

IDENTIFICACIÓN

DIVISIÓN/ VUAD: CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

FACULTAD/ DEPARTAMENTO/ INSTITUTO: FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PROGRAMA ACADÉMICO: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

NOMBRE DEL
DOCENTE:*Luis Fernando Moreno*
Andrés Paz
Julián Figueroa

DENOMINACIÓN DEL ESPACIO ACADÉMICO (asignatura, curso, módulo, campo disciplinar, área de un campo)

Negocios Inclusivos y Valor Compartido

CÓDIGO DEL ESPACIO ACADÉMICO:

CARÁCTER DEL ESPACIO ACADÉMICO: Teórico ☒ Teórico - práctico ☐ Práctico ☐

NÚMERO DE CRÉDITOS	NÚMERO DE HORAS DE T.P.	NÚMERO DE HORAS T.I.
3	48 Horas	96 Horas

METODOLOGÍA DEL
ESPACIO: Presencial ☒ Virtual ☐ Distancia ☐

PRERREQUISITOS	N/A	PERTENECE AL COMPONENTE OBLIGATORIO (si aplica, marcar con una X)	PERTENECE AL COMPONENTE FLEXIBLE (si aplica, marcar con una X)
	X		

CORREQUISITOS	N/A	PERTENECE AL COMPONENTE OBLIGATORIO (si aplica, marcar con una X)	PERTENECE AL COMPONENTE FLEXIBLE (si aplica, marcar con una X)
	X		

UBICACIÓN DEL ESPACIO ACADÉMICO

COMPONENTE : Obligatorio básico
CICLO: de fundamentación
CAMPO DE FORMACIÓN :para lo social,
NIVEL: Semestre 3

PROPÓSITOS DEL ESPACIO ACADÉMICO

Se espera que el estudiante de administración de empresas, una vez curse el espacio académico esté en capacidad de aplicar competencias y destrezas que le permitan establecer alternativas de sostenibilidad en el marco de la corresponsabilidad social para promover diálogos con los grupos de interés y generar cadenas valor compartido como una estrategia en sus prácticas administrativas con las personas y comunidades donde se instala la empresa.

ARTICULACIÓN CON EL NÚCLEO PROBLÉMICO

El espacio académico se articula al núcleo problémico de “Responsabilidad Social” que hace relación a “La falta de corresponsabilidad de los estrategas en las organizaciones con sus grupos de interés, genera rupturas sociales, ambientales y económicas; es por ello, que se requiere formar profesionales en la Administración de Empresas que gestionen el proceso administrativo y desarrollen estrategias, para que fomenten procesos productivos con responsabilidad social y valor compartido”.

En este marco, se considera que el espacio debe responder a las preguntas:
¿Cómo potencializar la formación de Administradores de Empresas en calidad de ciudadanos éticos y socialmente responsables?

¿Cómo la administración de empresas a través del estudio de las organizaciones, contribuye a la inclusión y el valor compartido para sus grupos de interés como estrategias socialmente responsables?

METODOLOGÍA

(Máximo 300 palabras)

En concordancia con los modelos pedagógicos propuestos por la Facultad de Administración de Empresas que promuevan enfoques pedagógicos para el desarrollo del ser; para ello, se propone para el proceso de enseñanza-aprendizaje cuyo centro es el estudiante mediante, que produzcan cambios significativos en sus experiencias, para aplicarlo en las diversas situaciones de su cotidianidad, en la empresa y en su vida misma. En este contexto en el espacio académico se promueven estrategias didácticas y evaluativas relacionadas con el estudio de casos, debates, trabajos en grupo y conferencias con expertos, entre otros.

El papel del docente se concentra promover el repensar de sus estudiantes, con estrategias didáctica y de mediaciones tecnológicas le fomenta competencias y destrezas observar el mundo intelectual, la forma de actuar dentro de él, de revisar las experiencias, de actuar y de auto examinarse continuamente en relación con los fenómenos relacionados con la inclusión y las cadenas de valor empresarial.

Desde este marco metodológico, se espera cumplir con la visión funcional de la Economía Humana buscando “el desarrollo de todo el hombre y de todos los hombres” (Louis-Joseph Lebreton, O.P.) Este espacio académico, convoca al encuentro de una metodología de acción participante, en la cual la relación de mediación docente se enfoca hacia la articulación de los conocimientos y saberes previos del estudiante con alto impacto social.

