



Universidad Nacional del Nordeste



Facultad de Ciencias Agrarias

RESOLUCION N° 8.291-C.D.

CORRIENTES, 1 de agosto de 2014.-

VISTO:

El Expediente N° 07-03791/12, por el cual el Director del Departamento d Economía Ing. Agr. (Mgter.) Luís R. ALMIRÓN, eleva a consideración propuesta de la asignatura Optativa “Desarrollo de Capacidades Emprendedoras” de dicho Departamento, y

CONSIDERANDO:

Que el referido Programa fue analizado por el Departamento de Economía;


El dictamen emitido por la Comisión de Enseñanza, sugiere su aprobación:


Lo aprobado en la sesión de la fecha;

EL CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS AGRARIAS
RESUELVE:

ARTÍCULO 1°.- APROBAR el programa de la asignatura optativa: “**Desarrollo de Capacidades Emprendedoras**”, presentado por el Director del Departamento d Economía Ing. Agr. (Mgter.) Luís R. ALMIRÓN, que, como Anexo, forma parte integrante de la presente resolución, el cual entrará en vigencia a partir del ciclo lectivo 2014.

ARTÍCULO 2°.- REGÍSTRESE, comuníquese y archívese.


Ing. Agr. Patricia Norma ANGELONI
Secretaria Académica
Facultad de Ciencias Agrarias
U.N.N.E.


Ing. Agr. (Dra.) Sara VAZQUEZ
Decana
Facultad de Ciencias Agrarias
U.N.N.E.



Universidad Nacional del Nordeste



Facultad de Ciencias Agrarias

ANEXO Resolución N° 8.291/14 C.D.

OPTATIVA: “DESARROLLO DE CAPACIDADES EMPRENDEDORAS”

1. Jurisdicción y a las dependencias involucradas en el diseño y ejecución del Curso.

1.1. **Jurisdicción:** Provincias de Corrientes y del Chaco

1.2. **Institución Facultad de Ciencias Agrarias** Universidad Nacional del Nordeste

1.3. Responsables del Proyecto

Unidad de Transferencia...

Coordinador Operativo del Proyecto: Ing. Manuel César Saavedra

2. Descripción del Curso

2.1. Nombre del Curso

“Desarrollo de Capacidades Emprendedoras”

2.2. Justificación

Se está viviendo en un escenario de turbulencias, resultante del cambio de un siglo industrial que termina a uno post-industrial que empieza. El mismo trae, nuevos retos para las escuelas, ya que tienen que formar personas capaces de desenvolverse en un ambiente de conocimientos cambiantes y por lo tanto, requieren una actualización permanente.

Hammer y Champy afirman que:

“Los empresarios, ejecutivos y gerentes crearon y condujeron empresas que, por más de cien años, atendieron a la demanda creciente de productos y servicios del mercado de masas. Los gerentes y las empresas por ellos administradas fijaron el patrón de desempeño para el resto del mundo. **Infelizmente este ya no es el caso.**”¹

Los autores apenas afirman lo que a cada día se siente con mayor intensidad y es que el aumento de la competencia internacional viene imponiendo a las empresas una creciente búsqueda de incrementos de productividad mediante el empleo de nuevas tecnologías. Las organizaciones y las personas están aprendiendo que tal competencia impone una actualización y una capacidad de innovación permanente.

Pero, salvo contadas excepciones, esas Capacidades no son comunes de encontrar y cabe la pregunta acerca de si es posible desarrollarlas y en que marco personal es posible hacerlo. La respuesta es que afirmativa: Es una Capacidad factible de cultivar en el marco de una actitud emprendedora que puede aplicarse dentro de una organización o para crear una organización.

La referencia a organización en vez de empresa, es a los efectos de intentar una idea más abarcativa que comprenda tanto a las que tienen fines de lucro, como a las que no la tienen, ya que en ambos casos es necesario contar con la misma aptitud emprendedora-

El carácter anti-emprendedor: una cuestión cultural que tienen solución

En razón que en nuestro país no hay datos elaborados al respecto y a los efectos de tener alguna idea que nos permita acercarnos al impacto de la actividad emprendedora, haremos referencia a datos extraídos de investigaciones realizadas en España y los compararemos con las de EE. U.U.

