
CURSO DE EMPRENDIMIENTO Y ESTRATEGIA

Objetivos Generales:

Es un curso destinado a emprendedores, pero también a intraemprendedores, es decir, emprendedores que despliegan sus iniciativas en el seno de su empresa. Cada vez más empresas son conscientes de la importancia y las ventajas de estimular y promover el espíritu emprendedor de sus empleados.

El curso consta de tres módulos: en el primero se estudia el emprendedor, la empresa recién creada y el modelo de negocio resultante. El segundo módulo se centra en la reflexión estratégica que debe servir de base a todo el proceso emprendedor y a los aspectos organizativos más característicos de las start-ups. Finalmente, el tercero aborda la innovación en los modelos de negocio del emprendedor y la consideración del paso del tiempo y la dinámica de los mercados.

CONTENIDOS FORMATIVOS

MÓDULO I: EMPRENDEDOR, EMPRESA Y MODELO DE NEGOCIO

Tema 1. ¿Qué es un Emprendedor?

- 1.0 Introducción y objetivos
- 1.1 ¿Qué es un emprendedor?
- 1.2 El perfil del emprendedor
- 1.3 Los mitos sobre el emprendedor
- 1.4 ¿Quién puede ser emprendedor?
- 1.5 Resumen

Tema 2. Oportunidades de Negocio: Identificación y Evaluación

- 2.0 Introducción y objetivos
- 2.1 El origen de las oportunidades de negocio
 - 2.1.1 ¿Por qué existen ideas de negocio?
 - 2.1.2 De la idea de negocio a la oportunidad de negocio
- 2.2 El proceso de generación de ideas de negocio
- 2.3 Sistematización de la búsqueda e identificación de oportunidades de negocio
 - 2.3.1 Las áreas dinámicas de negocios
 - 2.3.1.1 Los recursos y capacidades del emprendedor
 - 2.3.1.2 El proceso de determinación de áreas dinámicas de negocios
 - 2.3.1.3 El método de trabajo para la búsqueda de nuevas oportunidades de negocio
- 2.4 Caracterización de las oportunidades de negocio
 - 2.4.1 Los objetivos
 - 2.4.2 Grado de aprovechamiento de los cambios en el entorno para el desarrollo del negocio
 - 2.4.3 Capacidades y recursos necesarios para competir con éxito
- 2.5 Evaluación de oportunidades de negocio: el primer filtro del emprendedor
- 2.6 Las oportunidades no duran eternamente: la ventana de oportunidad
- 2.7 Análisis de riesgos
- 2.8 Técnicas de valoración
 - 2.8.1 Creación de valor y apropiación del valor
 - 2.8.2 Técnicas cuantitativas de evaluación de proyectos: el criterio del valor actual neto
 - 2.8.3 Otras técnicas cuantitativas de evaluación de proyectos
 - 2.8.4 Ventajas e inconvenientes del uso de las técnicas cuantitativas de evaluación de proyectos
- 2.9 Resumen

Tema 3. El Proceso de Lanzamiento de la Start-Up

- 3.0 Introducción y objetivos
- 3.1 El proceso de creación de empresas
 - 3.1.1 Identificación de oportunidades de negocio
 - 3.1.2 Evaluación de oportunidades de negocio
 - 3.1.3 Desarrollo del modelo de negocio

