



## Programa: Seminario Laboratorio de Emprendedores

### Objetivos

1. Brindar los elementos básicos necesarios para reconocer aquellas ideas con viabilidad de transformarse en proyectos productivos.
2. Racionalizar el análisis de las mismas con las herramientas que brinda la Economía y capacitar en el diseño de estrategias de búsqueda de financiamiento, tendientes a apoyar dichas ideas con la incorporación y desarrollo de tecnología.
3. Promover la generación de ideas proyecto, sustentándolas con un análisis preliminar de viabilidad y con un esbozo de plan de negocios, para dar inicio a un potencial emprendimiento.

### Contenido

#### ***Unidad I. PENSANDO EN LA EMPRESA (una clase)***

Propósitos de la unidad:

- Introducir a los alumnos en los conceptos de estrategia de negocios.
- Conocer las metodologías para la planificación del negocio

Ejes temáticos: La estrategia de negocios. Ventaja competitiva. Importancia del Plan de Negocios. Recorrido sintético sobre sus principales componentes. Plan de Negocios versus Canvas.

#### Bibliografía:

- 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. CONOCIENDO EL MERCADO (una clase)***

Propósitos de la unidad:

- Introducir al alumno en la problemática de la investigación comercial.
- Relacionar la investigación de mercado con las decisiones comerciales.
- Conocer las distintas fuentes de información y técnicas para la recolección de datos existentes.

Ejes temáticos: El mercado, concepto y tipos. Comportamiento del consumidor. Competencia. La Investigación Comercial en la toma de decisiones de marketing. Fuentes de información (primaria y secundaria). Tipos de investigación y sus técnicas. Estimación de la demanda.

#### Bibliografía:



- FERNÁNDEZ NOGALES, A. "Investigación de Mercados: Obtención de Información", 2º edición, Editorial Civitas, Madrid. 2004.
- SANTESMASES MESTRE, M, SANCHEZ DE DUSSO, F. y KOSIAK DE GESUALDO, G. "Marketing. Conceptos y Estrategias". Pirámide. Madrid. 2004.
- Material de cátedra.

### ***Unidad III. DEFINIENDO LA ESTRATEGIA COMERCIAL (dos clases)***

Propósito de la unidad:

- El alumno reconozca la importancia de orientar el emprendimiento hacia el mercado y la relevancia del diseño de la estrategia comercial para su conquista.

Ejes temáticos: Conceptos claves del marketing. Orientación al mercado. Segmentación del mercado. Estrategia comercial. Definición de las 4 variables del marketing.

#### Bibliografía:

- 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 IV. DISEÑANDO LA ORGANIZACIÓN Y EL PROCESO PRODUCTIVO (una clase)***

Propósitos de la unidad:

- Lograr que el alumno reconozca las diferentes funciones de la empresa y adopte un diseño flexible para su puesta en marcha
- Conocer el proceso productivo de bienes y/o servicios.

Ejes temáticos: Diseño organizacional y estructura organizacional: Conceptos básicos. Nociones de Diseño organizacional. Tipos de estructura. Poder, autoridad y delegación. Administración de la producción: Evolución histórica de la administración de los procesos. Diferencias y semejanzas entre manufacturas y servicios. La producción como función de la organización.

#### Bibliografía:

- J. STONER, R. FREEMAN Y D. GILBERT JR. Administración. 6a Edición. Prentice Hall. México. 1996.
- CHASE R., JACOBS F. Y AQUILANO N. Administración de la Producción y Operaciones para una Ventaja Competitiva. McGraw Hill. 10ª Edición. México. 2006.



- ROBERTO CARRO PAZ Y DANIEL GONZÁLEZ GÓMEZ. El Sistema de Producción y Operaciones. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Universidad Nacional de Mar del Plata.

#### ***Unidad V. DISEÑANDO LA ORGANIZACIÓN JURÍDICA DE LA EMPRESA (dos clases)***

Propósitos de la unidad:

- Conocer las distintas normativas aplicables.
- Distinguir las formas jurídicas empresariales.
- Conocer las formas jurídicas con relación al emprendimiento concreto.

Ejes temáticos: Licitud de los objetos. Normas nacionales, provinciales y municipales. Autoridades de control respecto a ciertas actividades y/u objetos. Formas jurídicas de organización de las empresas. Empresas unipersonales. Organizaciones sin fines de lucro. Cooperativas. Sociedades comerciales. Contratos de colaboración empresaria.