Se hace la salvedad que es solo a título referencial, debiendo tenerse en cuenta las diferencias culturales, a los fines de no extrapolar en forma directa conclusiones sobre dichas experiencias.

Las últimas encuestas del Centro de Investigaciones Sociológicas de España (CIS) indican que el 90% de los jóvenes rechaza la posibilidad de convertirse en empresario y que el 47% de los padres recomiendan a sus hijos que se hagan funcionarios.

Contrastar estos datos con la situación de países como Estados Unidos, donde la actualidad del 70% de los jóvenes manifiesta su deseo de crear una empresa, puede llevar a la conclusión lógica de que España es un país definitivamente anti-emprendedor.



ANEXO Resolución N° 8.291/14 C.D.

Sin embargo, años atrás el panorama estadounidense mostraba un escenario muy similar al español: en 1975, sólo el 10% de los jóvenes norteamericanos se mostraba proclive a convertirse en empresario.

- En esos 25 años, el número de nuevas empresas creadas al año en Estados Unidos ah pasado de 200.000 a 3,5 millones.
- La cantidad de los recién egresados que se emplean en una gran corporación ha pasado del 25% al 7%.
- El número de empleados que trabajaban para mujeres empresarias ah pasado de 1 a 18 millones.
- La inversión anual de las sociedades de capital riesgo ha pasado de 100 millones a 12 billones de dólares.
- Desde 1980, las nuevas empresas han creado el 95% de la riqueza y el 94% del empleo en EE.UU.
- El 83% de los componentes de la lista Forbes 400 de los hombres más ricos de Estados Unidos en 1994, eran empresarios hechos a sí mismos, Esa generación emprendedora ha impulsado el nacimiento de nuevas industrias como los ordenadores personales, software, la biotecnología, la televisión por cable o el comercio electrónico.

Cabe preguntarse qué ocurrió en EE.UU, para que se produjera esta espectacular transformación.

Un suceso muy concreto: el nacimiento y desarrollo del Emprendedorismo como disciplina metodológica y cultural que da impulso a los emprendedores y a la creación de empresas.

Diseñado en primera instancia por pioneros como Jeffry Timmons (que ostentaba simultáneamente la cátedras de las Universidades de Harvard y Babson), Courtney Rice y Mack Davis (galardonados en 1998 con el premio Vision 2000 como reconocimiento a la mas de 20.000 empresas creadas por sus alumnos del ciclo preparatorio – léase secundario o EGB3) o Steve Mariotti (que ya ha convertido en empresarios a más de 7000 escolares de 12 y 13 años), el Emprendedorismo se ha convertido en la disciplina que más rápido ha crecido durante los últimos 25 años en las Escuelas de Negocios y de Ingeniería estadounidenses, estando hoy presentes en más de 1.100 Universidades e Institutos, 200 cátedras y 50 Entrepreneurship Centers, entre lo que se destacan los de las Universidades de Stanford, Harvard, MIT, Wharton o Babson y escuela preparatorias.

Desarrollando El Espíritu Emprendedor

Ante las circunstancias convergentes, de por una lado una disminución de la cantidad de PyMES y por otro la falta de demanda de trabajo tanto para estudiantes como recién egresados de la Universidad surge la cuestión de cómo sería posible rescatar la capacidad de innovación de los estudiantes,¹¹ La respuesta es que haría falta un trabajo de auto conocimiento¹² para la remoción de las trabas y el desbloqueo de los pensamientos, que mantienen al espíritu emprendedor aletargado, Este auto conocimiento es fundamental, pues como enseña O'Donnell:

“...no sabemos trabajar con nosotros mismos, si hago un trabajo conmigo mismo, estaré más dispuesto a trabajar con los demás... ()... primero hay que ser un buen líder y administrador de los propios actos. Si me dejo llevar por mis hábitos negativos y si no estoy dispuesto a cambiarlos, no seré una persona capaz de administrar a los demás.”¹³

Sobre esta afirmación, Fonseca aduce que:

“Conocemos más sobre el mundo físico que nos rodea que sobre nosotros mismos. En la distancia que separa el pensar del hacer existen más cosas de lo que sueña nuestro débil auto conocimiento.”¹⁴

Este trabajo de auto conocimiento es laborioso, porque la mayoría de las personas no están dispuestas a trabajar en contra de la misma naturaleza,¹⁵ pero es lo más aconsejable para el que desee, rescatar aquella capacidad de innovación que tenía de niño.

