Departamento de CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN

PROGRAMA DE

LABORATORIO DE CREACION DE EMPRESAS

CÓDIGO: 1713

ÁREA: Administración

HORAS DE CLASE				PROFESOR RESPONSABLE
TEÓRICAS		PRÁCTICAS		
p/semana	p/cuatrim.	p/semana	p/cuatrim	
1	32	1	32	Mg. Lic. Andrea Romina Fernández

ASIGNATURAS CORRELATIVAS PRECEDENTES	
APROBADAS	CURSADAS
GESTION HUMANA EN LAS ORGANIZACIONES	FINANZAS DE LA EMPRESA TECNOLOGIA DE LA INFORMACION DE LAS ORGANIZACIONES

DESCRIPCIÓN

Actualmente existe una tendencia a valorar la relación entre el proceso de creación de empresas y el desarrollo económico, siendo los resultados sumamente positivos en algunos casos. Investigadores autores remarcan que la educación universitaria tradicional de alguna manera inhibiría el emprendedorismo. La educación puede ser una variable clave tanto para explicar el proceso de creación de empresas como para aumentar las perspectivas de desarrollo de nuevos emprendimientos.

Este laboratorio tiene como objetivo despertar el interés de los alumnos por la actividad entrepreneurial teniendo en cuenta que es el emprendedor el agente esencial del cambio.

Sobre estos conceptos, se construye y diseña la asignatura "Laboratorio de Creación de empresas" (1713)

El desarrollo del curso es en un 75% práctico y vivencial, y un 25% es teórico y con clases magistrales. Las unidades del programa siguen un desarrollo desde lo interior, la reflexión y la creatividad, hasta la puesta en marcha y parte técnica de la implementación del negocio. Durante el cursado se plantea la participación de emprendedores, que brindan éxitos y fracasos reales, y además se armará un emprendimiento imaginario a nivel grupal o individual, cuyo desarrollo será evaluado a lo largo de la materia. En todas las clases se requerirá la participación activa de los estudiantes, entendiendo que desde el intercambio y los juegos de roles es donde más se aprenden este tipo de conceptos.

Como en todas las disciplinas, sé inicia con una unidad introductoria, donde se presenta y discute a qué llamamos emprendedor, qué es un proceso emprendedor, y cuáles serían las competencias necesarias para serlo.

Luego en una segunda parte se estudia qué es la motivación emprendedora, y se trabaja sobre la misma con distintos ejercicios individuales de reflexión e inspiración.

En una tercera parte y con estudios de casos reales, se analizan factores de éxito y casos de fracaso.

En la cuarta parte, y a atendiendo al concepto de cátedra abierta de esta materia, se presenta la parte más técnica, donde repasaremos conceptos de evaluación de proyectos para tener la percepción del valor de la idea, aprenderemos sobre el armado y la disolución de las organizaciones, conocimientos sobre organismos

de promoción y gestión del financiamiento, conocimientos específicos de un área temática dada, situación y tendencia general del negocio global del área temática.

OBJETIVOS

-Ampliar las expectativas de desarrollo profesional de los egresados más allá de la búsqueda de empleo.
-Trabajar sobre la motivación emprendedora.
-Repasar e integrar herramientas aprendidas, y sumar nuevas habilidades y conocimientos indispensables para la puesta en marcha de un emprendimiento

CONTRIBUCIÓN AL CAMPO LABORAL

Esta materia está orientada a brindar como una alternativa real el autoempleo y a demostrar que las distintas herramientas que el alumno aprende a lo largo de toda la carrera, unidas a la creatividad y al nacimiento de una idea, pueden ser un excelente alternativa laboral.

