



## FORMACIÓN DE EMPRENDEDORES:

### TALLER DE COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS

#### PROGRAMA

La Cátedra Formación de Emprendedores, coordinada académicamente por el Programa Emprendedores de la Secretaría de Vinculación Tecnológica y Desarrollo Productivo, nace en el año 2005 con el objetivo de incentivar del espíritu emprendedor en los alumnos de todas las carreras de grado de la UNL y de promocionar la creación de empresas innovadoras en la región.

La formación universitaria en temáticas relacionadas con la generación de nuevas empresas ha tomado relevancia desde que diversos estudios han demostrado el impacto positivo que este fenómeno tiene en el desarrollo económico de un país. Esto ha generado un campo muy fértil para el desarrollo de iniciativas desde el sistema educativo formal orientado a la formación de emprendedores, para promover el desarrollo del perfil emprendedor entre los estudiantes o el espíritu empresarial<sup>1</sup>. Consecuentemente, las universidades han incorporado en sus currículas, la formación de emprendedores desde diferentes diseños: cursos de grado, posgrados, talleres, programas de apoyo, etc. Desde esta óptica, se plantea la generación de este espacio de formación a fin de desarrollar en el futuro profesional, conocimientos pero principalmente habilidades y actitudes necesarias para que sea un factor de desarrollo económico y social, para que esté capacitado como agente creativo, capaz de superar sus limitaciones y las de su entorno y de hacer una contribución efectiva al desarrollo; como agente innovador, independiente, creativo, líder, original, arriesgado, visionario que logra satisfacer sus metas personales por su propia acción (Varela, 2001).

Desde este encuadre disciplinar, la materia Formación de Emprendedores propone un taller que introduzca a los alumnos de grado de la UNL en los conceptos de emprendedorismo y despierte en ellos habilidades y aptitudes que les permitan leer la realidad, diagnosticar causas y evaluar y proponer soluciones o mejoras con valor agregado.

Desde la articulación de la materia con los planes de estudio de los alumnos de grado, Formación de Emprendedores se ofrece como electiva y/u optativa a fin de complementar la formación disciplinar de los estudiantes, sin requerimientos de asignaturas correlativas.

---

<sup>1</sup> González, S. y Matozo, E. (2013). *Creatividad e Innovación aplicadas al desarrollo emprendedor. Experiencias de la Red Latinoamericana de Buenas Prácticas de Cooperación Universidad - Empresa*. Santa Fe, Argentina: Ediciones UNL



## OBJETIVOS

1. Motivar a los estudiantes de grado de las distintas carreras de la UNL, a visualizarse como agentes de cambio en el entramado socio-productivo local, nacional y global, a partir de su accionar como profesionales.
2. Brindarles un espacio de formación a partir de la incorporación de herramientas motivacionales, actitudinales y aptitudinales que les permitan mejorar su formación e inserción en el medio socio-productivo.
3. Desarrollar la filosofía emprendedora mediante el trabajo del área motivacional en donde podrá identificar sus habilidades, actitudes y potencial empresarial, ya sea para emprender un nuevo negocio o bien para trabajar como agente de cambio desde su puesto de trabajo.

## CONTENIDO

	PROPÓSITO	EJE TEMÁTICO	METODOLOGÍA
UNIDAD I CLASE 1	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Reconocer la función del emprendedor en la sociedad y el entramado productivo.</li> <li>- Reconocer capacidades personales que pueden aportar valor a otros en complementación al perfil profesional</li> </ul>	<p>¿Qué es emprender? Impacto del emprendedorismo en la economía. El emprendedor. Tipos de emprendedores. El proceso de emprender. Recursos y capacidades del emprendedor:</p> <p>Cambios de paradigma. Conceptos de Agregado de Valor (solución de problemas y satisfacción de necesidades).</p>	Trabajo con presentación de los participantes y reconocimiento del valor que puedo y quiero agregar.



