



**UNIVERSIDAD NACIONAL  
SEDE CAMPUS OMAR DENGO  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES  
ESCUELA DE ADMINISTRACION DE NEGOCIOS  
INSTITUTO DE ESTUDIOS DEL TRABAJO-IESTRA  
HEREDIA, COSTA RICA  
II CICLO 2014**

**PROGRAMA DEL CURSO  
FORMACION EMPRESARIAL**

**1. DATOS GENERALES**

Código:	ETE-425
Nivel:	VI Nivel
Grupo:	07
Tipo de curso:	Regular
Período:	II Ciclo 2014
Créditos:	03
Horas presenciales por semana:	03 Horas
Horas de estudio individual:	06 Horas
Horas de práctica por semana:	03 Horas
Naturaleza del curso:	Teórico-práctico
Área de Ubicación:	Ciencias Administrativas
Día y horario de clases:	Lunes 08:00 – 11:00 Horas
Aula y lugar:	223 - Facultad de Ciencias Sociales
Atención presencial estudiantes:	Lunes 11:00 - 12:00 Horas
Atención telefónica estudiantes:	Lunes 11:00 - 16:00 Horas
Teléfono:	86054005 * 61000200
Correo electrónico:	alvaro_madrigal@hotmail.es
Asistencia:	Obligatoria
Nombre del profesor:	Máster Álvaro Madrigal Salazar



## **2. JUSTIFICACION**

La persona emprendedora que posee su propia empresa, ha sido históricamente víctima de ciertas desventajas estructurales (económicas y sociales) que han dificultado su desarrollo. Para esto, un elemento muy importante es dotar a dichas personas de herramientas para la gestión así como de conocimiento respecto al entorno dentro del cual se desarrollará su emprendimiento.

Para aprovechar las oportunidades que ofrece el mundo competitivo hoy, se requiere además de excelentes administradores, muy buenos empresarios. La cultura pasiva y paternalista de nuestra sociedad, no ha contribuido en nada a la generación de nuevas tecnologías, nuevas ideas, nuevos productos, razón por la cual, es necesario crear cultura empresarial. El curso por tanto, hará énfasis en la necesidad de conocer el entorno, y aplicar las teorías administrativas que posibiliten la innovación, y desarrollar en el estudiante capacidades para el emprendimiento empresarial.

## **3. DESCRIPCION DEL CURSO**

El curso tiene como objeto brindar al estudiante las herramientas para formar su propia empresa siguiendo los conceptos generales de la empresarialidad y emprendedurismo, así como ligarlo al marco funcional de los ámbitos municipal, tributario, inscripción en organismos de seguridad social, para culminar con el desarrollo práctico de un concepto de empresa.

El espíritu emprendedor se puede entender de diversas formas: desde la persona empresaria, generadora de múltiples beneficios para una sociedad (su propia autorrealización, generación y mejor distribución de la riqueza, mayor empleo, incremento del dinamismo empresarial entre otros); hasta el emprendedor social, generador de cambios de gran impacto para la misma sociedad.

La práctica consiste en realizar un trabajo de campo visitando empresas nacionales exitosas, con la finalidad de interactuar con los empresarios y analizar su forma de gestión empresarial y cómo éstas se enfrentan a un entorno tan competitivo.



#### **4. OBJETIVO GENERAL**

Brindar al estudiante las herramientas necesarias para visualizar los elementos fundamentales para desarrollar una empresa, y que sea capaz de formular teóricamente y de manera práctica un concepto de empresa.

Desarrollar los Conceptos, Métodos, Técnicas y Practicidad de la Formación Empresarial con el fin de aplicarlos efectivamente en las actuales y nuevas organizaciones.

#### **5. OBJETIVOS ESPECIFICOS**

- 5.1. Conocer los conceptos de empresarialidad y emprendedurismo.
- 5.2. Distinguir las diferentes formas en que puede desarrollar una empresa.
- 5.3. Conocer los requisitos necesarios para consolidar una empresa.
- 5.4. Formular teóricamente un tipo de empresa.

