

Curso: Competitividad, Entorno y Estrategia

Microeconomía de la Competitividad (MOC) - Edición 2018

Presentación

El Curso Competitividad, Entorno y Estrategia (Microeconomía de la Competitividad - MOC) es un curso desarrollado por el Profesor Michael E. Porter y su equipo del Instituto para la [Estrategia y la Competitividad \(ISC\) de la Escuela de Negocios de Harvard \(HBS\)](#), que se centra en los factores de competitividad y desarrollo económico visto desde una perspectiva microeconómica, y que se dicta en la Universidad Católica del Uruguay, en el marco de su pertenencia a la Red de universidades afiliadas al Instituto que dirige el Prof. M. Porter.

Si bien las políticas macroeconómicas, la estabilidad de los sistemas políticos y legales y la acumulación de factores de producción afectan el potencial de competitividad, la riqueza se crea en el ámbito de la microeconomía. Las estrategias de las empresas, la fortaleza de los clusters y las reglas que rigen la forma en que se compite son las que finalmente determinan la riqueza y la productividad de un país o región. El MOC integra de forma sistemática las variables que influyen en la competitividad de las empresas y en el desarrollo de las regiones en que ellas se ubican.

En el curso se analizan tanto las perspectivas de países emergentes, así como el enfoque de los países desarrollados. En ambos casos las agendas microeconómicas son críticas para el crecimiento sostenido. Asimismo, se enfoca la competitividad en sus distintos niveles espaciales, considerando tanto países, regiones o ciudades desde una perspectiva de clusters.

El MOC es un curso que está fundamentalmente orientado a la acción, y busca promover un cambio en la forma de analizar la realidad actual y de imaginar el futuro. Por ello, la teoría y los conceptos se van desarrollando a través del estudio de casos prácticos reales y de su debate en grupo. Se analizan los factores necesarios para articular y sostener una estrategia de competitividad para un país o región, así como cuál es el papel de las políticas de gobierno, el de las empresas, las universidades y otras instituciones relacionadas con la competitividad.

El objetivo del curso está orientado a que los participantes obtengan una comprensión profunda sobre cómo las empresas desarrollan estrategias en diferentes contextos de negocios, cuáles son los factores microeconómicos que están detrás de la competitividad y la mejora de la productividad en una sociedad, y cuál es el rol de las

políticas en ese proceso. Se desarrolla de tal forma que los participantes pueden combinar su comprensión desde la perspectiva de las empresas, los clusters y de los diferentes niveles de gobierno (local, regional, nacional).

Público objetivo

El curso está dirigido a profesionales, dirigentes empresariales, representantes del sector público, estudiantes de postgrado, profesores e investigadores.

Temáticas que aborda

Las diferentes sesiones del curso analizan los temas que se detallan a continuación.

1. Temas conceptuales y definiciones: Competitividad, Empresas y Clusters.
2. Marco global e integración de niveles de competitividad. Ejemplo: Caso HBS Finlandia y Nokia.
3. El modelo del diamante de la ventaja competitiva como herramienta de análisis de los entornos. Ejemplo: Caso HBS Estonia.
4. El entorno y la estrategia económica Tendencias mundiales: la importancia de la evolución de los Entornos. Ejemplo: Caso HBS Singapur.
5. El entorno de los negocios: Análisis de Clusters. Caso HBS Cluster del vino en California.
6. Herramientas para el análisis de un cluster. Ejemplo: Caso UCU Cluster Audiovisual.
7. Estrategias territoriales: Caso de las Estrategias de Especialización Inteligente basadas en la innovación.
8. Tendencias internacionales de los entornos: Estrategia económica a nivel regional. Ejemplo: Caso HBS País Vasco.
9. Tendencias empresariales. El entorno y la estrategia empresarial. Caso HBS Intel.
10. Claves para la consolidación de esfuerzos de mejora competitiva. Competitividad, identidad e institucionalización.

El Curso tiene una carga horaria de 44 hs.

Fechas de realización:

1º semana - jueves 15, viernes 16 y sábado 17 de marzo.

2º semana - jueves 22, viernes 23 y sábado 24 de marzo.

3º semana - jueves 5, viernes 6 y sábado 7 de abril.

4º semana - jueves 12, viernes 13 y sábado 14 de abril.

Jueves y viernes de 19:00 a 22:30 hs, sábados de 9:00 a 13:00 hs

Metodología de enseñanza y bibliografía

En las sesiones se trabaja a partir del análisis de casos reales elaborados por la Harvard Business School referidos a los temas del curso, sobre los que se construye la teoría, siguiendo un método pedagógico fundamentalmente inductivo. Más abajo se especifican el texto y las lecturas recomendadas para alimentar la discusión.

Se utilizan documentos y materiales de audio y video que los participantes encontrarán en la web específica del curso que se localiza en el sitio web del Instituto para la Estrategia y la Competitividad de Harvard. Adicionalmente, se busca coordinar videoconferencias con profesores de las universidades de la Red del MOC.

Los participantes reciben todos los materiales necesarios para el adecuado seguimiento del curso.

El texto de base para el curso es: Porter, M. (1998). "On Competition", Boston, Harvard Business Review Book, y lecturas complementarias de diversos autores.

Equipo docente

Los responsables del curso son el Dr. Roberto Horta y el Dr. Andrés Jung. El equipo docente está conformado de la siguiente manera:

Roberto Horta

Doctor en Economía y Dirección de Empresas, Universidad de Deusto. Economista. Director del Instituto de Competitividad y Profesor Titular en diversas asignaturas de economía en grado y postgrado en la Universidad Católica del Uruguay. Temas de especialidad: competitividad, innovación e internacionalización de empresas.

Andrés Jung

Doctor en Economía y Dirección de Empresas, Universidad de Deusto, España. Profesor Titular y Director del Departamento de Economía de la Universidad Católica del Uruguay. Ha trabajado extensamente en temas vinculados al análisis de competitividad a nivel de países, regiones, sectores y empresas; de estrategias de política industrial; y al desarrollo de nuevas empresas, tanto desde el sector privado como desde el sector público.

Primavera Garbarino

Licenciada en Administración y Contadora Pública (UDELAR). Especialista en Economía Agrícola. Directora de Integran Consulting, consultora especializada en estrategia y competitividad. Se ha especializado en temas de estrategia y competitividad. Fue

Ministra de Industria, Energía y Minería en Uruguay, coordinando en 1999 la Agenda de Competitividad para el Sector Industrial.

Micaela Camacho

Master en Dirección de Empresas, Copenhagen Business School. Licenciada en Economía de la Empresa (BSc Hon), UCU. Doctorando en Economía en la Universidad Católica de Argentina. Directora del MBA y profesora en grado y postgrado en la Universidad Católica del Uruguay. Investigadora del Instituto de Competitividad de la UCU.

Información, consultas e inscripciones

Instituto de Competitividad: Tel. 24872717 internos 6265 - 6256

Correo electrónico: competitividad@ucu.edu.uy

Sitio web: www.competitividad.edu.uy