

Curso virtual

Prospectiva Estratégica

Sé lo que el mundo necesita.

 **Universidad de
los Andes**
Colombia

**Executive
Education**
Facultad de Administración





Con este curso, potenciarás tu perfil profesional fortaleciendo la capacidad de adelantarse a lo que en el mediano o largo plazo enfrentará su organización en su entorno competitivo para desarrollar una correcta formulación del plan estratégico ante un panorama incierto.

Acerca del Programa

La planeación estratégica busca identificar los factores que determinan o determinarán el éxito o fracaso de las organizaciones dentro de su negocio y, de cara a estos, formular cuál será posicionamiento competitivo más adecuado de la firma. Para la correcta formulación de un plan estratégico, las organizaciones deben estar en capacidad de adelantarse a lo que en el mediano o largo plazo enfrentarán estas en su entorno competitivo; a esto se le denomina prospectiva estratégica.

Este ejercicio de prospectiva estratégica se ha vuelto cada vez más relevante de cara a los mayores niveles de incertidumbre que estamos viviendo: cambios en el balance de poder del orden mundial, fenómenos climáticos inesperados, disrupción tecnológica acelerada, competidores que se vuelven dominantes en ciclos cada vez más cortos, etc. Las empresas que logran leer con más claridad cómo podría transformarse un entorno cada vez más incierto, están mejor posicionadas para formular una estrategia que les permita mayores probabilidades de éxito en el mediano y largo plazo.

La prospectiva estratégica busca identificar y valorar la intensidad e implicaciones de potenciales cambios en el entorno y la reacción competitiva de jugadores de la industria ante movidas competitivas de la empresa. Este análisis se desarrolla en dos niveles: 1) macroentorno: cambios que afectan no solo a mi industria, sino a multitud de otros sectores (ej. La situación de pandemia actual que ha afectado a multitud de industrias); 2) industria: modificaciones dentro de mi entorno competitivo inmediato (ej. tendencias de consumo de clientes, jugadas competitivas de competidores y saturación de mercado, entre otras).

En este curso se abordarán tanto conceptos teóricos como herramientas que permitan valorar, priorizar y establecer las implicaciones de negocio de los cambios de entorno, así como de la reacción de los competidores. Igualmente, se estudiará la mecánica de análisis por escenarios para modelar posibles futuros difíciles de predecir en la actualidad.

Los procesos de aprendizaje y adopción de conceptos y herramientas de este curso se desarrollarán a través de la lectura de literatura clave sobre estrategia y prospectiva, la discusión de sus conceptos fundamentales, así como la apropiación de conceptos y herramientas prácticas a través de la metodología de análisis de casos. Igualmente, se desarrollarán talleres en grupo para la utilización de las herramientas aprendidas y un proyecto final aplicado en una empresa

