

PROGRAMA DE ESTUDIO

A. Antecedentes Generales.

Nombre de la asignatura	: Seminario Creación de Negocios
Carácter de la asignatura	: ESN526
Pre – requisitos	: Estrategia I, Evaluación de proyectos
Co – requisitos	: No tiene
Créditos	: 30
Ubicación dentro del plan de estudio (semestre o año)	: 10° Semestre
Horas académicas de clases por período académico	: 68
Horas académicas de prácticas por período académico	: 0

B. Intenciones Del Curso

El propósito del curso es crear una nueva empresa mediante el trabajo cooperativo de un grupo de alumnos supervisados por el profesor y su ayudante. Los alumnos desarrollarán un plan de negocio que pueda concretarse en la realidad, lo cual les permitirá reflexionar acerca de la posibilidad de desempeñarse como empresarios al egresar de la Universidad y, al mismo tiempo, aplicar en forma integral los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera.

El curso aborda todo el proceso de desarrollo de un plan de negocios, estructurado fundamentalmente en tres partes: la selección de la idea de negocio; el desarrollo del plan de negocio propiamente tal y el diseño de la implementación del nuevo negocio.

Este curso es el cierre del proceso formativo de los alumnos, por lo que se busca el logro de todas las competencias específicas, además de fortalecer las competencias sello de emprendimiento y liderazgo, ética y responsabilidad pública.

La asignatura se encuentra en el último semestre de formación, en el ciclo de Habilitación Profesional, por lo que integra los conocimientos adquiridos por el estudiante durante todo su proceso de formación.

Competencias Genéricas	Competencias Transversales	Competencias Específicas
Emprendimiento y Liderazgo		
Ética		
Responsabilidad Pública	Visión Global	Trabajo en Equipo
Capacidad de Resolución de Problemas		Detección de Oportunidades

Este programa puede ser objeto de modificación al inicio del periodo académico
** This syllabus may be subject to change at the beginning of the semester**

de Negocios Proactividad
Habilidades Personales e Interpersonales
Integración y Aplicación de conocimientos
Orientación al Desarrollo Profesional

C. Objetivos Generales Del Curso

A nivel conceptual:

- Identificar la interrelación entre las distintas áreas de un negocio.

A nivel procedimental

- Elaborar un proyecto de negocios
- Proyectar la factibilidad del negocio de acuerdo a las condiciones del entorno
- Evaluar un proyecto de negocio

A nivel actitudinal:

- Potenciar en los participantes habilidades de análisis y de toma de decisiones junto con habilidades directivas fundamentales como son aquellas de liderazgo y de trabajo en equipo.
- Potenciar la capacidad emprendedora de los alumnos.

D. Contenidos

Unidad 1: Selección de la Idea de Negocio Conceptual

- Comprender qué es una idea de negocio

Procedimental

- Realizar una lluvia de ideas
- Seleccionar las mejores ideas

Unidad 2: Desarrollo del concepto de Negocio Conceptual

- Definir necesidad que se pretende satisfacer
- Definir producto tangible y producto ampliado

- Determinar fuentes para flujo de caja
- Determinar ventaja competitiva del negocio

Procedimental

- Analizar entorno del negocio
- Realizar un estudio de mercado

Este programa puede ser objeto de modificación al inicio del periodo académico
** This syllabus may be subject to change at the beginning of the semester**

Unidad 3: Plan de Marketing Conceptual

- Determinar objetivos comerciales del negocio
- Conocer componentes de la mezcla comercial del negocio

Procedimental

- Desarrollar sistema de control para verificar avance del plan de marketing

Unidad 4: Aspectos Técnico del Negocio Conceptual

- Determinar ubicación de planta, equipos, y tecnología a utilizar
- Identificar procesos claves del negocio
- Establecer estructura organizacional y dotación de personal requerida para el funcionamiento del negocio

Procedimental

- Diseñar ubicación de planta, equipo y otros.
- Confeccionar estructura organizacional
- Confecciona planilla de remuneraciones según requerimientos de funcionamiento.

Unidad 5: Flujo de Caja y Rentabilidad Conceptual

- Recordar conocimientos contable y financiero para evaluar proyecto

Procedimental

- Confeccionar flujo de caja
- Calcular tasa de descuento del proyecto con método CAPM
- Calcular principales ratios del proyecto
- Calcular VPN, TIR y payback descontado del proyecto
- Realizar análisis de punto de equilibrio

E. Metodología De Enseñanza

El desarrollo del plan de negocio se realizará fuera de las horas de clases, dedicándose éstas a apoyar el desarrollo del trabajo a través de sesiones expositivas y actividades de "consultoría" (a lo largo del semestre los alumnos podrán solicitar asesoría al profesor y su ayudante, en las fechas indicadas y en horarios a convenir).

