

MOC - Microeconomics of Competitiveness

Based on materials developed by the Institute for Strategy and Competitiveness at Harvard Business School

Inicio: viernes 27 de octubre.

Horario: de 9 a 14 horas.

Duración: un mes (cuatro viernes consecutivos).

Cantidad de encuentros: 4 de 5 horas cada uno.

Lugar: ICDA, Escuela de Negocios de la Universidad Católica de Córdoba. Obispo Trejo 323, Córdoba Capital.

Introducción

El **MOC - Microeconomics of Competitiveness** - es un programa perteneciente al **Harvard Institute for Strategy and Competitiveness, de Harvard Business School**, que estudia los determinantes de la competitividad y del desarrollo económico desde un punto de vista microeconómico.

La principal misión del MOC es la búsqueda de acciones cooperativas para la creación de un mejor futuro. No es posible generar bienestar y logros sociales si no se desarrollan empresas competitivas, y esto sólo será posible en un entorno nacional y regional que refuerce su productividad y su eficiencia.

En el contexto actual, donde la competencia global, el crecimiento de los mercados externos, la contracción de la demanda interna y la transnacionalización de los factores que influyen los negocios son cada vez más críticos, es esencial ser competitivos.

Sin embargo, la verdadera riqueza y sustentabilidad está en la microeconomía. Una región será próspera en el tiempo si las empresas locales tienen estrategias y prácticas acorde a su entorno, a la vitalidad del clúster o a la calidad del ambiente de negocios que exista en dicha región.

El SEMINARIO propone explorar, ordenar y analizar los factores y actores de la competitividad en los diferentes niveles (empresa, sector y Nación) desde una perspectiva microeconómica.

En la competencia internacional moderna, los roles de los actores claves, incluido las empresas, los gobiernos, las organizaciones no gubernamentales y las Universidades han cambiado y la tradicional separación entre ellos va en contra de un desarrollo económico exitoso. En el seminario se explora no sólo la teoría sino también las estructuras institucionales, organizacionales y procesos de cambio necesarios para una mejora sostenida de la competitividad.

El Programa Ejecutivo MOC - Microeconomics of Competitiveness - combina el aprendizaje de la red internacional de Harvard con la experiencia de profesores de amplia trayectoria profesional en el contexto local, en una estructura de seis módulos.

MOC - Microeconomics of Competitiveness

Based on materials developed by the Institute for Strategy and Competitiveness at Harvard Business School

El ICDA, Escuela de Negocios de la Universidad Católica de Córdoba, cuenta con el privilegio de poder dictar este seminario, al ser partícipe, desde el año 2014, de la red MOC Affiliate Network en Harvard Business School (HBS). La misión de esta red internacional es proporcionar un entorno institucional que enseñe el marco teórico - diseñado por el profesor Michael E. Porter - y forme a especialistas en la temática en seminarios anuales a los que asisten nuestros profesores.

Objetivos del Programa

- Comprender los fundamentos y las variables que determinan la competitividad.
- Identificar las características del entorno empresarial que refuerzan la productividad, la eficiencia y los logros sociales.
- Potenciar la interrelación de los diferentes niveles de competitividad (empresa, clúster y territorio).
- Promover estrategias de especialización territorial a través de relaciones cooperativas.

Metodología

La metodología de trabajo combina el análisis de casos con la revisión de conceptos teóricos principales para abordar el contexto y diseñar propuestas de mejora. Todo el programa se orienta a la acción, por eso no solo se enfatiza el análisis, sino la definición de estrategias consistentes para mejorar a lo largo del tiempo la competitividad de un territorio y la de las organizaciones que trabajan en él.

Módulos

- **Módulo I:** Introducción al MOC (4 horas).
Viernes 27 de octubre.
- **Módulo II:** Entorno y competitividad: experiencias internacionales (6 horas).
Viernes 3 de noviembre.
- **Módulo III:** Modelos para la planificación estratégica (4 horas).
Viernes 10 de noviembre.
- **Módulo IV:** Clusters (6 horas).
Viernes 17 de noviembre.

MOC - Microeconomics of Competitiveness

Based on materials developed by the Institute for Strategy and Competitiveness at Harvard Business School

Breve descripción de cada módulo

I. Introducción al MOC

La localización geográfica como variable clave en todas las decisiones estratégicas empresariales e institucionales. Concepto de Competitividad Sistémica. Determinantes de la Competitividad Micro y Macro. Índice de progreso social. Habilidades para el análisis del entorno socio/político/económico. Variables y tendencias contextuales que pueden afectar la toma de decisiones vinculadas con la competitividad de la cadena de valor. Visión estratégica para una gestión eficaz, eficiente y responsable de la organización. Mecanismos de construcción de valor en mercados locales y globalizados. Factores críticos de éxito de las cadenas productivas locales en función del contexto actual de Argentina y de la región.

Profesores: Dra. Leticia Tolosa. Mgter. Gonzalo García Espeche. Mgter. Marcelo Jaluf. Lic Fabio Ventre.

II. Entorno y competitividad: experiencias internacionales

Competitividad en Uruguay. Dr. Roberto Horta y Dra. Micaela Camacho.