PROGRAMA SINTÉTICO

1. **INTRODUCCIÓN: ANTECEDENTES DE LA CUESTION EMPRENDEDORA.**
2. **CONCEPTOS BASICOS: EMPRENDEDOR VS EMPRESARIO. PROCESO EMPRENDEDOR.**
3. **MOTIVACION EMPRENDEDORA Y COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS.**
4. **PROMOVER LA ACTITUD EMPRENDEDORA: EL SURGIMIENTO DE LA IDEA.**
5. **LA VISION PROSPECTIVA: ANALIZANDO OPORTUNIDADES.**
6. **CONSTRUCCION DE REDES.**
7. **DESARROLLO DE UN PLAN DE NEGOCIOS.**
8. **PRESENTACIÓN DE LA IDEA: NEGOCIACIÓN.**
9. **ENCUADRE JURÍDICO-IMPOSITIVO.**
10. **PROTECCION DE LA IDEA. REDES SOCIALES.**
11. **INSCRIPCIONES NECESARIAS PARA LA PUESTA EN MARCHA.**

Departamento de CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN

PROGRAMA DE

LABORATORIO DE CREACION DE EMPRESAS

CÓDIGO: 1713

ÁREA: Administración

PROGRAMA ANALÍTICO

1. **INTRODUCCIÓN: ANTECEDENTES DE LA CUESTION EMPRENDEDORA**
   El enfoque económico. El enfoque de los rasgos de personalidad. El enfoque conductual. El enfoque sociológico. El enfoque cognitivo. Emprendedorismo: concepto e introducción al campo de estudio.

2. **CONCEPTOS BASICOS: EMPRENDEDOR VS EMPRESARIO. PROCESO EMPRENDEDOR,**
   El proceso emprendedor. Etapas. Diferencias entre emprendedor y empresario y entre emprendedor y emprendedor interno. Características de la personalidad y perfil emprendedor.

3. **MOTIVACION EMPRENDEDORA Y COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS. FORTALECIMIENTO DE LAS COMPETENCIAS.**
   Qué es la motivación emprendedora. Factores asociados. La motivación y la intención de emprender, Modelo de la resultante de fuerzas. Competencias emprendedoras: características y conocimientos. Análisis de casos

4. **PROMOVER LA ACTITUD EMPRENDEDORA: EL SURGIMIENTO DE LA IDEA.**
   Aumento de la creatividad. Romper paradigmas: concepción de un modelo de negocio. Diagnóstico de negocio. Cruz inspirativa. Ajuste de negocio. Identificación de oportunidades y creación de negocios.

5. **LA VISION PROSPECTIVA: ANALIZANDO OPORTUNIDADES.**
   Proceso Visionario. Analizar oportunidades. Estimación de ventas y costos y capital de trabajo. Punto de equilibrio. Planilla de presupuesto económico-financiero y flujo de fondos para presentación a terceros.

6. **CONSTRUCCION DE REDES.**
   Construcción de una red de relaciones. Evaluación del sistema de relaciones. Políticas Públicas de promoción para emprendedores. Análisis de costos de opciones de financiamiento reales presentes en el mercado. Análisis de casos

7. **DESARROLLO DE UN PLAN DE NEGOCIOS.**
   Descripción del negocio y estructura. Análisis de casos. Modelo de Canvas. Pasos para diseñarlo.

8. **PRESENTACIÓN DE LA IDEA: NEGOCIACIÓN.**
   Capacitación para negociar y presentar una idea. Posicionamiento. Como y en que se pude diferenciar el negocio elegido.

9. **ENCUADRE JURÍDICO-IMPOSITIVO.**
   Aspectos legales de un emprendimiento. Formas de organización: ventajas y desventajas. Las responsabilidades de los socios y directivos. Efectos tributarios de la elección de la forma organizacional

10. **PROTECCION DE LA IDEA. REDES SOCIALES.**
    Franquicias. Registro de patentes y marcas. Creación de empresas on-line, Redes Sociales. Posicionamiento Web.

11. **INSCRIPCIONES NECESARIAS PARA LA PUESTA EN MARCHA**

Inscripciones obligatorias en los diferentes organismos estatales e impositivos de todos los niveles según el tipo de emprendimiento.