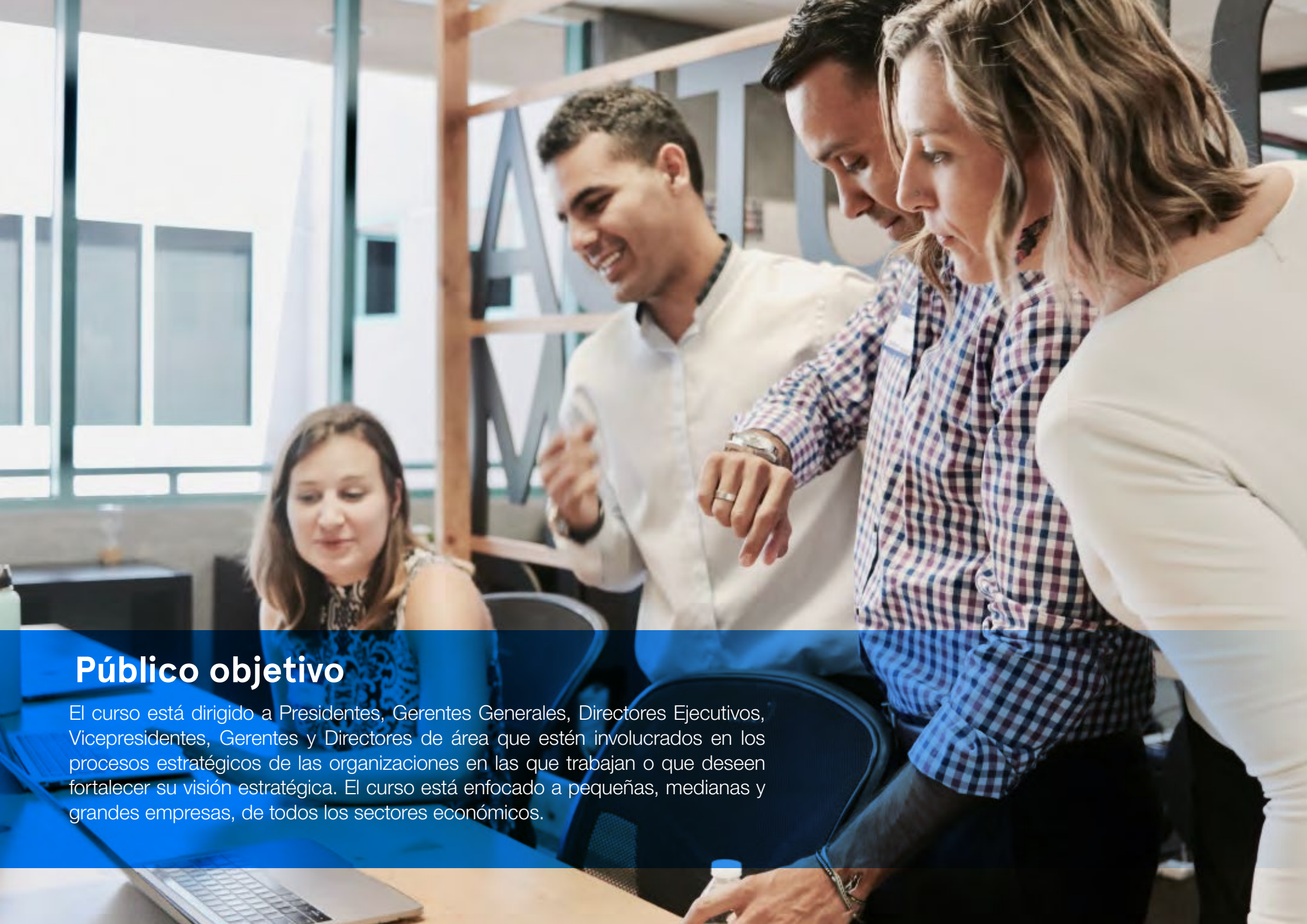
Objetivos

- Desarrollar capacidades para adelantarse a potenciales cambios en la estructura del entorno de negocios y jugadas competitivas de empresas rivales
- Entender los modelos existentes para organizar e identificar los principales macro factores que determinan el entorno en el que se desenvuelven las organizaciones
- Comprender qué factores determinan los niveles de retornos dentro de una industria y estos cómo se pueden ver afectados a futuro
- Aprender a utilizar herramientas para valorar, priorizar e identificar implicancias de negocio de cambios en el entorno y las reacciones de competidores
- Familiarizarse con la herramienta de planeación por escenarios

Además, tendrás la oportunidad de interactuar con directivos de diferentes regiones del país y de toda Latinoamérica, que enriquecerá las conversaciones y experiencias durante el desarrollo de la formación

Contenido:

- Discusión de conceptos básicos de estrategia
- Identificación temprana de cambios fundamentales de industria
- Capacidad futura para competir en nuevos segmentos
- Anticipación a reacción competitiva de rivales industriales
- Previsión de saturación competitiva de mercado
- Afrontar un mundo incierto: análisis por escenarios



Público objetivo

El curso está dirigido a Presidentes, Gerentes Generales, Directores Ejecutivos, Vicepresidentes, Gerentes y Directores de área que estén involucrados en los procesos estratégicos de las organizaciones en las que trabajan o que deseen fortalecer su visión estratégica. El curso está enfocado a pequeñas, medianas y grandes empresas, de todos los sectores económicos.

