@caainco.org.bo



Contact center CAINCO
Tel. 338-3333





Los servicios tiene que satisfacer una **necesidad**

Los servicios orientados a fomentar el **crecimiento empresarial**

Apoyados en el **proceso de generación** de nuevos servicios (investigación de mercado, estructura de costos, procedimientos y estructura del servicio)

Fuentes:

Benchmarking
Encuestas
Sugerencias internas



Los servicios tienen que ser **rentables**

Los servicios son evaluados **constantemente**

(no solo satisfacción, sino también margen de contribución)

Los servicios deben adaptarse de manera **permanente**



Pensemos...



- ¿ Hace cuanto mi Institución no lanza un nuevo servicio?
- ¿ Tenemos mecanismos para tomar en cuenta sugerencias de nuestro asociado y cliente para nuevos servicios?
- ¿ Tomamos en cuenta las sugerencias de nuestro equipo?





Los asociados son

la razón de ser

de las organizaciones empresariales.

¿ Qué estamos haciendo para retenerlos?

¿ Qué beneficios les generamos?

¿ Cómo retribuimos el pago de su cuota?

¿ Cómo tangibilizamos los beneficios?



- El socio
«ES NUESTRA RAZON de SER»
- Lo conocemos realmente?
- Nos conoce?, les hacemos saber lo que hacemos por ellos?
- Tenemos una **estrategia** de asociados?
- Trabajar en **2 frentes**:
 - a) captar nuevos
 - b) mantener antiguos (menor costo)



- Sabemos lo que el asociado quiere?, cómo?
- Debemos evaluar permanentemente **cuotas**, beneficios y **costos**.
- **Tangibilizar** beneficios.
- Políticas de beneficio (descuento por pronto pago)
- Ventas cruzadas con beneficios



**¿Qué beneficios generamos
para nuestros asociados?**





**¿ Qué beneficios
aportamos
a nuestros
asociados ?**



Normativas
Laborales

Asuntos
Administrativos

Club de Asesoramiento

Regulaciones
Comerciales

Legislación
Tributaria

Evitamos
contingencias

“El Club de Asesoramiento CAINCO capacitará de forma gratuita y permanente a todos los asociados activos de la institución sobre temas laborales, tributarios, comerciales y administrativos”.

soy
CAINCO

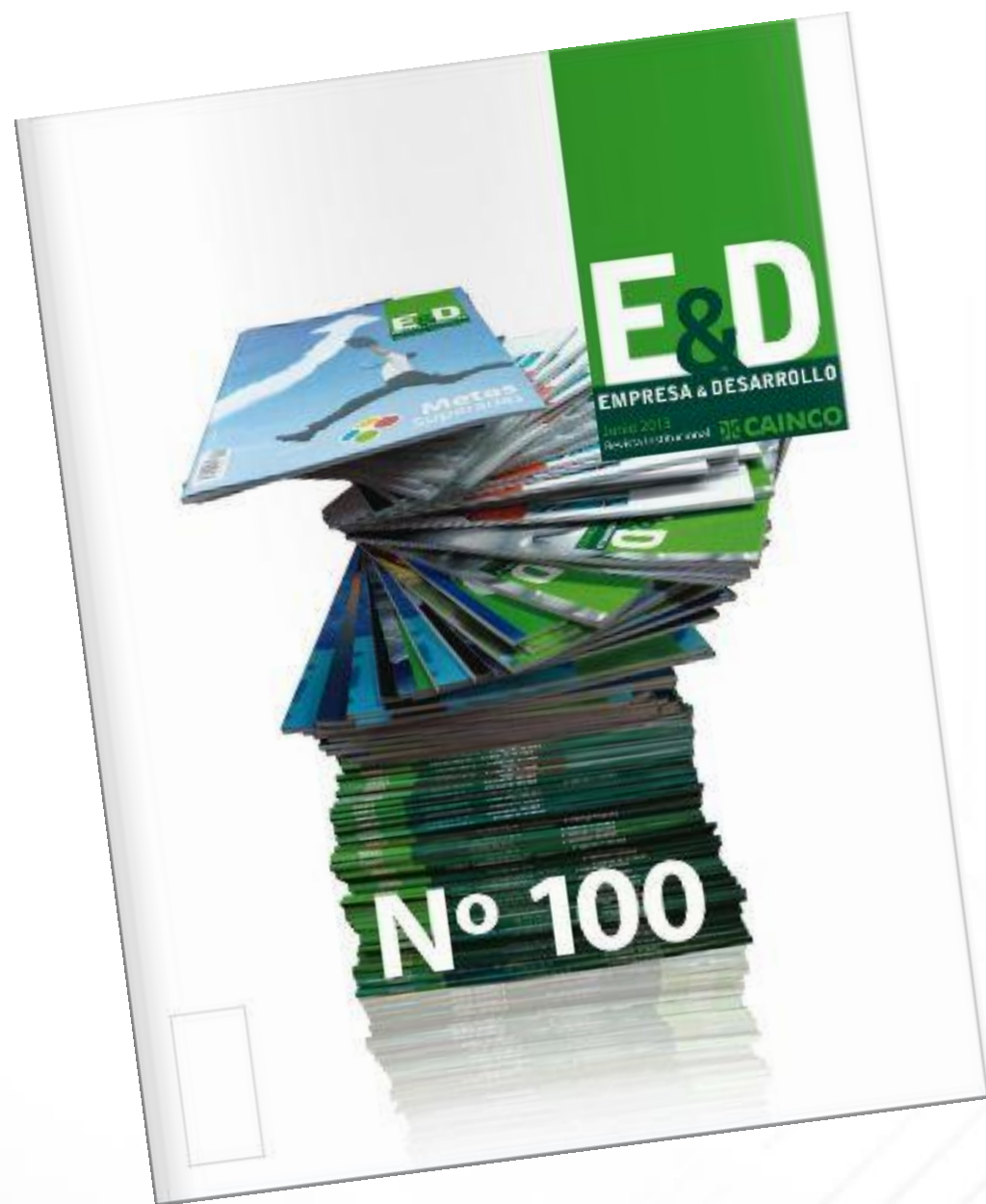
Contacto:

