



PORTAFOLIO DE SERVICIOS



SOBRE MÍ

ADRIANA ISOVIC COMENZÓ SU CARRERA EN EL 2002 COMO GERENTE DE UNA EMPRESA EXPORTADORA Y PRONTO SE CONVIRTIÓ EN UNA EXITOSA EMPRESARIA E INVERSIONISTA, POR MEDIO DE ELLA LLEGARON A COLOMBIA VARIAS EMPRESAS PORTUGUESAS. SIEMPRE LE GUSTO ESTAR ALREDEDOR DE GENTE MAYOR, PARA DE ESTE MODO APRENDER A SER NEGOCIOS CON ÉXITO.

HE SIDO AMBICIOSA Y COMPETITIVA DE TODA LA VIDA, Y AHORA AUTORA, EMPRESARIA, PRODUCTORA DE EVENTOS, MENTORA, ORADORA, ENTRENADORA Y VISIONARIA.

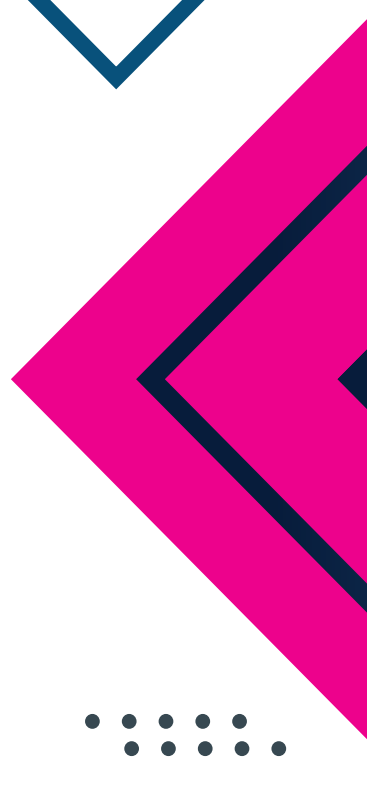
ES AUTORA DEL LIBRO EMPRENDER DESDE CERO.", ASÍ COMO PRODUCTORA EJECUTIVA DE LOS EVENTOS ANUALES EMPRESARIALES EN HOLANDA. BASÁNDOSE EN SU VASTA EXPERIENCIA, ADRIANA HA DESARROLLADO SU PROPIO PLAN DE ESTUDIOS PARA AYUDAR A LOS ASPIRANTES A CONSTRUIR IMPERIOS EMPRESARIALES, SIN OLVIDAR LA ESPIRITUALIDAD.



Marketing Personal

8 semanas

El curso se encuentra dirigido a estudiantes de carreras afines a la temática, trabajadores independientes, emprendedores, personal que se encuentre trabajando en instituciones, organizaciones, empresas, etc. que busque capacitarse en el área para ampliar su proyección profesional, y todo aquel que esté interesado en capacitarse ya sea para alcanzar nuevas oportunidades laborales o para obtener un desarrollo personal.





OBJETIVOS:

- Que el alumno desarrolle confianza y seguridad personal basada en la autoestima y la actitud mental positiva.
- Que se implementen estrategias de comunicación efectiva como la empatía, el asertividad o la escucha activa, en diferentes situaciones comunicativas cotidianas.
- Que se pongan en práctica diferentes competencias orientadas a la persuasión.
- Que el alumno pueda construir currículum vitae y afrontar entrevistas laborales de forma eficiente.
- Cambio de look adaptado a su profesión. Curso de 32 horas en 4 horas por semana en sala virtual. Los horarios son flexibles.

\$ 1250





Cómo Exportar 8 semanas



Exporta tus productos sin problemas encontrando el producto ideal para el mercado correcto, buscar nuevos nichos de mercado para los productos ó servicios a exportar.

Este curso te enseñará a negociar tus productos con clientes extranjeros y los trámites que necesitas para enviar tus mercancías. Marketing exportador para los posibles clientes potenciales. Curso de 32 horas en 4 horas por semana en sala virtual. Los horarios son flexibles.

\$ 2250





Habilidades Directivas

9 semanas

Son todas aquellas competencias necesarias para gestionar con afinidad, dirigir con precisión y liderar con éxito a una organización. Todo administrador, gerente o directivo requiere de estas aptitudes para llevar al éxito a su equipo de trabajo. Para muchas personas, adquirir esas aptitudes es la pieza clave en su crecimiento profesional hacia mejores puestos.

Sería imposible listar todas las habilidades que un director moderno necesita desarrollar, pero creemos que estas cinco son representativas del tipo de líder que los puestos más exigentes solicitan:

1. Habilidades de liderazgo y comunicación: Como Directivo tendrás la responsabilidad de un equipo a tu cargo. Aprender a escuchar, comprender, dar retroalimentación propositiva y saber comunicarse asertivamente será parte de tu día a día.



