



*Es un programa de formación orientado al fortalecimiento y desarrollo de competencias en emprendimiento que les permita a los estudiantes pensar y actuar de manera emprendedora.*

Este programa de Manizales Más, Manizales Campus Universitario y SUMA (Sistema Universitario de Manizales), está compuesto por seis asignaturas, así: Emprendimiento, Marketing y Ventas para Emprendedores, Propiedad Intelectual para Emprendedores, Emprendimiento Social, Finanzas para Emprendedores y Gerencia de Empresas en Crecimiento.

Los estudiantes que se suban a esta ruta podrán ver estas asignaturas de manera electiva en las universidades: Caldas, Manizales, Autónoma de Manizales, Católica de Manizales, Nacional de Colombia sede Manizales y en la Fundación Universitaria Luis Amigó, a través de **SUMA Movilidad**, el cual permite que los estudiantes de una universidad puedan ver las asignaturas de la ruta no ofertadas en su institución, en otra que pertenezca a SUMA y que sí la oferte.

Las materias serán dictadas por Affiliates y Profesores de Alto Potencial (PAP), ambos programas de Manizales Más. Los docentes afiliados se entrenaron un semestre académico en Boston en Babson College (universidad #1 de emprendimiento a nivel mundial). Los Profesores de Alto Potencial se han entrenado con esta misma institución en Manizales; todos estos docentes han profundizado en el quehacer pedagógico y didáctico específico en el campo disciplinar del emprendimiento. Tanto los Affiliates como los PAP, comprenden el ecosistema de emprendimiento de la ciudad y aportan en su construcción desde diversas áreas.

Las electivas de la Ruta del Emprendimiento se podrán ver a partir del II semestre del 2016 en las universidades SUMA a través de SUMA movilidad. Se ofertarán en distintas universidades como se muestra a continuación:

Las asignaturas serán dictadas en las universidades así:

<i>Asignatura</i>	<i>Universidad</i>
<i>Emprendimiento</i>	<i>Caldas</i>
	<i>Autónoma</i>
	<i>Católica</i>
<i>Marketing y ventas para emprendedores</i>	<i>Manizales</i>
<i>Emprendimiento social</i>	<i>Católica</i>
<i>Finanzas para emprendedores</i>	<i>Autónoma</i>
<i>Gerencia de empresas en crecimiento</i>	<i>Nacional de Colombia sede Manizales</i>
<i>Propiedad intelectual para emprendedores</i>	<i>I Sem 2017</i>

Para adquirir información en general los estudiantes interesados se pueden acercar a las unidades de emprendimiento y oficinas de registro o Suma Movilidad de cada universidad.

## *Estructura de las asignaturas de la Ruta Objetivos y temáticas*

### **EMPRENDIMIENTO**

#### **Justificación**

Los mercados evolucionan, cambian y se transforman y esto hace que sea necesario que el emprendedor esté constantemente innovando, comprendiendo su entorno y generando ideas que le permitan ofrecer nuevas y mejoradas promesas de valor a sus consumidores, ampliar su base de clientes o diversificar su negocio en nuevos mercados.

Uno de los grandes retos y dilemas a los que se enfrenta un emprendedor es el que tiene que ver con la evaluación y factibilidad de estas nuevas ideas como oportunidades de negocio. Reconocer cómo una idea se convierte en una oportunidad para crear una nueva empresa, impulsar el crecimiento de una empresa en desarrollo o replantear un negocio en declive es lo que se propone este curso en la construcción y fortalecimiento del perfil y pensamiento del emprendedor.

## Objetivos

### Objetivo general

- Fortalecer el perfil del emprendedor a partir de la comprensión del proceso de emprendimiento y evaluación de oportunidades de negocio que le permitan concretar el lanzamiento de nuevos negocios o el crecimiento de negocios existentes desde la innovación y desarrollo de nuevas ideas.

### Objetivos específicos

- Comprender el modelo de pensamiento ET&A y el perfil del emprendedor
- Conocer el proceso de evaluación y factibilidad de nuevas ideas como oportunidades de negocio
- Diseñar el modelo de negocio para su oportunidad de negocio

## Temas

### 1. Introducción

- ¿Qué es emprendimiento?

