

Centro Interdisciplinario de Estudios sobre Desarrollo (CIDER)

Curso **SHARED VALUE:**
ventaja competitiva
a través del impacto social

Con Jorge Ramirez Vallejo
Harvard Business School (HBS)



Presentación

Existe en la actualidad una necesidad de nuevos y mejores marcos conceptuales que guíen a las empresas en su relacionamiento con la sociedad. Los modelos tradicionales de responsabilidad social corporativa, filantropía y sostenibilidad, frecuentemente abordan los temas sociales y ambientales como periféricos a la estrategia corporativa, frustrando el potencial con que cuentan las empresas de tener un impacto positivo en la sociedad. El marco conceptual de valor compartido enmarca los problemas sociales y ambientales como importantes oportunidades de modelos de negocio y demuestra la inmensa capacidad para la innovación y el escalamiento del impacto.

El concepto de Shared Value no reemplaza la filantropía o la responsabilidad social corporativa, sin embargo, representa una tercer manera para que las empresas se relacionen con la sociedad encontrando oportunidades de negocio y ventajas competitivas enfocadas en la innovación y la diferenciación dentro de una industria, en vez de mitigar los daños, lograr licencia para operar, o responder a los grupos de interés.

En vez de tratar a las empresas solamente como la causa de los problemas sociales y ambientales, el Valor Compartido considera el potencial de las empresas de ser unos jugadores activos conjuntamente con los gobiernos, las ONGs y demás organizaciones en presentar soluciones a problemas globales y locales.

El curso ejecutivo de Creando "Shared Value": Ventaja Competitiva a través del Impacto Social primero introduce el marco conceptual de Shared Value y las distintas formas que se sugieren para generar valor compartido, y a través de casos se estudian situaciones de la vida real de cómo empresas han adoptado esta novedosa alternativa de generar ventaja competitiva. Finalmente, el curso aborda el proceso sobre cómo poner en marcha estas iniciativas y le permite a los participantes reflexionar sobre sus propias empresas y organizaciones para contribuir a tener unas regiones y países más prósperos.

Reciba más información dejando sus datos aquí:

Objetivo

Este curso tiene como objetivo principal dotar al participante con el modelo o marco conceptual que se ha elaborado en el Instituto de Estrategia y Competitividad de la Universidad de Harvard bajo el liderazgo del Profesor Michael E Porter, con la participación del Profesor Mark Kramer y el Profesor Ramirez-Vallejo en lo relativo al Shared Value. De igual manera, el curso busca que el participante adquiera la capacidad de aplicar este marco conceptual en sus empresas para la generación de nuevos modelos de negocio que le generen mayor ventaja competitiva al mismo tiempo que contribuyan a mejorar las condiciones sociales y/o ambientales del entorno donde se encuentran localizadas.

De igual forma, el curso busca mostrar las formas de cómo el gobierno y las demás organizaciones pueden participar con el sector privado para generar un mayor valor social y ambiental, aprovechando la capacidad empresarial de generar valor económico al mismo tiempo que genera valor social.

Contenido

El curso se desarrollará en cuatro sesiones de cuatro horas cada una.

Sesión 1

En esta sesión se hará una introducción al curso, y el estudiante se familiarizará con el marco conceptual de estrategia empresarial, y su relación con valor compartido. Se presentará el concepto básico de valor compartido y la diferencia que existe con las aproximaciones tradicionales de responsabilidad social corporativa y filantropía. Se estudiará el caso de Walmart y el valor compartido como fuente de ventaja competitiva.

Sesión 2

En esta sesión se abordará la segunda forma de generar valor compartido que tiene que ver con la recomposición de la cadena de valor. Se darán muchos ejemplos, y se abordará el proceso para llegar a nuevos modelos de negocios. Adicionalmente, se mirará el concepto de estrategia corporativa y valor compartido. Para ello, se discutirá el caso del Grupo Intercorp, grupo empresarial peruano que ha adoptado una cultura del valor compartido en sus distintas líneas de negocio.

Sesión 3

En esta sesión se abordará la tercera modalidad de generación de valor compartido a través de mejoramiento del ambiente de negocios. Se trata de identificar cómo la empresa puede jugar un papel importante para eliminar los cuellos de botella de competitividad regional y de los respectivos clusters. Para ello se presentará el marco conceptual de clusters e iniciativas de desarrollo de clusters, con foco en la participación del sector privado en su competitividad. Se estudiará el caso de Yara, empresa noruega de fertilizantes y su papel en la competitividad del corredor agroindustrial de Tanzania.

