

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE ASUNCIÓN**  
**FACULTAD POLITÉCNICA**  
**INGENIERÍA EN ELECTRICIDAD**  
**PLAN 2008**  
**PROGRAMA DE ESTUDIOS**

Resolución 25/07/08-00 Acta 1215/07/04/2025  
ANEXO 04

**I. - IDENTIFICACIÓN**

|                                     |                   |
|-------------------------------------|-------------------|
| 1. Asignatura                       | : Emprendedorismo |
| 2. Semestre                         | : Décimo          |
| 3. Horas semanales                  | : 2 horas         |
| 3.1. Clases teóricas                | : 2 horas         |
| 4. Total real de horas disponibles: | :30 horas         |
| 4.1. Clases teóricas:               | :30 horas         |

**II. - JUSTIFICACIÓN**

El entorno profesional de la ingeniería eléctrica demanda no solo habilidades técnicas, sino también competencias transversales que permitan a los ingenieros adaptarse a un mercado laboral en constante cambio. El emprendedorismo fomenta la adquisición de conocimientos y herramientas para identificar oportunidades de negocio, desarrollar modelos de empresa, gestionar proyectos, crear soluciones innovadoras y ofrecer servicios que atiendan las necesidades del mercado.

Principalmente busca generar empleo, motivando a crear sus propias empresas, no solo aplicando sus conocimientos técnicos, sino que contribuyendo al crecimiento económico brindando nuevas oportunidades laborales.

**III. - OBJETIVOS**

- 3.1. El objetivo principal de esta asignatura es fortalecer la formación integral de los estudiantes en el desarrollo de conocimientos y habilidades empresariales 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.
- 3.2. Proporcionar a los estudiantes las herramientas necesarias para aplicar sus conocimientos profesionales en situaciones empresariales reales y aumentar la probabilidad de éxito en los emprendimientos, facilitando el acceso de empresas a la INCUNA.
- 3.3. Detectar oportunidades de negocios.
- 3.4. Diseñar un Plan de Negocios.
- 3.5. Propiciar una actitud favorable al análisis y evaluación de los principales aspectos que afectan a la puesta en funcionamiento de un emprendimiento empresarial.
- 3.6. Aplicar el conocimiento profesional adquirido en emprendimientos empresariales de diversa índole.
- 3.7. Ejercitar habilidades para reducir los riesgos de emprendimientos empresariales.
- 3.8. Conocer los distintos tipos de empresas y las normas que las rigen.
- 3.9. Utilizar el Plan de Negocios como instrumento para el logro de objetivos empresariales.
- 3.10. 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**

- 5.1.1. Creatividad empresarial e innovación.
- 5.1.2. El emprendedor.
- 5.1.3. Plan de negocio (elaboración y acompañamiento a la creación).
- 5.1.4. Fuentes de apoyo a emprendimientos empresariales.

**5.2. Desarrollo de las unidades programáticas**

- 5.2.1. Creatividad empresarial e innovación.
  - 5.2.1.1. Técnicas de desarrollo de la creatividad.
  - 5.2.1.2. Modelo de proceso creativo.
  - 5.2.1.3. Concepto y dinámica de la innovación.
  - 5.2.1.4. Identificación y evaluación de oportunidades empresariales.
  - 5.2.1.5. Metodología para generar ideas de negocio.
  - 5.2.1.6. Factores de éxito y fracaso de nuevas iniciativas empresariales.



**5.2.2. El emprendedor.**

- 5.2.2.1. Características y perfil del emprendedor innovador.
- 5.2.2.2. Factores que influyen en la creación de empresas.
- 5.2.2.3. Iniciativas emprendedoras.
- 5.2.2.4. Criterios para la evaluación de una oportunidad empresarial (macrofiltro, microfiltro y análisis FODA).
- 5.2.2.5. Proceso de creación de una empresa.

