

GUIA DOCENTE

MÁSTER UNIVERSITARIO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

MUBAFT 03

Curso 2024-2025

ASIGNATURA

Nombre: Transformación Empresarial

Tipo de asignatura: *Optativa*

Créditos: 3 ECTS

Idioma de docencia: CASTELLANO

Coordinador de la asignatura: Enrique Schonberg-Schwarz

Profesor de la asignatura: Enrique Schonberg-Schwarz y Xavier Marcet

PRESENTACIÓN DE LA ASIGNATURA

Descripción

La asignatura de **Transformación Empresarial** se presenta como un análisis profundo del management y sus necesidades actuales y futuras. Enfocándose en la sincronización de capacidades y oportunidades, aborda la transformación cultural, la gestión de personas, y la integración de aspectos clave como las **empresas familiares**, la **sostenibilidad** y el uso estratégico de **fondos europeos** como elementos fundamentales en todo proceso de cambio, sea una empresa europea o de otra región en alianza con empresas europeas.

Un aspecto destacado de la asignatura es la exploración de la relación entre tecnologías digitales, inteligencia artificial y personas, siguiendo el paradigma de la **suma de inteligencias**. Se analizará cómo estas herramientas pueden colaborar de manera sinérgica para potenciar la eficiencia, la sostenibilidad y la innovación en el entorno empresarial. Además, se estudiará la transformación empresarial desde la perspectiva de los ecosistemas de competitividad e innovación, incluyendo oportunidades asociadas a programas europeos (por ejemplo, en América Latina, iniciativas de cooperación entre empresas europeas y latinoamericanas como **AL-Invest** entre otras)

Los participantes explorarán, además, la interconexión entre estrategia, crecimiento, innovación, transformación digital, gestión de personas, comunicación y construcción de marca, abordando su papel fundamental en los procesos de transformación empresarial. A través de un enfoque holístico, se analizarán casos prácticos de **empresas familiares** que han superado desafíos como la sucesión y la profesionalización, integrando estrategias sostenibles en sus operaciones. Además, se estudiarán ejemplos de empresas que, gracias a fondos europeos, han transformado sus modelos de negocio hacia la sostenibilidad y la internacionalización, proporcionando una visión práctica de cómo integrar estos elementos para generar impacto competitivo y sostenible.

Competencias a adquirir

- Comprender y aplicar la interrelación entre estrategia, planificación, innovación, sostenibilidad, transformación digital y gestión de personas, favoreciendo un enfoque holístico en la toma de decisiones empresariales.

- Identificar los desafíos de las empresas familiares, como la sucesión y la profesionalización, para diseñar estrategias que incorporen valores familiares, promuevan la sostenibilidad y generen ventajas competitivas.
- Comprender la sostenibilidad en los modelos de negocio, evaluando su impacto en la competitividad, el entorno social y medioambiental, mientras se fomenta la innovación como clave para el crecimiento empresarial.
- Evaluar el papel transformador de programas como AL-Invest para impulsar la innovación, la sostenibilidad y la internacionalización, optimizando las oportunidades de cooperación entre empresas.
- Desarrollar habilidades para liderar procesos de transformación en contextos dinámicos, gestionando la complejidad con una cultura organizacional abierta a la innovación y el cambio continuo.
- Conectar de manera efectiva personas, estrategia, sostenibilidad e innovación, integrando múltiples perspectivas para liderar organizaciones en entornos complejos y dinámicos.

Resultados de aprendizaje

- Adquirir una visión integral sobre la evolución de las organizaciones y comprender las razones detrás del surgimiento de nuevos modelos de gestión.
- Investigar prácticas empresariales innovadoras adoptadas por las organizaciones más avanzadas, analizando sus diferencias y evaluando los resultados obtenidos.
- Practicar la aplicación de enfoques autogestionados en el ámbito laboral, explorando los beneficios y desafíos asociados a este cambio.
- Profundizar en la comprensión de cómo implementar efectivamente estos cambios en las estructuras organizativas, identificando estrategias para su ejecución.