Sesión 4

Esta sesión los participantes trabajarán en grupos para identificar iniciativas potenciales de valor compartido en sus respectivas empresas, las cuales serán presentadas en plenaria para recibir la retroalimentación del profesor Ramirez-Vallejo y de sus compañeros. Se buscará que cada empresa identifique una iniciativa de

cada una de las formas de generar valor compartido; nuevos productos y servicios, ajustes en su cadena de valor, y mejora del ambiente de negocios. Finalmente, en esta sesión se recapitularán los principales elementos del marco conceptual, y se recomendarán mejores prácticas de cómo poner en marcha un programa de valor compartido en sus empresas con el apoyo de las demás organizaciones del entorno.

Metodología

El módulo será enseñado utilizando el método de caso de la enseñanza en la Escuela de Negocios de la Universidad de Harvard, conjuntamente con lecturas, y sesiones de clase magistral. Esta combinación está demostrada que produce el mejor resultado pedagógico al acercar al participante a situaciones reales aplicando los marcos conceptuales aprendidos en clase. Es una aproximación pedagógica de aprendizaje horizontal donde los estudiantes se benefician de las perspectivas de sus compañeros. El método de caso demanda una preparación con anticipación para cada una de las sesiones con base en unas preguntas que acompañan el caso. Con anterioridad al curso, se suministrarán los casos, sus preguntas, y una guía detallada sobre cómo preparar un caso.

Cada una de las sesiones tendrá una discusión de un caso de enseñanza posterior a la presentación conceptual del tema. En total se discutirán tres casos de autoría del Profesor Ramírez-Vallejo conjuntamente con el Profesor Michael E Porter. Habrá presentaciones de video de los protagonistas de los casos analizado en clase.

Profesor

Jorge Ramírez Vallejo

Actualmente se desempeña como miembro del cuerpo profesoral del Harvard Business School (HBS) y Asociado Principal del Institute for Strategy and Competitiveness del Profesor Michael E Porter. Profesor Asociado del Centro Interdisciplinario de Estudios sobre Desarrollo de la Universidad de los Andes en las áreas de estrategia y competitividad. Fundador y Director del Centro de Estrategia y Competitividad en la Facultad de Administración de la Universidad de los Andes. Ha sido profesor de estrategia empresarial y competitividad en los programas en la Universidad de los Andes, del curso "Microeconomía de la Competitividad y Desarrollo Económico" en el Harvard Business School, y del curso para ejecutivos en Harvard sobre "Valor Compartido del Sector Privado: Social y Económico." Autor de varios casos de enseñanza de Harvard y artículos publicados en revistas especializadas.

En el año académico 2001-2002 estuvo como Visiting Scholar en el David Rockefeller Center for Latin American Studies de la Universidad de Harvard. Fue Director del Magister en Administración con concentración en Gestión Pública de la Facultad de Administración en la Universidad de los Andes. Representante del Grupo Nutresa para la negociación de los tratados de libre comercio de Colombia con Mercosur y los Estados Unidos. Director del Programa de Reestructuración del Sector Cafetero Colombiano y Asesor económico e internacional de la Gerencia de la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia.

En el sector público se ha desempeñado como Presidente de la Financiera de Desarrollo Territorial (FINDETER), Director General del Instituto Colombiano de Hidrología, Meteorología y Adecuación de Tierras (HIMAT), y Jefe de Unidad del Departamento Nacional de Planeación.

Ha trabajado también como economista en el Banco Inter-Americano de Desarrollo (BID) en Washington D.C., e investigador económico del Departamento de Economía Aplicada de la Universidad de Minnesota; del US Army Corps of Engineers en St Paul Minnesota; analista económico del IFPRI en Washington, DC; y del East-West Center, en Honolulu, Hawaii.

En la actualidad asesora empresas nacionales y extranjeras en temas de estrategia empresarial y valor compartido, y a ciudades, regiones y países en asuntos de competitividad. Ha sido consultor en temas de competitividad y estrategia en Colombia, Estados Unidos, México, Brasil, Perú, Argentina, Haití, Botsuana y Mongolia. Facilitador de varias iniciativas de competitividad del orden nacional y subnacional y de desarrollo de clusters. Ha capacitado y asesorado a un grupo amplio de empresas y organizaciones.

Ha recibido varios reconocimientos como el del "Distinguished Leadership Award for Internationals 2017" de la Universidad de Minnesota; el Reconocimiento a la Excelencia y el Liderazgo de la Escuela Colombiana de Ingeniería en el 2015; y el "Santo-Domingo Fellowship" de la Universidad de Harvard en el 2001. Fue exaltado como uno de los "Diez Jóvenes Sobresalientes Ejecutivos de Colombia- 1999" por la Cámara Júnior de Colombia.

