

UNIVERSIDAD NACIONAL DE ASUNCIÓN
FACULTAD POLITÉCNICA
GESTIÓN DE LA HOSPITALIDAD
ÉNFASIS EN HOTELERÍA
PLAN 2008
PROGRAMA DE ESTUDIOS

I. - IDENTIFICACIÓN

1. Asignatura	: Plan de Negocios
2. Semestre	: Séptimo
3. Horas semanales	: 3 horas
3.1. Clases Teóricas	: 3 horas
4. Total horas disponibles	: 48 horas
4.1. Clases teóricas	: 48 horas

II. - JUSTIFICACIÓN

La propuesta nace de un análisis realizado por el Programa de Emprendedores de la Universidad Nacional de Asunción, en el cual se detectó la necesidad de incluir como asignatura optativa "Plan de Negocios" en el Plan curricular de la Facultad Politécnica.

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:

- Aplicar conocimientos técnicos y empresariales.
- Evaluar la factibilidad y la viabilidad del emprendimiento.
- La toma de decisiones sobre la puesta en marcha o no del emprendimiento.
- Presentar el Plan de Negocios a posibles socios, inversores o entidades financieras privadas o públicas.
- Aquellos emprendimientos innovadores abre la posibilidad de ser una empresa incubada por la INCUNA.

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 Politécnica 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, facilitar el acceso de empresas a la INCUNA, emprendimiento impulsado por la Universidad Nacional de Asunción y aplicar conocimiento profesional con una mayor probabilidad de éxito.
2. El alumno estará capacitado para:
 - 2.1. Detectar oportunidades de negocios.
 - 2.2. Diseñar un Plan de Negocios.
 - 2.3. Propiciar una actitud favorable al análisis y evaluación de los principales aspectos que afectan a la puesta en funcionamiento de un emprendimiento empresarial.
 - 2.4. Aplicar el conocimiento profesional adquirido en emprendimientos empresariales de diversa índole.
 - 2.5. Ejercitar habilidades para reducir los riesgos de emprendimientos empresariales.
 - 2.6. Identificar los distintos tipos de empresas y las normas que las rigen.
 - 2.7. Utilizar el Plan de Negocios como instrumento para el logro de objetivos empresariales.
 - 2.8. Identificar las principales fuentes de apoyo para la creación, desarrollo y consolidación de empresas.

IV. - PRE - REQUISITO

No tiene.

V. - CONTENIDO

5.1. Unidades programáticas

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

5.2. Desarrollo de las Unidades programáticas

1. Creatividad empresarial e innovación
 - 1.1. Técnicas de desarrollo de la creatividad.
 - 1.2. Modelo de proceso creativo.
 - 1.3. Concepto y dinámica de la innovación.
 - 1.4. Identificación y evaluación de oportunidades empresariales.
 - 1.5. Metodología para generar ideas de negocio.

- 1.6. Factores de éxito y fracaso de nuevas iniciativas empresariales.
2. El emprendedor.
 - 2.1. Características y perfil del emprendedor innovador.
 - 2.2. Factores que influyen en la creación de empresas.
 - 2.3. Iniciativas emprendedoras.
 - 2.4. Criterios para la evaluación de una oportunidad empresarial (macrofiltro, microfiltro y análisis FODA).
 - 2.5. Proceso de creación de una empresa.
3. Plan de Negocios.
 - 3.1. De la Idea de Negocios al Plan de Negocios.
 - 3.2. Qué es y para qué sirve el Plan de Negocios.
 - 3.3. Desarrollo del Resumen Ejecutivo.
 - 3.4. Plan de Marketing.
 - 3.4.1. Conceptualización y utilidad.
 - 3.4.2. Producto, oferta y demanda.
 - 3.4.3. Público objetivo.
 - 3.4.4. Mercado.
 - 3.4.5. Análisis del Entorno y Competencia.
 - 3.4.6. Marketing Mix.
 - 3.4.7. Desarrollo de Imagen Corporativa.
 - 3.4.8. Desarrollo del Plan de Marketing.
 - 3.4.8.1. Establecimiento de metas generales y específicas.
 - 3.4.8.2. Determinación de alternativas de acción.
 - 3.5. Plan de Producción
 - 3.5.1. Localización
 - 3.5.2. Materia prima e insumos.
 - 3.5.3. Maquinarias y equipos
 - 3.5.4. Distribución de la planta.
 - 3.5.5. Almacenamiento.
 - 3.5.6. Residuos e impacto ambiental.
 - 3.6. Plan de Organización y Gestión.
 - 3.6.1. Definición de gestión empresarial.
 - 3.6.2. Definición de empresas, tipos y clasificación.
 - 3.6.3. Desarrollo Organizacional.
 - 3.6.3.1. Recursos Humanos.
 - 3.6.3.2. Organigrama Organizacional.
 - 3.6.3.3. Definición de Roles y Funciones.
 - 3.6.4. Logística.
 - 3.7. Aspectos Jurídicos, Impositivos y Laborales
 - 3.7.1. Concepto de sociedades.
 - 3.7.2. Empresa unipersonal y social, naturalezas y características.
 - 3.7.3. Las empresas de Responsabilidad Limitada, naturaleza y características.
 - 3.7.4. Las Sociedades Anónimas, naturaleza y características.
 - 3.7.5. Requisitos para la constitución de empresas.
 - 3.7.6. Obligaciones impositivas y laborales.
 - 3.7.7. Modelos contractuales.
 - 3.7.8. Propiedad Intelectual, Marcas y Patentes.
 - 3.8. Plan Económico - Financiero.
 - 3.8.1. Inversión inicial.
 - 3.8.2. Costos Fijos y Variables.
 - 3.8.3. Costo Directo e Indirecto.
 - 3.8.4. Costo de Mano de Obra.
 - 3.8.5. Costo de materia prima e insumos.
 - 3.8.6. Costo de producción
 - 3.8.7. Ingresos.
 - 3.8.8. Depreciación.
 - 3.8.9. Flujo de caja.
 - 3.8.10. Punto de Equilibrio
 - 3.8.11. Tasa Interna de Retorno (TIR) y Valor Actual Neto (VAN).
 - 3.8.12. Retorno de la Inversión (ROI)
 - 3.8.13. 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.
 - 4.2. Instituciones y Programas nacionales de apoyo al emprendedor