Exige los refuerzos de un aprendiz y los conocimientos especiales de un guía. Empieza a la constatación por el alumno de que es necesaria una completa elaboración de su “Weltanschauung”, que le permita comprender que perdió la capacidad de innovación a lo largo de su desarrollo físico y educativo. Debe percibir como el desperdicio de energía en vano le hace carecer de la fuerza necesaria para tejer una red de relaciones de suficiente calidad como para ampararlo en el proceso de transformación de su vida. Es decir, debe aprender a trabajar para despertar el espíritu emprendedor hasta volverse el administrador y el constructor de su propio destino.¹⁶

Es evidente que para llevar adelante el desafío que tal proceso significa, no es suficiente con la voluntad individual de cada uno de los potenciales emprendedores. Es necesaria la convergencia sinérgica de todos los actores sociales que dinamizan el proceso de desarrollo de cada localidad y de las provincias en su conjunto.



Universidad Nacional del Nordeste



Facultad de Ciencias Agrarias

ANEXO Resolución N° 8.291/14 C.D.

En tal sentido, aparece como un rol principal la actividad impulsora del Sector Público, a través de la implementación de acción conducente a generar las condiciones necesarias y suficientes para que tenga lugar el nacimiento de dichas iniciativas. Es dable destacar este rol, es mucho más importante en aquellas localidades donde indicadores de crecimiento y desarrollo son más bajos.

En el actual contexto socio económico las Provincias enfrentan un déficit desafío, ya que debería arbitra estrategias y medios para revertir el deterioro que en ese sentido se ha producido. Por otra parte, se puede observar que las distintas políticas de promoción para promocionar la creación y el desarrollo de Pymes no han obtenido los resultados esperados. Para lograr estos fines, se necesitan iniciativas imaginativas y en gran escala de generación de empresas, tarea que exige la participación de todos los actores vinculados con el desarrollo local.

Se ha acordado que para lograr el desarrollo productivo armónico de una región, se necesita ante otros aspectos, disponer de una masa crítica de potenciales emprendedores de cada localidad. Pero ello no se genera espontáneamente.

La experiencia adquirida, demuestra que no parece bastar con la vocación emprendedora para garantizar la concreción de un proyecto exitoso, sino que es necesario sumar a la misma un conjunto de conocimientos específicos. Es evidente que el futuro empresario no solo debe operar los fundamentos técnicos de su idea, sino también conocer los instrumentos promocionales, saber formular y gestionar proyectos, estar informado de los distintos aspectos legales y organizativos de la empresa, entender las posibles ventajas de la asociatividad y finalmente, desarrollar mediante ejercitación adecuada, sus capacidades e iniciativas.

Si el objetivo es el desarrollo local armónico, esta capacitación debiera impartirse en su localidad para adquirir por uno u otro camino todas estas capacidades.

Para resolver en parte algunos de estos problemas, este proyecto consiste en dictar Cursos de Capacitación orientados a Desarrollar Capacidades Emprendedoras.

Se parte del objetivo de que los emprendedores no corten con sus raíces culturales y aumenten así las probabilidades de que desarrollen sus proyectos en sus zonas de origen. Es evidente que una actividad educativa así diseñada, aporta respuestas a la mayoría de las dificultades reseñadas y por lo tanto debería contribuir significativamente a la deseada conformación de una masa crítica de emprendedores, que aporten a las incubadoras de la UNNE.

La región como ámbito de incubación

Para lograr la generación de emprendimientos en las localidades del interior, debe alentarse a los potenciales emprendedores a quedarse en su zona de residencia, disponiendo de la asistencia técnica y eventuales beneficios promocionales.

El proceso de creación y desarrollo de empresas nacidas a partir del esfuerzo, la perseverancia y el riesgo de los propios emprendedores, es uno de los acontecimientos más importantes que existen en cualquier sociedad por las contribuciones que hacen al desarrollo de las economías. Estas empresas generalmente de estructura micro o pequeña, soportan en los primeros años de vida innumerables dificultades para sobrevivir, hasta el punto que según algunas estadísticas sólo el 20% de ellas sigue adelante. Las causas más importantes son la falta de capacidad gerencial, los problemas de mercado, el desarrollo de los recursos humanos, de los productos y/o servicios, entre otros.