BIBLIOGRAFÍA BASICA:

Libros:

- Dolabela, Fernando, Taller del Emprendedor: una metodología de enseñanza que ayuda a transformar el conocimiento en riqueza para el desarrollo económico y social de las regiones, 1° ed., Rosario, UNR editora, 2005, 330p.
- Dolabela, Fernando, El secreto de Luisa. Una idea, una pasión y un plan de negocios: cómo nace un emprendedor y se crea una empresa, 1° ed. Rosario, UNR editora, 2006, 332p.
- Kastika, Eduardo, Creatividad para emprendedores. Anécdotas e ideas prácticas para personas que quieren emprender negocios, 1°ed, Editorial INNOVAR, Buenos Aires, 2007, 160p.
- Ash Maurya, Running Lean: Iterate from Plan A to a Plan that Works,2° ed CA, USA, O´Really Media INc,, 2012, 202 p.
- Alexander Osterwalder, Yves Pigneur, Lara Vázquez Cao, Generación de modelos de negocio, Ediciones Deusto (Barcelona), 2011, 288 P.
- Oliveras Guadalupe, (2015), Tesis de Doctor en Ciencias de la Administración. "La educación emprendedora en la universidad: Análisis y propuesta para la inserción en las curriculas". Disponible en: http://repositoriodigital.uns.edu.ar/handle/123456789/2517
- DIEGO PASJALIDIS, (2015), Inspiración Extrema: Estrategias, innovación y magia se conjugan para desarrollar mejores negocios, CONECTA, 2015, 177P.
- SAPAG CHAIN & SAPAG CHAIN (2008).Preparación y evaluación de proyectos. Quinta edición. Ed. Mc Graw Hill, Bogotá. Capítulo 12
- Ley 19550 de Sociedades Comerciales. Ley de Monotributo y sus modificaciones.
- Ley Impositiva Provincial e Impuestos Nacionales (IVA – Ganancia – Bienes Personales – Ganancia Mínima Presunta)

Artículos:

- KURATKO, D. F. (2009). Introduction to Entrepreneurship. Eighth Edition – Chapter 1: The Revolutionary Impact of Entrepreneurship.
- SHANE, S.; VENKATARAMAN, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. Academy of Management Review, 25, 1.
- LITTUNEN, H. (2000). Entrepreneurship and the characteristics of the entrepreneurial personality, International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research, vol. 6, n. 6 pp. 295-310.
- SCHMIDT, S.; BOHNENBERGER, M. C. (2009). Perfil empreendedor e desempenho organizacional. Revista de Administração Contemporânea, v. 13, n. 3, p. 450-467.

Páginas WEB:

- Ministerio de ciencia y técnica:
  - http://www.agencia.mincyt.gob.ar/
  - http://www.agencia.mincyt.gob.ar/frontend/agencia/fondo/foncyt
  - http://www.agencia.mincyt.gob.ar/frontend/agencia/fondo/fonsoft

- http://www.mincyt.gob.ar/financiamiento
- Ministerio de economía:
  - http://www.fondear.mecon.gob.ar/
- Banco de la Nación Argentina
  - http://www.bna.com.ar/empresas/financiamientosespeciales/microemprendedores
- Banco de la Provincia de Buenos Aires
  - http://www.provinciamicroempresas.com/creditos/?gclid=CNGHxsyz_8oCFRAFkQodOXMBbg
- www.afip.gob.ar
- www.arba.gob.ar
- www.bahiablanca.gob.ar/

BIBLIOGRAFÍA OPCIONAL:

- Kantis, H.; Ishida, M.; Komori, M. (2002). *Empresarialidad en economías emergentes: Creación y desarrollo de nuevas empresas en América Latina y el Este de Asia*. Inter-American Development Bank.
- Veciana, J.M. (2005). La creación de empresas: Un enfoque gerencial. *Colección Estudios Económicos* "La Caixa" Núm. 33.
- Cuevas, J.G.; Cumplido, F.J.S.; Swiszcz, D. (2010). *El comportamiento emprendedor de los alumnos de la Universidad de Sevilla*. Cátedra Bancaja-Universidad de Sevilla.
- Carter, N.M.; Gartner, W.B.; Reynolds, P.D. (1996). Exploring Start-up Event Sequences. *Journal of Business Venturing*, 11(3): 151-166.
- Sánchez, V.B.; Ruiz, M.P.M. (2006). Cambios en el modelo de desarrollo económico y creación de empresas: el emprendedor como factor clave del proceso de cambio. *Boletín económico de ICE, Información Comercial Española*, (2882): 15-28.
- Davidsson, P.; Honig, B. (2003). The Role of Social and Human Capital among Nascent Entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 18(3): 301-331.
- FREITAS, H. M. R.; MARTENS, C. D. P.; BOISSON, J-P; BEHR, A. Elementos para guiar ações visando à orientação empreendedora em organizações de software. Revista de Administração (FEA-USP), v. 47, p. 163-179, 2012.
- SCHEEPERS, M. J. V.; VERREYNNE, M-L.; MEYER, D. (2014), Entrepreneurial configurations of small firms, International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research, v. 20, n. 6 pp. 562-583.
- Pereira, M.L.N. (2009). Motivación: perspectivas teóricas y algunas consideraciones de su importancia en el ámbito educativo. *Revista Educación*, 33(2): 153-170.
- ,T. R. F. V.; MARTENS, C. D. P. (2015). Insucesso Empresarial e a Jornada de Aprendizagem: Estudo com Empreendedores de Micro e Pequenas Empresas que Criaram Novos Negócios. In: XXXIX Encontro da ANPAD – EnANPAD.
- POLITIS, D.; GABRIELSSON, J. (2009). Entrepreneurs' attitudes towards failure: an experiential learning approach. International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research, v. 15, n. 4, p. 364-383.

- ED CATMULL (2015), Creatividad,S.A. "como llevar la inspiración hasta el infinito y mas alla".
- Kantis, H.; Angelelli, P.; Gatto, F. (2002). Nuevos emprendimientos y emprendedores:¿De qué depende su creación y supervivencia? Explorando el caso argentino. LITTEC
- Ascúa Ruben, Publicación en Revista OPCIONES, del Programa de Ingeniería Financiera de la UNAB ISSN 1657-3374 Volumen 4 Nº 8 Bucaramanga (Colombia) Marzo de 2011. Contenido: "Estudios de casos de asociación exitosa entre fondos de capital de riesgo y emprendedores de base tecnológica en Argentina" (pág 9 a 21 – 12 páginas)
- GREG BALANKO-DICKSON: "¿Cómo preparar un Plan de Negocios exitoso?". Editorial McGraw Hill. 2007.
- OSTERWALDER ALEXANDER Y PIGNEUR IVES- GENERACION DE MODELOS DE NEGOCIO .2011. ISBN: 978-84-234-2841-0
- David Perales. Claves Del Posicionamiento WEB: Estrategias de Marketing Online para Ganar Visitas y Clientes en Internet, 2012
- Roger Fisher, Bruce Patton, William Ury, : "Si ... de acuerdo!: cómo negociar sin ceder": Ed. Normas 1993.
- Gartner, W.B. (1990). What are we talking about when we Talk about Entrepreneurship? *Journal of Business Venturing*, *5*(1): 15-28.
- Shane, S.; Venkataram, S. (2000). The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research. *Academy of Management Review*, 25(1): 217–226.
- Schumpeter, J.A. (1934). *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle*. Cambridge, Mass: Harvard University Press
- McClelland, D. 1961. *The Achieving Society*. New York: The Free Press
- Carland, J.W.; Hoy, F.; Boulton, W.R.; Carland, J.A.C. (1984). Differentiating Entrepreneurs from Small Business Owners: A conceptualization. *Academy of Management Review*, 9(2): 354-359.
- Gartner W.B. (1988). Who Is an Entrepreneur? Is the Wrong Question. *Entrepreneurship: Theory and Practise*. 12(4): 47-68
- Venkataraman, S. (1997). The Distinctive Domain of Entrepreneurship Research: An editor"s perspective. En Katz, J. Brockhaus, R. (Eds.), *Advances in entrepreneurship, firm emergence, and growth*. Greenwich, CT: JAI Press.
- Gibb, A.A. (2007). Enterprise in Education. Educating Tomorrow"s Entrepreneurs. *Pentti Mankinen*, 1-19. Artículo 10 June, 2008.
- Thornton, P.H. (1999). The Sociology of Entrepreneurship. *Annual Review of Sociology*, 19-46.
- Shane, S.; Locke, E.A.; Collins, C.J. (2003). Entrepreneurial motivation. *Human Resource Management Review*, 13(2): 257–279.
- Renko, M.; Kroeck, K.G.; Bullough A. (2012). Expectancy Theory and Nascent Entrepreneurship. *Small Business Economics*, 39 (3): 667-684
- Douglas, E.; Shepherd, D. (2002). Self-employment as a Career Choice: Attitudes, Entrepreneurial Intentions, and Utility Maximization. *Entrepreneurial Theory and Practice*, 26(3): 81-90.
- Shapero, A. (1982). The Social Dimensions of Entrepreneurship. In Kent, C.; Sexton, D.; Vesper, K. (Eds.) *Encyclopedia of entrepreneurship*: 72-90. Englewood Cliffs, NY: Prentice Hall.
- Ajzen, I. (1987). Attitudes, traits, and actions: Dispositional prediction of behavior in social psychology. *Advances in Experimental Social Psychology*, 20: 1–63.