-
- 3.1.4 Elaboración del Plan de Negocio
 - 3.1.5 Determinación y obtención de los recursos necesarios
 - 3.1.6 Puesta en marcha y operación: dirección y gestión de la empresa recién creada
 - 3.2 Etapas y transiciones en el desarrollo organizativo de la empresa
 - 3.2.1 Fase 1: la organización centrada en el emprendedor
 - 3.2.2 Fase 2: la transición hacia la organización gestionada por el emprendedor
 - 3.2.3 Fase 3: la organización gestionada por el emprendedor
 - 3.2.4 Fase 4: la transición hacia la estructura funcional emergente
 - 3.2.5 Fase 5: estructura funcional emergente
 - 3.3 Resumen
- Tema 4. El Modelo de Negocio: Herramienta Básica del Emprendedor
- 4.0 Introducción y objetivos
 - 4.1 ¿Qué es un modelo de negocio?
 - 4.2 Estrategia y modelo de negocio
 - 4.3 ¿Para qué modelos de negocio?
 - 4.3.1 Creación de valor
 - 4.3.2 La búsqueda de la ventaja competitiva
 - 4.3.3 Sostenibilidad
 - 4.4 Herramientas para representar modelos de negocio
 - 4.4.1 Diagrama de bucles causa-efecto
 - 4.4.2 El modelo Canvas
 - 4.5 Elementos del modelo de negocio
 - 4.5.1 Segmentos de clientes
 - 4.5.2 Propuesta de valor
 - 4.5.3 Canales
 - 4.5.4 Relaciones con clientes
 - 4.5.5 Fuentes de ingresos
 - 4.5.6 Recursos clave
 - 4.5.7 Actividades clave
 - 4.5.8 Asociaciones clave
 - 4.5.9 Estructura de costes
 - 4.5 Resumen

MÓDULO II: ESTRATEGIA Y ORGANIZACIÓN PARA START-UPS

Tema 1. ¿Qué es la Estrategia?

- 1.0 Introducción y objetivos
- 1.1 La estrategia como plan
- 1.2 La estrategia como pauta
- 1.3 La estrategia como posición
- 1.4 La estrategia como perspectiva
- 1.5 Una visión ecléctica y oportunista
- 1.6 La estrategia formulada
- 1.7 La estrategia formada
- 1.8 Estrategia y contexto
- 1.9 Evolución del concepto de estrategia

- 1.9.1 Presupuesto y control financiero
- 1.9.2 Planificación a largo plazo
- 1.9.3 Planificación estratégica
- 1.9.4 Dirección estratégica
- 1.9.5 Estado actual de la cuestión
- 1.9.6 El modelo Delta
- 1.10 Resumen

Tema 2. Estrategias Genéricas: el Marco de Referencia

- 2.0 Introducción y objetivos
- 2.1 Costes
- 2.2 Diferenciación
- 2.3 Segmentación y especialización
- 2.4 Las cinco estrategias genéricas
- 2.5 Una nueva perspectiva: la Estrategia del Océano Azul
- 2.6 Resumen

Tema 3. Núcleo del Modelo de Negocio y Ecosistema Competitivo

- 3.0 Introducción y objetivos
- 3.1 Núcleo del modelo de negocio: concepto de competencia clave
- 3.2 Recursos diferenciados e indiferenciados
- 3.3 Características de las competencias clave de la empresa
- 3.4 Clasificación de las competencias clave
 - 3.4.1 Innovación
 - 3.4.2 Creación de activos estratégicos
- 3.5 Lo que no es la estrategia
- 3.6 La diferencia es el factor clave
- 3.7 Ecosistema competitivo: la dimensión externa de la estrategia
- 3.8 Amenaza de entrada de nuevos competidores
 - 3.8.1 Barreras a la entrada
 - 3.8.2 Expectativas de reacción de los competidores actuales
- 3.9 Rivalidad
 - 3.9.1 Número, tamaño relativo y diversidad de los competidores
 - 3.9.2 Tasa de crecimiento del mercado
 - 3.9.3 Relación entre los costes fijos y el valor añadido
 - 3.9.4 Diferenciación
 - 3.9.5 Barreras a la salida
- 3.10 Presión de los productos o servicios sustitutivos
- 3.11 Relaciones verticales: compradores y suministradores
 - 3.11.1 Poder relativo de negociación de los compradores
 - 3.11.2 Poder relativo de negociación de los suministradores
- 3.12 Resumen

Tema 4. Organización para la Puesta en Práctica de la Estrategia

- 4.0 Introducción y objetivos
- 4.1 Organización: eficacia y eficiencia
- 4.2 Diseño organizativo
- 4.3 Estructura
- 4.4 Sistemas administrativos

