



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
ESCUELA INGENIERIA DE SISTEMAS Y TELEMATICA

1. Datos generales

Materia: EMPRENDEDORES II
Código: FAD0220
Paralelo:
Periodo : Marzo-2018 a Julio-2018
Profesor: CRESPO MARTINEZ PAUL ESTEBAN
Correo electrónico ecrespo@uazuay.edu.ec

Docencia	Práctico	Autónomo: 0		Total horas
		Sistemas de tutorías	Autónomo	
4				4

Prerrequisitos:

Código: FAD0213 Materia: EMPRENDEDORES I

2. Descripción y objetivos de la materia

La gerencia de una empresa no es algo fácil. Este curso pretende dar conocer las técnicas de gerenciamiento, tanto en los ámbitos de marketing como en la parte de análisis financiero. De esta manera se aprenderá como plantear y aplicar estrategias y tomas de decisión en base a las condiciones del mercado y las fortalezas del negocio; así como también las distintas alternativas de financiamiento para los negocios que se pueden considerar en un momento necesario. También permitirá conocer los tipos de empresas que se crean en nuestro medio, entre ellas las familiares que ocupa un porcentaje significativo de acuerdo a las realidades Ecuatorianas, especialmente cuencanas. Existirá la posibilidad de que al terminar este proceso de conocimiento del emprendimiento el estudiante esté en capacidad de afrontar los retos empresariales que se le presentarán en la vida profesional.

Dentro de esta asignatura se pretende enseñar al alumno como poner su negocio propio y hacerlo crecer, además de las etapas y componentes que deben considerar en el establecimiento de una empresa, las formas de financiamiento, los negocios en internet, las empresas familiares, la gestión financiera y las obligaciones tributarias. Se dará una introducción a la negociación y a la toma de decisiones, que son capacidades que deben lograr los gerentes de hoy en día. También se enseñarán algunos mecanismos utilizados por la Gerencia de Marketing para encontrar nuevos segmentos de mercado, aprender a entender y retener a los clientes, y como garantizar un adecuado proceso de servicio.

El conocimiento y la destreza del manejo del emprendimiento le permitirán al estudiante formular su negocio en base a las asignaturas aprendidas, ya que estarán en capacidad de plantearse negocios de comercio electrónico, empresas consultoras, servicio técnico, desarrollo de aplicaciones, centros de capacitación, entre otras.

3. Contenidos

01.	Organizaciones, empresas e instituciones
01.01.	Introducción al mundo empresarial (1 horas)
01.02.	Empresas familiares: perspectiva y caracterización (2 horas)
01.03.	Las 7S de McKinsey en la organización (1 horas)
01.04.	Confusión entre propietario y gerente (1 horas)
01.05.	El estilo de dirección (1 horas)
01.06.	Manejo de conflictos (2 horas)
01.06.	Marco legal organizacional (2 horas)
01.07.	Ciclo de vida empresarial (1 horas)
01.07.	La toma de decisiones sinérgica (2 horas)
01.08.	Estructuras y organigramas (1 horas)
01.08.	Modelos de negocio (2 horas)
01.09.	Negocios por internet (E-Commerce, e-Business) (4 horas)
02.	Talento Humano
02.01.	El talento humano vs el recurso humano (1 horas)
02.02.	Selección y administración del talento humano (2 horas)
02.03.	Evaluación por talento humano (1 horas)

