



PLAN DE NEGOCIOS

CARRERA: LICENCIATURA EN TECNOLOGIA DE PRODUCCION

I. IDENTIFICACION

1.	Código	:	20T
2.	Horas Semanales de Clase	:	4
	2.1. Teóricas	:	2
	2.2. Prácticas	:	2
3.	Crédito	:	3
4.	Pre-Requisito	:	Mercadotecnia II

II. JUSTIFICACIÓN

La propuesta nace de un análisis realizado por los miembros del equipo técnico del Departamento de Tecnología de Producción quienes detectaron la necesidad de incluir como materia "Plan de Negocios" en el Plan curricular de la Facultad de Ciencias Exactas y Naturales. De igual forma se ha hecho análisis comparativos con otros programas similares de otras Universidades de la región que están apoyando iniciativas empresariales de estudiantes universitarios para el manejo de herramientas empresariales orientadas a la creación, desarrollo y consolidación de empresas.

La asignatura de Plan de Negocios integra en su oferta educativa áreas de Gestión empresarial, Marketing, Gestión de producción, Gestión de Recursos Humanos, Aspectos jurídicos, impositivos y laborales, Gestión financiera e informaciones de diferentes fuentes de apoyo a iniciativas empresariales.

El diseño del Plan de Negocios por parte de los estudiantes servirá como instrumento:

- Para la toma de decisión sobre la puesta en marcha o no del emprendimiento.
- Para saber la factibilidad y la viabilidad del emprendimiento.
- Aplicar conocimientos técnicos y empresariales.
- Para presentar el negocio a posibles socios, inversores o entidades financieras privadas o públicas.
- Para aquellos emprendimientos innovadores abre la posibilidad de ser una empresa apoyada por iniciativas impulsadas por el sector público o privado.

III. OBJETIVOS

1. El objetivo principal de esta materia es fortalecer la formación integral de los estudiantes de educación superior que cursan carreras en la Facultad de Ciencias Exactas y Naturales de la Universidad Nacional de Asunción, con el fin de desarrollar conocimientos y habilidades empresariales de los participantes para la creación, desarrollo y consolidación de empresas, además de, utilizar racionalmente los recursos existentes, generar empleos y aplicar conocimiento profesional con una mayor probabilidad de éxito.
2. El alumno estará capacitado para:
3. Detectar oportunidades de negocios.
4. Diseñar un plan de negocios.



UNIVERSIDAD NACIONAL DE ASUNCIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS EXACTAS Y NATURALES
DEPARTAMENTO DE TECNOLOGIA DE PRODUCCION

PLAN 2009

5. Propiciar una actitud favorable al análisis y evaluación de los principales aspectos que afectan la puesta en marcha de un negocio
6. Aplicar conocimiento profesional en emprendimientos empresariales.
7. Ejercitar habilidades para reducir los riesgos de un emprendimientos
8. Conocer las distintas clases de empresas y las normas que las rigen.
9. Utilizar el plan de negocios como instrumento para el logro de objetivos empresariales.
10. Identificar las principales fuentes de apoyo para la creación, desarrollo y consolidación de empresas.

IV. CONTENIDOS

A. UNIDADES PROGRAMATICAS

1. Creatividad Empresarial y Liderazgo.
2. El emprendedor.
3. Plan de negocio (elaboración y acompañamiento a la creación)
4. Fuentes de apoyo a emprendimientos empresariales.

B. DESARROLLO DE LAS UNIDADES PROGRAMATICAS

1. Creatividad empresarial y Liderazgo

- 1.1. Conceptos de creatividad e innovación.
- 1.2. Identificación y evaluación de oportunidades empresariales.
- 1.3. Modelo de proceso creativo.
- 1.4. Metodología para generar una idea empresarial.
- 1.5. Factores de éxito y fracaso de nuevas iniciativas empresariales.
- 1.6. Definición de Liderazgo.
- 1.7. Componentes del liderazgo.
- 1.8. Estilos de liderazgo.
- 1.9. El líder y su entorno.

2. El emprendedor.

- 2.1. Características y perfil del emprendedor innovador.
- 2.2. Factores condicionantes de la decisión de crear una empresa propia.
- 2.3. Iniciativas emprendedoras.
- 2.4. Criterios para la evaluación de una oportunidad empresarial (microfiltro y análisis FODA).
- 2.5. Proceso de creación de una empresa.

3. Plan de negocio.

- 3.1. Qué es y para que sirve.
- 3.2. Gestión empresarial y Plan marketing.
 - 3.2.1. Definición de gestión empresarial.
 - 3.2.2. Definición de empresas, tipos y clasificación
 - 3.2.3. Producto, oferta y demanda.
 - 3.2.4. Publico objetivo.
 - 3.2.5. Mercado.