2. Gestión de crisis: Mantener la calma, pensar con la mente fría y buscar soluciones rápidas es necesario para enfrentarse al a veces impredecible mundo de las organizaciones.

3. Inteligencia de negocios: en la era donde todo es cuantificable, no hay excusa para no saber cómo medir resultados con los indicadores apropiados para aprovechar la retroalimentación. La inteligencia de negocios está disponible a todos, aprender a usarla va por tu parte.

4. Creatividad: el trabajo es cada vez menos mecánico. Un directivo líder debe tener la chispa de la creatividad en todo lo que haga. El curso es 36 horas divididas en 4 horas por semana en sala virtual. Los horarios son flexibles.

\$ 2650



Organización Empresarial

10 semanas

La organización empresarial es un factor muy importante que asegura el buen funcionamiento de la organización, ya que ayuda a alcanzar los objetivos fijados en la empresa, mejora el uso de los medios de los que se dispone y la comunicación entre los distintos empleados, aumenta la eficiencia y la productividad y disminuye los costes.

Por ello, entender este concepto y saber cómo diseñar la organización empresarial es esencial para ordenar, estructurar e integrar las unidades orgánicas y los recursos disponibles de una empresa, además de las responsabilidades de cada uno y las relaciones entre ellos. Si quieres saber más acerca de este proceso y cómo aplicarlo, ¡sigue leyendo!

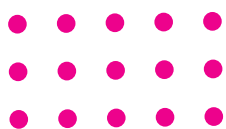
\$ 2750



¿Qué es la organización empresarial?

Dado que las empresas son organizaciones muy complejas que deben responder a muchas tareas distintas, para alcanzar las metas que se propongan es necesario establecer una estructura para sistematizar los trabajos y los recursos de la organización. Esto se consigue a través de grupos de tareas que responden a una jerarquización que facilita la coordinación entre departamentos y la vuelve lo más sencilla y eficaz posible. Curso de 40 horas en 4 horas por semana en sala virtual. Los horarios son flexibles





Crear empresa desde cero 12 semanas

Los pasos básicos para crear empresa de futuro, por medio de mi curso vamos a conseguir que tu empresa pueda llegar mercado local y mercado internacional.

Temas a trabajar

Análisis DAFO, Nichos de Mercado, Estrategia Empresarial, Marketing Empresarial, Cultura Empresarial, Identidad Corporativa de la empresa, Dominio Web, Hosting Web, Marca Personal, Venta Directa e Indirecta, Inteligencia Emocional Empresarial, Plan de Empresa. Curso de 48 horas en 4 horas por semana en sala virtual. Los horarios son flexibles

\$ 3500



Plan de empresa Cualquier empresa u organización debe preguntarse

cómo hacer un business plan antes de comenzar la actividad empresarial en la que quieren ocuparse.

Para lograr resultados de éxito en el desarrollo de un nuevo emprendimiento, ya sea el de una sola empresa o el de un conjunto de ellas, hay que tomarse un considerable tiempo de reflexión y dedicación sobre el plan de negocio a elaborar.

Así, por muy clara que sea la idea y el concepto para los fundadores y propietarios del mismo, hay que tener en cuenta numerosos aspectos destinados al análisis ordenado del negocio: Modelo de negocio, DAFO, viabilidad, vía de financiación, sus posibles resultados, mercado, competidores, plan estratégico, canales de comercialización, etc. Por tanto, desarrollar adecuadamente el business plan tendrá como consecuencia la buena proyección de estrategias de marketing, la correcta toma de decisiones, la previsión de riesgos y oportunidades o el incremento en el volumen de ventas.

Análisis de mercado

El escenario en el que te encuentras es clave para la ejecución de toma de decisiones y la resolución de problemas.

Primero comienza por un análisis de la situación interna y externa, adentrándote en el contexto económico de tu sector empresarial y su relación con las tendencias en la industria. A continuación, analiza las características particulares de tu mercado y cómo tus productos o servicios resuelven las necesidades y tendencias emergentes.

Productos y servicios

Describe lo que ofreces y cómo ello va a beneficiar a tus clientes y a las necesidades anteriormente definidas y justificadas. Es el momento de explicar las características técnicas de cada producto o servicio, su ciclo de vida, las ventajas y rasgos diferenciales, sus estándares de calidad, marca o licencia, así como las materias primas, insumos o acuerdos con proveedores que asegurarán el abastecimiento.

Oportunidad de inversión

En la oportunidad de inversión se deben aclarar detalladamente los objetivos, diferenciando las metas a corto, medio y largo plazo y los motivos por los que los quieras cumplir, de manera que sirva de aliciente para los inversores. Para ello, también se debe incluir la inversión específica que se necesita para alcanzar dichos objetivos, el uso de fondos, así como los factores y características que convierten al proyecto en una buena oportunidad de negocio.