#### **6. CONTENIDOS**

##### **6.1. ESPIRITU EMPRENDEDOR EMPRESARIAL**

- 6.1.1. Introducción
- 6.1.2. Definición genérica de espíritu emprendedor y su aplicación a los negocios
- 6.1.3. Características de las personas emprendedoras exitosas



## **6.2. GENERACION Y EVALUACION DE OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS**

- 6.2.1. Introducción
- 6.2.2. Cómo buscar ideas de negocios
- 6.2.3. ¿Cómo se producen?
- 6.2.4. Fuentes de las ideas de negocios:
- 6.2.5. ¿Dónde buscarlas?
- 6.2.6. La creatividad aplicada a la búsqueda de ideas de negocios
- 6.2.7. ¿Cuándo una idea puede convertirse en una oportunidad de negocio?
- 6.2.8. *Evaluación preliminar de la idea: Su motivación inicial y su idea*
- 6.2.9. *Características generales cuando una idea tiene potencial de oportunidad de negocio*

## **6.3. CONSIDERACIONES INICIALES PARA ESCRIBIR UN PLAN DE NEGOCIOS**

- 6.3.1. Introducción
- 6.3.2. Beneficios de escribir un Plan de Negocios
- 6.3.3. Estilo y contenido de un Plan de Negocios

## **6.4. SECCIONES INICIALES DEL PLAN DE NEGOCIOS**

- 6.4.1. Introducción
- 6.4.2. Resumen ejecutivo
- 6.4.3. Presentación de las personas
- 6.4.4. Naturaleza del proyecto

## **6.5. EL PLANEAMIENTO ESTRATEGICO**

- 6.5.1. Introducción
- 6.5.2. Diagnóstico externo
- 6.5.3. Macro entorno
- 6.5.4. Sector competitivo
- 6.5.5. Direccionalidad
- 6.5.6. Visión
- 6.5.7. Misión
- 6.5.8. Estrategia genérica básica



## **6.6. EL PLAN DE MERCADEO**

- 6.6.1. Introducción
- 6.6.2. La investigación de mercados
- 6.6.3. Mercadeo estratégico
- 6.6.4. Público meta
- 6.6.5. Objetivos de mercadeo
- 6.6.6. Desarrollo de marca
- 6.6.7. Mezcla de mercadeo o mercadeo táctico
- 6.6.8. El producto
- 6.6.9. El precio
- 6.6.10. La plaza
- 6.6.11. La promoción
- 6.6.12. Mercadeo administrativo

## **6.7. EL PLAN TECNICO Y ORGANIZACIONAL**

- 6.7.1. Proyección de ventas
- 6.7.2. Localización
- 6.7.3. El proceso productivo
- 6.7.4. Producción en serie o de flujo permanente
- 6.7.5. Producción por proyecto
- 6.7.6. Proceso por pedidos
- 6.7.7. Tamaño y necesidades de maquinaria y equipo
- 6.7.8. Necesidades de mano de obra para producción
- 6.7.9. Personal encargado de operación
- 6.7.10. Personal encargado de supervisión
- 6.7.11. Personal encargado de la administración de los procesos productivos
- 6.7.12. Necesidades de materiales
- 6.7.13. Costos indirectos de producción
- 6.7.14. Elementos ambientales
- 6.7.15. Elementos organizacionales
- 6.7.16. La estructura organizativa y sus costos salariales
- 6.7.17. La inversión requerida para la administración
- 6.7.18. Los costos administrativos
- 6.7.19. Cálculo del costo unitario y fijación del precio del producto o servicio



## **6.8. NORMAS DE CALIDAD**

- 6.8.1. Objetivo y campo de aplicación
- 6.8.2. Normas de referencia
- 6.8.3. Términos y definiciones
- 6.8.4. Normas de Calidad
- 6.8.5. Características: Ventajas

## **6.9. EL PLAN FINANCIERO-ECONOMICO**

- 6.9.1. Introducción
- 6.9.2. Definición de presupuesto
- 6.9.3. Característica de un presupuesto
- 6.9.4. Presupuesto de ingresos
- 6.9.5. Presupuesto de inversiones
- 6.9.6. Presupuesto de costos de producción
- 6.9.7. Presupuesto de gastos de mercadeo y ventas
- 6.9.8. Presupuesto de gastos administrativos
- 6.9.9. Proyección de gastos financieros
- 6.9.10. Estado de resultados proyectado
- 6.9.11. Flujo de efectivo
- 6.9.12. Evaluando la rentabilidad del Plan de Negocios
- 6.9.13. Valor actual neto (VAN)
- 6.9.14. Tasa interna de retorno (TIR)
- 6.9.15. Determinación del punto de equilibrio

## **6.10. TRAMITES, FINANCIAMIENTO Y MECANISMOS DE APOYO**

- 6.10.1. Introducción
- 6.10.2. Trámites y regulaciones
- 6.10.3. Financiamiento
- 6.10.4. Mecanismos de apoyo para emprendedores
- 6.10.5. La patente municipal
- 6.10.6. El permiso sanitario de funcionamiento
- 6.10.7. La inscripción tributaria
- 6.10.8. La inscripción como patrono CCSS
- 6.10.9. La inscripción ante FODESAF
- 6.10.10. Estructura jurídica de las pequeñas empresas



## **7. METODOLOGIA**

El curso se desarrolla bajo la metodología que contempla tanto lo teórico como lo práctico de manera que el estudiante pueda aplicar los conocimientos adquiridos en clase. Se exponen los temas con un pequeño repaso de la sección anterior con la participación activa de los estudiantes.

