

PRONTUARIO

TÍTULO:	Innovación y crecimiento de la empresa
CODIFICACIÓN:	ADM 475
PRERREQUISITO:	Último año de estudios
CRÉDITOS:	3 créditos 45 horas contacto 1 término

DESCRIPCIÓN

Estudio, análisis y aplicación de las prácticas empleadas para identificar y desarrollar oportunidades de crecimiento en empresas incipientes. Este curso resalta las etapas de crecimiento de una empresa, los retos y oportunidades que acompañan cada una de estas fases, así como las estrategias más exitosas aplicadas por empresas locales e internacionales para capitalizar en diversas oportunidades de expansión y crecimiento. El curso avanzado examina los retos gerenciales vinculados al liderazgo, estrategia y posicionamiento en el mercado, diseño organizacional, y expansión geográfica.

JUSTIFICACIÓN

La literatura y las investigaciones académicas desde las teorías de Schumpeter, hasta David Birch han evidenciado que son las empresas que crecen y despuntan rápidamente con sus innovaciones, como líderes de sus industrias, las que impactan positivamente la economía de un país. Más aún, existen sustancial apoyo para afirmar que el crecimiento de una empresa supone además una mayor posibilidad de subsistencia en el mercado. No obstante, las oportunidades de crecimiento de una organización no se dan en el vacío, en muchas ocasiones estas responden a estrategias preconcebidas por las empresas y un sin número de factores externos cuya temprana identificación y capitalización se convierten en los mayores factores de éxito.

Las empresas, acorde con las distintas etapas de desarrollo que experimentan, se enfrentan a diversidad de retos. Identificar activamente estos retos, así como las estrategias y mejores prácticas para sobreponerse a estos podrían determinar el éxito o fracaso de la expansión de una empresa. Algunos de los desafíos más comunes son el crecimiento acelerado de los recursos humanos, la formalización y descentralización gerencial, así como los nuevos estilos y prácticas de liderazgo cuando se pondera transmutar de fundador de la empresa a principal oficial ejecutivo.

COMPETENCIAS

El curso desarrolla en el o la estudiante las siguientes competencias:

- **Emprendimiento e innovación**
- **Comunicación**

OBJETIVOS

Al finalizar el curso el o la estudiante será capaz de:

1. Entender los diversos conceptos que definen y miden el crecimiento de una empresa.
2. Identificar y entender los retos asociados a las etapas de crecimiento de una empresa incipiente.
3. Identificar y analizar potenciales oportunidades de expansión de una empresa.
4. Analizar las diversas prácticas que podrían incidir o fomentar el crecimiento y/o expansión de una empresa.

CONTENIDO

- I. Introducción
 - A. Impacto de empresas de alto crecimiento
 - B. Teorías y evidencia
 - C. Definición e Instrumentos de medición del crecimiento de una empresas
- II. Etapas de crecimiento de la empresa
 - A. Lanzamiento
 - B. Empresa incipiente y desarrollo del mercado
 - C. Crecimiento acelerado y formalización
 - D. Potencial expansión geográfica
- III. Retos y oportunidades de cada etapa
 - A. Lanzamiento
 1. Validación del mercado y creación de valor
 2. Estrategia y posicionamiento
 3. Cambio, innovación y flexibilidad
 - B. Empresa incipiente y desarrollo del mercado
 1. Desarrollo del diseño organizacional
 2. Cultura organizacional
 3. Adquisición de clientes
 4. Financiamiento
 - C. Crecimiento acelerado y formalización

1. Reclutamiento y estructura organizacional
2. Políticas, procesos y control gerencial
3. Aprendizaje organizacional
4. Planificación estratégica
- D. Potencial expansión geográfica
 1. Retos de la expansión geográfica
 2. Análisis de las oportunidades y exploración
 3. Estructura gerencial
 4. Liderazgo y gobernanza

IV. Tendencias futuras en el tema de emprendimiento

METODOLOGÍA

Se recomiendan las siguientes estrategias de la metodología de aprendizaje activo:

- Conferencias del profesor
- Análisis de casos de estudio
- Aplicación de teoría en caso local (2 casos de estudio)

EVALUACIÓN

Trabajos parciales	30%
Composiciones	20%
Presentación oral	20%
Proyecto final	<u>30%</u>
Total	100%

AVALÚO DEL APRENDIZAJE

Se aplica la rúbrica de avalúo institucional a la actividad central del curso.

BIBLIOGRAFÍA

- Adelman, P. J., & Marks, A. M. (2004). *Entrepreneurial finance : Finance for small business* (3rd ed.). Upper Saddle River, N.J.: Pearson/Prentice Hall.
- Allen, K. R. (2006). *Launching new ventures : An entrepreneurial approach* (4th ed.). Boston: Houghton Mifflin.
- Allen, K. R., & Meyer, E. C. (2007). *Empresarismo y administración de pequeños negocios* [Entrepreneurship and small business management.] . México: McGraw-

Hill Interamericana.

Baron, R. A. (2006). Opportunity recognition as pattern recognition: How entrepreneurs "connect the dots" to identify new business opportunities. *Academy of Management Perspectives*, 20(1), 104-119.

Betts, S. (2006). From employee to entrepreneur. *T+D*, 60(2), 66-67.

Bygrave, W. D., & Zacharakis, A. (2008). *Entrepreneurship*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.

