 <p>PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CHILE</p>	PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CHILE	Versión: 05
	<p>Formato</p> <p>DESCRIPTOR PROGRAMAS</p> <p>ACTIVIDADES Y CURSOS SIN CRÉDITOS</p>	Fecha: 25/04/2018

UNIDAD ACADÉMICA

Escuela de Ingeniería

VERSIÓN 2018

MODALIDAD

Presencial

NOMBRE DE LA ACTIVIDAD: Estudio de Mercado

NOMBRE EN INGLÉS: Market Analysis

PRESENTACIÓN

La globalización de las economías, el rol actual de la información y tecnologías de comunicación y la consecuente convergencia de los mercados afecta a la mayoría de las industrias, y las hace cada vez más dinámicas.

DESCRIPCIÓN

Esta actividad fue solicitada por Chilecompra con el fin de capacitar y reforzar competencias de sus funcionarios en análisis de estudio de mercado.

Dado a que relevante comprender cómo se estructuran las industrias, cómo las afecta la tecnología y la regulación y cómo interactúan unas con otras. El análisis industrial identifica los factores del entorno que definen una industria y ayuda a comprenderlos de una manera lógica. Esto implicará que se caracterice la estructura de la industria, sus elementos principales, el grado y naturaleza de la competencia y su evolución.

El presente curso considera exposiciones presenciales, trabajo práctico en grupos (casos de estudio) y el desarrollo de un documento escrito basándose en los contenidos aprendidos durante las clases.

DIRIGIDO A/PÚBLICO OBJETIVO

El programa está orientado a profesionales que actualmente se desempeñan en Chilecompra, en las áreas: División Convenio Marco y División Usuarios.

REQUISITOS DE INGRESO

- Título técnico o profesional de 4 años.
- Acreditar al menos 1 año de experiencia profesional en análisis ambiental.

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE


- Adquirir herramientas para analizar industrias y comprender las causas y efectos de su estructura, logrando bajo ciertas condiciones, predecir su evolución.
- Distinguir qué tipos de información y técnicas pueden ayudar a tomar decisiones más efectivas dentro de una industria.
- Reconocer las estrategias de para competir de las distintas empresas de una industria y el desempeño a que ellas conducen.

DESGLOSE DEL CURSO

Horas cronológicas: 16; **Horas pedagógicas:** 21

Resultados del Aprendizaje

- Conocer las condiciones básicas que determinan un mercado como un sistema dinámico
- Interpretar alguna experiencia en la toma de decisiones en la administración, bajo escenarios simplificados y, cuando sea posible, extender esa experiencia a casos reales.
- Entender los alcances del tamaño de la firma en términos de procesos productivos que integra y evaluar si puede originar una ventaja competitiva.
- Saber detectar las ventajas competitivas en una firma y determinar si estas son sostenibles en el tiempo.
- Reconocer la existencia y prevenir la estrategia de los competidores.

 <p>PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CHILE</p>	PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CHILE	Versión: 05
	<p>Formato</p> <p>DESCRIPTOR PROGRAMAS</p> <p>ACTIVIDADES Y CURSOS SIN CRÉDITOS</p>	Fecha: 25/04/2018

Contenidos:

Condiciones básicas de un mercado (4 horas)

- Introducción a la política antimonopolios: roles de la FNE y del del TDLC, política ante abusos de posición dominante, colusión, cohecho, y el cambio de la Ley agosto 2017
- Diferencia entre mercados e industria
- Definición del mercado relevante
- Elasticidad cruzada de la demanda: sustitutos y complementos
- Estructura de costos de largo plazo (economías de escala, ámbito y experiencia)
- Grado de cambio tecnológico
- Mercados regulados

Estructura del mercado (2,5 horas)

- Competencia Perfecta, Monopolio y Oligopolios
- Elasticidad precio de la demanda y cambios en el ingreso y rentabilidad
- Elasticidad precio de la demanda y poder de mercados
- Ingresos de las firmas y su rentabilidad; participación de mercados
- Concentración de mercados
 - Razón de concentración N firmas
 - Índice Herfindahl Hirshman
 - Número equivalente
- Grado de diferenciación del producto
- Barreras a la Entrada y amenaza de nuevos entrantes
- Grado de integración vertical

Prácticas de tarificación (1,5 horas)

- Discriminación de precios
- Ventas atadas
- Otras prácticas

Introducción a la metodología de la Investigación de mercados como herramienta efectiva de recopilación de información (3 horas)

- Fuentes primarias y secundarias
- Desk research
- Matrices de análisis de mercado


Construcción de instrumento de medición para caracterizar y cuantificar un mercado (5 horas)

- Estrategia competitiva y factores críticos de éxito
- Identificar posibles estrategias de empresas competidoras
- Cadena de valor sectorial
- Perfil de empresas competidoras – Grupos estratégicos
- Dimensiones competitivas por grupos estratégicos
- Revisión Caso aplicado (levantamiento de la investigación hasta el análisis de los resultados)

Metodología de enseñanza y aprendizaje:

La metodología se basa en el concepto de “aprender haciendo”, lo que significa que el foco del aprendizaje está puesto en la experiencia que realizan los participantes, siendo las distinciones conceptuales, un complemento del proceso, para ello se contempla:

- Exposiciones conceptuales y participativas apoyadas por presentaciones PowerPoint.