<p>UNIDAD II CLASES 2 y 3</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Comprender la competencia de la creatividad como habilidad y actitud hacia la resolución de problemas.</li> </ul>	<p>Creatividad. Concepto y diferencia con innovación. La creatividad como competencia permanente en el proceso emprendedor. Divergencia del proceso creativo y convergencia en la selección de ideas.</p>	<p>Actividades grupales donde el alumno tenga que utilizar su capacidad creativa para resolver problemas o entender una situación.</p>
<p>UNIDAD III CLASE 4</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Reconocer el desarrollo de competencias emprendedoras como un proceso de aprendizaje</li> <li>- Articular las competencias propias con las de terceros para el desarrollo de un equipo emprendedor</li> </ul>	<p>Competencias emprendedoras. Modelo de Timmons. Diferencia entre ideas y oportunidades de negocio.</p>	<p>Análisis del perfil emprendedor de cada alumno a partir de un autodiagnóstico.</p> <p>Análisis de competencias en el equipo. Fortalezas y debilidades.</p>
<p>UNIDAD IV CLASE 5</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conceptualizar el trabajo en equipo y diferenciarlo del trabajo en grupo.</li> <li>- Comprender la relevancia de construir y gestionar</li> </ul>	<p>Trabajo en equipo. Roles. Liderazgo.</p> <p>Redes. Tipos de contactos. Importancia de las redes en el proceso emprendedor.</p>	<p>Conformación de equipos según consignas de la materia. Trabajo del caso. Test de Balbin. Análisis de los resultados.</p> <p>Trabajo de mapeo de la propia red de contactos (contactos</p>



	una red de contactos		del celular). Construcción de la red del equipo emprendedor para la idea-proyecto. Diseño de estrategia para captación de contactos.
UNIDAD V CLASE 6	- Aprender a buscar, filtrar y gestionar información referida al emprendimiento	La información como insumo del emprendimiento. Planificación de la búsqueda de información: objetivo, bases de datos, tipos de información a buscar, síntesis y análisis.	Trabajo en sala de informática o con notebooks (presencial o a distancia) para la búsqueda de información con el objetivo de hacer una evaluación técnica, legal y de mercado de la idea.
UNIDAD VI CLASE 7	- Introducir al alumno en el reconocimiento de modelos de negocios en emprendimientos	Presentación de modelos de negocio. Búsqueda de casos.	Análisis de casos.
UNIDAD VII CLASE 8	- Introducir al alumno en conceptos, habilidades y actitudes para negociar	Negociación. Etapas dentro de la negociación.	Práctica de Negociación en forma virtual. Negociarán entre equipos.
UNIDAD VIII CLASE 9	- Desarrollar el sentido de la exposición y evaluación por parte	Habilidades para hablar en público	Presentación de ideas ante el resto de los compañeros.



	de pares y otros.		
UNIDAD IX CLASE 10	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Experimentar la exposición de ideas propias frente a terceros</li> <li>- Incorporar las consultas y sugerencias de terceros a la idea de negocio</li> </ul>	Validación de ideas. Aspectos a considerar desde el desarrollo de la idea de negocio: legales, impositivos, de costos y financieros.	Panel de expertos y empresarios ante quienes se expongan los trabajos para recibir comentarios, sugerencias, etc.
UNIDAD X CLASE 11	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Reconocer diferentes herramientas de financiamiento para el emprendimiento de acuerdo al ciclo de vida del mismo</li> </ul>	Financiamiento público y privado de proyectos. Ciclo de vida de los proyectos y necesidad de financiamiento. Tipos de financiamiento. Presentación ante inversores.	Reconocimiento e Indicación de fuentes de financiamiento para el propio proyecto en la etapa inicial y para el crecimiento del mismo.
UNIDAD XI CLASE 12	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Reconocer actores y roles del entorno emprendedor local</li> </ul>	Entorno Emprendedor.	Visita al PTLC, Idear o Expresiva. Opción: presentación en el Aula del Secretario de Vinculación Tecnológica y Desarrollo Productivo y otra institución de Entorno y/o emprendedor
CLASE 13	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Identificar los pasos relevantes en el proceso emprendedor.</li> </ul>	Experiencias de emprendedores.	Visita de emprendedores al aula. Entrevistas programadas.