Carla Webber

Tel. 338 3504

carla.webber@cainco.org.bo







**Debemos
volver tangible
lo intangible**

Rueda de negocios para socios

Networking.

Facilidades de capacitación para su personal.

Reconocimientos a la empresa por méritos y éxito alcanzado en medios de difusión de la institución.

Descuentos en todos los servicios CAINCO.

Beneficios de alianzas empresariales.



**GENERAMOS
VALOR AGREGADO**

Representación institucional de una organización que le ofrece **respaldo ante instituciones públicas y privadas.**

Asesoramiento legal en temáticas como ser laboral, tributario, civil y comercio internacional.

Capacitaciones gratuitas sobre cambios en normativas que afectan directamente la economía y permanencia de su empresa en el mercado.

Internacionalización de empresas.

Red de Cámaras

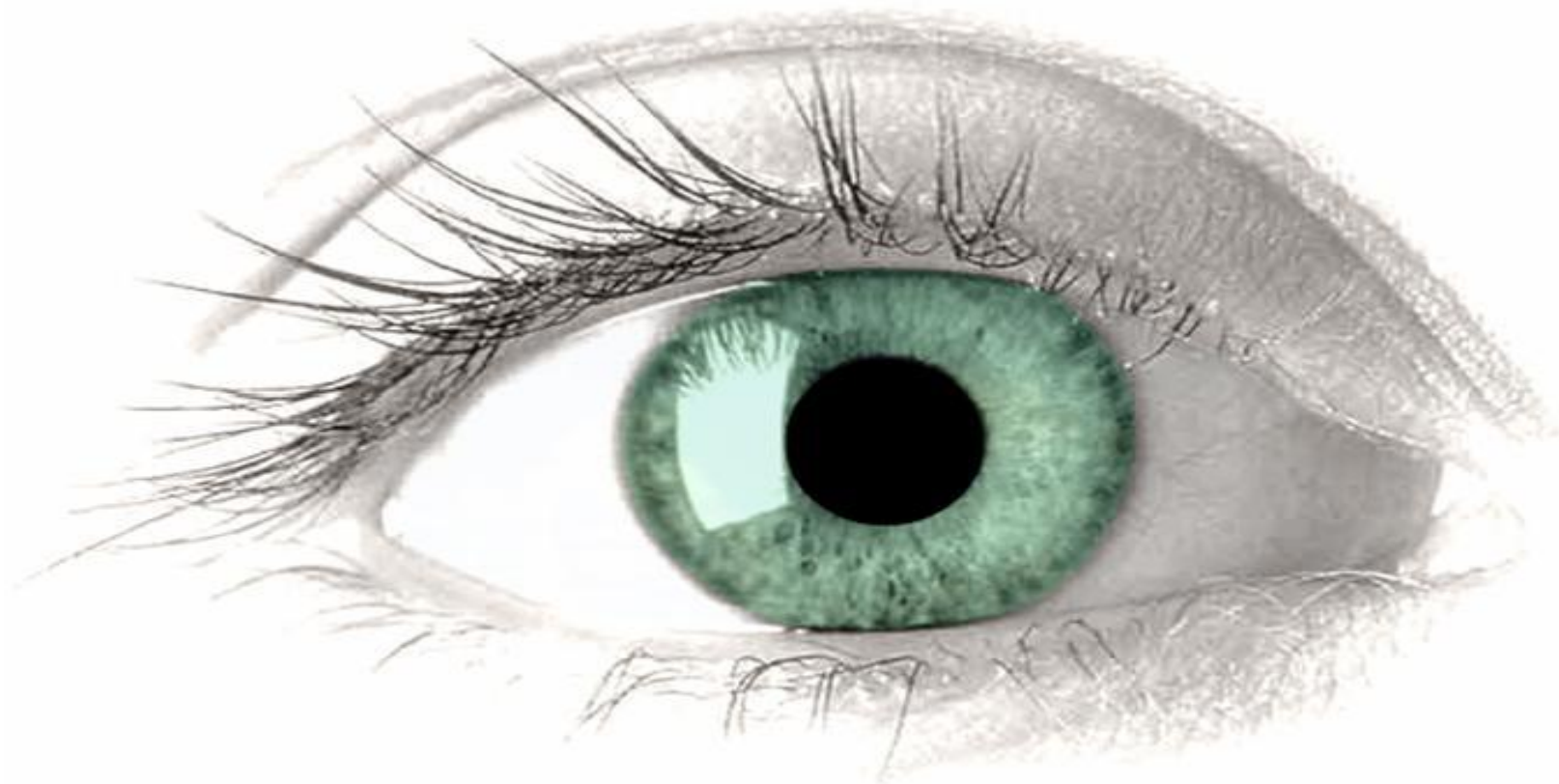
**.... Pero también
aumentando valor
a los INTANGIBLES**