 <p>PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CHILE</p>	PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CHILE	Versión: 05
	<p>Formato</p> <p>DESCRIPTOR PROGRAMAS</p> <p>ACTIVIDADES Y CURSOS SIN CRÉDITOS</p>	Fecha: 25/04/2018

- Clases expositivas e interactivas, donde el profesor realizará un conjunto de preguntas a los alumnos, con el propósito de aprovechar la historia y experiencia de los participantes.
- Actividades prácticas de análisis acordes a las necesidades e intereses de los participantes y la organización; éstas se realizarán típicamente en grupos conformados por 3 o 4 personas.
- Análisis colectivos de los casos al finalizar las actividades prácticas.

Evaluación de los aprendizajes

Documento escrito y cubrirá las técnicas y conceptos enseñados en las clases. Se debe estructurar de la siguiente forma:

1. Planteamiento del problema: por qué es necesario o interesante realizar un análisis en esa industria
2. Presentar la industria y su evolución
3. Discusión de los elementos conceptuales relevantes presentados en el curso para este análisis
4. El análisis de la industria elegida y sus desafíos de acuerdo a los elementos relevantes presentados
5. Conclusión
6. Fuentes y referencias

BIBLIOGRAFÍA

Cabral, L. "Introduction to Industrial Organization", 2000. (disponible en internet <http://luiscabral.org/economics/books/iio2/>)

Notas de Clases

JEFE DE PROGRAMA

CLAUDIA HALABÍ KANACRI

Ingeniero Comercial, U. de Chile; Ph.D. en Economía, U. de Georgia, EEUU, Directora Ejecutiva, Educación Profesional Ingeniería UC, con especialización en organización industrial y análisis de productividad. Executive Program in Corporate Strategy, U. de Chicago. Disciplines of Innovation Certificate, U. de Stanford.

CUERPO DOCENTE

CLAUDIA HALABÍ KANACRI

Ingeniero Comercial, U. de Chile; Ph.D. en Economía, U. de Georgia, EEUU, Directora Ejecutiva, Educación Profesional Ingeniería UC, con especialización en organización industrial y análisis de productividad. Executive Program in Corporate Strategy, U. de Chicago. Disciplines of Innovation Certificate, U. de Stanford.

PATRICIA ACEVEDO


Ingeniero Comercial. Magíster en Gestión y dirección de empresas (MBA), Departamento de Ciencias Físicas y Matemáticas, Universidad de Chile. ESADE España. Estudios de post grado en Financial Economics Columbia University. Diploma in Management & Innovation, Georgetown University. Washington. Ha participado en investigaciones asociadas al ámbito público para el Ministerio del Medio Ambiente y Ministerio de Hacienda en evaluaciones de impacto. Consultor en mercados industriales dirigiendo investigaciones aplicadas por más de 12 años en empresas como Masisa, Sherwin Williams, Gerdau Aza, Henkel, Sika, CMPC, Agunsa, CCNI, entre otras. Fue consultora asociada a KPMG consultores en proyecto centro financiero Panameño.

*** EP (Educación Profesional) de la Escuela de Ingeniería se reserva el derecho de remplazar, en caso de fuerza mayor, a él o los profesores indicados en este programa.**

REQUISITOS DE APROBACIÓN

- a) Calificación mínima 4.0 en su evaluación final y
- b) 75% de asistencia o cifra superior a las sesiones presenciales.

****Los alumnos que aprueben las exigencias del programa recibirán un *certificado de aprobación* otorgado por la Pontificia Universidad Católica de Chile.**

 PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CHILE	PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CHILE	Versión: 05
	Formato DESCRIPTOR PROGRAMAS ACTIVIDADES Y CURSOS SIN CRÉDITOS	Fecha: 25/04/2018

El alumno que no cumpla con una de estas exigencias reprueba automáticamente sin posibilidad de ningún tipo de certificación.

INFORMACIÓN GENERAL

Fechas: Por definir

Horario: Por definir

Duración: 16 Horas cronológicas y 21 horas pedagógicas

Lugar de realización: Dependencias empresa

Valor del programa: \$460.000.-

*** El programa se inicia con un quórum mínimo de participantes y se reserva el derecho de modificar las fechas por razones de fuerza mayor.**

PROCESO DE ADMISIÓN

La organización debe enviar en una planilla Excel, con los siguientes datos de los participantes, junto con los otros documentos requeridos, a Jessica Sepúlveda al correo jsepulvedae@ing.puc.cl:

Nombres	Apellido Paterno	Apellido Materno	RUT	Email

- Envío de Orden de Compra

VACANTES: 20

"No se tramitarán postulaciones incompletas".

INFORMACIONES Y CONTACTO

JESSICA SEPULVEDA ACEVEDO

Educación Profesional – Escuela de Ingeniería UC

Avda. Vicuña Mackenna 4860, Metrología, 4to piso, Macul

Teléfono: 2354 7136

Horario continuado: 09:00 a 18:00 horas

<https://educacionprofesional.ing.uc.cl/>