VI. - ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

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

1. Actividades en aula:
 - 1.1. El curso se desarrollará a través de clases expositivas del profesor con la participación activa del alumno.

- 1.2. Aplicación de la técnica expositiva y aprendizaje para el desarrollo de las unidades seleccionadas.
 - 1.3. Presentación de formularios guías para el desarrollo del Plan de Negocio.
 - 1.4. Tutoría para la elaboración de los Planes de Negocios.
 - 1.5. Retroalimentaciones, diseñadas a partir de las evaluaciones formativas.
 - 1.6. Análisis de casos extraídos de nuestra realidad empresarial y casos internacionales representativos.
2. Actividades fuera del aula:
- 2.1. Visita técnica guiada a empresas, incubadoras de empresas y centros de comercialización.
 - 2.2. Asistir a charlas de empresarios exitosos, organizadas por la UNA (u otras Instituciones), debidamente comprobados mediante certificados de participación.
 - 2.3. Participar en el concurso de Ideas Innovadoras de Negocios organizado por el Programa de Emprendedores de la UNA.
 - 2.4. Participar en ruedas de negocios.

VII. - MEDIOS AUXILIARES

1. Pizarra, carteles
2. Materiales audiovisuales
3. Equipo multimedia
4. Material bibliográfico.

VIII. - EVALUACIÓN

Acorde a la Reglamentación y Normativas vigentes en la Facultad Politécnica.

IX. - BIBLIOGRAFÍA

- McKinsey & Company, Como elaborar planes de negocios para organizaciones sociales – Emprendimientos Sociales Sostenibles, Sao Paulo, Brasil, 2004 – 164 P.
- Antonio, Borello. El Plan de Negocios, Santa Fe de Bogota, Colombia, 2001–192 P.
- Ravinet, Jaime. Gestión Institucional, desarrollo económico local, Santiago de Chile, 1996 – 186 P.
- Montilla, J. Desarrollo local y empleo, Barcelona, España, 1990 – 124 P.
- Daudet, E.: Los empresarios, dopesa, Barcelona, España, 1974 – 158 P.
- Crosby, J. : Liderazgo, Mc Graw Hill, México, 1997 – 128 P.
- Veciana, J.M. : El Plan de Empresas, en alta dirección, 1988. – 126 P.
- Veciana, J.M. : El empresario y el proceso de creación de empresas, 1990- 148 P.
- Chiavenato, I.: Iniciación a la plantación y el control de la producción, 1993–133 P.
- Kennedy, Dan : Las verdades secretas de los negocios, Mc Graw Hill, 1997 – 193 P.
- Chias, Joseph : El marketing en las empresas, Mc Graw Hill, 1991 – 106 P.
- Ubernel, José : Políticas y programa de apoyo a la microempresa, Bogotá, Colombia, 1997 – 187 P.
- Sapag, Nassir : Preparación y evaluación de proyectos. Mc. Graw Hill, Santiago de Chile, 2000 . 425 P.
- Aguayo Caballero, Paulino. Contabilidad Básica Financiera I. Edit. Impala. 2001. 230 P.