	- Comprender que el proceso emprendedor, no siempre es lineal.		
--	--	--	--

### CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Los alumnos serán evaluados en cada clase según los siguientes criterios:

- Participación en clase;
- Uso y manejo del entorno virtual;
- Cumplimiento de las entregas parcial y final del trabajo en equipo (si correspondiere) a tiempo y de acuerdo a las consignas dadas por los docentes;
- Defensa oral final del trabajo en equipo (si correspondiere);
- Originalidad y creatividad de la idea de negocio propuesta.

### CRITERIOS DE ACREDITACIÓN

Se aplicará en todo lo que no se encuentre previsto en este apartado, las normas contenidas en el Régimen de Enseñanza aprobado por el Consejo Directivo de la sede administrativa de la asignatura.

Como máximo hasta la cuarta clase, el alumno deberá definir si acreditará la materia en forma grupal o individual. Para ambas opciones deberá contar con el 80% de la asistencia para ser considerado alumno regular y/o promocional. Quien no cumpliera con este requisito sólo podrá acceder a la acreditación de la materia a través del examen individual.

Respecto a la opción de acreditación en forma grupal, el alumno en equipos interdisciplinarios conformado por entre tres (3) y cinco (5) alumnos, deberá presentar (en forma escrita y oral), desarrollar y validar una idea de negocio. En este caso, la acreditación o no de la materia será dentro del cuatrimestre en el cual el alumno cursa la materia, debiendo hacerse una entrega parcial del trabajo en la séptima clase.

Quienes decidan acreditar la materia en forma individual, deberán rendir un examen escrito en los turnos de examen dispuestos por el Consejo Directo de la unidad académica sede de la asignatura, teniendo un máximo de 8 turnos a partir de la finalización del cursado.



## **BIBLIOGRAFÍA:**

### **UNIDAD I:**

- DOLABELA, Fernando, El secreto de Luisa, UNA IDEA, UNA PASIÓN Y UN PLAN DE NEGOCIOS: CÓMO NACE UN EMPRENDEDOR Y SE CREA UNA EMPRESA Homo Sapiens, Argentina, 2014.
- VARELA VILLEGAS, Rodrigo. Innovación empresarial. Arte y ciencia en la creación de empresas. 3ra edición, Pearson Education, Bogotá, 2008.
- ALCARAZ RODRIGUEZ, Rafael. El emprendedor de éxito, 4ta edición, Mc Graw Hill, México, 2011.
- NUENO, Pedro. Emprendiendo hacia el 2020, Deusto, España, 2009.
- NUENO, Pedro. E-mails para un joven emprendedor, Editorial Crítica, España, 2014.

### **UNIDAD II:**

- BACHRACH, Estanislao. Ágilmente. Aprendé cómo funciona tu cerebro para potenciar tu creatividad y vivir mejor. Buenos Aires: Sudamericana, 2012.
- MANES, Facundo. Usar el cerebro. Argentina: Planeta, 2015.
- PASCALE, Pablo. ¿Dónde está la creatividad? Una aproximación al modelo de sistemas de Mihaly Csikszentmihalyi. Universidad de Salamanca. Arte, Individuo y Sociedad, 2005.

### ***Sitios web:***

“Diferencia entre Creatividad e Innovación, de la mano la Clave del Éxito” en Diseño Creativo. Disponible en: <http://xn-diseocreativo-lkb.com/diferencia-entre-creatividad-e-innovacion/>. Última consulta: 27 de marzo de 2015

### ***Bibliografía Ampliatoria:***

- BARTHES, Roland. Mitologías. Decimo segunda edición en español. México: Siglo XXI Editores, 1999.



