

DOMINA LAS NUEVAS REGLAS EN EL DISEÑO DE PROPUESTAS DE VALOR EN UN ENTORNO DE ECOSISTEMAS PARA LAS PYMES INDUSTRIALES TECNOLÓGICAS, Y SUPERA LAS LIMITACIONES DEL BUSINESS MODEL CANVAS.

Más del 90% de las PYMES industriales entrevistadas, y a pesar de haber utilizado el “Business model CANVAS” para el diseño de sus propuestas de valor, con lo que cuentan, más bien, es con una lista de objetivos, que ya los tenían de antes, y no con lo que es precisamente “una propuesta y de valor”. Lo que conlleva a implicaciones diferentes en la toma de decisiones de las organizaciones y sus consecuencias en cuanto al eficiente uso de sus limitados recursos. Esto es lo que denominamos los efectos del “Business model CANVAS Myopia”. De hecho, nuestras PYMES industriales llevan algo más de una década sin “valor” en el diseño de sus propuestas. Nivel: Practitioner

TEMÁTICA	Estrategia, Emprendimiento e Innovación
HORAS/ECTS	4 HORAS
CALENDARIO	20/10/2025 - 13/08/2025
LUGAR	<u>Arrasate-Mondragón</u>
IDIOMA	Español
MODALIDAD	Presencial

Más información
e inscripción

PRESENTACIÓN

Durante los pasados 7 años he realizado el siguiente ejercicio aplicado a diversos tipos de perfiles responsable de PYMES industriales, tanto propietarios/as, miembros de los consejos de administración, CEOs, y equipos directivos, todos operando desde los sectores más tradicionales, como el del papel hasta los menos tradicionales, como el de las biociencias.

Los antecedentes al ejercicio consistían en evaluar sus planes estratégicos de empresa para los próximos 3 años. El ejercicio comenzaba entonces cuando les proponía el siguiente reto. Enumérame, por favor, los objetivos de su empresa por orden de prioridad y urgencia. Una vez con la lista de todos los objetivos en la mano, les preguntaba que me dijeran cual era la propuesta de valor de sus empresas. Prácticamente en la totalidad de los casos apenas existía diferencia entre los objetivos y la propuesta de valor. Ante la pregunta: Si ambos contenidos de trabajo desprenden la misma respuesta, ¿Por qué cree que se llaman

de diferente manera? Y lo mas curioso ¿Por qué razón ha destinado recursos y tiempo para obtener el mismo resultado?

La argumentación y las preguntas generaban dudas y confusión en el mas del 90% de los/as directivos/as, e incluso frustración achacando a lo teórico que son estos términos, y por ello dicha confusión. Sin embargo, y viendo como ha sido aplicado el método en sus organizaciones, veo que el problema ha residido en el incorrecto uso y tratamiento del “business model canvas”, como método y herramienta. Tanto si estás en el momento de (i) reflexionar sobre tu estrategia o (ii) estás pensando en crear o revisar tu propuesta de valor y no quieres perder tiempo y desmotivar a tu personaleste es tu curso.

El formato del curso puede ser presencial, online o una mezcla de ambos.

Contacto **contenido**

GERMAN ANITUA
+34600043168
ganitua@mondragon.edu

Contacto **matrícula**

AINHOA GORONAETA
+34 664 266716
agoronaeta@mondragon.edu

OBJETIVOS

Este curso cubre:

- Entender correctamente la contribución del “business model canvas” a tu empresa.
- Entender las implicaciones de diseñar una propuesta de valor “normal” a una “específica” frente a una “única”.
- Practicar el diseño de una propuesta de valor “específica” frente a una “única”.
- Entender y practicar las relaciones de los elementos en su diseño para generar una propuesta de valor “específica”.
- Diferenciar claramente un objetivo de una propuesta de valor.
- Entender la relevancia de la propuesta de valor frente a los objetivos y su relación de interdependencia en la estrategia de la empresa.
- Entender el nefasto impacto en tu organización del no correcto diseño de la propuesta de valor y todos sus desencadenantes.