### 2. Proceso y pensamiento emprendedor

- Modelo de pensamiento ET&A
- Perfil del emprendedor

### 3. Generación de ideas y reconocimiento de oportunidades de negocio

- Generación de ideas: Creatividad e Innovación
- Ideas para la evaluación de las oportunidades de negocio
- Modelo de Negocio

### 4. Factibilidad de su oportunidad de negocio:

- Investigación de Mercados
- Análisis Competitivo y de la Industria
- Informe de la evaluación de la factibilidad de su oportunidad de negocio

## Metodología

Este curso se propone el trabajo por:

- **Estudio de caso:** Las clases de Emprendimiento tienen un componente magistral que da inicio a la clase para luego iniciar la socialización y discusión de los temas, los estudios de caso se proponen para una mejor comprensión de los conceptos teóricos y que le permitan al estudiante construir una posición frente a las diferentes situaciones a las que se puede enfrentar en un proceso de emprendimiento e identificación y evaluación de oportunidades de negocio.
- **Ejercicios de aplicación:** estos pueden ser individuales o en grupo pero su objetivo está en la aplicación de los conceptos que implican las diferentes fases del proceso de identificación de ideas como oportunidades de negocio, su evaluación y factibilidad. Partiendo desde la idea hasta presentar el informe definitivo de la evaluación de factibilidad de la idea como oportunidad de negocio.

## Material de apoyo

Estudios de caso

Ejercicios sugeridos:

1. Presentación de su idea de negocio

2. Formación de equipos de trabajo
3. Investigación de mercados:
  - Consumidores: entrevistas o grupos focales con potenciales consumidores
  - Industria: Entrevistas con empresarios con experiencia en el sector de su negocio
4. Informe de evaluación de factibilidad del negocio

### **Docentes**

Viviana Molina Osorio. Universidad Autónoma de Manizales  
Kevin Paulo Barrero. Universidad Católica de Manizales  
Oscar Ospina Velásquez. Universidad de Caldas

## **MERCADEO Y VENTAS PARA EMPRENDEDORES**

### **Justificación**

El mercadeo y las ventas se constituyen en dos pilares fundamentales en el proceso de creación de nuevos negocios y su posterior crecimiento. Para el emprendedor es importante conocer la naturaleza del mercado y caracterizar a sus consumidores con el fin de ofrecerles la promesa de valor que ellos buscan en un producto o servicio. De tal manera que identificar las dimensiones y variables del mercado le permitirá al emprendedor, diseñar las plataformas estratégicas de mercadeo que requiere para el sostenimiento y crecimiento del negocio.

Desde la perspectiva de las ventas se propone que el emprendedor reconozca, en esta variable del mercadeo, la importancia que tiene en la construcción de indicadores asociados con el crecimiento de su negocio. Considerando que el proceso de la venta requiere que el emprendedor integre su estrategia de mercadeo con la estructura administrativa en favor de un desempeño comercial que sea efectivo y rentable para su empresa.

### **Objetivos**

#### **Objetivo general**

- Fortalecer el perfil del emprendedor a partir del conocimiento del proceso de marketing y de las ventas con el fin de consolidar sus procesos de gestión de mercados y desarrollo de plataformas comerciales para su nuevo negocio y el crecimiento de la empresa.

#### **Objetivos específicos**

- Identificar el proceso de mercadeo en un entorno de emprendimiento
- Identificar el proceso de identificación de oportunidades de negocio desde la investigación de mercados
- Conocer y aplicar el proceso de segmentación de mercado para su negocio
- Identificar los elementos y factores para la construcción de marca de su negocio
- Conocer y desarrollar plataformas estratégicas de mercadeo para su negocio
- Identificar los elementos que componen una plataforma comercial para su negocio

### **Temas**

#### **1. Mercadeo en un ambiente de emprendimiento**

El proceso de mercadeo

Identificación de necesidades de mercado

El emprendimiento como la oportunidad para el desarrollo de un mercado o la creación de nuevos mercados.