En la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional del Nordeste existen jóvenes futuros egresados, con un razonable nivel de capacitación que conforma una masa crítica deseosa de encontrar espacios que le permitan ser “Empleados y no Empleado”, donde puedan transformar sus ideas en nuevos productos y servicios, encontrando una alternativa a los problemas de inserción laboral.

Las actividades de docencia y extensión de este Proyecto están orientadas a brindar un conjunto de soluciones para atender la problemática actual de desarrollo empresarial de la provincia.

Atento a la creciente demanda de capacitación, esta área elaborará una innovadora propuesta de capacitación en esta temática poniendo en marcha el “Sistema Tutorial para el Desarrollo Empresarial”, el cual permite multiplicar la oferta educativa mediante una modalidad mixta: presencial y semi-presencial, junto con una oferta de cursos de entrenamiento y tutoría de los emprendimientos que surjan.

El mismo constará de una primera parte donde se capacitarán a futuros emprendedores, para que posteriormente, sean ellos los que instalen empresas en las incubadoras e implementarse y lleven adelante funciones de tutoría de los emprendimientos que se generen.

Cabe resaltar que la implementación del proyecto global que aquí se describe resolvería uno de los problemas importantes, sino el principal, que enfrentan los Secretarios o Directores de la Producción municipales: la escasez de candidatos potencialmente aptos hacia quienes direccionar los recursos disponibles.



ANEXO Resolución N° 8.291/14 C.D.

Del grupo de alumnos con perfil emprendedor a graduar en cada Campus, en la segunda etapa del proyecto, surgirán candidatos adecuados, para centrar en ellos las iniciativas de las incubadoras en lo relativo a desarrollo de PyMES.

El desarrollo armónico de una región dada es un problema de difícil solución, para lo cual no existen fórmulas milagrosas ni tampoco muchos ejemplos exitosos. Para conseguirlo, habría que lograr eliminar ciertas carencias, invertir algunos procesos naturales y trabajar en el Desarrollo de nuevas Capacidades.

Seguramente son varias las iniciativas que podrían contribuir al desarrollo de una localidad dada al interior de la Provincia. Sin embargo, nunca ha sido fácil diseñar un proyecto que logre estos objetivos. Es evidente que contribuiría a este fin cualquier iniciativa que lograra lo siguiente:

- Atraer mayores recursos hacia la pequeña localidad y/o disminuir el drenaje que hoy se verifica a favor de localidades más pujantes.
- Generar en ciudades del interior nuevos emprendimientos productivos o mejorar la rentabilidad de los ya existentes.
- Retener en el lugar a los jóvenes que han adquirido capacitación, sobre todo a aquellos que tienen formación y dinámica emprendedora.
- De todo lo descrito arriba, surge que: *estos objetivos pueden en principio alcanzarse a través del proyecto que se propone.*

2.3 Destinatarios

El Curso está destinado a:

Estudiantes próximos a Graduarse, recién Graduados y Docentes Universitarios de Docentes, que voluntariamente soliciten su incorporación al Curso.

2.4 Localización

Las acciones se desarrollarán en la primera etapa, en el Campus Sargento Cabral de la UNNE:

2.5 Marco de referencia del proyecto

La capacitación propuesta se enmarca en la metodología de Capacitación por Competencia, probablemente, la principal característica de esta metodología es por una parte, su orientación a la práctica y por la otra la posibilidad de una inserción cuasi natural y continua en la vida productiva de la persona. El hecho de que la competencia signifique resolver un problema o alcanzar un resultado, convierte el currículo en una enseñanza integral, al mezclarse en el problema los conocimientos generales, los conocimientos profesionales y la experiencia en el trabajo, áreas que tradicionalmente estaban separadas (Gonczy, Athanasou, 1996.)

Las principales características de un programa de Capacitación por Competencias son las que siguen (adaptación con base en Harris, et. al., 1991):

- Las competencias que los alumnos tendrán que cumplir son cuidadosamente identificadas, verificadas por expertos locales y de conocimiento público.
- Los criterios de evaluación son derivados de análisis de competencias, sus condiciones explícitamente específicas y de conocimiento público.
- La instrucción se dirige al desarrollo de cada competencia y a una evaluación individual por cada competencia.
- La evaluación toma en cuenta el conocimiento, las actitudes y el desempeño de la competencia como principal frente de evidencia.
- El progreso de los alumnos en el programa es a un ritmo que ellos determinan y según las competencias demostradas.
- Las experiencias de aprendizaje son guiadas por una frecuente retroalimentación.
- El énfasis es puesto en el logro de resultados concretos.
- El ritmo de avance de la instrucción es individual y no de tiempo.
- La instrucción se hace con material didáctico que refleja situaciones de trabajos reales y experiencias en el trabajo.
- Los materiales didácticos de estudio son modulares, incluye una variedad de medios de comunicación, son flexibles en cuanto a materias obligadas y las opcionales.