- DRUCKER, Peter. The discipline of innovation. Harvard Business Review, En López, Sain y López Urko y Larrañaga Iñaki. *Innovación en el mundo cooperativo: particularidades y potencialidades en MCC*, 1998.
- MARÍN GARCÍA, Teresa. Estrategias de creación colectiva en el arte contemporáneo. En Martín García, Teresa y Krakowski, Ana (Coord.), *Tecnologías y estrategias para la creación artística*. Altea: Universidad Miguel Hernández-Alfa Ediciones Gráficas, 2007.

#### UNIDAD III:

- DE BOGOTÁ, C. D. C., & DE BOGOTÁ, A. M. *Redes Empresariales: Alianzas productivas colaborar para competir*, 2008.
- CLARK, Louis. *Manual para el mapeo de redes como una herramienta de diagnóstico*. Editorial CIAT, Bolivia, 32 pp, 2006.
- GROSETTI, Michel. Reflexiones en torno a la noción de red, *Redes*, Universidad Nacional de Quilmes Bernal Este, vol. 12m número 025, Argentina, 85-108 pp, 2007.
- MARTÍNEZ, M., & SALVADOR, M. *Aprender a trabajar en equipo*. Paidós, 2005.
- ACOSTA, J. M. *Trabajo en equipo*. ESIC Editorial. Madrid, 2011.
- VADILLO, M. T. P. *Liderazgo y motivación de equipos de trabajo*. ESIC Editorial, 2013.
- BLANCHARD, K, RANDOLPH, W., & GRAZIER, P. *Trabajo en equipo: go team!: tres pasos para conseguir grandes resultados*. Ediciones Deusto, 2005.

#### UNIDAD IV:

- VARELA V., Rodrigo. *Innovación Empresarial. Arte y ciencia en la creación de empresas*. Pearson Educación. Bogotá, 2008.
- TIMMONS, J. *New Venture Creation, Entrepreneurship for 21st Century*, 1999.

#### UNIDAD V: MARCELO

#### UNIDAD VI:

- NAGEL, M. V. *Modelo de Negocio*. Apunte de clases. Cátedra Electiva Taller de Competencias Emprendedoras, Universidad Nacional del Litoral, Santa Fe, Argentina, 2015.



- Osterwalder, A. y Pigneur, Y. *Generación de Modelos de Negocio*. Deusto S.A. Ediciones, 2011.

#### **UNIDAD VII:**

- FISHER R.; URY W.; PATTON B. *Obtenga el sí, El Arte de Negociar sin Ceder*. Centro Libros PAPF, 2011.

#### **UNIDAD VIII: PABLO**

#### **UNIDAD IX:**

- Código Civil y Comercial de la Nación (Ley 26994)
- Curso de Derecho Societario. Nissen, Ricardo Augusto. Con la reforma de la Ley 26994. Editorial Hammurabi.
- NIEL PUIG, Luis. "Personas Jurídicas Privadas". Editorial: Rubinzal. Año 2010.
- GUTIERREZ CARLOS Y PATRIGNANI JOSÉ LUIS - "Introducción al Régimen Impositivo Argentino" - Editorial Errepar SA - 2010
- CETERI JOSÉ LUIS - "Evaluación y diagnóstico Fiscal" - Osmar Buyatti - 2008
- Código Fiscal de la Provincia de Santa Fe y Ley Impositiva Anual
- Material de cátedra Técnica Impositiva I.

#### **UNIDAD X:**

- BOTTARO Oscar, RODRIGUEZ JAUREGUI Hugo, YARDÍN Amaro. *El comportamiento de los costos y la gestión de la empresa*. Ediciones La Ley, 2004.
- GIMENEZ Carlos M. y COLABORADORES. "Costos para empresarios". Ediciones Macchi. Buenos Aires, 1997.
- COPELAND Tom, KOLLER Tim y MURRIN Jack "Valoración. Medición y Gestión del Valor." Ediciones Deusto Impreso en España, 2004.
- RIBEIRO Rodrigo, CFA "Valuación de Empresas: Fundamentos y práctica en Mercados Emergentes" Editorial KPMG Primera Edición Impreso en Uruguay, 2008.