## **2. Identificación y evaluación de oportunidades de mercado**

Oportunidades y el modelo del negocio

Evaluación de las oportunidades de marketing

Investigación de mercados - comprensión de los clientes - consumidores y la industria

## **3. Segmentación – targeting - posicionamiento**

Segmentación del mercado

Declaración de la promesa de valor

## **4. Creación y desarrollo de una marca emprendedora**

Concepto de marca plataforma de construcción de marca

Valor de marca

Protección y registro marcario

## **5. Mix de marketing para emprendedores**

Producto / servicio

Precio

Canal - distribución

Promoción - comunicaciones de mercadeo

## **6. Plan de marketing para emprendedores**

Estructura del plan de marketing

Seguimiento y control

Presupuesto

## **7. Ventas**

Ciclo y proceso de venta

Equipos de ventas: tamaño, estructura, selección, reclutamiento y desarrollo

Planes de remuneración y motivación para equipos de ventas

Planeación de ventas: objetivos – presupuesto - mecanismos de seguimiento y control

## **Metodología**

Este curso se propone el trabajo por:

- **Estudio de caso:** las clases de mercadeo y ventas para emprendedores tienen un componente magistral que da inicio a la clase para luego iniciar la socialización y discusión de los temas, los estudios de caso se proponen para una mejor comprensión de los conceptos teóricos que le permitan al estudiante construir una posición.

- **Ejercicios de aplicación:** estos pueden ser individuales o en grupo pero su objetivo está en la aplicación de los conceptos que implican las diferentes fases del proceso de identificación de ideas como oportunidades de negocio, su evaluación y factibilidad. Partiendo desde la idea hasta presentar el informe definitivo de la evaluación de factibilidad de la idea como oportunidad de negocio.

## **Material de apoyo**

Estudios de caso

Ejercicios sugeridos:

1. Presentación de su idea de negocio
2. Formación de equipos de trabajo
3. Investigación de mercados:
  - Consumidores: entrevistas o grupos focales con potenciales consumidores
  - Industria: Entrevistas con empresarios con experiencia en el sector de su negocio
4. Informe de evaluación de factibilidad del negocio

## **Docente**

María Paulina Vásquez Varela. Universidad de Manizales

# PROPIEDAD INTELECTUAL PARA EMPRENDEDORES

## **Justificación**

La creación de nuevos negocios está subordinada no sólo al conocimiento del mercado sino que tiene que ver con la identificación de las capacidades de la nueva empresa y éstas se ligan con el conocimiento adherido al objeto para el cual se funda el negocio. Estas capacidades y el conocimiento son dos elementos que se deben proteger y gestionar desde el comienzo en coherencia con el marco legal nacional y supranacional de la propiedad intelectual y que tiene repercusión en el desarrollo de la idea de negocio y en el posterior crecimiento del mismo.

Es por lo anterior que para el emprendedor se constituye en un elemento fundamental en su formación conocer el marco conceptual y de aplicación de la propiedad intelectual, desde los derechos de autor como lo que compete a la propiedad industrial, para la definición de su modelo de negocio y la plataforma de crecimiento del mismo en cuanto podrá protegerse y hacerse sostenible en su mercado de origen y en mercados internacionales.

La propiedad intelectual está vinculada al origen del negocio como a su posterior gestión en cuanto le permite al emprendedor reconocer y fortalecer su empresa, al mismo tiempo, que se constituye en un factor diferenciador y competitivo para el negocio en el mercado o mercados que pretende cubrir y saber qué tipo de relaciones y contratos podrá establecer en cada uno de ellos.

## **Objetivos**

### **Objetivo general**

- Fortalecer el perfil del emprendedor a partir del conocimiento general y específico sobre los componentes de la propiedad intelectual y realizar por separado un análisis del tema de derechos de autor y de propiedad industrial, precisando frente a cada uno su concepto, naturaleza jurídica, características, clasificación y protección.

### **Objetivos específicos**

- Analizar los conceptos de propiedad industrial, propiedad intelectual y derecho de autor, verificando su campo de acción y sus diferencias sustanciales y prácticas.

