

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 ofertadas para el II sem del 2017 son las siguientes:

- Emprendimiento
- Mercadeo y ventas para emprendedores
- Propiedad Intelectual para emprendedores
- Gerencia de empresas en crecimiento

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

EMPREDIMIENTO

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 marcarío

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

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