

# CURSO EN DISEÑO DE LA EVOLUCIÓN DE TU PROPUESTA DE VALOR EN EMPRESAS INDUSTRIALES DE BASE TECNOLÓGICA Y EL EFECTO DE LA LEY DEL WASTING ABUNDANCE

**TEMÁTICA** Estrategia, Emprendimiento e Innovación

**HORAS/ECTS** 12 HORAS

**CALENDARIO** 22/02/2023 - 29/03/2023

**LUGAR** Hernani  
Campus Galarreta

**IDIOMA** Español

**MODALIDAD** Presencial

**Más información  
e inscripción**

## PRESENTACIÓN

En estas casi dos últimas décadas y desde que la presentación del trabajo de Alex Osterwalder “Canvas business model”, tomó repercusión muchos han sido el número de proveedores que han proliferado en el campo de esta tan sutil y compleja sabiduría. De hecho, tantos son que hoy en día se ha llegado al punto en donde se ha perdido la esencia de la palabra “valor”. Sin embargo, entender el concepto de valor y diseñar su propuesta es una tarea bien complicada y en la que se incurren elementos mas allá de los clásicamente trabajados en las plantillas de los libros de Osterwalder.

Como consecuencia de no contar las empresas con una eficazmente diseñada propuesta de valor, los resultados no son los esperados y por ello deciden ejecutar estrategias como las de diferenciación y diversificación con el fin de ampliar sus posibilidades de retorno. Si bien este tipo de estrategias puede jugar de manera positiva en las organizaciones, en la gran mayoría de las mismas juega en su contra haciendo perder el foco o “focus” a la organización. El no perder el foco es una de las principales y primeras leyes de la estrategia del “management”. Esta falta de foco hace a las organizaciones, y en cuanto al valor supuestamente generado, llevar a un estadio de “wasting abundance”.

Entender el concepto de valor y diseñar su propuesta es mas complicado de lo que nos está sugiriendo. De hecho, tras auditar decenas de propuesta de valor de varias empresas he visto como estas “propuesta de valor” no hacen referencia a valor alguno.

Esta formación, totalmente práctica, te capacitará en saber como diseñar una propuesta de valor evitando el efecto del “wasting abundance” bajo los criterios de “uniqueness y specific”.

## OBJETIVOS

Tres son los objetivos principales de esta formación:

- Primero, capacitarte en formular tu propuesta de valor más allá de las plantillas por todos conocidas. Profundizar en las bases de su formulación.
- Segundo, capacitarte en saber auditar tu actual propuesta de valor para determinar el “grado” de valor de la misma.
- Tercero, capacitarte para la construcción de TU propuesta de valor capaz de ser alineada con tu estrategia, sea sostenible en el mayor tiempo posible y con garantías de ser ejecutable.

Objetivos secundarios son:

- Conseguir una visión compartida de la dirección a seguir entre tod@s l@s emplead@s
- Entender que el foco no debe estar en nuestra empresa sino en una determinada constelación de actores.
- Conseguir que nuestras aspiraciones de innovación no sean inconsistentes con los objetivos estratégicos de la organización.
- Entender que a pesar de que nuestras aspiraciones sean correctas su alineamiento con los objetivos estratégicos hace que no puedan ser ejecutadas. Es decir, las intenciones son buenas, pero no se pueden ejecutar.
- Liderazgo, liderazgo, liderazgo. Como líder debes de conducir el cambio y tener la confianza de que otras puedan hacer su trabajo.

## DIRIGIDO A

Este curso está dirigido a:

- A directivos-directivas y/o propietarios-propietarias de micropymes interesad@s en
  - (i) saber formular su propuesta de valor
  - (ii) auditar su actual propuesta.
- A directivos-directivas y/o propietarios-propietarias de PYMES interesados-interesadas en
  - (i) saber formular su propuesta de valor
  - (ii) auditar su actual propuesta.
- A directivos-directivas y/o propietarios-propietarias de grandes empresas interesados-interesadas en
  - (i) saber formular su propuesta de valor
  - (ii) auditar su actual propuesta.

## PROGRAMA

El curso se compone de 6 sesiones de trabajo que durante 30 horas cubren 6 grandes módulos.

**Módulo 1: La organización. Elementos previos al diseño de una propuesta de valor**

En este módulo nos capacitaremos en entender todos aquellos aspectos de la organización necesarios de conocer, dominar, así como la relación necesaria existente entre los mismos para diseñar las bases de las preguntas necesarias para trabajar en los elementos que serán los inicios de la propuesta de valor.

Este módulo es de vital importancia para tod@s aquell@s que ya tengan o aún no diseñada su propuesta de valor.

En este módulo trabajaremos todos los elementos previos.

## **Módulo 2: Validando los elementos base a considerar frente a lo que es una misión, objetivos, slogan y propuesta de valor.**

En este módulo nos capacitaremos en entender como preguntarnos, dar respuesta a nuestras preguntas y valorar cada tipo de respuesta para saber si cada respuesta procede para ser incorporada en el método o deberíamos aún reflexionar sobre la pregunta para conseguir una respuesta de cierto nivel y así proceder con el método.

Este módulo mide la calidad de las respuestas. El método no deja avanzar sin que las respuestas a cada pregunta haya salvado el “threshold” marcado.

En este módulo diseñaremos nuestras preguntas y trabajaremos las respuestas.

## **Módulo 3: Familiarizándonos con los componentes de la propuesta de valor**

En este módulo nos capacitaremos en (i) entender los componentes básicos del método, (ii) como deben de articularse para tener sentido y (iii) como nuestras respuestas facilitarán esta articulación.

En este módulo diseñaremos nuestra propuesta de valor.

## **Módulo 4: Construcción y orquestando nuestra propuesta de valor**

En este módulo nos capacitaremos en construir nuestra propuesta y orquestar sus elementos para posteriormente poder capturar el valor generado.

## **Módulo 5: De la generación de la propuesta de valor a la captura del valor propuesto**

En este módulo haremos una introducción al “canvas business model” y su relación con la propuesta de valor. Trabajaremos los elementos esenciales del “business model” para que nuestra propuesta de valor pueda llegar a ser capturada en el mercado.

## **Módulo 6: Cierre y validación del valor diseñado,**

A lo largo de este módulo haremos un breve resumen de los pasos trabajados, recordaremos el método y sus fases y auditaremos o validaremos las diferentes propuestas de valor generadas y lo cercanas o no que están a que sean capturadas en el mercado.

La sesión será también inminentemente práctica.

## **METODOLOGÍA**

La metodología está diseñada por German Anitua. Un método que ha sido fruto de las diversas conversaciones y sesiones formativas con los académicos que han estado en relación directa con Alex Osterwalder durante su tesis y diseño de los canvas “value proposition” y “business models” y tras haber validado el método tanto en empresas como en sesiones formativas.

La capacitación es inminentemente práctica si bien se asienta en elementos teóricos que deben de trabajarse correctamente para que la practica resulte ser válida.

## RESULTADOS

Tras esta intensa formación los resultados serán:

- Un proceso replicable, mas allá de las plantillas clásicas para el diseño de tu propuesta de valor.
- Una propuesta de valor con la posibilidad de ser entendida y compartida en la organización.
- Una propuesta de valor con la posibilidad de ser ejecutable.
- Una propuesta de valor con impacto en el corto plazo.

---

<https://www.mondragon.edu/cursos/es/propuesta-de-valor-and-the-law-of-wasting-abundance>