

**FICHA IDENTIFICATIVA****DATOS DE LA ASIGNATURA****Código:** 42762**Nombre:** Dirección Estratégica de las empresas de la economía social**Ciclo:** Máster Universitario Oficial**Créditos ECTS:** 4**Curso académico:** 2026-27**TITULACIONES**

Titulación	Centro	Curso	Periodo
2204 - Máster Universitario en Economía Social (Cooperativas/Entidades no Lucrat.)	Facultat d'Economia	1	Primer cuatrimestre

MATERIAS

Titulación	Materia	Carácter
2204 - Máster Universitario en Economía Social (Cooperativas/Entidades no Lucrat.)	Dirección estratégica de las empresas de la economía social	OBLIGATORIA

COORDINACIÓN

GARCIA GRANERO ANA

RESUMEN

El módulo de Dirección Estratégica se centra en el estudio, análisis y reflexión de los diferentes aspectos relacionados con la toma de decisiones de carácter estratégico (decisiones a largo plazo y que afectan a todas las áreas funcionales de la organización), desde una perspectiva holística, esto es, global e integrada.

Cualquier clase de organización, en nuestro caso aquellas que forman parte de la Economía Social y que mayoritariamente presentan ausencia de ánimo de lucro y persiguen principalmente objetivos sociales, se ha de enfrentar a situaciones determinadas y a retos que obligan a tomar decisiones por medio de las cuales se persigue el crecimiento y la supervivencia a largo plazo.

Mediante la utilización de la Dirección Estratégica, las organizaciones de la Economía Social pueden aplicar una metodología aplicada a situaciones específicas que les permita tomar decisiones de forma eficaz y eficiente. Obtener un conocimiento lo suficientemente exacto de la situación en la que se encuentra una organización (mediante su diagnóstico estratégico), definir con claridad y especificidad el propósito, las metas, los valores y los objetivos que se desean alcanzar, evaluar, seleccionar y diseñar aquellas opciones o alternativas estratégicas que con mayor probabilidad pueden ayudar a la organización a alcanzar sus metas dentro de un contexto determinado y finalmente implementar (ejecutar y controlar) la



estrategias formuladas, son los elementos más relevantes que conforman el proceso de la Dirección Estratégica.

Las organizaciones de Economía Social han de ser capaces de conocer y aplicar la Dirección Estratégica, adaptando su metodología a la idiosincrasia y especificidades de estas organizaciones, de manera que a través de su aplicación puedan mejorar tanto su eficacia (cubrir las necesidades de los colectivos hacia los cuales se dirigen sus acciones) como su eficiencia (asignar adecuadamente sus recursos y capacidades).

mo su eficiencia (asignar adecuadamente sus recursos y capacidades).

CONOCIMIENTOS PREVIOS

RELACIÓN CON OTRAS ASIGNATURAS DE LA MISMA TITULACIÓN

No se han especificado restricciones de matrícula con otras asignaturas del plan de estudios.

OTROS TIPOS DE REQUISITOS

No hay

COMPETENCIAS / RESULTADOS DE APRENDIZAJE

2127 -

Comprender el funcionamiento de las entidades y empresas que conforman la Economía Social

Participar en debates y discusiones, dirigirlos y coordinarlos y ser capaces de resumirlos y extraer de ellos las conclusiones más relevantes y aceptadas por la mayoría.

Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.

Proyectar sobre problemas concretos sus conocimientos y saber resumir y extraer los argumentos y las conclusiones más relevantes para su resolución.

Que los/las estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo

Que los/las estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.

Que los/las estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.

Que los/las estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.

Saber aplicar el proceso de la Dirección Estratégica en las empresas y entidades de la Economía Social



Saber redactar y preparar presentaciones para posteriormente exponerlas y defenderlas.

Saber trabajar en equipo con eficacia y eficiencia.

Saber trabajar en equipos multidisciplinares reproduciendo contextos reales y aportando y coordinando los propios conocimientos con los de otras ramas e intervinientes.

Ser capaces de analizar de forma crítica tanto su trabajo como el de su compañeros.

Ser capaces de buscar, ordenar, analizar y sintetizar la información, seleccionando aquella que resulta pertinente para la toma de decisiones.

Ser capaces de integrar las nuevas tecnologías en su labor profesional y/o investigadora.

Ser capaces de integrarse en equipos, tanto en función de directivos o coordinadores como en funciones específicas acotadas y en funciones de apoyo al propio equipo o a otros.

Ser capaces de tomar decisiones tanto individuales como colectivas en su labor profesional y/o investigadora.

Tener una actitud proactiva ante los posibles cambios que se produzcan en su labor profesional y/o investigadora.

Utilizar las distintas técnicas de exposición -oral, escrita, presentaciones, paneles, etc- para comunicar sus conocimientos, propuestas y posiciones.

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS

1. La Dirección Estratégica y su aplicación a las empresas de la Economía Social

- 1.1. La Dirección Estratégica: orígenes, evolución y proceso
- 1.2. La estrategia empresarial: definición
- 1.3. Niveles de la estrategia
- 1.4. La Dirección Estratégica en diferentes contextos organizativos: Cooperativas, entidades no lucrativas

2. El diseño del sistema de objetivos en las empresas de la Economía Social

- 2.1. Misión, valores y objetivos en la organización
- 2.2. Gobierno corporativo, problema de agencia y código de buen gobierno
- 2.3. Responsabilidad social empresarial



3. Diagnóstico del entorno de las empresas de la Economía Social

- 3.1. Análisis del entorno general: Análisis PESTEL
- 3.2. Análisis del entorno competitivo y grupos estratégicos
- 3.3. Recursos, capacidades y ventaja competitiva. Análisis VRIO. La importancia de los recursos y las capacidades intangibles.
- 3.4. Diagnóstico estratégico: Análisis DAFO