#### Bibliografía:

- 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.

#### ***Unidad VI. ANALIZANDO LOS ASPECTOS IMPOSITIVOS DE NUESTRA EMPRESA (una clase)***

Propósito de la unidad:

- Introducción al análisis impositivo del proyecto

Ejes Temáticos: Derecho tributario. Clasificación de los impuestos. Sistema Tributario. Impuesto a las ganancias. Impuesto al Valor Agregado. Régimen Previsional de Trabajadores Autónomos. Régimen simplificado para pequeños contribuyentes. Definición de ingresos brutos. Impuesto sobre los ingresos brutos provincial. Impuestos municipales y comunales. Cargas previsionales – personal en relación de dependencia.

#### Bibliografía:

- 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

#### ***Unidad VII. DETERMINANDO LOS COSTOS DE NUESTRO NEGOCIO (dos clases)***

Propósito de la unidad:

- Introducción al análisis económico del proyecto.



Ejes temáticos: Conceptos de costos y clasificación. Sistemas de costos. Determinación de costos. Punto de Equilibrio Económico. Análisis físico y monetario. Análisis del componente monetario de los factores de la producción. Armado del Estado de Resultados Proyectados. Evaluación económica del proyecto.

Bibliografía:

- BOTTARO Oscar E., RODRIGUEZ JAUREGUI Hugo A., YARDÍN Amaro R.: El comportamiento de los costos y la gestión de la empresa. Ediciones La Ley. Año 2004
- GIMENEZ Carlos M. y COLABORADORES. "Costos para empresarios". Ediciones Macchi. Buenos Aires, 1997.

***Unidad VIII. ANALIZANDO LAS FINANZAS DE LA EMPRESA (dos clases)***

Propósitos de la unidad:

- Presentación de los conceptos necesarios para la confección de los flujos de fondos de un proyecto de inversión.
- Introducción de los principales indicadores para el análisis de la viabilidad financiera.
- Planteamiento de la necesidad de analizar los riesgos a los que está sometido un proyecto y su posible cobertura.
- 

Ejes temáticos: Objetivos del Estudio financiero. Conceptos básicos para la confección de flujos de fondos. Evaluación financiera de un proyecto: Análisis de rentabilidad, principales indicadores. Tratamiento del riesgo. Sensibilización de flujos.

Bibliografía:

- NASSIR SAPAG CHAIN. "Evaluación de proyectos de inversión en la empresa". Editorial Prentice Hall. Año 2001
- EDUARDO CANDIOTI. "Administración financiera a base de recetas caseras". Editorial Universidad Adventista del Plata. Año 1997
- RICARDO PASCALE. "Decisiones financieras". Editorial Edicon (Consejo Profesional de Ciencias Económicas de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires) 5º Edición Año 2006
- ZVI BODIE Y ROBERT MERTON "Finanzas" Editorial Prentice Hall Edición Revisada Año 2003

***Unidad IX. TEJIENDO REDES PARA LA EMPRESA (una clase)***

Propósitos de la unidad:

- Brindar un panorama general del sistema científico tecnológico nacional y provincial.
- Introducir a los alumnos en la problemática de la vinculación Universidad-Sector Productivo.
- Dar a conocer las actividades de vinculación tecnológica de la UNL y casos de experiencias exitosas de emprendedores.
- Presentar el desarrollo de incubadoras (IDEAR: Incubadora de Ámbito Regional y Expresiva: Incubadora de Emprendimientos Culturales) y de parques tecnológicos (PTLC: Parque Tecnológico Litoral Centro).



- Brindar un panorama de las herramientas de promoción y financiamiento para emprendedores de acuerdo al tipo de proyecto y su ciclo de vida.

Ejes temáticos: Sistema científico tecnológico. Estrategias de vinculación Universidad – Sector Productivo. El rol del emprendedor en los procesos de innovación. Experiencias exitosas de vinculación. ¿Qué es una incubadora de empresas? ¿Qué es un parque tecnológico? Acceso a créditos y subsidios. Apoyo académico a los proyectos.

### **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).

### **Criterios de acreditación**

La materia es de modalidad de evaluación continua, alcanzándose la regularidad con:

- el 80% de la asistencia a clases;
- la presentación en tiempo y forma y aprobación de los trabajos prácticos de acuerdo con la escala de calificaciones vigente.

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 Facultad de Ciencias Económicas (FCE), sede administrativa de la materia.