ANEXO Resolución N° 8.291/14 C.D.

- El programa en su totalidad es cuidadosamente planeado y la evaluación sistemática es aplicada para mejorar continuamente el programa.
- Hechos, conceptos, principios y otro tipo de conocimiento deber ser parte integral de las tareas y funciones.

Las ventajas de un orientar la tarea de capacitación con el enfoque de enseñanza por resolución de problemas son, entre otras:

- toma en cuenta como aprende el alumno;
- se concentra en actividades concretas y contextualizadas cuando se requiere de un aprendizaje profundo;
- concede mayor importancia a enseñar a aprender a aprender
- tiene mayor validez que un enfoque basado en disciplinas;
- el enfoque de enseñanza por problemas se deja combinar muy bien con la formación por alternancia, que propone el ir y venir entre aula y práctica.

Otras características son la posibilidad de una enseñanza individualizada y el avance modular, lo que permite al individuo acoplar mejor sus atributos y capacidades personales con las necesidades de formación.

También las pruebas son más estimulantes porque el estándar que se tiene que alcanzar no es un secreto sino que lo sabe la persona de ante mano y esto orienta sus esfuerzos de aprendizaje.

Por lo tanto, se requiere que la oferta educativa y de capacitación se transforme simultáneamente para poder dar respuesta a las normas de competencia que van apareciendo. El modelo educativo predominante, basado en una enseñanza determinada por cursos y organizado sobre la base de programas preestablecidos, se está haciendo inoperante ante la demanda que surge a partir de las nuevas competencias. Se tendrá que buscar como evolucionar hacia una aproximación menos academicista y orientado más al análisis de las necesidades individuales y colectivas de los trabajadores. En este cambio está inscrita la modificación de los estilos pedagógicos, que deben pasar de una lógica de que “*para educar hay que enseñar*” a una aproximación de que “*para formar se deben desarrollar las capacidades de cómo aprender*” (Bellier, 1997.)

El tránsito a un modelo de “aprender a aprender”, no es fácil ni evidente y representa todo un cambio profundo en la gestión de la capacitación. Sin duda, uno de los grandes retos es la administración del “*saber aprender*”, traducida en un instrumento prácticos en manos de la gestión de la empresa y de los propios trabajadores.

Desde la perspectiva de la estrategia de productividad y competitividad de la empresa, la administración del saber aprender no debe hacerse sólo en relación a si aprendió algo, sino también en cuanto a cuál ha sido su aporte los objetivos perseguidos por la organización. No basta que “la capacitación no sea un costo, sino que efectivamente se constituya en una inversión”; deberán generarse las evidencias que la capacitación realmente da resultado.

2.6. Objetivos

Objetivo general

Propiciar a través de la Universidad un cambio cultural respecto de la visión de la acción emprendedora, como recurso de desarrollo personal y comunitario, creando un espacio de conocimiento que permita contribuir al proceso de vinculación del conocimiento científico tecnológico y del sector productivo, mediante el desarrollo de una cultura emprendedora que promueva la generación y el crecimiento de nuevas empresas innovadoras.

Objetivos específicos

- Brindar una “*capacitación específica*” para la formación de formadores.
- Propiciar en el ámbito institucional el desarrollo de conocimientos para promover emprendimientos innovadores.
- Brindar apoyo educativo para la detección y formación de nuevos emprendedores.



ANEXO Resolución N° 8.291/14 C.D.

- Propiciar la disminución de la emigración de jóvenes que hoy se verifica a favor de las localidades más pujantes.
- Brindar la formación pertinente para otorgar una alternativa de salida laboral a los egresados de la FCA-UNNE.
- Propiciar la interacción en Red con las Unidades Funcionales de la UNNE, Organismos Públicos, Empresas privadas y Organizaciones No Gubernamentales para el aprovechamiento y potenciación de los recursos existentes.