UNIVERSIDAD NACIONAL DE ASUNCIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS EXACTAS Y NATURALES
DEPARTAMENTO DE TECNOLOGIA DE PRODUCCION

PLAN 2009

- 3.2.6. Competencia.
- 3.2.7. Marketing Mix.
- 3.3. Plan de Producción
 - 3.3.1. Localización
 - 3.3.2. Materia prima e insumos.
 - 3.3.3. Maquinarias y equipos
 - 3.3.4. Distribución de la planta.
 - 3.3.5. Almacenamiento.
 - 3.3.6. Recursos Humanos
 - 3.3.7. Residuos e impacto ambiental.
- 3.4. Aspectos jurídicos, impositivos y laborales
 - 3.4.1. Concepto Sociedades
 - 3.4.2. Empresa unipersonal y social, naturalezas y características
 - 3.4.3. Las empresas de Responsabilidades limitadas, naturaleza y características
 - 3.4.4. Las Sociedades anónimas, naturaleza y características.
 - 3.4.5. Pasos para la formación de empresas.
 - 3.4.6. Obligaciones impositivas y laborales.
- 3.5. Plan financiero.
 - 3.5.1. Inversiones fija.
 - 3.5.2. Depreciación.
 - 3.5.3. Costo directo e indirecto mensuales.
 - 3.5.4. Costo mensual de mano de obra.
 - 3.5.5. Costo de materia prima e insumos.
 - 3.5.6. Costo mensual de producción
 - 3.5.7. Ingreso mensual por ventas.
 - 3.5.8. Inversión inicial.
 - 3.5.9. Flujo de caja.
 - 3.5.10. Cuadro de resultados

4. Fuentes de apoyo a emprendimientos empresariales.

- 4.1. Conocer las fuentes de apoyo de asistencia técnica, capacitación y alternativas de financiación para la puesta en marcha de emprendimientos.

V. METODOLOGÍA

Dada la naturaleza de la asignatura su desarrollo implica la ejecución de las siguientes actividades.

Actividades en aula;

El curso se desarrollará a través de clases expositivas del profesor con la participación activa del alumno.

Aplicación de la técnica expositiva y aprendizaje para el desarrollo de las unidades seleccionadas.

Tutoría para la elaboración de los planes de negocios.

Realimentaciones, diseñadas a partir de las evaluaciones formativas.

Análisis de casos.

Actividades fuera del aula:

Visita técnica guiada a empresas y centro de comercialización.

Desarrollo de charlas de empresarios exitosos.

La estrategia ha ser utilizada por el orientador será la de desarrollar las jornadas a partir de los conocimientos de los participantes.



UNIVERSIDAD NACIONAL DE ASUNCIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS EXACTAS Y NATURALES
DEPARTAMENTO DE TECNOLOGIA DE PRODUCCION

PLAN 2009

VI. MEDIOS AUXILIARES

Por las características naturales de la materia los medios por excelencia para el desarrollo de las clases lo constituyen la pizarra, carteles, los medios visuales.

VII. EVALUACIÓN

- Las evaluaciones se llevarán a cabo conforme al Reglamento vigente de la Fa.C.E.N.

**VIII. BIBLIOGRAFÍA
BÁSICA**

- MCKINSEY & COMPANY. 2004. Como elaborar planes de negocios para organizaciones sociales. Sao Paulo, BR: Emprendimientos Sociales Sostenibles. 164 p.
- BORELLO, A. 2000. El plan de negocios. México, MX: Mc Graw Hill. 194 p.
- DAUDET, E. 1974. Los empresarios: dopesa. Barcelona, ES: Mc Graw Hill. 158 p.
- CROSBY, J. 1997. Liderazgo. México, MX: Mc Graw Hill. 128 p.
- VECIANA, J. M. 1988. El plan de empresas: en alta dirección. Buenos Aires, AR, Alsina. 126 p.
- VECIANA, J. M. 1990. El empresario y el proceso de creación de empresas. Buenos Aires, AR: Alsina. 148 p.
- CHIAS, J. 1991. El marketing en las empresas. México, MX: Mc Graw Hill. 106 p.
- UBERNEL, J. 1997. Políticas y programa de apoyo a la microempresa. Bogotá, CO: s. d. 187 p.
- SAPAG CH., N. 2004. Evaluación de proyectos de inversión en la empresa Buenos Aires, AR: Prentice Hall. 412 p.

COMPLEMENTARIA

- CHIAVENATO, I. 1993. Iniciación a la planeación y el control de la producción. México, MX: Mc Graw Hill. 133 p.
- KENNEDY, D. 1997. Las verdades secretas de los negocios. México, MX: Mc Graw Hill. 193 p.
- AGUAYO C., P. 2001. Contabilidad básica financiera I. Buenos Aires, AR: Impala. 230 p.
- RAVINET, J. 1996. Gestión institucional, desarrollo económico local. Santiago de Chile, CL: s. d. 186 p.
- MONTILLA, J. 1990. Desarrollo local y empleo. Barcelona, ES: Alsina. 124 p.