02.04.	Administración de roles y salarios. (1 horas)
02.05.	Capacitación y desarrollo del personal (2 horas)
02.05.	Reglamentos y leyes ecuatorianas sobre talento humano (1 horas)
03.	Aspectos financieros
03.01.	Objetivos del área financiera según la Clasificación de las empresas (2 horas)
03.02.	Sistema contable de la empresa (0 horas)
03.02.01.	La contabilidad de la empresa (1 horas)
03.02.02.	Catálogo de cuentas (1 horas)
03.02.03.	Software a utilizar (1 horas)
03.03.	Costos, Gastos y Capital social (3 horas)
03.04.	Proyección del flujo de efectivo (1 horas)
03.05.	Estados financieros proyectados (0 horas)
03.05.01.	Estado de Resultados (1 horas)
03.05.02.	Balance General (1 horas)
03.06.	Indicadores financieros (2 horas)
04.	Análisis financiero
04.01.	Interés simple y exacto, cálculo del tiempo. (1 horas)
04.02.	Pagares. El valor presente de una deuda. Ecuaciones de valor (1 horas)
04.03.	Ejercicios sobre interés simple (2 horas)
04.05.	El análisis vertical y el análisis horizontal (2 horas)
04.07.	Estrategias financieras (2 horas)
05.	Obligaciones tributarias
05.01.	Personas naturales obligadas y no obligadas a llevar contabilidad (1 horas)
05.02.	Anexos y formularios del Servicio de Rentas Internas (1 horas)
06.	Estrategias y herramientas empresariales
06.01.	Propuesta de valor (1 horas)
06.02.	Misión y visión organizacional (1 horas)
06.03.	Definición de objetivos (1 horas)
06.04.	Formulación de estrategias y tácticas (1 horas)
06.05.	Cuadro de mando integral (2 horas)
06.06.	FODA y posición estratégica de evaluación de acciones (2 horas)
06.07.	Cadena de valor de Porter (1 horas)
06.08.	Modelo CANVAS (1 horas)
07.	Estrategias y herramientas empresariales
07.01.	Mercadotecnia (1 horas)
07.02.	Producción (1 horas)
07.03.	Organización; Aspectos legales de implantación y operación (1 horas)
07.04.	Finanzas (1 horas)
07.05.	Integración de actividades (1 horas)

4. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia

Evidencias

ai. Hace uso de los conocimientos y saberes desarrollados, en ámbitos gerenciales y administrativos de la empresa.

-Analiza los componentes (micro) que puedan aventajar o perjudicar al <u>negocio (macro)</u> .	-Resolución de ejercicios, casos y otros
-Aplica los conocimientos adquiridos en la parte financiera para interpretar un <u>balance y poder formular estrategias de competitividad</u> .	-Evaluación escrita
-Aplica los conocimientos aprendidos en marketing para poder establecer <u>estrategias de formulación de valor agregado, así como de satisfacción</u> .	-Trabajos prácticos - productos
-Aprende a liderar un equipo de trabajo, conociendo y aplicando mecanismos	-Trabajos prácticos -

Resultado de aprendizaje de la materia	Evidencias
para la selección, coordinación y ejecución de tareas, así como la resolución de conflictos.	productos
aj. Interactúa con su entorno para indagar información	
-Aprender a realizar estudios de mercado frecuentes para determinar las preferencias y necesidades del consumidor.	-Trabajos prácticos - productos
-Conocer los mecanismos de la investigación de mercados para aplicarlos en la creación de un negocio y la formulación de estrategias.	-Trabajos prácticos - productos

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Resolución de ejercicios, casos y otros	Análisis de casos empresariales en el manejo de conflictos	Organizaciones, empresas e instituciones	APOORTE 1	3	Semana: 2 (19/03/18 al 24/03/18)
Trabajos prácticos - productos	Documental sobre empresas familiares	Organizaciones, empresas e instituciones, Talento Humano	APOORTE 1	7	Semana: 4 (02/04/18 al 07/04/18)
Resolución de ejercicios, casos y otros	Análisis de un caso empresarial: Evaluación financiera.	Análisis financiero, Aspectos financieros	APOORTE 2	5	Semana: 7 (23/04/18 al 28/04/18)
Evaluación escrita	Prueba sobre análisis financiero	Análisis financiero, Aspectos financieros	APOORTE 2	5	Semana: 8 (01/05/18 al 05/05/18)
Resolución de ejercicios, casos y otros	Análisis de casos empresariales sobre estrategias.	Estrategias y herramientas empresariales	APOORTE 3	5	Semana: 12 (28/05/18 al 02/06/18)
Trabajos prácticos - productos	Trabajo sobre estrategias y proyecciones de ventas del negocio.	Estrategias y herramientas empresariales, Estrategias y herramientas empresariales	APOORTE 3	5	Semana: 14 (11/06/18 al 16/06/18)
Trabajos prácticos - productos	Plan de negocios. Presentación y documento.	Análisis financiero, Aspectos financieros, Estrategias y herramientas empresariales, Estrategias y herramientas empresariales, Obligaciones tributarias, Organizaciones, empresas e instituciones, Talento Humano	EXAMEN	20	Semana: 19-20 (15-07-2018 al 21-07-2018)
Evaluación escrita	Análisis de un caso empresarial, que incluye todos los temas abordados. (50%). Además, un examen sobre la teoría aprendida (50%)	Análisis financiero, Aspectos financieros, Estrategias y herramientas empresariales, Estrategias y herramientas empresariales, Obligaciones tributarias, Organizaciones, empresas e instituciones, Talento Humano	SUPLETORIO	20	Semana: 20 (al)