- Determinar la naturaleza del derecho de autor, sus características (derechos morales y patrimoniales), sus derechos conexos, su registro y fenómenos como la presunción de autoría y las clases de titularidad.

- Determinar la naturaleza jurídica de la propiedad industrial, sus características, sus elementos, el concepto de creación, diseño industrial, secreto empresarial y signos distintivos.

## **Temas**

### **1. Generalidades de la propiedad intelectual**

- Concepto de propiedad intelectual.
- Clasificación de la propiedad intelectual
  - Los derechos de autor.
  - La propiedad industrial.
- La propiedad intelectual bajo el concepto de bien inmaterial.
- Régimen jurídico de los bienes incorpóreos.
- Protección de la propiedad intelectual

### **2. Derechos de autor**

- Concepto y clasificación de los derechos de autor
- Creación intelectual
  - Creación literaria, científica y artística
  - Divulgación.
  - Naturaleza del derecho de autor
- Características del derecho de autor.
  - Protección
  - Derechos conexos
  - Registro
- Derechos morales
  - Divulgación
  - Paternidad
  - Integridad
  - Retracción.
- Derechos patrimoniales
  - Reproducción
  - Distribución
  - Comunicación pública
  - Transformación
  - Droit de suite

### **2. Propiedad industrial**

- Nuevas creaciones
  - Patente de invención
  - Modelo de utilidad
  - Diseños industriales
- Secretos empresariales
- Signos distintivos
  - Marcas
  - Lema comercial
  - Nombre comercial.

## **Metodología**

Este curso se propone el trabajo por:

- **Estudio de Caso:** las clases de Propiedad Intelectual para Emprendedores tienen un componente magistral que da inicio a la clase para luego iniciar la socialización y discusión de los temas. Los estudios de caso se proponen para una mejor comprensión de los conceptos teóricos relacionados con el proceso de protección de la propiedad intelectual y la gestión de conocimiento en los emprendimientos, al mismo tiempo que el estudiante construye una posición frente a las diferentes situaciones a las que se puede enfrentar en cualquiera de las etapas o momentos de creación de un negocio social con respecto a los procesos de propiedad intelectual.

- **Ejercicios de aplicación:** estos pueden ser individuales para la revisión de casos o lecturas y en grupo para la comprensión de los conceptos y el marco jurídico y regulatorio nacional e internacional en el proceso de creación de empresas y la gerencia de empresas en crecimiento.

### **Material de apoyo**

Estudios de caso

Ejercicios sugeridos:

1. Reconocimiento de lo que se puede y no se puede proteger en la creación de empresas
2. Diagnóstico de su nuevo negocio frente a la protección y gestión de su conocimiento
3. Plataforma estratégica de la gestión de conocimiento para la creación y crecimiento de nuevos negocios
4. Diseño de los procesos y soportes documentales para la protección y gestión de conocimiento en su negocio.

**Esta asignatura se ofertará a partir del I semestre del 2017**

## **EMPRENDIMIENTO SOCIAL**

### **Justificación**

La creación de negocios sociales, que buscan crear valor a partir de procesos de innovación en favor de soluciones efectivas para problemas sociales y medio ambientales, se convierten en una alternativa para los emprendedores que pueden encontrar en el emprendimiento social una excelente oportunidad de negocio, al mismo tiempo, que pueden contribuir a cambiar y mejorar su entorno.

Conocer las características, tendencias y condiciones para crear un negocio social es lo que se pretende con este curso, de tal manera, que los estudiantes vivan la experiencia de crear un emprendimiento social para un nuevo negocio o una innovación para un negocio social en crecimiento.

### **Objetivos**

#### **Objetivo general**

- Fortalecer el perfil del emprendedor a partir del conocimiento del proceso de creación y desarrollo de emprendimientos sociales como oportunidad para resolver problemas sociales con iniciativas innovadoras.