- Legalidad
- Coherencia
- Legitimidad interna
- Posiciones sólidas
- Resultados





**¿ Cómo logramos
estos resultados ?**



**Visión clara,
inspiradora
y consensuada**

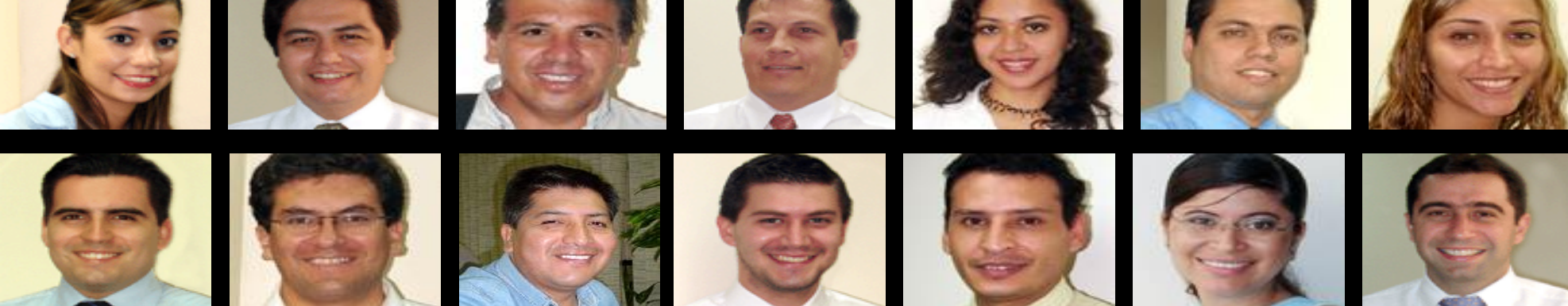
LIDERAZGO

cainco



pasión **por lo que hacemos**





RECURSOS HUMANOS

comprometido e identificado
desarrollo de competencias claves
capacitado constantemente