2.7. PROPUESTA DE CURSO

**2.7.1. MODALIDAD O SISTEMA DE IMPLEMENTACION
MODALIDAD PRESENCIAL Y SEMIPRESENCIAL**

2.7.2. ORGANIZACION

- a) Cantidad de estudiantes implicados en el Cursado. No es factible prever la cantidad exacta de estudiantes implicados; ya que la capacitación estará determinada por las demandas voluntarias
- b) Fechas de inicio y finalización del Proyecto:
 - Modalidad presencial en:
 - Instancias de sensibilización, reuniones organizativas: 2 hs. reloj por cada encuentro;
 - Instancia de capacitación: 8hs. reloj por encuentro. Total de encuentros 4
 - Modalidad semipresencial: 16hs semanales.
 - Tutoría de 8hs. reloj (opcional)
 - Carga horaria total en horas reloj. 42 hs reloj

2.7.3. CONTENIDO Y BIBLIOGRAFIA

Contenidos

**MODULO 0
Información y Sensibilización**

El mismo consistirá en poner en conocimiento de la población objetivo, los alcances y propósitos del proyecto.

**MODULO I
Creatividad e Innovación**

Este módulo ayudará a comprender las competencias y atributos del comportamiento emprendedor, sensibilizando, animado y ejercitando conductas creativas específicamente vinculados al compartimiento emprendedor.

Contenidos:

- Actitud proactiva. Revisión individual sobre postura para tomar decisiones y obtener logros.
-



ANEXO Resolución N° 8.291/14 C.D.

- Pensamiento lateral. Práctica basada en la metodología de *6 sombreros para pensar* de Edward De Bono.
- Claves del Desempeño Creativo. Prácticas motivacionales basadas en juegos colectivos que desafían los procedimientos para comprender lo que sucede, por qué y cómo sucede.
- Sinergia.

MODULO II

Proceso Empresarial

Proceso de Iniciación, Crecimiento y Declinación de un emprendimiento/negocio. Planeamiento Estratégico. Productos, Procesos. Calidad. Patentes y Registros.

Definición del Negocio

- Cómo se compatibiliza la cultura de la dirección con el negocio elegido
- Que necesidades o deseos se están satisfaciendo
- A quién se le está vendiendo
- Conocimiento de la ventaja competitiva con que se cuenta
- Cuál es la coherencia de la estrategia competitiva definida
- La estrategia de ingreso
- Coherencia del posicionamiento elegido y cuáles son las posibilidades de ese posicionamiento respecto del de los competidores
- En qué medida es correcta la unidad de venta del producto
- Cuál es la coherencia del precio elegido

Mercado

- En qué medida se conocen las influencias externas e internas que condicionan la conducta de nuestro consumidor
- Atención correcta de las conductas del consumidor
- Definir el momento adecuado para nuestro negocio en el mercado
- Prospectiva acerca de que va a ocurrir en los próximos tiempos en el mercado
- Conocimientos de cuántas personas atendemos o podríamos atender
- Conocimientos de la importancia del mapa de marcas y sus fantasías asociadas
- Conocimiento del canal de comercialización adecuado
- Conocimiento acerca de la manera que ingresa dinero en la empresa

Competencia

- Evaluar qué medida se acepta la posibilidad de hacer alianzas
- Evaluar si las barreras de entrada al negocio son sostenibles en el tiempo
- Reconocer claramente a cada uno de los consumidores ABC que componen las fuerzas competitivas estructurales de nuestro sector y calificarlos
- En qué medida sabemos cómo nuestros ataques y los de los diferentes actores desestabilizan nuestro sector
- En qué medida reconocemos nuestros sustitutos, y cómo nos preparamos para enfrentarlos

Gerenciamiento y Operaciones

- Separación de poderes en la empresa con el negocio y la alianza elegidos
- Definir si el emprendedor tiene el tipo de liderazgo necesario para este momento del negocio
- Definir si las personas están en el lugar adecuado, en el momento adecuado y haciendo lo que tienen que hacer
- Definición de la evaluación de éxito o fracaso para la empresa
- Elección de la organización más adecuada para el emprendimiento y para sus elementos constitutivos



Universidad Nacional del Nordeste



Facultad de Ciencias Agrarias

ANEXO Resolución N° 8.291/14 C.D.