#### **Objetivos específicos**



- Identificar el concepto de Emprendimiento Social y sus diferencias frente al emprendimiento empresarial tradicional
- Identificar las características y retos de los negocios sociales no lucrativos
- Identificar las características y retos de los negocios sociales lucrativos
- Crear el modelo de negocio para su emprendimiento social

## Temas

### 1. ¿Qué es el emprendimiento social?

- Definición
- Diferencias con el emprendimiento tradicional

### 2. Características y retos de los negocios sociales

- Negocios sociales No lucrativos
- Negocios sociales Lucrativos

### 3. Modelo de negocio para el emprendimiento social lucrativo y no lucrativo

- Modelo de negocio (plan de acción)
- Proposición de valor
- Segmentación de clientes
- Relaciones con sus grupos de interés
- Mercadeo para negocios sociales
- Retos operacionales de los negocios sociales
- Medidas de desempeño
- Financiamiento de negocios sociales

## Metodología

Este curso se propone el trabajo por:

- **Estudio de Caso:** las clases de Emprendimiento Social tienen un componente magistral que da inicio a la clase para luego iniciar la socialización y discusión de los temas los estudios de caso se proponen para una mejor comprensión de los conceptos teóricos relacionados con el proceso de creación de negocios sociales, al mismo tiempo que el estudiante construye una posición frente a las diferentes situaciones a las que se puede enfrentar en cualquier de las etapas o momentos de creación de un negocio social.
- **Ejercicios de aplicación:** estos pueden ser individuales para la revisión de casos o lecturas y en grupo para la creación de su emprendimiento social y los momentos que implica.

## Material de apoyo

Estudios de caso

Ejercicios sugeridos:

1. Presentación de la idea de negocio social
2. Crear el modelo de negocio para su emprendimiento social
3. Investigación de mercados: usuarios, clientes y grupos de referencia
4. Plan de mercadeo para su negocio social
5. Creación de indicadores para negocio social
6. Plan de acción para consecución de recursos financieros

## Docente

Lina Marcela Flórez Loaiza. Universidad Católica de Manizales

# FINANZAS PARA EMPRENDEDORES

## Justificación

Finanzas para emprendedores es un curso que busca que todas las personas que participen en el mismo, entiendan la diferencia entre manejar sus finanzas personales y las de su empresa. Muchas veces los emprendedores sufren porque no saben cómo separar su negocio de su bolsillo y aunque ambos están fuertemente relacionados, cada uno tiene un manejo particular.

En el desarrollo de este curso empezaremos con las finanzas personales, las diferentes alternativas de crédito que ofrece el mercado a las personas naturales y su utilidad al iniciar un negocio. Después empezaremos a ver la importancia de los estados financieros y las líneas de crédito empresariales para finalizar con las últimas tendencias en financiación para emprendimientos. Este curso es necesario para la formación de emprendedores, porque se ha visto en repetidas ocasiones que muchas de las fallas y fracasos de las nuevas empresas tienen que ver con el deficiente conocimiento del tema financiero. Hay muchos ejemplos en el mundo de quiebras personales y familiares que han sucedido de esta manera porque las personas encargadas de dirigir la empresa nunca hicieron una separación clara entre sus finanzas personales y las de la compañía. Con este curso se busca contribuir a hacer dicha separación desde el mismo comienzo de la empresa.

## Objetivos

### Objetivo general

- Fortalecer el perfil del emprendedor a partir de la comprensión de los diferentes instrumentos de crédito y fuentes de financiación que hay en el mercado y la línea de enfoque que manejan para aplicarlas de la mejor manera de acuerdo con las necesidades personales y empresariales.