Metodología

La materia Emprendedores exige un alto grado de imaginación para desarrollar y promocionar sus ideas de negocio. Por ello, se propone utilizar la siguiente metodología:

Se evaluará la forma de presentar los productos elaborados por los estudiantes, en el cual deberán considerar el aspecto comercial; es decir, ideas claras, puntuales, con la imagen adecuada, tonalidad de voz correcta, seriedad y confianza durante la presentación. La creatividad para superar problemas, técnicas de liderazgo, formulación de estrategias durante el ciclo de vida de un producto, serán comprendidas mediante el análisis de casos empresariales y también mediante la realización de ejercicios en clase.

En los aspectos relacionados con servicio, se hará el análisis del servipanorama y los procesos de servucción, para lo cual, se podrá considerar una visita técnica.

Finalmente se encuentran las ventas. Se pretende realizar un ejercicio de venta de productos, aplicando tendencias de ventas y lograr, en cinco minutos, la descripción de idea de negocio a un grupo de inversores.

Criterios de Evaluación

Para la calificación de los trabajos se tomará mucho en cuenta los siguientes factores:

- Los trabajos copiados textualmente de Internet u otras fuentes sin haberlas citado serán consideradas como plagio y serán calificadas automáticamente con cero.
- Los documentos deben ser coherentes y mantener una adecuada redacción, ortografía y citas bibliográficas.
- Las presentaciones con diapositivas son simplemente una guía de apoyo al expositor. Deben ser lo más claras y visuales posibles, debido a que el marketing es un factor predominante en el emprendimiento. Las diapositivas deben tener como máximo 4 líneas de texto. Las que sobrepasen este factor tendrán un valor de cero puntos.
- Se considerará la profundidad del análisis y el uso de matrices que soporten el mismo, cuando se revisen los casos empresariales.
- La exposición de los trabajos exige mucha preparación a los participantes de la misma. Se tomará en cuenta la seguridad y claridad de explicación, el lenguaje corporal, el conocimiento sobre el tema, la apariencia física del expositor.
- Los trabajos grupales requieren la participación de todos los expositores. Un equipo de trabajo requiere la intervención de cada uno de los participantes. Si un estudiante no participa, la nota del grupo será la alcanzada por el estudiante con menor grado de participación.
- En todas las pruebas y lecciones escritas se calificará procedimiento de resolución y resultados obtenidos, considerando coherencia y certeza en la aplicación de razonamientos y teorías. Además de la resolución de casos y ejercicios, todas las

evaluaciones incluirán preguntas de razonamiento e interpretación de información.

• El examen final contemplará un trabajo en el cual, se apliquen los conocimientos adquiridos para formular un plan de negocio, el mismo que consistirá en una exposición (50%) y un documento de soporte (50%). Se evaluará la calidad de la presentación, considerando aspectos de marketing, presentación de los expositores, control del tiempo de la exposición, precisión en las estrategias planteadas y el análisis financiero, así como también la calidad del contenido y el material de soporte de la documentación.

5. Referencias

Bibliografía base

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
ROBERT S. KAPLAN; DAVID P. NORTON	Gestión 2000	EL CUADRO DE MANDO INTEGRAL: THE BALANCED SCORECARD	2013	978-84-987504-8-5
W. Chan Kim y Renee Mauborgne	Norma	La Estrategia del Oceano Azul		
KOTLER, KELLER	Pearson Education	DIRECCIÓN DE MARKETING	2006	0-13-145757-8
VANEGAS, VANEGAS. ROBBINS, STEPHEN P.; COULTER, MARY; GONZALEZ, ANGEL CARLOS; TRAD; LLAMAS BONILLA,	Pearson Education	CULTURA ORGANIZACIONAL Y EL AMBIENTE: LAS RESTRICCIONES	2000	NO INDICA
AYRES FRANK	McGraw Hill	MATEMÁTICAS FINANCIERAS	2001	968-422-160-6

Web

Autor	Título	URL
García Erquiaga,	Aprendiendo De Los Errores Del	http://site.ebrary.com/lib/uasuaysp/docDetail.action?
Schnarch Kirberg,	Marketing Para Emprendedores	http://site.ebrary.com/lib/uasuaysp/docDetail.action?

Software

Bibliografía de apoyo

Libros

Web

Software

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: **26/02/2018**

Estado: **Aprobado**