Metodología docente

Context Based Experiential Learning: A través de un contexto determinado (por ejemplo: un caso concreto, una situación real para los participantes) facilitar una experiencia personal y de grupo que permita un aprendizaje más profundo.

Evaluación (sistema de evaluación, sistema de cualificación...)

Resolver un caso práctico, argumentando las razones por las que se toman determinadas decisiones.

Actividades formativas

Sesión	Tema
Sesión 1- Xavier Marcet	Innovación y Transformación Digital: Suma de Inteligencias en el Entorno Empresarial
Sesión 2- Enrique Schonberg Schwarz	Estrategia y Transformación Empresarial: Integración de Capacidades y Oportunidades

Sesión 3- Enrique Schonberg Schwarz	Gestión de Personas en la Transformación: Estrategias para el Cambio Continuo
Sesión 4- Enrique Schonberg Schwarz	Síntesis del Management y Comunicación: Integrando Estrategia, Crecimiento e Innovación
Sesión 5- Enrique Schonberg Schwarz	Ecosistemas de Competitividad e Innovación: Evaluación de Oportunidades y Riesgos

PROFESORADO

Xavier Marcet

- Consultor en estrategia, innovación y transformación con una amplia experiencia internacional.
- Lidera Lead To Change, una consultoría boutique con la que trabajan con empresas de toda dimensión a nivel internacional.
- Profesor de la Barcelona School of Management (UPF) y preside Patronato de gestión de la Escuela de Negocios Euncet,
- Presidente del Institut d'Arquitectura Avançada de Catalunya.
- Presidente Fundador de la Barcelona Drucker Society, un movimiento entorno a la humanización del management y las empresas.
- Colaborador de La Vanguardia con artículos de Management y de la Revista Digital Sintetia.com, ha escrito diversos libros, "Cosas que Prendemos después" (Plataforma Editorial, 2010), "Esquivar la Mediocridad" (Plataforma Editorial, 2018) "L'impacte de la intel·ligència artificial a les empreses" (2020, editado por la Generalitat de Catalunya).

Enrique Schonberg Schwarz

- Profesor Asociado UPF (Dirección Estratégica)
- Socio de Business Week Barcelona, empresa de servicios para empresas de Latinoamérica
- Socio de AREAEXPORT consultora especializada en internacionalización y estrategia para PYMES catalanas y españolas
- Consultor en proyectos internacionales
- PhD Student
- PDD Programa de Desarrollo Directivo IESE.
- Máster Comercio y Finanzas Internacionales Universitat de Barcelona.
- Licenciado en Administración Universidad de Buenos Aires

BIBLIOGRAFIA

Recomendada:

- Cornella, A. (2019) Cómo innovar sin ser Google. Barcelona, Ed Profit.
- Cornella, A. (2021) Modelos y herramientas para innovar. Barcelona, Ed Profit.
- Fernández, E. (2005). Estrategia de innovación. Madrid: Thomson.
- García-Manjón, J.V, Rodríguez-Escobar, J. A. (2010). El ABC de la innovación: definiciones, modelos y conceptos.
- Granstrand, O. y Holgersson, M. (2020). Innovation ecosystems: a conceptual review and a new definition. Technovation.
- Hattori, Shu (1016). La estrategia McKinsey: Principios de éxito de la consultora de negocios más poderosa del mundo. Editorial Aguilar.
- Kim, W. C., & Mauborgne, R. La estrategia del océano azul.
- Rogers, D. L. (2021). Transformación Digital: Cómo las tecnologías disruptivas están transformando las empresas. Editorial Empresa Actica.
- Schwab, K. (2016). La Cuarta Revolución Industrial. Editorial Debate.
- Senge, P. M. (2019). La quinta disciplina: El arte y la práctica de la organización abierta al aprendizaje. Ediciones Granica.
- Yeung, A., & Ulrich, D. (2019). Reinventing the Organization. Harvard Business Review Press.