

**Dirección y Pensamiento Estratégico:
Empresas, Clusters y Desarrollo Económico**

**MOC: Microeconomía para la Competitividad
Versión Ejecutiva**

(El curso esta basado en el material desarrollado por el instituto de estrategia y competitividad de la Universidad de Negocios de Harvard.)

Syllabus del Curso

Profesores: Emilio José Baños Ardavín
Herberto Rodríguez Regordosa
José Antonio Santillana Rivero
José Alfredo Miranda López
Gonzalo Hortega Alarcón
José Pablo Nuño de la Parra

Oficina: CIP

Clases: Jueves 7:00-10:00 pm

Inicio: 8 de Mayo

Terminación: 10 de Julio

Horas de Oficina: Por cita:

| | | |
|-------------------------|--|-------------------|
| Alfredo Miranda | alfredo.miranda@upaep.mx | 229-9400 ext 7401 |
| José Antonio Santillana | Joseantonio.santillana@upaep.mx | 229-9400 ext 7139 |
| Gonzalo Hortega | gonzalo.hortega@vwfs.com.mx | (222) 426-65-08 |
| Herberto Rodríguez | herberto.rodriguez@upaep.mx | 229-9400 ext 7669 |
| José Pablo Nuño | pablo.nuno@upaep.mx | 229-9400 ext 7741 |

Asistente: Martha Cabanas (martha.cabanas@upaep.mx)

Libro: Michael E. Porter (1998). "On Competition"; Harvard Business School Press, 2008.

Casos:

- Finlandia and Nokia
- Volvo Trucks (A): Penetrating the U.S. Market
- The Japanese Facsimile Industry in 1990
- The California Wine Cluster

- Building a Cluster: Electronics and Information Technology in Costa Rica.
- Atlas Eléctrica: International Strategy
- Institutions for Collaboration: Asociación Colombiana de Plásticos (Acoplásticos)
- Singapore Economic Strategy: Independence to 1992
- The Basque Country: Strategy for Economic Development Strategy
- Indonesia: Attracting Foreign Investment
- De Beers
- City of New York
- Holland Flower Cluster

Otros libros:

Michael E. Porter . "The Competitive Advantage of Nations" última edición, The Free Press, New York.

Michael E. Porter (1998). "Clusters and the New Economics of Competition"; Harvard Business Review, November-December 1998.

Michael E. Porter. "Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors, New York: The Free Press. Republished with a new introduction, 1998.

Michael E. Porter (1985). "Competitive Advantage. Creating and Sustaining Superior Performance". The Free Press, New York.

Experiencia

Microeconomía de la competitividad: Empresas, Clusters y Desarrollo Económico (MOC) es un curso de posgrado que se ofrece a los estudiantes de la comunidad de Harvard. El curso ha sido creado con mucho esfuerzo durante varios años por el Profesor Michael E. Porter y su staff de afiliados al Instituto de estrategia y competitividad en la escuela de negocios de Harvard. Es diseñado para enseñarse en colaboración con muchas universidades en el mundo. (Ver la sesión de la lista)

El curso de MOC explora las determinantes de competitividad y el éxito en el desarrollo económico visto desde una perspectiva económica que va de lo particular a lo general. Las políticas macroeconómicas, la estabilidad política y legal de las instituciones y el mejoramiento en las condiciones sociales, crean la competitividad, mientras que la riqueza es creada a nivel microeconómico. La sofisticación y productividad de las empresas, la vitalidad de los clusters y la calidad del ambiente de negocios donde se da la competitividad, son las determinantes de la productividad de las regiones en un país.

Enfoque del Curso

Este curso explora los determinantes de la competitividad nacional y regional construida desde la perspectiva de las empresas, los clusters, las unidades sub-nacionales, naciones y grupos de países vecinos. Se enfoca en las fuentes de productividad nacional y regional las cuales están dirigidas por estrategias y prácticas operacionales de empresas locales, la vitalidad de los clusters y la calidad del ambiente de negocios donde se genera la competencia.