Target

Estudia a tu público objetivo mediante un análisis demográfico, socioeconómico, del estilo de vida, hábitos de compra, necesidades a satisfacer, preferencias culturales, entre otros sesgos que te ayudarán a limitar a el perfil de a quienes te diriges.

Cualquier empresa u organización debe preguntarse cómo hacer un business plan antes de comenzar la actividad empresarial en la que quieren ocuparse. Para lograr resultados de éxito en el desarrollo de un nuevo emprendimiento, ya sea el de una sola empresa o el de un conjunto de ellas, hay que tomarse un considerable tiempo de reflexión y dedicación sobre el plan de negocio a elaborar.

Así, por muy clara que sea la idea y el concepto para los fundadores y propietarios del mismo, hay que tener en cuenta numerosos aspectos destinados al análisis ordenado del negocio: Modelo de negocio, DAFO, viabilidad, vía de financiación, sus posibles resultados, mercado, competidores, plan estratégico, canales de comercialización, etc. Por tanto, desarrollar

adecuadamente el business plan tendrá como consecuencia la buena proyección de estrategias de marketing, la correcta toma de decisiones, la previsión de riesgos y oportunidades o el incremento en el volumen de ventas.

Cómo hacer un business plan: la hoja de ruta para el éxito
Para crear el documento que sirva de guía para planificar la toma de decisiones y que proyecte el rumbo que deba adoptar la empresa, estos son los apartados más importantes que deben aparecer en un business plan:

Resumen ejecutivo

Es la presentación del plan de negocio. Debe contener una breve descripción de la empresa, de los productos y servicios, misión, valores, objetivos principales y resultados esperados. Es decir, en el resumen ejecutivo se deben introducir las ideas que van a ser desarrolladas durante las próximas páginas para atraer al lector.

Es recomendable dejar la elaboración del resumen ejecutivo al final, cuando ya se tengan claras cada una de las cuestiones principales que definen al business plan.

Presentación del equipo y de la compañía

Cómo es el organigrama que estructura a la empresa y su organización, un factor clave del engranaje de una compañía. Aquí se deberán presentar la formación, capacidades y competencias de cada uno de los miembros del equipo.

Análisis de mercado

El escenario en el que te encuentras es clave para la ejecución de toma de decisiones y la resolución de problemas. Primero comienza por un análisis de la situación interna y externa, adentrándote en el contexto económico de tu sector empresarial y su relación con las tendencias en la industria. A continuación, analiza las características particulares de tu mercado y cómo tus productos o servicios resuelven las necesidades y tendencias emergentes.

Productos y servicios

Describe lo que ofreces y cómo ello va a beneficiar a tus clientes y a las necesidades anteriormente definidas y justificadas. Es el momento de explicar las características técnicas de cada producto o servicio, su ciclo de vida, las ventajas y rasgos diferenciales, sus estándares de calidad, marca o licencia, así como las materias primas, insumos o acuerdos con proveedores que asegurarán el abastecimiento.



Oportunidad de inversión

Target

Estudia a tu público objetivo mediante un análisis demográfico, socioeconómico, del estilo de vida, hábitos de compra, necesidades a satisfacer, preferencias culturales, entre otros sesgos que te ayudarán a limitar a el perfil de a quienes te diriges.

Estudio de competidores

Para saber cómo hacer un business plan, es importante que tengas en cuenta lo que hace tu competencia y cómo diferenciarte de ella. Determina el perfil de cada empresa competente, comprobando sus fortalezas y debilidades, los ingresos que generan o la etapa de crecimiento en la que se encuentran.

Análisis DAFO

Una vez que hemos desarrollado los puntos anteriores, podremos determinar claramente las amenazas, debilidades, fortalezas y oportunidades de tu empresa.

Estrategia de comercialización

Estudia los canales de comercialización para saber cómo captar y cómo llegar a tus clientes, las ubicaciones geográficas de distribución. Al mismo tiempo, es recomendable considerar posibles colaboraciones con otras empresas.

Estrategias de comunicación

Define el plan de marketing que recoja la estrategia de penetración en el mercado. Para ello, planifica las principales acciones de comunicación y promoción que van a ayudarte a conseguir los objetivos propuestos.

Estimación de ventas y resultados

Por último, uno de los puntos más importantes de cómo hacer un business plan es la previsión de ventas mensual y anual, teniendo en cuenta la estimación de costes y gastos generados por la puesta en marcha del plan.

Recuerda que en la actualidad existen numerosas formas de elaborar un business plan. Lo principal es organizar cada uno de los puntos clave y que la información recogida pueda aproximarte a cómo va a proyectarse el negocio en los próximos años.