### Objetivos específicos

- Identificar las diferencias entre las líneas de crédito personales y comerciales y tener claro para que sirven y cuando debo usar cada una.
- Apropiar el concepto de valor de dinero en el tiempo y aprender a construir tablas de amortización.
- Entender las diferentes fuentes de financiación que existen en el mercado actualmente

## Temas

### Módulo 1: finanzas personales

- Cuentas bancarias
  - Ahorros
  - Corriente
- Tipos de crédito personal
  - Tarjeta de crédito
  - Crédito de consumo
  - Crédito de vehículo
  - Libranza
  - Crédito hipotecario
  - Leasing
- El concepto de Valor de dinero en el tiempo
- Tablas de Amortización

- Como hacer un presupuesto personal

### **Módulo 2: separando mis finanzas de las de la empresa**

- Como constituir mi empresa
- Diferencia entre régimen común y simplificado
- Pagar a crédito o contado
- Como identificar un costo
- Crédito empresarial
  - Bancos comerciales
  - Líneas de fomento
  - Apoyo estatal
- Que es un flujo de caja
- Como leer estados financieros
- Como elaborar el presupuesto de mi empresa
- Proyectar los estados financieros

### **Módulo 3: las finanzas como base para el crecimiento empresarial**

- Que es el riesgo
- Emisión de acciones
- Inversionistas ángel
- Venture capital
- Crowd funding

### **Metodología**

Este curso se propone el trabajo por:

- **Estudio de Caso:** Las clases de Finanzas para Emprendedores tienen un componente magistral que da inicio a la clase para luego iniciar la socialización y discusión de los temas. Con los estudios de caso se propone una mejor comprensión de los conceptos teóricos relacionados con el proceso financiero, al mismo tiempo que el estudiante construye una posición frente a las diferentes situaciones relacionadas con el escenario financiero a las que se puede enfrentar en cualquiera de las etapas o momentos de creación y crecimiento de su negocio.

- **Ejercicios de aplicación:** estos pueden ser individuales para la revisión de casos o lecturas y en grupo. Las actividades implican el uso de ayudas audiovisuales tales como discusión de videos, estudio de casos, lecturas, presentaciones y la posibilidad de tener invitados especiales que hablen de alguno de los temas a tratar en clase. Como proyecto final se pretende desarrollar por grupos un plan financiero en el que se vea la distinción clara entre las metas personales y las necesidades de la empresa.

### **Material de apoyo**

Estudios de caso

Computador y software de ofimática

Calculadora financiera o smartphone

Ejercicios sugeridos:

1. Realizar las tablas de amortización para los pagos de la tarjeta de crédito, la compra de un vehículo y el leasing de una casa.
2. Hacer el presupuesto personal detallado mensualmente y proyectado a un año

3. Entregar un paralelo entre el régimen común y simplificado.
4. Hacer la simulación de lo necesario para registrar la empresa
5. Hacer los primeros estados financieros y el flujo de caja para la compañía que crearon
6. Entregar un análisis de cuál sería la fuente de financiación más apropiada para hacer crecer la compañía.

### **Docente**

Viviana Molina Osorio. Universidad Autónoma de Manizales

## **GERENCIA DE EMPRESAS EN CRECIMIENTO**

### **Justificación**

Gerencia de Empresas en Crecimiento es un curso que busca hacer una síntesis de los grandes retos a los que se enfrentan las empresas desde su gestación. Cada decisión estratégica que se tome a lo largo del camino, determina la necesidad de nuevos recursos para la empresa y se hace necesaria la revisión de la estructura y modelo de negocio, el mercado meta y cómo hacer para financiar y manejar el incremento de recursos necesarios para cumplir con los objetivos de crecimiento propuestos en la organización. En esta clase los estudiantes tendrán la oportunidad de asumir el rol de asesores de una Mipyme, y partir de allí hacer vivencial el proceso de liderar una empresa en crecimiento.

Este curso es necesario para los estudiantes como un acercamiento a la realidad del sector empresarial. Al trabajar con empresarios reales y poder ver los retos a los que se enfrentan día a día en el manejo y crecimiento de su empresa, los estudiantes tendrán la oportunidad de ver las dificultades de llevar la teoría a la práctica.

Desde el punto de vista de los empresarios, es la oportunidad de abrirle la puerta a un estudiante de semestres superiores, que trae ideas nuevas y un conocimiento que quiere empezar a aplicar en el sector real.

### **Objetivos**

#### **Objetivo general**

- Fortalecer el perfil del emprendedor a partir del desarrollo de las capacidades prácticas necesarias para asumir la gerencia de una empresa.