Gundry, L. K., & Kickul, J. R. (2007). *Entrepreneurship strategy : Changing patterns in new venture creation, growth, and reinvention*. Thousand Oaks, Calif.: Sage Publications.

Komisar, R., & Lineback, K. L. (2000). *The monk and the riddle : The education of a silicon valley entrepreneur*. Boston, Mass.: Harvard Business School Press.

Longenecker, J. G. (2007). *Administración de pequeñas empresas : Enfoque emprendedor* [Small business management.] (13a ed.). México: Thomson.

McMullen, J. S., & Shepherd, D. A. (2006). Entrepreneurial action and the role of uncertainty in the theory of the entrepreneur. *Academy of Management Review*, 31(1), 132-152.

Peredo, A. M., & Chrisman, J. J. (2006). Toward a Theory of community –Based enterprise . *Academy of Management Review*, 31(2), 309-328.

Popova, I. P. (2006). Is professionalism the way to success? *Sociological Research*, 45(1), 41-58.

Saco, R., & Mazza, M. (2004). *Aprender a crear una microempresa*. Barcelona: Paidós.

Strauss, S. D. (2004). *The small business bible : Everything you need to know to succeed in your small business*. Hoboken, N.J.: Wiley.

Timmons, J. A., & Spinelli, S. (2009). *New venture creation : Entrepreneurship for the 21st century* (8th ed.). Boston: McGraw-Hill/Irwin.

Zimmerer, T., Scarborough, N. M., & Wilson, D. (2008). *Essentials of entrepreneurship and small business management* (5th ed.). Upper Saddle River, N.J.: Pearson/Prentice Hall.

RECURSOS ELECTRÓNICOS

Banco de desarrollo económico para Puerto Rico (2008) Movimiento empresarial apoyo al pequeño y mediano comercio. Retrieved from <http://www.bdepr.org/>

Brian Cliff Manor, New York : Academy of Management, Academy of Management Review. 01/01/1976 to present.

<http://wf2dnvr17.webfeat.org:80/Z5YvM11003/url=http://>

search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=bth&jid=AMX&site=ehost-live

Baker, W., & Sinkula, J. (2009). The Complementary Effects of Market Orientation and Entrepreneurial Orientation on Profitability in Small Businesses. *Journal of Small Business Management*, 47(4), 443-464. [http://search.ebscohost.database, doi:10.1111/j.1540-627X.2009.00278.x](http://search.ebscohost.database,doi:10.1111/j.1540-627X.2009.00278.x)

Biblioteca Virtual. (2009). Ebsco business search database. Retrieved from <http://search.ebscohost.database>

Media Inc. (2009). Entrepreneur. Retrieved from <http://www.entrepreneur.com>

Ewing Marion Kauffman Foundation (2009). Entrepreneurship. Retrieved from <http://www.entrepreneurship.org>.

Rocha, H., & Miles, R. (2009). A Model of Collaborative Entrepreneurship for a More Humanistic Management. *Journal of Business Ethics*, 88(3), 445-462. [http://search.ebscohost.database, doi:10.1007/s10551-009-012](http://search.ebscohost.database,doi:10.1007/s10551-009-012)

Zu, L., & Song, L. (2009). Determinants of Managerial Values on Corporate Social

Responsibility: Evidence from China. *Journal of Business Ethics*, 88105-117.

<http://search.ebscohost.database> doi:10.1007/s10551-008-9828 Entrepreneur

Puede encontrar más recursos de información relacionados a los temas del curso en la página de la biblioteca <http://biblioteca.sagrado.edu/>.

ACOMODO RAZONABLE

Para obtener información detallada del proceso y la documentación requerida, debe visitar la oficina correspondiente. Para garantizar igualdad de condiciones, en cumplimiento de la Ley ADA (1990) y el Acta de Rehabilitación (1973), según enmendada, todo estudiante que necesite servicios de acomodo razonable o asistencia especial deberá completar el proceso establecido por la Vicepresidencia de Asuntos Académicos.

INTEGRIDAD ACADÉMICA

Esta política aplica a todo estudiante matriculado en la Universidad del Sagrado Corazón para tomar cursos con o sin crédito académico. Una falta de integridad académica es todo acto u omisión que no demuestre la honestidad, transparencia y responsabilidad que debe caracterizar toda actividad académica. Todo estudiante que falte a la política de honradez, fraude y plagio se expone a las siguientes sanciones: recibirá nota de cero en la evaluación y/o repetición del trabajo en el seminario, nota de F(*) en el seminario: suspensión o expulsión según se establece en el documento de Política de Integridad Académica con fecha de efectividad de noviembre 2022.

CURSOS DE INVESTIGACIÓN

“Este curso puede requerir que los estudiantes practiquen tareas relacionadas al proceso de investigación, tales como: toma de consentimiento o asentimiento informado, administración de instrumentos, realización de entrevistas, observaciones o grupos focales, entre otros. Estas tareas son parte de un ejercicio académico y no se utilizará la información recopilada para compartirla con terceros o divulgarla en otros escenarios que no sean el salón de clases junto al profesor que enseña el curso. Todo estudiante que vaya a interactuar con sujetos humanos como parte de su práctica en investigación tiene que estar certificado en ética con sujetos humanos en la investigación por el *Collaborative Institutional Training Initiative (CITI Program)*, al igual que su profesor”.

Derechos reservados | Sagrado | Abril, 2023