Este curso se impartirá mediante lecciones expositivas, proyección de videos por parte del profesor y resolución de casos, lecturas, exposiciones, conversatorios, foros y comentarios a notas técnicas por parte de los estudiantes. Se contempla, adicionalmente, trabajos de investigación aplicando los conocimientos adquiridos durante las sesiones

## **8. EXPERIENCIA DE APRENDIZAJE**

El curso está diseñado para que el estudiante mantenga desde el primer día de clases un trabajo activo y dinámico. Para ello tendrá que cumplir con las lecturas, resolución de casos, pequeñas presentaciones al grupo y preparación de la investigación, aplicando los conceptos aprendidos a través del curso.

## **9. RECURSOS INSTRUCCIONALES**

Se dispone de aula correctamente equipada con mesas de trabajo individual o grupal, pizarra acrílica, computadora y equipo multimedia. Dichos recursos serán esenciales en la presentación de exposiciones por parte del profesor y estudiantes. Los estudiantes deberán enviar su presentación y resumen ejecutivo con al menos DIEZ (10) DIAS antes de la fecha de exposición y traerán la presentación en su respectiva llave, además, del resumen ejecutivo para entregar a cada compañero (a).



## 10. EVALUACION

10.1. Asistencia	15 %
10.2. Quices	10 %
10.3. Tareas	10 %
10.4. Casos	10 %
10.5. Exposición	15 %
10.6. Proyecto 1	20 %
10.7. Proyecto 2	20 %

## 11. BIBLIOGRAFIA

- 11.1. Karkainen Pertti. **GRANDES CASOS EMPRESARIALES.** El estilo Nokia. Ediciones Deusto. Barcelona. España 2007
- 11.2. Varela, Rodrigo. **INNOVACION EMPRESARIAL: Arte y ciencia de la creación de empresas.** Capítulo 3. Editorial Prentice Hall, Bogotá, Colombia. 2001.
- 11.3. Babson College. **GLOBAL MONITOR ENTREPRENEURSHIP.** Publicación anual. [www.babson.edu](http://www.babson.edu)
- 11.4. Kantis, Hugo. **EMPRESARIALIDAD EN ECONOMIAS EMERGENTES.** Banco Interamericano de Desarrollo. 2002
- 11.5. Gray Douglas y Cyr Donald. **Cómo evaluar su potencial emprendedor.** Editorial Granica, Barcelona, 1993



- 11.6. Kushell, Jenifer. **Sólo para emprendedores.** Capítulo 1 y 2. Editorial Norma, 2002.
- 11.7. Drucker, Peter. La disciplina de la innovación. Harvard Business Review. Publicación especial de Innovación y Creatividad. También disponible en Harvard Business Review. May – Jun 1985
- 11.8. Leiva Bonilla, Juan Carlos **LOS EMPRENDEDORES Y LA CREACION DE EMPRESAS.** Editorial Tecnológica de Costa Rica, 2010
- 11.9. Plan Nacional de Desarrollo Humano de Costa Rica, periodos 94-98-2002.
- 11.10. Peggy Lambing, Charles Kuehl. **EMPRESARIOS PEQUEÑOS Y MEDIANOS,** Editorial Prentice Hall, 1998.



## **12. IMPORTANTE**

- 12.1. Las clases inician y concluyen a la hora establecida
- 12.2. NO se permite el ingreso una vez iniciada la clase
- 12.3. NO se permite el consumo de alimentos y bebidas en el aula
- 12.4. Durante las sesiones se debe mantener APAGADOS los celulares y equipos de comunicación. No atender ésta indicación el estudiante deberá retirarse del aula y se considera ausente.
- 12.5. DOS llegadas tardías se traduce en ausencia
- 12.6. TRES ausencias se pierde el curso
- 12.7. DOS ausencias justificadas se traduce en ausencia
  - 12.7.1. El estudiante debe presentar comprobante ORIGINAL y COPIA autenticado y autorizado por la Escuela de Administración
- 12.8. Las tareas, exposiciones y casos se presentan el día establecido
- 12.9. Las tareas, exposiciones y casos se presentan el día establecido
- 12.10. Es importante la lectura, revisión y aprobación del  
**CRONOGRAMA DEL CURSO**