- Establecimiento del criterio para calcular los factores de productividad de cada elemento
- Conocimiento acerca de la manera que sale el dinero de la empresa
- Coherencia de la inversión en capital, con el proyecto y con la cultura de poder del emprendedor

MODULO III

Producción, Tecnología e Innovación

Rol de la empresa en el desarrollo de la innovación y la tecnología. Formulación, Adquisición y Asociación para la innovación.

Recursos Humanos

Liderazgo, Motivación, Comunicación. Capacitación, Selección de colaboradores.

Asociativismo

Diferentes modalidades

Economía y Finanzas

Presupuesto Económico. Plan Financiero: Estados Prospectivos. Flujos de Caja proyectados. El punto de equilibrio

Definir la capacidad del negocio de generar dinero

Reconocimiento de los atractivos financieros del negocio, como para poder negociar una alianza

Alternativas de financiamiento disponibles

MODULO IV

Formulación individual de un ejercicio de creación de una empresa.

Elaboración del Plan de Negocios.

Tutorías

Presentación del Trabajo

Evaluación

BIBLIOGRAFIA:

- (1) HAMMER, M., CHAMPY, J., Reengenharia: revolucionando a empresa em funcao dos clientes, da concorrência e das grandes mudanças da gerência. Rio de Janeiro: Campus, Brasil, 1994.
- (2) OECH, R., Um golpe en la cabeza, Sao Paulo: Cultura, Brasil, 1988
- (3) Revista Pequenas Empresa, Grandes Negocios, Brasil, setembro, 1994
- (4) FILION, L.J., Vision and relations: elements for an entrepreneurial meta-model In: Annual, Babson

Entrepreneurship Conference, April 1990, Babson College, Center for Entrepreneurial Studies.
- (5) FILION, L.J., The intrapreneur as a visionary, VI Conferencia Internacional da Camara para Pequenos Negocios, Canadá, outubro, 1990.
PIAGET, J., Vida y Obra, 2ª edición Abril, 1953.
- (6) Revista Examen, Um ato da vontade, Brasil, 13 de novembro, Brasil, 1985.
- (7) FILION, L.J., O Planejamento do seu sistema de aprendizagem empresarial; identifique uma visão e avalie o seu sistema de relações, Trad. Gledson L. Coutinho, Revista de Administração de Empresas, Brasil, jul/set.: 1991
- (8) Ver (4) e (5)
- (9) Ver (6)
- (10) SANTOS, J.R.; Os empreendedores Reais do Terceiro Milênio: um caminho para o sucesso. Belo Horizonte: Cultura, Brasil, 1997.
- (11) SANTOS, J.R.; O novo currículo deverá formar empreendedores, anais do V Encontro Nacional dos Cursos de Administração. Piracicaba. Brasil, 1994.
- (12) OUSPENSKY, P.D., Psicologia da avaliação possível do homem. 10ª edição. Sao Paulo: Pensamento, Brasil, 1993.



ANEXO Resolución N° 8.291/14 C.D.

- (13) O'DONNELL, K., A Alma no Negocio para uma Gestao Positiva, Sao Paulo: Gente, Brasil, 1992.
- (14) FONSECA, E.D., Vicios privados, beneficios públicos? A ética das nacoes. Sao Paulo: Cia de Letras, Brasil, 1993
- (15) OUSPENSKY, P.D., Fragmentos de um ensinamento desconhecido, S.P. Pensamento, Brasil, 1993.
- (16) ver (10).
- (17) ver (10).
- (18) ver (13).
- (19) EMERSON, R.W. Ensayos: primera serie. Imago, 1994.

2.7.4. ACTIVIDADES

Se describen las principales actividades a desarrollar. Estas actividades deberán favorecer las articulaciones entre los contenidos de la acción con las prácticas del aula y contribuir al desarrollo de los proyectos curriculares institucionales.

El módulo Motivacional se llevará a cabo con la modalidad de Taller basado en juegos de simulación y prácticas interactivas. La exposición teórica será respaldada con soportes multimediales que provocan impacto emocional e intelectual en los participantes.

Cada uno de los objetivos es abordado con diferentes perspectivas de forma tal que se facilite al participante, la comprensión de cada una de las ideas fuerzas expuestas, permitiendo que pueda identificar sus estilos de pensamiento y comportamiento rutinario.