Metodología

La metodología está orientada hacia el aprendizaje de conceptos teóricos, adopción de herramientas prácticas y la realización de un proyecto práctico.

La metodología del programa consta de diferentes dinámicas pedagógicas:

- Talleres dirigidos por profesores: El curso contempla el desarrollo de talleres sincrónicos donde profesores explican conceptos, lideran discusiones, estudios de casos y ejercicios prácticos. La participación en los talleres requiere la preparación previa de lecturas, casos de discusión y demás tareas.
- Desarrollo de un proyecto práctico: En grupos, los estudiantes desarrollarán un proyecto de prospectiva estratégica para una empresa de su elección. El objetivo del proyecto es identificar, a través del uso de los conceptos de clase y la utilización de las herramientas presentadas, elementos externos que podrían transformar de manera fundamental el negocio de la empresa analizada y sus implicaciones de negocio. Los proyectos son desarrollados en forma autónoma bajo la guía de los profesores.

Duración

34 horas (30 horas sincrónicas y 4 horas de trabajo individual)

Certificación

Se otorgará certificado de asistencia a quienes participen en mínimo el 80% de las sesiones programadas y cumplan los requisitos académicos exigidos.

Profesor

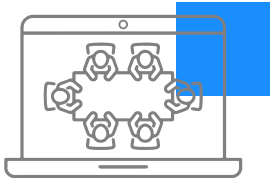
Jorge Barriga

Ingeniero mecánica y MBA de la Universidad de los Andes con +17 años de experiencia en consultoría en estrategia, internacionalización y análisis competitivo y de mercados. Ha desarrollado proyectos de planeación y prospectiva estratégica para múltiples empresas, entre ellas, multinacionales, entidades multilaterales y organizaciones gubernamentales del Reino Unido, Irlanda, Egipto, Perú, Uruguay, Ecuador, Nicaragua, México y Colombia, entre otros.

Actualmente, es consultor independiente en estrategia y acceso a mercados, profesor de cátedra de la Universidad de los Andes en el área de Estrategia, y miembro de la junta directiva de Cocereales.



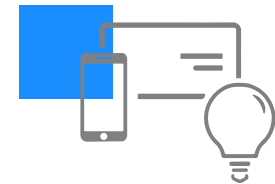
Experiencia Premium Uniandes



Sé parte de una de las comunidades de Executive Education **más grandes de Latinoamérica**



Encuentra oportunidades de **networking de alto nivel**



Aprende a través de **metodologías innovadoras** y disruptivas



Aplica de manera inmediata los conocimientos aprendidos



Interactúa con **profesores de alto prestigio** académico y reconocimiento empresarial



Recibe un **acompañamiento personalizado** durante todo el proceso de formación



RANKING FT 2020

EDUCACIÓN EJECUTIVA PROGRAMAS ABIERTOS

No. **1** EN
COLOMBIA

Top. **3** EN
LATINOAMÉRICA

Top. **50** A
NIVEL MUNDIAL

Valor programa: \$2.900.000 / 850 USD

*El valor en dólares es aproximado y depende la TRM del día y su moneda local.

Las fechas están sujetas a modificación. En el caso de algún cambio, se informará a las personas preinscritas a través de los medios suministrados en el momento de la inscripción.

Aplica descuento por pronto pago.

Universidad de los Andes
Facultad de Administración - Executive Education
Calle 21 No. 1-20. Edificio SD. Piso 9
Línea de Información: (601) 332 4144 Opción 1 y 3
Línea gratuita nacional: 018000 123 300
e-mail: excutiveeducation@uniandes.edu.co
<http://administracion.uniandes.edu.co>



@AdmonUniandes



/AdmonUniandes



@Admonuniandes



WhatsApp Uniandes