- 4.5 Cultura
- 4.6 Resumen

MÓDULO III: INNOVACIÓN Y DINÁMICA ESTRATÉGICA

Tema 1. Innovación en Modelos de Negocio

- 1.0 Introducción y objetivos
- 1.1 Innovación
 - 1.1.1 Concepto de origen funcional de la innovación
 - 1.1.2 El flujo informal de conocimientos técnicos
 - 1.1.3 Innovaciones progresivas y disruptivas
- 1.2 Innovación y modelo de negocio
 - 1.2.1 Enfoque en actividades clave: desagregación de modelos de negocio
 - 1.2.2 Modelos de negocio basados en la larga cola (long tail)
 - 1.2.3 Plataformas multilaterales
 - 1.2.4 Modelos basados en la gratuidad
 - 1.2.5 Modelos de negocio abiertos
- 1.3 Resumen

Tema 2. El Paso del Tiempo: Estrategia en Evolución

- 2.0 Introducción y objetivos
- 2.1 La curva del ciclo de vida
 - 2.1.1 La gama de productos
 - 2.1.2 Validez del concepto de ciclo de vida del producto
 - 2.1.3 La utilización del tiempo como fuente de ventaja competitiva
- 2.2 Modificaciones estructurales de los mercados con el paso del tiempo
 - 2.2.1 Cambios en la tasa de crecimiento del mercado a largo plazo
 - 2.2.2 Cambios en los segmentos de clientes servidos
 - 2.2.3 Acumulación de experiencia por los compradores
 - 2.2.4 Reducción de incertidumbres
 - 2.2.5 Difusión del conocimiento
 - 2.2.6 Acumulación de experiencia por las empresas del sector
 - 2.2.7 Expansión (o contracción) de la escala
 - 2.2.8 Cambios en los costes de los suministros
 - 2.2.9 Innovación de producto
 - 2.2.10 Innovación de procesos
 - 2.2.11 Innovaciones de marketing
 - 2.2.12 Cambios estructurales en mercados conexos o auxiliares
 - 2.2.13 Cambios en la política del gobierno
 - 2.2.14 Entradas y salidas del mercado
- 2.3 Resumen

Tema 3. El Contexto de la PYME

- 3.0 Introducción y objetivos
- 3.1 Estrategia en mercados fragmentados
 - 3.1.1 El dilema estratégico: especialización o consolidación
 - 3.1.2 Estrategia empresarial para pequeñas y medianas empresas
- 3.2 Estrategia en mercados emergentes

-
- 3.2.1 Una característica estructural dominante: la incertidumbre
 - 3.2.2 El comienzo del proceso de creación de competencias clave
 - 3.3 Una situación especial: la transición a la madurez
 - 3.4 Internacionalización
 - 3.4.1 Decisiones de internacionalización
 - 3.4.2 Tipos de mercados internacionales: localización versus coordinación
 - 3.4.3 Estrategias globales
 - 3.5 Resumen
- Tema 4. Nuevos Modelos de Negocio en la economía 3.0
- 4.0 Introducción y objetivos
 - 4.1 Tecnología, bienes de información y externalidades de red
 - 4.1.1 La economía de los bienes informacionales
 - 4.1.2 Externalidades de red
 - 4.2 La Economía transparente
 - 4.2.1 Aspectos clave de la economía transparente
 - 4.2.2 Información perfecta
 - 4.2.3 Interdependencia en la toma de decisiones
 - 4.3 Un Nuevo paradigma
 - 4.3.1 La Ley de distribución potencial
 - 4.3.2 Redes basadas en la ley de distribución potencial (redes potenciales)
 - 4.3.3 Estructura y dinámica de las redes potenciales
 - 4.4 Las nuevas palancas para el beneficio
 - 4.4.1 Recursos clave: propiedad, protección y puesta en valor
 - 4.4.2 Posicionamiento favorable
 - 4.4.3 Habilidades informacionales
 - 4.4.4 Círculos virtuosos
 - 4.5 Resumen