Este curso examina tanto economías desarrolladas como subdesarrolladas y direcciona la competitividad a muchos niveles – naciones, unidades sub-nacionales como estados y provincias, clusters y países vecinos.

El curso se ocupa no sólo de la política gubernamental, sino también de los roles que las empresas, asociaciones industriales, universidades y otras instituciones desempeñan en la competitividad. En la competencia moderna, cada una de estas instituciones tiene un importante y creciente papel en el desarrollo económico. Además, el proceso de crear y sostener una estrategia económica de una nación o región es un reto enorme. El curso no sólo explora la teoría y la política, sino también las estructuras de organización, las estructuras institucionales y los procesos de cambio necesarios para la mejora sostenida de la competitividad.

Visión a largo plazo para las universidades participantes.

El desarrollo económico depende de una comprensión común de la competitividad entre empresas, gobierno, y líderes universitarios. Nos encontramos con que los fundamentos microeconómicos de la competitividad son menos entendidos que las políticas macroeconómicas, políticas, jurídicas y las cuestiones sociales en el desarrollo. El sector privado, público y las universidades pueden trabajar en conjunto para impulsar la productividad y pueden representar importantes brechas en el pensamiento y la práctica.

El curso de Microeconomía de la competitividad se basa no sólo en un grupo de jóvenes formados en las nuevas ideas de competitividad, sino también puede servir como una plataforma para los esfuerzos de otras universidades para contribuir al desarrollo regional y económico nacional. El curso está orientado para ejecutivos y funcionarios del gobierno y dirigentes del sector privado. Abre la posibilidad de hacer proyectos en conjunto con estudiantes y profesores y construir relaciones de trabajo con las empresas y el gobierno. Muchos profesores del MOC se han convertido en importantes líderes nacionales en la elaboración de políticas e iniciativas para incrementar la competitividad. Las Universidades participantes pasarán a formar parte de una red de escuelas afiliadas y así podrán colaborar en proyectos de competitividad local y regional. Un buen número de escuelas oficiales han



creado centros o institutos de competitividad a raíz de la participación en el curso. Los efectos multiplicadores del curso se han hecho evidentes en nuestras experiencias durante los últimos años.

Horario y Programación del Curso

El curso se imparte durante el mismo semestre de primavera de la Universidad de Harvard. Se estudian diferentes casos de todas las regiones principales del mundo. (Véase el esquema del curso). Parte de la finalidad del curso es exponer a los estudiantes algunos de los casos más exitosos de diferentes países y regiones. Además de los casos, hay lecturas, una serie de conferencias, presentaciones en vídeo por parte de los invitados nacionales, regionales o dirigentes de empresas que participan en los casos estudiados.

Una típica sesión de la clase del curso MOC:

- Cada Sesión tendrá una duración de tres horas con un breve descanso (7:00 pm -- 10:20 pm)
 - Debate del caso: 60-75 minutos
 - Lecture: 30 minutos
- Para las sesiones en el que un distinguido invitado asiste, es posible que se demore la sesión de 20-30 minutos.
- Tiempos de clases especiales para las presentaciones de los equipos en otros días.

El curso también está diseñado para elaborar un importante proyecto en equipo, que implica el estudio de competitividad de un país y su cluster bajo la supervisión de un instructor.

Acceso a Harvard mediante Share Point

The student site contains areas for each class session. Lectures and guest appearances relevant to the session can be archived on the student site session concludes, and is digitally indexed to allow students to search for specific topics. You will be getting by mail this week an invitation to join the group.

Evaluación del curso:

Calificación:

- resúmenes de casos (15%)
- Participación de clase (45%)
- Proyecto en equipo (40%)

Retroalimentación:

Los estudiantes que no participen mucho serán notificados. Contaran con revisiones y retroalimentación acerca de sus proyectos finales.