Es Ingeniero Civil de la Escuela Colombiana de Ingeniería, con Maestría en Ingeniería Civil de la Universidad del Estado de Colorado, Maestría y Ph.D. en Economía Aplicada de la Universidad de Minnesota.

Eventualmente la Universidad puede verse obligada, por causas de fuerza mayor a cambiar los profesores presentados en este documento.

Dirigido a

El curso está orientado tanto para empresarios que buscan entender cómo mejorar sus ventajas competitivas al mismo tiempo que ayudan a resolver los problemas ambientales y sociales del entorno. Ejecutivos que quieren migrar de la tradicional responsabilidad corporativa hacia nuevos retos de modelos de negocios que les permiten alcanzar mayores ventajas competitivas. De igual manera, el curso está orientado a los funcionarios públicos y gremiales responsables del desarrollo regional, para aprender maneras novedosas de cómo aliarse con el sector privado para lograr un desarrollo más inclusivo y participativo de mayor impacto. Finalmente, el curso está también dirigido a líderes de organizaciones no gubernamentales que buscan entender mejor el papel del sector privado en el desarrollo económico, y cómo sumar esfuerzos con el sector privado para tener un mayor impacto.

Duración, horario, lugar

Horario: Del 15 al 16 de noviembre de 2018. Jueves y Viernes de 8:00a.m. a 5:00p.m.

Duración: 16 horas (4 seiones - 2 días)

Lugar: Universidad de los Andes, Sede Centro.

Requisitos

Profesionales empresarios y ejecutivos.

Inversión

\$2,400,000 hasta el 31 de octubre de 2018.

\$2,640,000 hasta el 12 de noviembre 2018.

Consulte nuestra política de descuentos.

Certificado

La Universidad de los Andes otorgará un certificado de asistencia, a los participantes que cumplan con los requisitos académicos definidos por el Centro Interdisciplinario de Estudios Sobre Desarrollo (CIDER) y hayan cursado como mínimo el 85% de horas programadas.

Modalidades de pago

- Pago electrónico¹
- Pago en efectivo o cheque²
- Crédito educativo Banco Pichincha³
- Pago con tarjeta débito o crédito en la oficina de Educación Continuada
- Carta de Compromiso de la empresa⁴

1. Para realizar pago electrónico haga clic aquí o diríjase a nuestra página web <http://educacioncontinuada.uniandes.edu.co>, seleccione el curso de su interés y siga las instrucciones. En caso de cualquier inquietud, por favor comuníquese al 332 43 63 o envíenos un correo a educacion.continuada@uniandes.edu.co.
2. Para realizar pagos en efectivo o cheque es necesario expedir una factura con la cual puede dirigirse a cualquier sucursal del Banco de Bogotá o Banco Itaú a realizar la transacción. Para descargar este documento haga clic aquí o diríjase a nuestra página web <http://educacioncontinuada.uniandes.edu.co>, seleccione el curso de su interés y siga las instrucciones. En caso de cualquier inquietud, por favor comuníquese al 332 43 63 o envíenos un correo a educacion.continuada@uniandes.edu.co.
3. Para más información haga clic aquí. En caso de cualquier inquietud, por favor comuníquese al 332 43 63 o envíenos un correo a educacion.continuada@uniandes.edu.co.
4. Carta de la entidad en la que solicita su inscripción y se compromete a realizar el pago correspondiente, a favor de la Universidad garantizando su participación. Por favor tenga en cuenta las siguientes recomendaciones: La carta debe enviarse en papelería oficial de la entidad con el Número de Identificación Tributaria (NIT), la dirección, correo electrónico y número telefónico; la carta debe ser firmada por la persona facultada para autorizar el pago; la Universidad confirmará con la entidad la inscripción de sus funcionarios y expedirá la factura de pago; la no asistencia de las personas inscritas, no exime a la entidad de la responsabilidad del pago. Para ver el modelo de carta haga clic aquí. En

caso de cualquier inquietud, por favor comuníquese al 332 43 63 o envíenos un correo a educacion.continuada@uniandes.edu.co.

Notas

Eventualmente la Universidad puede verse obligada, por causas de fuerza mayor a cambiar sus profesores o cancelar el curso. En este caso el participante podrá optar por la devolución de su dinero o reinvertirlo en otro curso de Educación Continuada que se ofrezca en ese momento, asumiendo la diferencia si la hubiere.

Mayores Informes

Dirección de Educación Continuada
Edificio Aulas, Cra. 1ª No. 19 - 27 Oficina AU 110
<http://educacioncontinuada.uniandes.edu.co>
E-mail: educacion.continuada@uniandes.edu.co

Tel Directo: (57-1) 3324363 Tels.: (57-1) 339 4949 / 99, Ext. 2204