El perfil lúdico del taller permite eliminar las habituales resistencias que se suelen anteponer cuando las personas se enfrenta a las *amenazas del cambio* actitudinal.

Los Módulos II y III. Serán expositivos, con activa participación de los estudiantes.

El IV, estará constituido por la elaboración personalizada, presentación y exposición del ejercicio de constitución de una empresa y la elaboración de su Plan de Negocios.

2.7.5. Requisitos de Evaluación para la Certificación (específico para acciones de capacitación)

a. Requisitos a cumplimentar

- 80% de asistencia en las instancias presenciales
- Aprobación de las actividades no presenciales
- Aprobación de la evaluación presencial, escrita e individual: Diseño y elaboración de un plan de negocios

b. Descripción del tipo de instrumento que se emplearán en la evaluación

- El instrumento que se utilizará será el siguiente modelo de Plan de Negocios:
 - Definición del Negocio
 - Estudio del Mercado
 - Análisis de la Competencia
 - Diseño Financiero
 - Diseño de la Organización

c. Que trabajos se tendrán en cuenta para la evaluación de proceso:

Si los participantes son capaces de elaborar un Plan de Negocios, se estará evaluando también el proceso, debido que es un Curso de corta duración.

- ##### d. Los criterios de evaluación considerados para la evaluación final. (Los mismos deberán atender a corroborar la articulación entre los contenidos de la capacitación con las prácticas del aula y contribuir al desarrollo de los proyectos curriculares institucionales)
- Grado de articulación entre los contenidos de la capacitación con las prácticas áulicas.
 - Grado de contribución al desarrollo de los Proyectos Institucionales
 - Aplicación de propuestas de gestión de negocios



ANEXO Resolución N° 8.291/14 C.D.

2.7.6. CRONOGRAMA

Supone la descripción de las actividades en el tiempo. Para su presentación se sugiere utilizar un cuadro de doble entrada, listando sobre el eje vertical las actividades y en el horizontal los tiempos en meses, semanas días o la unidad de tiempo que se considere más adecuada de acuerdo con las características y duración del proyecto.

- 1- Difusión del Proyecto a las escuelas y las Intendencias municipales de la provincia
- 2- Sensibilización de autoridades y directivos escolares
- 3- Inicio de las acciones de capacitación en escuelas
- 4- Tutoría
- 5- Formulación del Plan de Negocios
- 6- Presentación del Plan de Negocios

2.7.7. PROPUESTA DE SEGUIMIENTO DE ACTIVIDADES

En este punto se incluye información acerca de:

- a. Los momentos en que se prevé realizar la actividad de seguimiento:

El seguimiento será constante y personalizado durante el desarrollo de las actividades teóricas. La tutoría también será personalizada. Durante la etapa no presencial. Los estudiantes se comunicarán con los capacitadores y los coordinadores por medio de correo electrónico.

- b. La descripción de los instrumentos específicos a emplear.
Correo electrónico y fax.
- c. La secuencia de elaboración de informes: se prevee un solo informe final.
- d. Fechas de presentación de los mismos:

2.8 RECURSOS

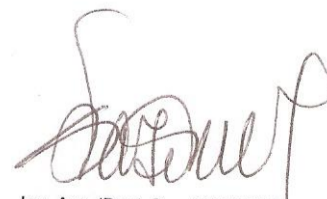
2.8.1 RECURSOS HUMANOS

- a. Función: Implementación, Capacitación, Seguimiento y Evaluación
- b. Cantidad: 4 (cuatro)
- c. Currículum Vitae de los responsable de las acciones: se adjunta del Capacitador Coordinador del Proyecto

2.8.2 RECURSOS MATERIALES

- a. Equipamiento: Se empleará el equipamiento convencional con que cuentan los establecimientos educacionales.
- b. Material didáctico: Se prevee la elaboración de un manual de aproximadamente 100 páginas y la impresión de un libro sobre Incubación de Empresas elaborado por el Coordinador, para ser entregado como material didáctico.
- c. Otros.


Ing. Agr. Patricia Norma ANGELONI
Secretaría Académica
Facultad de Ciencias Agrarias
U.N.N.E.


Ing. Agr. (Dra.) Sara VAZQUEZ
Decana
Facultad de Ciencias Agrarias
U.N.N.E.