Por lo tanto, el curso se estructura en torno a las siguientes metodologías:

1. Metodología expositiva: con trabajo de pizarra y con apoyo de algún recurso tecnológico visual.
2. Metodología colaborativa: trabajos en grupos fuera de la clase.
3. Lectura de textos bibliográficos entregados.

F. Evaluación

Este programa puede ser objeto de modificación al inicio del periodo académico

** This syllabus may be subject to change at the beginning of the semester**

La evaluación del proyecto de negocio se realizará considerando los siguientes elementos

- Informes Preliminares
- Informe Final

Todas las evaluaciones se realizarán en escala de 1 a 7.

La evaluación de los informes preliminares se dará a conocer oportunamente a lo largo del curso, y se entregará feed-back con relación a cada informe durante la presentación y para los informes 2, 3 y 4 se entregarán cartas con retroalimentación precisa de lo que cada grupo debe mejorar para el informe final.

Consideraciones:

Asistencia: Se pasará asistencia cada día al inicio de clases. Para aprobar el curso se requerirá un mínimo de 75% de asistencia a las sesiones de clases (sugerencia).

Consideraciones Especiales:

Ver Anexo

G. Bibliografía

WESTON; COPELAND (1994) Finanzas en Administración. Novena Edición. Mc Graw-Hill. México
STANTON, W. (2000) o (2004). Fundamentos de Marketing. 11/e ó 13/e. Mc Graw – Hill.
CHIAVENATO, I. (2000) Administración de Recursos Humanos. Editorial Mc Graw – Hill. México, D. F. México.

Además cada grupo podrá utilizar la bibliografía que estime conveniente, haciendo las respectivas citas.

ANEXO

Para abordar el proyecto emprendedor los alumnos constituirán grupos de 4 o 5 personas. El proyecto se irá desarrollando por partes (5) a medida que el curso avanza.

Cada parte del proyecto de negocio dará origen a la presentación de un informe escrito de no más de

15 páginas tamaño carta a espacio sencillo, agregando las transparencias que el grupo utilizará durante su exposición. En informes en que sea estrictamente necesario, se podrán

Este programa puede ser objeto de modificación al inicio del periodo académico

** This syllabus may be subject to change at the beginning of the semester**

agregar anexos. Cada informe será entregado al inicio de la clase en que se indique. A lo largo del curso, se presentará un total de 5 informes preliminares más un informe final que será el plan de negocio definitivo.

Se realizarán presentaciones parciales del plan de negocio a través de la exposición de los informes preliminares respectivos. Las presentaciones de informes deberán tener una duración máxima de 20 minutos (En caso que la presentación no finalice naturalmente en el tiempo asignado, el profesor y/o su ayudante darán por finalizada dicha presentación).

El plan de negocio final que incorpora los diferentes informes y que en definitiva da vida a la nueva empresa, será entregado en la última parte del curso, en fecha que más adelante se especifica. Los proyectos finales serán presentados ante el curso y ante un grupo de personas invitadas, incluyéndose un inversionista a quien deberá invitar el grupo que presente. La duración de la presentación final no deberá ser superior a 40 minutos.

El informe final deberá tener:

Un resumen ejecutivo de 2 páginas. El resumen ejecutivo deberá presentar el negocio integralmente, mostrando allí la atractividad y el enfoque de negocio de su proyecto.

Se debe apoyar la presentación que se haga en estas páginas con cifras claves. Recuerde que estas

2 páginas son fundamentales en su proyecto, ya que de ella dependerá que el lector (potencial inversionista) se entusiasme o no con su nueva empresa.

Un cuerpo, en el cual se presente en forma articulada e integrada el proyecto completo. Esta parte del trabajo no debe superar las 70 páginas.

Bibliografía y anexos. Los anexos a presentar deben tener estrecha vinculación con el texto central, y deben estar explícitamente referidos en el mismo. Su inclusión debe estar justificada para complementar y/o ahondar en el tema en cuestión.

En ningún caso el plan de negocio definitivo podrá exceder de las 90 páginas.

Informes preliminares

Durante el desarrollo del curso deberán presentarse informes preliminares. La confección de ellos deberá seguir una metodología escogida por el grupo, para lo cual se sugiere basarla en las clases y lecturas que cada grupo estime conveniente. Recuerde que cada informe deberá tener un máximo de 15 páginas tamaño carta escritas a espacio sencillo, y en los casos que sea estrictamente necesario agregar hasta 5 páginas de anexos.

Cada informe debe incluir a su inicio, un resumen ejecutivo.

Informe N° 1: Selección de la Idea de Negocio. Este informe deberá:

- Incluir un resumen ejecutivo.
- Presentar el análisis seguido para seleccionar la idea de negocio definitivamente

Este programa puede ser objeto de modificación al inicio del periodo académico

** This syllabus may be subject to change at the beginning of the semester**

escogida (propuesta).