Proyecto de Desarrollo Económico y Progreso Social de Puebla. Instituto de Competitividad "Sintonía" - México. Dr. Pablo Nuño.

Experiencia internacional Bajo California y su interrelación con el ecosistema de innovación. Mónica López Sieben, PhD. - CETYS Universidad - México.

Diálogo con otros participantes latinoamericanos. Dra. Carmen Padilla - Guayaquil, Ecuador. Dr. Mauricio Umaña - El Salvador.

III. Modelos para la planificación estratégica

El pensamiento estratégico. Los valores de la organización. Desarrollo de una visión de negocio. Identificación de las fuerzas competitivas de la industria. Identificación de la posición competitiva de la empresa. Evaluación de los recursos y capacidades competitivas de la empresa: diagnóstico del funcionamiento de la estrategia, análisis de los recursos de la empresa, identificación de las capacidades competitivas. La elección estratégica: estrategia y ventaja competitiva, opciones y elecciones estratégicas, herramientas para la elección estratégica.

Profesores: Dra. Leticia Tolosa. Mgter. Gonzalo García Espeche. Mgter. Marcelo Jaluf.

MOC - Microeconomics of Competitiveness

Based on materials developed by the Institute for Strategy and Competitiveness at Harvard Business School

IV. Clusters

Clúster: políticas públicas y organizacionales. Rol de los gobiernos subnacionales en el fortalecimiento del clúster productivos. Políticas y programas de clúster. Iniciativas de clúster y experiencias locales.

Profesores: Dra. Leticia Tolosa. Mgter. Gonzalo García Espeche. Mgter. Marcelo Jaluf.

Cuerpo docente

Dra. Leticia Tolosa

Doctora en Ciencias Económicas, Universidad Nacional de Córdoba (UNC). Contadora Pública, UNC. Representante de la Red Microeconomics of Competitiveness Course - MOC (Harvard Business School). Vicepresidenta de una firma cordobesa dedicada a asesorar a clientes en inversiones y financiamiento. Directora de la carrera de posgrado “Especialización en Dirección de Finanzas” - ICDA, Escuela de Negocios de la Universidad Católica de Córdoba (UCC). Directora de la “Diplomatura en Mercado de Capitales” FACEA -UCC. Profesora e investigadora de la UNC y UCC. Ha sido disertante en distintos eventos nacionales e internacionales.

Ing. Gonzalo García Espeche, MBA

Diploma Program for Management Development (PMD) de ESADE Business and Law School (España). Magíster en Dirección de Empresas, ICDA - UCC. Master Executive en Dirección Financiera, Escuela de Organización Industrial de Madrid, España. Ing. en Construcciones, Universidad Tecnológica Nacional. Consultor especializado en empresas en crisis, estrategia y gerenciamiento en compañías de Argentina. Paralelamente ocupa el cargo de director en una compañía del sector agrícola. Integró diversos directorios de empresas en Argentina. Docente en temáticas vinculadas con la estrategia y las finanzas en diversas universidades de Argentina y Latinoamérica, entre las que se destaca ADEN Business School. Ha sido profesor y disertante en distintos países tales como Panamá, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Ecuador, Colombia, Perú, Chile, Bolivia, Uruguay y EEUU.

Lic. Fabio Ezequiel Ventre

Licenciado en Economía (UNC. 2016). Diplomado en Mercados de Capitales (UCC. 2017). Maestrando en Economía, Universidad Torcuato Di Tella. Docente adscripto en las cátedras de Matemática I (2014), Principios y Estructura de la Economía (2016 - 2017) e Historia del Pensamiento y Análisis Económico (2016 - actualidad) de la Universidad Nacional de Córdoba. Docente adscripto en la cátedra de Macroeconomía I (2019 - actualidad) de la Universidad Católica de Córdoba.

MOC - Microeconomics of Competitiveness

Based on materials developed by the Institute for Strategy and Competitiveness at Harvard Business School

Llevó a cabo tareas de investigación de temáticas variadas en la Universidad Nacional de Córdoba y en la Universidad Católica de Córdoba (2017- actualidad). Investigador Senior y Coordinador en el Instituto de Investigaciones Económicas de la Bolsa de Comercio de Córdoba. Miembro del grupo de investigación del centro de competitividad y progreso social del ICDA.

MBA. Marcelo Jaluf

Contador Público (UNC.1987) . Máster en Administración de empresas - ESADE 2001. Decano de Facultad de Ciencias Económicas y de Administración, Universidad Católica de Córdoba. Profesor Titular en Contabilidad de Gestión y del Seminario de Planeamiento Estratégico y Control Estratégico de Gestión. UCC-UNC. Integró el Comité Directivo del Centro de competitividad de la UCC. Vocal en el directorio de la Agencia Competitividad Córdoba por el sector académico propuesto por el Foro de Rectores.

Costo del programa

El programa tiene un costo por persona de \$100.000 (cien mil pesos). La Agencia Competitividad Córdoba cubre el 50% del valor de la formación, por lo que cada participante aportará el valor restante.