#### **Objetivos específicos**

- Identificar y describir los retos y el entorno de una empresa pequeña
- Plantear y apoyar la implementación de la estrategia de mercadeo de una empresa en crecimiento.
- Identificar las necesidades de gestión humana en las empresas asesoradas
- Identificar los indicadores más adecuados para el seguimiento de los logros de una empresa en crecimiento.

### **Temas**

#### **Unidad 1: conociendo la empresa**

- Rol del estudiante como asesor
- Manejo de confidencialidad, ética y profesionalismo

- Aspectos generales de la compañía (historia, misión, visión, valores)
- Cómo funciona el negocio (quienes son, que hacen, como lo hacen)

### **Unidad 2: planeación estratégica**

- Propuesta de valor y modelo de negocio
- Planear el crecimiento
- Posición competitiva
- Nuevos mercados y productos

### **Unidad 3: mercadeo**

- Conocimiento del cliente – segmentación y tamaño de mercado
- Canales de distribución
- Aceleración comercial

### **Unidad 4: recursos humanos**

- Liderazgo
- Formación de equipo de trabajo
- Contratación- remuneración- estímulos
- Capacitación

### **Unidad 5: finanzas**

- Como financiar el crecimiento - recursos vs dinero
- Estados financieros
- Creación de indicadores
- Seguimiento a los indicadores

### **Metodología**

Este curso se propone el trabajo por:

- **Estudio de Caso:** las clases de Gerencia de Empresas en Crecimiento tienen un componente magistral que da inicio a la clase para luego iniciar la socialización y discusión de los temas. Con los estudios de caso se proponen una mejor comprensión de los conceptos teóricos relacionados con el proceso de gerencia y crecimiento del negocio, al mismo tiempo, que el estudiante construye una posición frente a las diferentes situaciones relacionadas con el crecimiento del negocio.

- **Ejercicios de aplicación:** se hará uso de ayudas audiovisuales tales como discusión de videos, estudio de casos, lecturas, presentaciones. Como proyecto de clase y para que esta sea una materia vivencial se pretende desarrollar una asesoría por grupos a una Mipyme. Se busca que los estudiantes encuentren una empresa con retos y problemas con la que puedan trabajar y de esta manera tener la vivencia de lo que significa tomar decisiones en el sector real con las implicaciones y limitantes que existen en las compañías en crecimiento.

El informe final será una muestra del avance que la empresa tuvo en el semestre, partiendo del diagnóstico del estado inicial de la compañía, cuáles fueron los retos más importantes encontrados y cuales las soluciones sugeridas y llevadas a la práctica. Como punto final se le pedirá a cada estudiante que se imagine que es el gerente de la empresa y haga un canvas de la compañía en 5 años y escriba en un máximo de 5 páginas cuál sería su planeación para llegar a desarrollar ese escenario planteado.

## **Material de apoyo**

Estudios de caso

Ejercicios sugeridos:

1. Diagnóstico inicial, presentación de la compañía, historia, descripción detallada del entorno y primer acercamiento a la labor que desarrollarían como asesores.
2. Identificar cuáles son los planes de crecimiento y revisar si la compañía puede hacer desarrollo de producto o desarrollo de mercado.
3. Hacer el perfil de cliente de la empresa y revisar el potencial de mercado que existe de acuerdo con ese perfil.
4. Entregar un análisis del sistema de compras y el de distribución
5. Hacer el canvas actual de la compañía, revisar la propuesta de valor actual y proponer una que contenga todos los elementos
6. Revisar el sistema de contratación, que tipo de estímulos reciben los empleados y hacer un plan de mejora sugerido.
7. Analizar los estados financieros de la empresa e identificar los recursos necesarios para llevar a cabo el crecimiento planeado.
8. Definir una serie de indicadores que deban ser monitoreados para asegurarse de que la empresa va por la senda de crecimiento trazada.
9. Elaborar un canvas de cómo sería la compañía en 5 años y su respectiva planeación

## **Docente**

Kenny Mauricio Gómez. Universidad Nacional de Colombia sede de Manizales