- Contener la evaluación completa que se haga de las dos principales ideas de negocio.
- Contener una página en donde se expliquen muy brevemente (3 líneas para cada una) otras 8 ideas de negocios generadas al interior del equipo pero que finalmente fueron rechazadas. No es necesario explicar en el informe él por qué se rechazó cada idea, aunque se debe estar preparado para responder las razones de cualquiera de ellas en la medida que el profesor lo requiera.

Informe N° 2: Desarrollo del Concepto de Negocio. Este informe deberá:

- Incluir un resumen ejecutivo.
- Definir la o las necesidades que se pretende satisfacer y la relación que existe entre ellas.
- Mostrar completa y detalladamente la definición del satisfactor (producto o servicio) que se va a ofrecer, específicamente se trata de definir al menos, el producto tangible y el ampliado.
- Mostrar con claridad y en términos generales e iniciales, de donde provienen los flujos de caja del negocio.
- Señalar cómo se competirá (cuál será la ventaja competitiva y por qué), mostrando las razones que sustentan el éxito posible del negocio en su mercado. Por ello, el análisis del entorno como así también los resultados de estudios de mercado, son elementos de importancia en este informe. A este informe se deberá adjuntar un apéndice de 5 páginas con la metodología y los resultados del estudio de mercado que se desarrolle para la definición del concepto de negocio. No se debe olvidar que el estudio de mercado, debe proporcionar información adicional, para tomar decisiones en los informes siguientes.

Informe N° 3: Plan de Marketing.

Este informe deberá:

- Incluir un resumen ejecutivo.
- Determinar con claridad los objetivos comerciales para un período determinado.
- Desarrollar los principales componentes de la mezcla comercial del negocio, desarrollando con mayor profundidad el producto, su ciclo, centrandó la atención en la determinación del precio y en la definición de los canales, sin perder de vista los elementos promocionales (esto último no es lo prioritario).
- Determinar los sistemas de control que se aplicarán, para verificar los niveles de avance del plan comercial, y explicar cómo estos sistemas contribuirán a la ventaja competitiva del negocio.

Informe N° 4: Localización, Capacidad, Flujos, Procesos Claves, Estructura y Personal. Este informe deberá:

- Incluir un resumen ejecutivo.
- Determinar la ubicación de la planta, los equipos y tecnología a utilizar y su ubicación al interior de la planta.

Este programa puede ser objeto de modificación al inicio del periodo académico

** This syllabus may be subject to change at the beginning of the semester**

- Presentar detalladamente desarrollados, los principales procesos que conforman las áreas claves del negocio, explicando el por qué son claves y, mostrando claramente cómo la ventaja competitiva definida en el informe N° 2 se logrará al interior del negocio.
- Contener un análisis de las capacidades comprometidas.
- Adjuntar un diseño de estructura organizacional y la dotación de personal requerida, con una brevísima descripción de los cargos principales y sus responsabilidades en el negocio. Además se deberá adjuntar la planilla de remuneraciones del personal que contemple un rango de remuneraciones (parte fija y parte variable) y un breve detalle del sistema de incentivos y explicar como estos incentivos contribuyen al éxito de la empresa.

Informe N° 5: Flujo de Caja y Rentabilidad.

Este informe se centra en los principales aspectos financieros del negocio los cuales se derivan de un adecuado proceso de estimación de la demanda que enfrentará el negocio. El informe debe:

- Incluir un resumen ejecutivo.
- Prestar especial atención a la estimación de las ventas y del flujo de caja de la empresa, para lo cual se deberá estimar un estado de resultados proyectado debiendo corregir los ítems que no correspondan a flujos de caja. Se deberá explicar los criterios de estimación utilizados.
- Calcular la tasa de descuento del proyecto desde el punto de vista del inversionista con el método CAPM.
- Calcular los principales ratios del proyecto, especialmente los que se refieren a la rentabilidad.
- Calcular el VPN, la TIR y el payback descontado del proyecto.
- Mostrar un análisis de punto de equilibrio en donde queden claro los costos fijos y los costos variables del negocio.
- Incluir además otros aspectos financieros que el grupo considere de particular importancia para su negocio, como así también, consideraciones respecto al plazo de las proyecciones.
- Adjuntar un apéndice con la metodología y los resultados del estudio que se desarrolle para la estimación de las ventas del negocio.

Consultorías

Las consultorías se fijarán de acuerdo a los requerimientos de cada grupo en las fechas indicadas en el programa y estarán dedicadas a revisar el grado de avance del proyecto, y al análisis de las posibles dudas que los grupos puedan tener.

Propiedad Intelectual

La propiedad intelectual de las ideas y negocios que se presenten será exclusivamente de los integrantes del grupo que las expone, comprometiéndose el resto de los alumnos a no utilizar, ni directamente ni a través de terceros, las ideas expuestas sin la autorización escrita de todos los integrantes del grupo generador de la idea por un período de tres años. Cualquier

Este programa puede ser objeto de modificación al inicio del periodo académico

** This syllabus may be subject to change at the beginning of the semester**

violación a esta norma será sancionada por la Universidad con las medidas disciplinarias que correspondan.