Resumen del caso (15%)

Enviar como mínimo 3 hojas de resumen antes de clase a Martha Cabanas (martha.cabanas@upaep.mx).

Criterios para evaluar las participaciones en clase (45%)

- MOC es un curso para la reflexión
 - Los casos permiten que los estudiantes exploren los conceptos.
 - La "respuesta" es menos importante que el proceso de pensamiento
- El rigor analítico es de gran valor
- Datos fuera de los casos no se permiten.
- Levanta la mano para participar
- Basarse en las contribuciones anteriores
- Sea conciso; reunir pruebas; mostrar su lógica
- Integrar los hechos, cuestiones y casos
- Tomar un enfoque constructivo
- Esté preparado para preguntas de seguimiento
- No se permite realizar preguntas al instructor durante la discusión del caso.

Preguntas de los casos

Las preguntas de los casos se subirán al Site de Harvard antes de cada sesión.

Proyecto Final (40%)

Los estudiantes deberán analizar la competitividad de un determinado país (región) y su cluster en equipo.

- Los grupos deberán incluir 4 o 5 estudiantes
- De preferencia que los grupos sean interdisciplinarios.

Proceso de formación de los equipos:

- Los estudiantes son responsables de formar sus propios equipos.
- En el Site se encuentra la información e interés de los participantes en el curso.
- Todos los estudiantes deben de meter sus preferencias en términos de países y clusters en el Country Group Project Poll
- Todos los estudiantes ya deben haber leído el proyecto de la competitividad de los países

Course Outline for 2014

| Module | Session | Case Study | Readings |
|---|--|--|--|
| Introduction | Introduction to Competitiveness: Overall Framework PN,TS | | |
| Part I: Firms, Industries and Cross-Border Competition | 1. On Competitiveness AM,TS (Sintonía) | • Finland and Nokia | • <i>On Competition</i> Chapters 1, 8 |
| | 2. Competing Across Locations & Global Strategy for MNCs GH | Volvo Trucks (A): Penetrating the U.S. Market | • <i>On Competition</i> Chapters 2, 5 |
| Part II: Locations and Clusters | 3. The Diamond Model: Advanced Economies PN | • The Japanese Facsimile Industry in 1990 | • <i>On Competition</i> Chapter 6 |
| | 4. Clusters and Cluster Development: Advanced Economies HR | • The California Wine Cluster | • <i>On Competition</i> Chapter 7 |
| | 5. Clusters in Developing Countries PN | • Building a Cluster: Electronics and Information Technology in Costa Rica | |
| | 7. Internationalization of Firms Based in Developing Countries AM | • Atlas Eléctrica: International Strategy | • <i>On Competition</i> Chapter |
| | 8. Institutions for Collaboration BM | • Asociación Colombiana de Plásticos (Acoplásticos) • Swiss Case | |
| Part III: Policy for Nations and Regions | 9. Economic Strategy: Advanced Economies HR | • Singapore Economic Strategy: Independence to 1992 | |

| | Session | Case Study | Readings |
|---|---|--|--------------------------------|
| Economic Strategy: States and Sub-National Regions | 10. Economic Strategy: States and Sub- National Regions TS | <ul style="list-style-type: none"> • The Basque Country: Strategy for Economic Development Strategy for Economic Development. | |
| | 11. Corporate Responsibility TS | <ul style="list-style-type: none"> • De Beers | Shared Value Article by Porter |
| | 12. Attracting Foreign Investment PN | <ul style="list-style-type: none"> • Indonesia: Attracting Foreign Investment | |
| Part IV: Advanced Topics | 13. Urban Development TS 14. Internationalization of Clusters PN | <ul style="list-style-type: none"> • City of New York • Holland Flower Cluster | |
| Course Summary And Project Presentations | Team Project Presentations | | Final Project Reports Due |

Please check the Course Platform for all course dates and assignments