Intra

**ISO
9001**

ISO 27001

CRM

**DES
ORG**

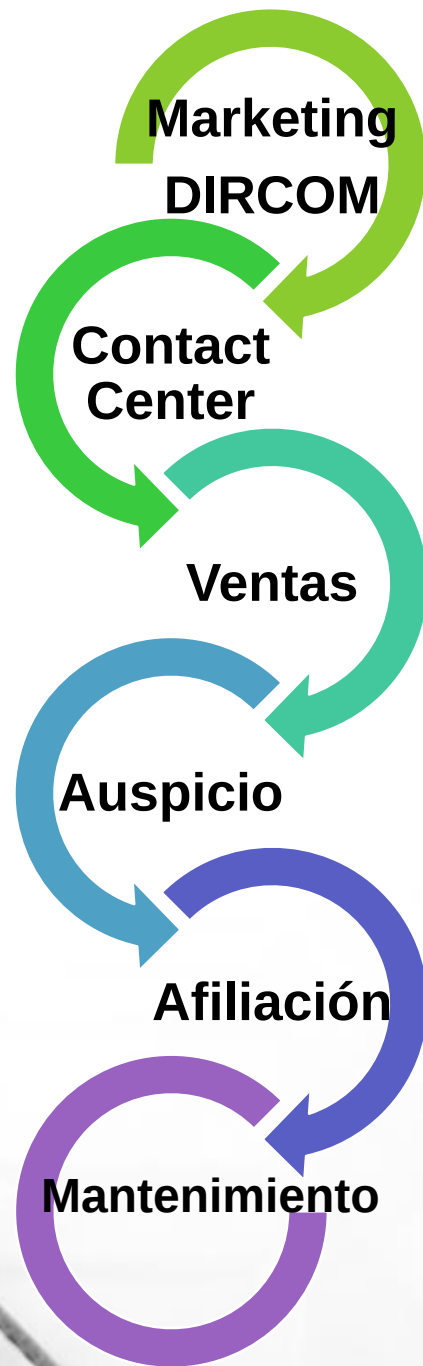
BSC

SISTEMAS INNOVADORES DE GESTIÓN

A low-angle photograph of a modern, multi-story building with a grid of windows and a glass facade. Three flags (Peruvian, Spanish, and a corporate flag) are flying in front of the building. The sun is shining brightly from the left, creating a lens flare effect.

nuestra estructura es clave para lograr ÉXITO...

Nuestro esquema comercial



cainco

INDIVIDUAL



¿Cómo puedo generar,
nuevos servicios y
beneficios, en mi
organización?

Plan de acción



VIDEO – Por qué tu no?

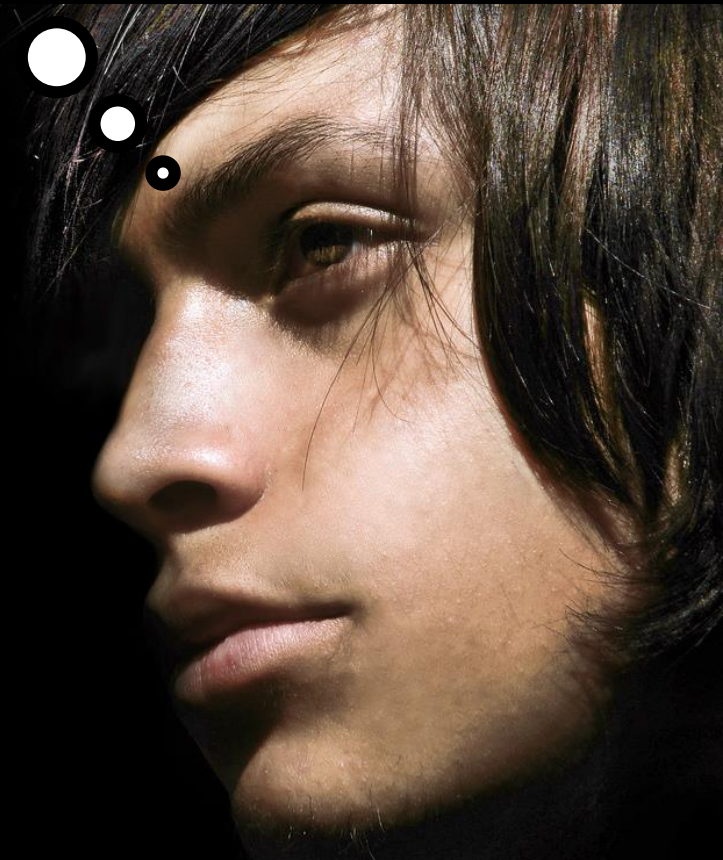
OBJETIVOS



Conocer **herramientas** para
generar nuevos servicios y
beneficios

Conocer **experiencias** de
generación de servicios y
beneficios

Cómo puedo generar, **nuevos
servicios y beneficios**, en mi
organización?





**GENERAR NUEVOS SERVICIOS
Y BENEFICIOS
NO RESPONDE
A UNA ACCION...
DEBE SER UNA ACTITUD
PERMANENTE...
UNA FORMA DE VIDA**



INDUSTRIA



COMERCIO



SERVICIOS



TURISMO

g r a c i a s



SANTA CRUZ

BOLIVIA

Vi te imaginás



Jorge Subirana

CAINCO

jorge.subirana@cainco.org.bo