- Krueger N.F., Brazeal D. (1994). Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs.
- *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18: 91–104
- Liñán, F. (2004b). Intention-based models of entrepreneurship education. *International Small Business*, 3: 11–35.
- AULET, B. (2013). **Disciplined Entrepreneurship**: 24 steps to a successful startup. – Introduction, pp. 1-21.

MODALIDADES DE DICTADO

Durante el cuatrimestre lectivo se dictarán 4 horas semanales De acuerdo a los temas que correspondan las clases serán teórico-prácticas, prácticas y/o vivenciales. Además de la bibliografía indicada en el programa, los docentes ampliarán el foco bibliográfico de acuerdo a nuevos elementos que se conozcan y dispongan. Se brindará a los alumnos todo el apoyo que requieran.

MODALIDADES DEL CURSADO Y SU APROBACIÓN

Para aprobar el cursado de la asignatura no se rendirán exámenes parciales tradicionales. En la primera parte de la materia, y luego de los diferentes ejercicios y reflexiones individuales y grupales, se les pedirá a los alumnos una propuesta o idea de negocio potencial. Dicha entrega será considerada como primer examen parcial.
Para la segunda y última parte del cuatrimestre, se pedirá que implementen sobre la idea los distintos temas dando forma a la creación de la empresa.

MODALIDADES DE LA APROBACIÓN FINAL

Es una materia por promoción. Como examen final, el grupo o individuo deberá presentar su empresa, forma jurídica e impositiva elegida, ante la cátedra e invitados especiales quienes actuarán de potenciales inversores. La nota final, dependerá de lo completo del plan presentado, la exposición y la participación en los distintos debates de las clases.

SISTEMAS DE CONSULTAS

a) La consulta en los horarios de clase.
b) Consulta en gabinete 2 horas semanales.
c) Material desarrollado por la cátedra puesto a disposición de los alumnos en las fotocopiadoras de los centros de estudiantes y en aquellas vecinas a la universidad.
d) Material a disposición de los alumnos en el sistema Moodle. El material se renueva cuatrimestre a cuatrimestre.
e) Consultas por temas particulares (por ejemplo aviso de ausencia por enfermedad) por e-mail, a cualquiera de los docentes.

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL SUR
Bahía Blanca – Argentina

Departamento de CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN

PROGRAMA DE

LABORATORIO DE CREACION DE EMPRESAS

CÓDIGO: 1713

ÁREA: Administración

VIGENCIA DE ESTE PROGRAMA		
PROFESOR RESPONSABLE	AÑO	PROFESOR RESPONSABLE
Andrea Fenández	2016	

VISADO

COORDINADOR AREA	SECRETARIO ACADEMICO	DIRECTOR DE DEPARTAMENTO
	Cr. Carlos Alberto FERREIRA Secretario Academico Depto. Ciencias de la Administración	Mg. (Cra) REGINA DURAN Directora Decana Dpto. Ciencias de la Administración

Vigencia años:	2016				