CONOCIMIENTOS PREVIOS PARA INICIAR EL ABORDAJE DEL ESPACIO ACADÉMICO

Los estudiantes deben tener conocimientos relacionados con responsabilidad social organizacional, que les provee el marco teórico y conceptual para el abordaje en las prácticas administrativas relacionadas con los Negocios Inclusivos y el Valor Compartido.

Las competencias y los conocimientos de microeconomía permiten que los estudiantes puedan comprender en el contexto del Desarrollo Sostenible, las temáticas relacionadas con el territorio y su desarrollo, los sectores económicos y las políticas públicas que promueven diversas estrategias para la promoción de la inclusión y las cadenas de valor compartido.

Finalmente las teorías de las organizaciones ubican a los estudiantes en los paradigmas de las administración de las organizaciones que favorecen la inclusión y el desarrollo de prácticas relacionadas con los temas propuestos en el espacio académico.

 UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA	SYLLABUS DE ESPACIO ACADÉMICO		
Código: 2000-F-619	Versión: 01	Emisión: 22 - 07 - 2014	Página 5 de 10

DIMENSIONES DE LA ACCIÓN HUMANA, COMPETENCIAS, CONTENIDOS Y ESTRATEGIAS PEDAGÓGICAS A DESARROLLAR

SEMANA/ SESIÓN	COMPETENCIA	GENÉRICA (G)/ ESPECÍFICA (E)		COMPRENDER	OBRAR	HACER	COMUNICAR	UNIDADES TEMÁTICAS/ EJES TEMÁTICOS/ CONTENIDOS	ESTRATEGIA(S) DIDÁCTICA(S)	ESTRATEGIA(S) EVALUATIVA(S)
		G	E							
1	Comprender los conceptos de administración de empresas y negocios inclusivos que le permitan al estudiante entender y comunicarse acertadamente	X		X				Presentación inicial.	Clase magistral	Prueba previa, para establecer conocimientos previos.
2	Comprender los conceptos de administración de empresas y negocios inclusivos que le permitan al estudiante entender y comunicarse acertadamente.			X				LOS NEGOCIOS INCLUSIVOS Qué son los negocios inclusivos	Clase magistral	Escrito tipo ensayo en el cual a través de un caso muestre la apropiación de conceptos
3	Comprender los conceptos de administración de empresas y negocios inclusivos que le permitan al estudiante entender y comunicarse acertadamente.			X		X		LOS NEGOCIOS INCLUSIVOS Entidades Nacionales e internacionales	Mediante el cambio de roles, se buscan las funciones de entidades nacionales e internacionales, y se presentan por los estudiantes.	Diseño de un Mapa conceptual como organizador gráfico, para hacer una relación organizacional y funcional.
4	Comprender los conceptos de administración de empresas y negocios inclusivos que le permitan al estudiante entender			X				LOS NEGOCIOS INCLUSIVOS Tipos de negocios inclusivos.	A través de la generación de problemas, se busca orientar al	A través de la redacción de 1 minuto, e intercambio de ideas, se busca

 UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA	SYLLABUS DE ESPACIO ACADÉMICO		
Código: 2000-F-619	Versión: 01	Emisión: 22 - 07 - 2014	Página 6 de 10

	y comunicarse acertadamente.						Esquema de Desarrollo de negocios inclusivos	estudiante a la construcción de tipos de negocios inclusivos.	motivar a la integración y aplicación de modelos en los negocios inclusivos.
5	Comprender los conceptos de administración de empresas y negocios inclusivos que le permitan al estudiante entender y comunicarse acertadamente.			X			LOS NEGOCIOS INCLUSIVOS : Política y marco normativo en el marco de los negocios inclusivos	Magistral	Se realiza una matriz de aspectos políticos y normativos presentes en los negocios inclusivos.
6	Comprender los conceptos de administración de empresas y negocios inclusivos que le permitan al estudiante entender y comunicarse acertadamente.			X			LOS NEGOCIOS INCLUSIVOS Apoyos y fondos para incentivar los negocios inclusivos	Presentaciones	A través de la exposición de fondos e incentivos relacionados con los negocios inclusivos, se busca analizar métodos y alternativas para incentivar los negocios.
7	Reconocer los campos para la implementación de los negocios inclusivos así como casos relevantes en Colombia.			X		X	LA RESPONSABILIDAD SOCIAL Y NEGOCIOS INCLUSIVOS Responsabilidad Social Corporativa como base para los negocios inclusivos en un marco de corresponsabilidad	Magistral	A través de la redacción de 1 minuto, e intercambio de ideas, se busca motivar a la integración y aplicación de modelos en los negocios inclusivos.
8	Reconocer los campos para la implementación de los negocios inclusivos así como casos relevantes en Colombia.			X		X	LA RESPONSABILIDAD SOCIAL Y NEGOCIOS INCLUSIVOS Casos de negocios inclusivos en Colombia	Estudio de caso.	Análisis de un estudio de caso, se hace un acercamiento a diferentes experiencias realizadas buscando diversas aplicaciones

 UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA	SYLLABUS DE ESPACIO ACADÉMICO			
Código: 2000-F-619	Versión: 01	Emisión: 22 - 07 - 2014	Página 7 de 10	

										de elementos y conceptos por parte del estudiante
9	Diseñar una propuesta en el marco de los negocios inclusivos, usando herramientas de la carrera de administración de empresas.			X			X	EL VALOR COMPARTIDO Concepto de valor compartido	Preguntas y respuestas, en donde se busca entender unos de otros.	A través de la redacción de 1 minuto, e intercambio de ideas, se busca motivar a la integración y aplicación de modelos en los negocios inclusivos.
10	Diseñar una propuesta en el marco de los negocios inclusivos, usando herramientas de la carrera de administración de empresas.			X			X	EL VALOR COMPARTIDO Clases de valor compartido	Talleres de análisis de casos con clases de valor compartido.	Diseño de un Mapa conceptual como organizador gráfico, relacionando las clases de valor compartido con las diferentes situaciones.
11	Diseñar una propuesta en el marco de los negocios inclusivos, usando herramientas de la carrera de administración de empresas.			X			X	EL VALOR COMPARTIDO Desarrollo Territorial e impacto social desde la integración de los grupos de interés	Modelos mentales, El estudiante crea una propuesta que pueda aportar nueva información.	Diseño de una propuesta en el marco de los negocios inclusivos, en donde se integre la administración de empresas como un valor compartido.
12	Diseñar una propuesta en el marco de los negocios inclusivos, usando herramientas de la carrera de administración de empresas.			X			X	EL VALOR COMPARTIDO Política y marco normativo de valor compartido	Presentación	Evaluación por pares, mediante un formato en el cual se califiquen las propuestas de los estudiantes, por los mismos estudiantes.
13	Diseñar una propuesta en el marco de los negocios			X			X	EL VALOR COMPARTIDO	Magistral	Escrito tipo ensayo en el cual a través de un

 UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA	SYLLABUS DE ESPACIO ACADÉMICO			
Código: 2000-F-619	Versión: 01	Emisión: 22 - 07 - 2014	Página 8 de 10	

	inclusivos, usando herramientas de la carrera de administración de empresas.							innovación y emprendimiento social y ambiental		caso muestra la apropiación de conceptos
14	Habilidad para comunicar una propuesta de negocios inclusivos y poner en marcha un proyecto de este tipo, vinculando el territorio el ambiente y la administración de empresas.					X	X	GESTIÓN PARA NEGOCIOS INCLUSIVOS Y DE VALOR COMPARTIDO El Abordaje estratégico empresarial	Estudio de caso	A través de la redacción de 1 minuto, e intercambio de ideas, se busca motivar a la integración y aplicación de modelos en los negocios inclusivos.
15	Habilidad para comunicar una propuesta de negocios inclusivos y poner en marcha un proyecto de este tipo, vinculando el territorio el ambiente y la administración de empresas.					X	X	GESTIÓN PARA NEGOCIOS INCLUSIVOS Y DE VALOR COMPARTIDO Indicadores para la Gestión de los negocios inclusivos en la empresa	Creación de modelo mental, en el cual se integren indicadores de gestión de los negocios inclusivos.	Generar lineamientos de articulación para la propuesta de negocios inclusivos en donde integren indicadores y organizaciones que aporten a la mencionada propuesta.
16	Habilidad para comunicar una propuesta de negocios inclusivos y poner en marcha un proyecto de este tipo, vinculando el territorio el ambiente y la administración de empresas.					X	X	GESTIÓN PARA NEGOCIOS INCLUSIVOS Y DE VALOR COMPARTIDO Desarrollo de casos Entidades promotoras de inclusión y valor compartido	Presentación final de proyectos de Negocios inclusivos.	Mediante una presentación se realiza una evaluación por pares, mediante un formato en el cual se califiquen las propuestas por pares invitados.

CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

a. Parámetros para la valoración cualitativa y cuantitativa

- Asistencia: número de estudiantes asistentes / número total de sesiones del espacio académico
- Número de participantes que conocen el programa/ total de participantes en la interacción de la práctica social
- Participación: número de estudiantes que intervienen por sesión/ total de estudiantes del espacio académico asistentes
- Retroalimentación: Cada estudiante es llamado para realizar comentarios pertinentes con respecto al proceso de práctica social.
- Número de objetivos alcanzados por el estudiante / total de objetivos propuestos.
- Número de asistencias a sesiones de clase / total de sesiones en el semestre.
- Cumplimiento de compromisos académicos y sociales/ total de compromisos académicos y sociales en el semestre.
- Evaluación Formal

De acuerdo a los resultados de la evaluación realizada por el comité de proyección social, puede expresarse como aprobado o no aprobado. La calificación de aprobado se obtiene con una valoración igual o mayor a tres punto cero (3.0)

-Se realizan 3 cohortes para la calificación final: dos evaluaciones parciales, cada una con un porcentaje de 35% y un 30% que corresponde la nota final

b. Ponderación de actividades didácticas y evaluativas para la medición del aprendizaje.

- Identifica los conceptos de responsabilidad social, negocios inclusivos y administración de empresas, -implementándolos en estudios de casos.
- Realiza propuestas en el marco de los negocios inclusivos integrando actores y organizaciones relevantes
- Sustenta la propuesta de negocios inclusivos mediante informes, presentaciones y otros medios digitales.

BIBLIOGRAFÍA, WEBGRAFÍA Y OTRAS FUENTES

- _Ancos, H. (2011). Negocios inclusivos y empleo en la base de la pirámide. Editorial Complutense.
- Barki, E., Comini, G., Cunliffe, A., Hart, S., & Rai, S. (2015). Social entrepreneurship and social business: retrospective and prospective research. Revista de Administração de Empresas, 55(4), 380-384.
- Betancourt Latorre, A. V. (2014). Propuesta metodológica para la creación de negocios inclusivos en el LANI-EAFIT Social (Master's thesis, Universidad EAFIT).
- Castellano, M. I., Martinez, L., & De Pelekais, C. (2015, June). Negocios inclusivos: rentabilidad o filantropía empresarial. In Forum Humanes (Vol. 4, No. 1, pp. 14-30).
- C-onsejo Empresarial Colombiano para el Desarrollo Sostenible, CECODES (2011). Sostenible (CECODES).(2010). Negocios inclusivos una estrategia empresarial para reducir la pobreza. Avances y lineamientos. Bogotá, Colombia: CECODES, 1-144.
- Márques E, P. (2009). Negocios inclusivos en américa latina. Harvard business review.
- Porter, M., & Kramer, M. (2011). La creación de valor compartido. Harvard Business Review, 89(1), 32-49.
- Reficco, E. (2010). Negocios inclusivos y responsabilidad social un matrimonio complejo. Debates IESA, 15(3).
- Van Haeringen, R., & de Jongh, W. R. (2010). Los negocios inclusivos en el sector agropecuario: práctica y desafíos. ---Revista estudios agrarios, (44).
- Vives, A. (2012). Compartir el valor creado versus crear valor compartido: Diferentes estrategias, diferentes implementaciones, diferentes resultados. Revista de responsabilidad social de la empresa, (10), 169-183.

WEBGRAFÍA

- Mutis, G. (2013). Valor compartido, una estrategia empresarial de alto impacto. Semana Sostenible, disponible en: <https://www.elspectador.com/publicaciones/especial/valor-compartido-una-estrategia-empresarial-de-alto-imp-articulo-428561>
- Biblioteca de Cecodes: <http://www.cecodes.org.co/site/>
- Bases de datos SCOPUS y SCIENCE DIRECT disponibles en <http://crai-bidigital.usta.edu.co/>

FIRMA DEL DOCENTE

VºBº COORDINADOR DE ÁREA, MÓDULO Y/O CAMPO DE FORMACIÓN

FECHA DE ELABORACIÓN:

DD	MM	AA

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

DD	MM	AA