DIRIGIDO A

Este curso está dirigido a organizaciones industriales donde el diseño de una correcta estrategia es determinante por (i) el sector, (ii) ubicación actual en la cadena de valor, (iii) dependencia de tecnología de terceros, (iv) dependencia del diseño del producto de terceros.

- En PYMES a los/as responsables de I+D+i, gerencia, dirección de marketing, desarrollo de producto/

mercado. Dirección financiera. Dirección de planta. A todos/as aquellos/as responsables o relacionados con el proceso de toma de decisiones.

- En grandes empresas: Gerencia, dirección, mandos intermedios, directores de I+D, innovación, marketing, producción. A todos/as aquellos/as responsables o relacionados con el proceso de toma de decisiones.
- En instituciones públicas: Responsables de gobiernos locales, regional y nacionales en materias de industria y competitividad. A todos/as aquellos/as responsables en la toma de decisiones.
- En clusters: Directivos/as de clusters. A todos/as aquellos/as responsables en la toma de decisiones.

PROGRAMA

Las 4 horas cubren los siguientes grandes módulos con sus correspondientes contenidos.

SESIÓN 1: 4 horas (mañanas o tardes)

Módulo 1: El business model canvas y como lo has utilizado hasta ahora: La teoría según libro!

A lo largo de este módulo presentaré brevemente (para lo que no estén afianzados con el concepto) lo que es el business model canvas. La razón de su origen y su diseño. Seguidamente, trabajaremos “la forma” de como se trabaja la propuesta de valor en la actualidad en nuestras PYMES industriales, y presentando lo equivocado de como los hacemos.

Módulo 2: El diseño de un valor específico

A lo largo de este módulo trabajaremos como se debe de diseñar un valor de carácter específico y no general como la hacemos ahora, y como debido a la interpretación teórica del canvas no lo estamos haciendo correctamente y de ahí las confusiones. Seguidamente veremos como debemos articular 4 elementos clave business model canvas, olvidados hasta hoy, del business model canvas para llegar a ello.

Módulo 3: Contraste en los diseños

A lo largo de este módulo trabajaremos el diseño completo de tu propuesta de valor diferenciando el antes y el después. Además, presentaremos las implicaciones de un nuevo diseño en el resto de la organización.

METODOLOGÍA

La metodología está diseñada por el autor German Anitua Azkarate con la ayuda de varios ingenieros directivos de PYMEs industriales junto con profesores de las prestigiosas escuelas de negocio como el M.I.T., Manchester y Cambridge, IMD.

Los contenidos están diseñados para que se ajusten a la realidad de las PYMES industriales que hacen uso de tecnologías.

RESULTADOS

Los resultados serán los siguientes:

- Entenderás correctamente la contribución del “business model canvas” a tu empresa.
- Entenderás las implicaciones de diseñar una propuesta de valor de NO VALOR o lo que viene a ser la clásica y normalmente aplicada al diseño de una de valor que debe de ser una “específica” frente a una “única”.
- Practicarás el diseño de una propuesta de valor “específica” frente a una “única”.
- Entenderás y practicarás las relaciones de los elementos en su diseño para generar una propuesta de valor “específica”.

- Diferenciarás claramente un objetivo de una propuesta de valor.
- Entenderás la relevancia de la propuesta de valor frente a los objetivos y su relación de interdependencia en la estrategia de la empresa.
- Entenderás el nefasto impacto en tu organización del no correcto diseño de la propuesta de valor y todos sus desencadenantes.
- Saldrás con una propuesta de valor diseñada para tu empresa que te dará luz para saber ordenará las actividades principales de tu organización en tiempo y dedicación.

PRECIO

490€

Importe anual previsto 2024-25

Si te matriculas antes del 10 de abril, el precio será
de

440€

<https://www.mondragon.edu/cursos/es/domina-las-nuevas-reglas-en-el-diseno-de-propuestas-de-valor-en-un-entorno-de-ecosistemas-para-las-pymes-industriales-tecnologicas-y-supera-las-limitaciones-del-business-model-canvas>