**5.2.3. Plan de Negocios.**

- 5.2.3.1. De la Idea de Negocios al Plan de Negocios.
- 5.2.3.2. Qué es y para qué sirve el Plan de Negocios.
- 5.2.3.3. Desarrollo del Resumen Ejecutivo.
- 5.2.3.4. Plan de Marketing.
  - 5.2.3.4.1. Conceptualización y utilidad.
  - 5.2.3.4.2. Producto, oferta y demanda.
  - 5.2.3.4.3. Público objetivo.
  - 5.2.3.4.4. Mercado.
  - 5.2.3.4.5. Análisis del Entorno y Competencia.
  - 5.2.3.4.6. Marketing Mix.
  - 5.2.3.4.7. Desarrollo de Imagen Corporativa.
  - 5.2.3.4.8. Desarrollo del Plan de Marketing.
    - 5.2.3.4.8.1. Establecimiento de metas generales y específicas.
    - 5.2.3.4.8.2. Determinación de alternativas de acción.
- 5.2.3.5. Plan de Producción.
  - 5.2.3.5.1. Localización.
  - 5.2.3.5.2. Materia prima e insumos.
  - 5.2.3.5.3. Maquinarias y equipos.
  - 5.2.3.5.4. Distribución de la planta.
  - 5.2.3.5.5. Almacenamiento.
  - 5.2.3.5.6. Residuos e impacto ambiental.
- 5.2.3.6. Plan de Organización y Gestión.
  - 5.2.3.6.1. Definición de gestión empresarial.
  - 5.2.3.6.2. Definición de empresas, tipos y clasificación.
  - 5.2.3.6.3. Desarrollo Organizacional.
    - 5.2.3.6.3.1. Recursos Humanos.
    - 5.2.3.6.3.2. Organigrama Organizacional.
    - 5.2.3.6.3.3. Definición de Roles y Funciones.
  - 5.2.3.6.4. Logística.
- 5.2.3.7. Aspectos Jurídicos, Impositivos y Laborales.
  - 5.2.3.7.1. Concepto de sociedades.
  - 5.2.3.7.2. Empresa unipersonal y social, naturalezas y características.
  - 5.2.3.7.3. Las empresas de Responsabilidad Limitada, naturaleza y características.
  - 5.2.3.7.4. Las Sociedades Anónimas, naturaleza y características.
  - 5.2.3.7.5. Requisitos para la constitución de empresas.
  - 5.2.3.7.6. Obligaciones impositivas y laborales.
  - 5.2.3.7.7. Modelos contractuales.
  - 3.7.8. Propiedad Intelectual, Marcas y Patentes.
- 5.2.3.8. Plan Económico - Financiero.
  - 5.2.3.8.1. Inversión inicial.
  - 5.2.3.8.2. Costos Fijos y Variables.
  - 5.2.3.8.3. Costo Directo e Indirecto.
  - 5.2.3.8.4. Costo de Mano de Obra.
  - 5.2.3.8.5. Costo de materia prima e insumos.
  - 5.2.3.8.6. Costo de producción.
  - 5.2.3.8.7. Ingresos.
  - 5.2.3.8.8. Depreciación.
  - 5.2.3.8.9. Flujo de caja.
  - 5.2.3.8.10. Punto de Equilibrio.
  - 5.2.3.8.11. Tasa Interna de Retorno (TIR) y Valor Actual Neto (VAN).
  - 5.2.3.8.12. Retorno de la Inversión (ROI).
  - 5.2.3.8.13. Cuadro de resultados.

**5.2.4. Fuentes de apoyo a emprendimientos empresariales.**

- 5.2.4.1. Conocer las fuentes de apoyo de asistencia técnica, capacitación y alternativas de financiación para la puesta en marcha de emprendimientos.
- 5.2.4.2. 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.

**6.1. Actividades en aula:**

- 6.1.1. El curso se desarrollará a través de clases expositivas del profesor con la participación activa del alumno.
- 6.1.2. Aplicación de la técnica expositiva y aprendizaje para el desarrollo de las unidades seleccionadas.



- 6.1.3. Presentación de formularios guías para el desarrollo del Plan de Negocio.
- 6.1.4. Tutoría para la elaboración de los Planes de Negocios.
- 6.1.5. Retroalimentaciones, diseñadas a partir de las evaluaciones formativas.
- 6.1.6. Análisis de casos extraídos de nuestra realidad empresarial y casos internacionales representativos.
- 6.2. Actividades fuera del aula:
  - 6.2.1. Visita técnica guiada a empresas, incubadoras de empresas y centros de comercialización.
  - 6.2.2. Asistir a charlas de empresarios exitosos, organizadas por la UNA (u otras Instituciones), debidamente comprobadas mediante certificados de participación.
  - 6.2.3. Participar en el concurso de Ideas Innovadoras de Negocios organizado por el Programa de Emprendedores de la UNA.
  - 6.2.4. Participar en ruedas de negocios.

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

## VII. - 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 audiovisuales principalmente relacionados con casos empresariales.

## VIII. - EVALUACIÓN

La evaluación se realizará de acuerdo a las reglamentaciones de la Facultad

## IX. - BIBLIOGRAFÍA

- ☐ McKinsey & Company, Cómo 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 Bogotá, 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.
- ☐ Chías, 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.