4. Diseño, evaluación y selección de estrategias

- 4.1. Marco general para el diseño de la estrategia en las empresas de economía social
- 4.2. Decisiones sobre el ámbito de actividad
- 4.3. Decisiones sobre las modalidades de desarrollo
- 4.4. Decisiones sobre el argumento competitivo: estrategias competitivas
- 4.5. Estrategias basadas en la creación de valor
- 4.6. Evaluación y selección de estrategias

5. Sistemas de implementación de la estrategia en las empresas de Economía Social

- 5.1. La implementación de la estrategia
- 5.2. Diseño organizativo en las empresas de la Economía Social

6. Nuevas tendencias sociales en la dirección estratégica

- 6.1. Innovación y emprendimiento social
- 6.2. Desarrollo del Social Business Plan: CANVAS Social
- 6.3. Equilibrio entre ámbito social y económico en la dirección estratégica: el caso de las hybrid organizations



7. Financiación de las entidades de economía social: aplicación desde la dirección estratégica

- 7.1. La financiación como herramienta para la ventaja competitiva
- 7.2. Fuentes de financiación procedentes de las Administraciones Públicas: instrumentos directos, indirectos y ocultos
- 7.3. Instrumentos para la financiación procedentes de fuentes privadas: fundraising y mecenazgo
- 7.4. Financiación alternativa: banca ética, microcréditos y crowdfunding

8. La contratación pública, una herramienta estratégica para las empresas de economía social

- 8.1. Nueva ley de contratación pública: retos y oportunidades
- 8.2. Comportamiento estratégico ante los pliegos de contratación pública
- 8.3. La reserva de mercado y el concierto social

VOLUMEN DE TRABAJO (HORAS)

ACTIVIDADES PRESENCIALES

Actividad	Horas
Teoría-Prácticas	40,00
Total horas	40,00

ACTIVIDADES NO PRESENCIALES

Actividad	Horas
Asistencia a otras actividades	0,00
Elaboración de trabajos individuales o en grupo	16,00
Estudio y trabajo autónomo	12,00
Preparación de clases	16,00
Preparación de actividades de evaluación	6,00
Resolución de casos prácticos	10,00
Total horas	60,00

METODOLOGÍA DOCENTE

El proceso de aprendizaje del módulo se estructura en una parte teórica y una parte práctica. La parte teórica se desarrollará mediante clases magistrales apoyadas en la bibliografía básica y complementaria



de cada tema y en materiales de lectura específicos que se facilitarán al alumno a través del aula virtual. Sin embargo, se valorará positivamente la participación del estudiante a lo largo de las sesiones teóricas; participación que puede consistir en reflexiones y valoraciones personales del alumno sobre los conceptos y contenidos teóricos vertidos por el profesor.

La parte práctica se desarrollará mediante sesiones basadas en la participación activa de los alumnos e inspiradas en la enseñanza por descubrimiento a través del método del caso. Se presentarán casos prácticos referentes a organizaciones de la Economía Social (Cooperativas, asociaciones, fundaciones, etc.

La información referente a los casos prácticos a trabajar en clase se facilitará al alumno a través del aula virtual, por lo que el alumno deberá leer y analizar esta información con antelación a la celebración de la sesión práctica, así como proceder a la búsqueda de información complementaria que pueda ser de ayuda para la resolución del caso.

plementaria que pueda ser de ayuda para la resolución del caso.

EVALUACIÓN

El sistema de evaluación consistirá en una evaluación continua basada en los siguientes aspectos:

- Examen del módulo (**60%** de la nota global).
- Realización de los casos prácticos (**30%** de la nota global).
- Asistencia, participación, interés por el módulo, actitud ante la materia y posibilidad de asistencia a algún seminario relacionado con los contenidos del módulo (**10%** de la nota global).

Política de uso de Inteligencia Artificial (IA). Debe incluirse un párrafo al final de cualquier tarea que utilice Inteligencia Artificial, explicando para qué se ha utilizado y qué instrucciones se han aplicado para obtener los resultados. Si no se hace esto, se estará infringiendo la política de honestidad académica y será considerado plagio. En concreto, según el artículo 11.g de la Ley 3/2022, de 24 de febrero, de convivencia universitaria, en lo relativo al ChatGPT, se considerará falta muy grave plagiar total o parcialmente una obra, o cometer fraude académico en la elaboración de cualquier trabajo o actividad que se solicite al alumnado. Se entenderá como fraude académico cualquier comportamiento premeditado tendente a falsear los resultados de un examen o trabajo, propio o ajeno (incluido el uso indebido de la inteligencia artificial como ChatGPT), realizado como requisito para superar una asignatura o acreditar el rendimiento académico.

BIBLIOGRAFÍA

- Chaves,R., Fajardo,G, Monzón,J.L. (dir) (2020): Manual de economía social, Tirant lo blanc, Valencia.
- Guerras, L. A. y Navas, J. E. (2022): La Dirección Estratégica de la Empresa: Teoría y



Aplicaciones, Civitas Thomson Reuters, Madrid.

- Sanchis, J. R. (2001): Dirección Estratégica de Empresas Cooperativas, Promolibro, Valencia.
- Worth, M. J. (2018): Nonprofit management: Principles and practice, Sage Publications.
- Alonso-Martínez, D., González-Álvarez, N., & Nieto, M. (2014). Emprendimiento social vs innovación social. Cuadernos aragoneses de economía,24(1-2), 119-140.
- Monzón, J.L. y Antuñano, I. (2017): Guía Laboral de la Economía Social Valenciana, CIRIEC-España.
- Oslo Manual (2018). Guidelines for collecting, reporting and using data on innovation. The measurement of Scientific, Technological, and Innovation Series. OECD, 4THedition.